

## Rapport nr. 24

### 3 måneders-rapport fra Teleankenævnets Sekretariat vedr. stikprøveforetagelse af mobile indholdstjenester (1. januar – 31. marts 2013)

#### Baggrund

Parterne bag Rammeaftalen for mobile indholds- og betalingstjenester har forpligtet sig til at have en aftale med en selvstændig, uvildig enhed, som er uafhængig af operatørernes økonomiske interesser og daglige drift, om at foretage en stikprøvevis løbende kontrol af, om de tillægstakserede tjenester, der udbydes over operatørernes net, overholder gældende lovgivning samt Rammeaftalen, jf. rammeaftalens pkt. 4.

Teleankenævnets sekretariat (herefter TA) er på baggrund af udbudsmateriale valgt af operatørerne til at varetage dette arbejde som uvildig stikprøve-instans.

#### Omfang

Den uvildige enhed skal undersøge en repræsentativ andel af de udbudte tjenester beregnet ud fra antallet af fejl konstateret i den sidste 6 måneders periode med udgangspunkt i 125 stikprøver pr. kvartal. Stikprøverne skal fordeles med 1/3 af nye tjenester og 2/3 af eksisterende tjenester. Med nye tjenester forstås tjenester, der ikke hidtil har været undersøgt.

#### Metode

Der er blevet foretaget stikprøvekontrol af et bredt udbud af forskellige tjenester.

Tjenester defineres jf. [www.rammeaftalen.dk](http://www.rammeaftalen.dk) som en mobil indholdstjeneste, der

1. "indeholder en specifik digital tjenestetype fx en ringetone, et billede, et spil, abonnement, en donation, en informationstjenestem afgang af en stemme i en afstemning mv.,
2. markedsføres via et specifikt medium fx dagblade, ugeblade, magasiner, Internettet, Outdoor reklamer, SMS mv.,
3. udbydes til en specifik pris,
4. udbydes af en specifik tjenesteudbyder,
5. leveres via en specifik teknisk platform fx WAP, MMS, SMS, Internet, Streaming
6. betales via telefonregning eller taletidskort"

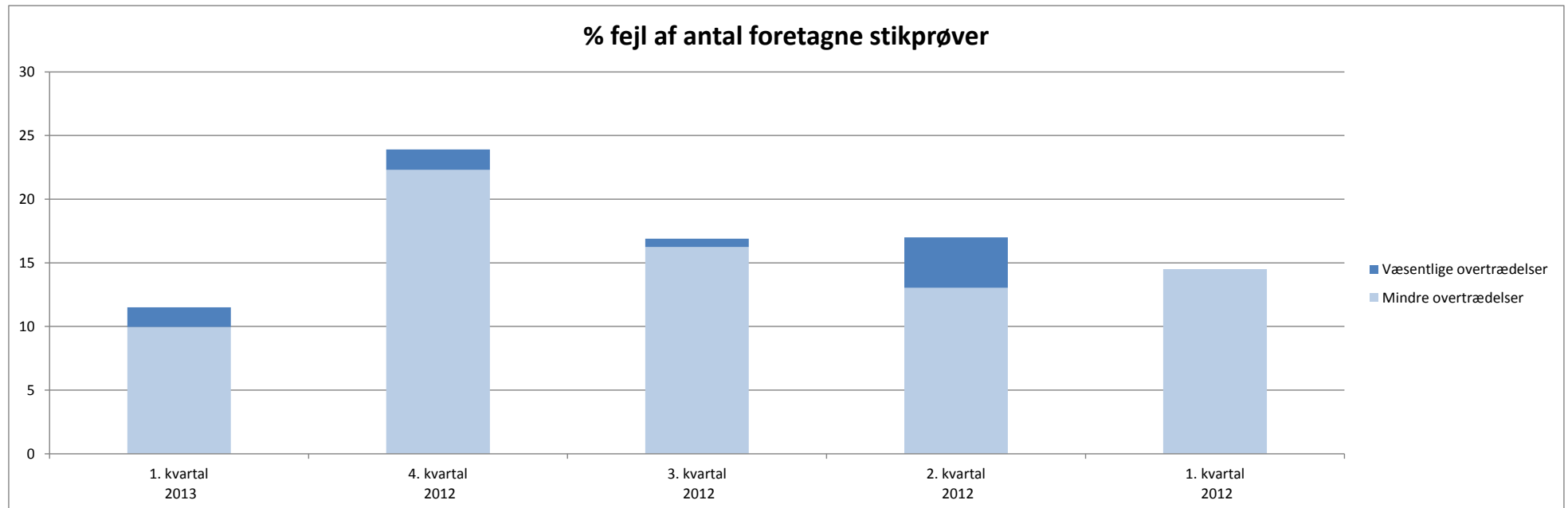
Et stikprøve-skema accepteret og udarbejdet af ovennævnte operatører er blevet benyttet til dokumentation for de foretagne stikprøver. Ved fundne overtrædelse retter TA straks henvendelse til operatørerne. Operatørerne kan så vha. log-in tilgå TAs stikprøve-skemaer for herefter at tage kontakt til indholdsudbyderne med anmodning om tilretning af den specifikke tjeneste samt alle lignende tjenester udbudt af samme tjenesteudbyder.

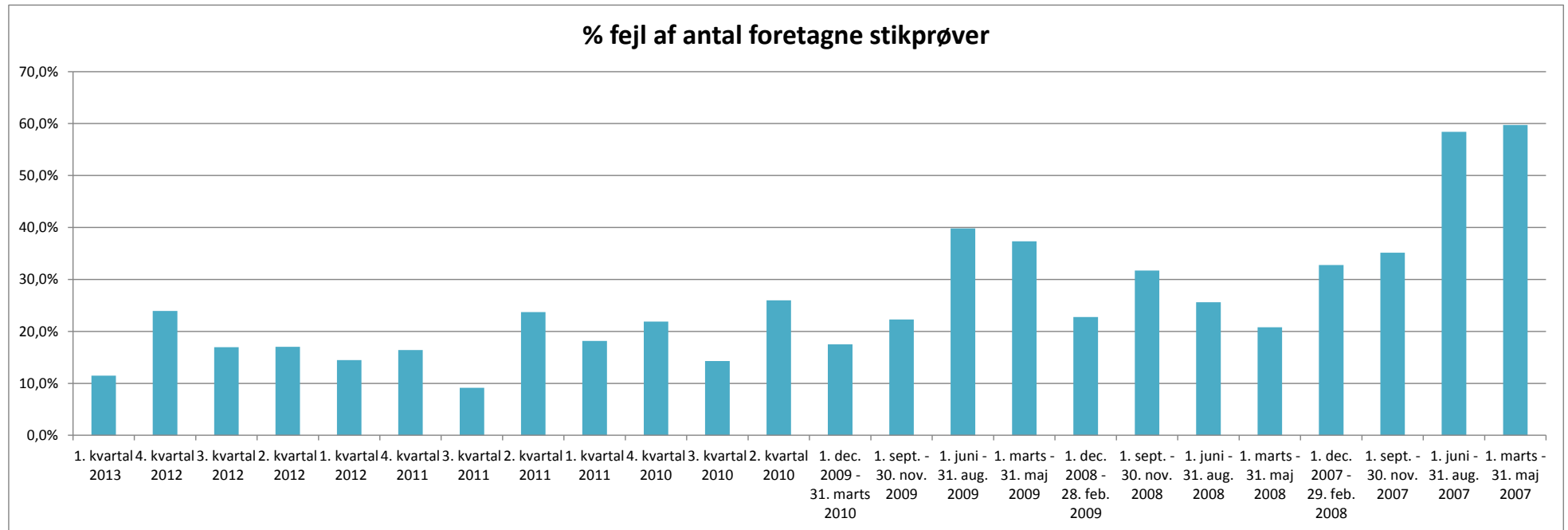
## Resultat

### Overordnet total:

Tidligere perioder

	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012	1. kvartal 2012	4. kvartal 2011	3. kvartal 2011	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010
<b>Antal planlagte stikprøver hos TA</b>	<b>122</b>	117	118	141	76	140	153	135	121	128
<b>Antal fejlbehæftede planlagte tests</b>	<b>14</b>	28	20	24	11	23	14	32	22	28
<i>Mindre overtrædelser</i>	13	28	25	23	11	27	10	34	23	28
<i>Væsentlige overtrædelser</i>	2	2	1	7	0	7	5	6	3	4
<b>Antal gentests</b>	<b>2</b>	5	5	5	6	5	7	8	10	15
<b>Antal Ad hoc-tests</b>	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>Fejlprocent</b>	<b>11,5%</b>	23,9%	16,9%	17,0%	14,5%	16,4%	9,2%	23,7%	18,2%	21,9%





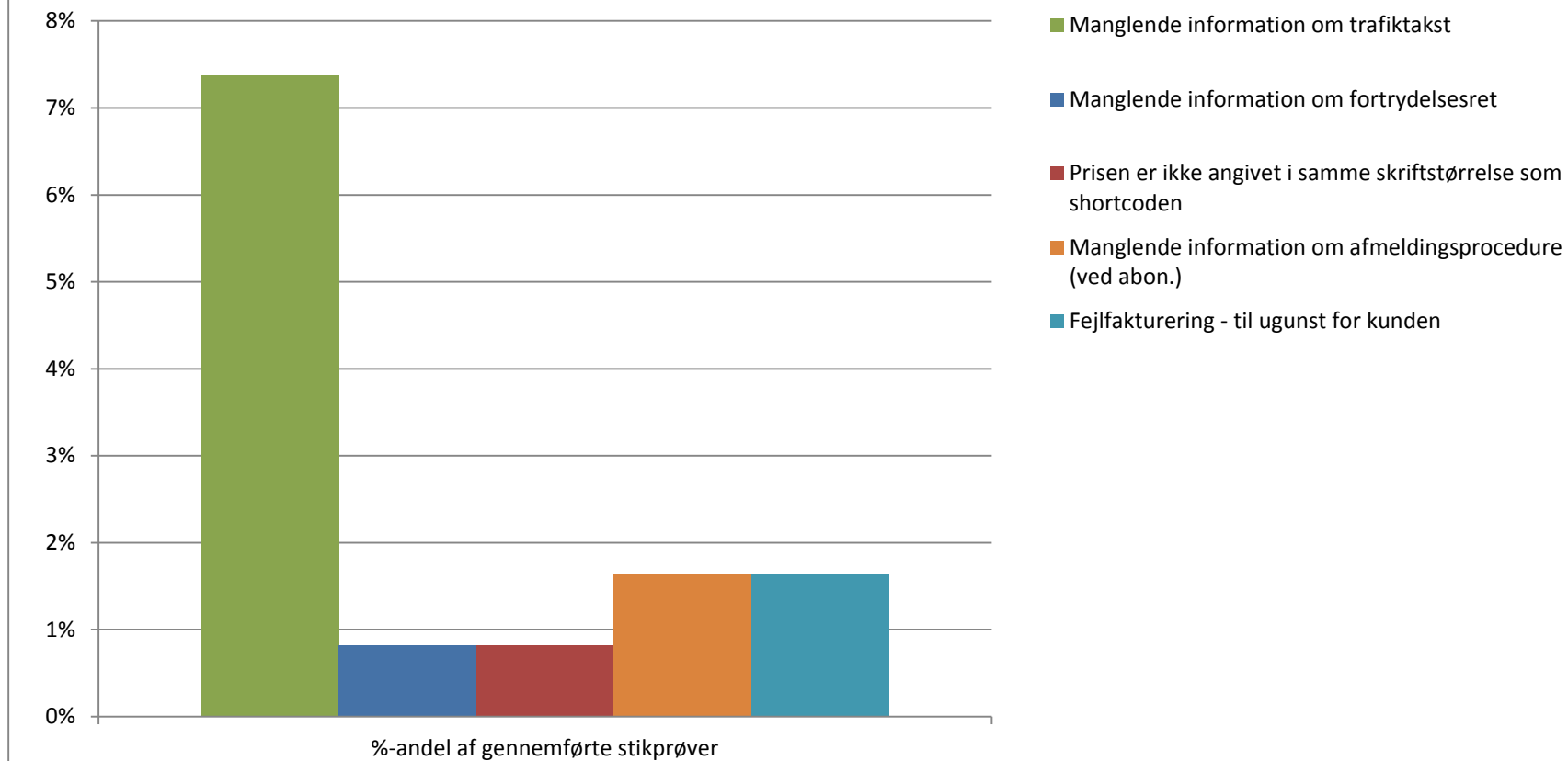
	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012	1. kvartal 2012	4. kvartal 2011	3. kvartal 2011	2. kvartal 2011	1. kvartal 2011	4. kvartal 2010
<b>Antal kontraktparter</b>	9	5	9	7	5	7	9	5	5	4
<b>Antal undersøgte eksterne indholdsudbydere</b>	108	98	104	117	64	107	121	89	74	81
<b>Antal udbudte tjenester hos mobiloperatøren</b>	0	1	0	0	0	0	4	1	2	4

Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012
<b>SAMLET<sup>1</sup></b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	1	3	1
Manglende information om trafiktakst	9	21	11	12
Manglende information om fortrydelsesret <sup>2</sup>	1	5	6	3
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	1	0	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	2	1	5	7
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>13</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>23</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	1	1	5
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	2	1	0	2
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>30</b>

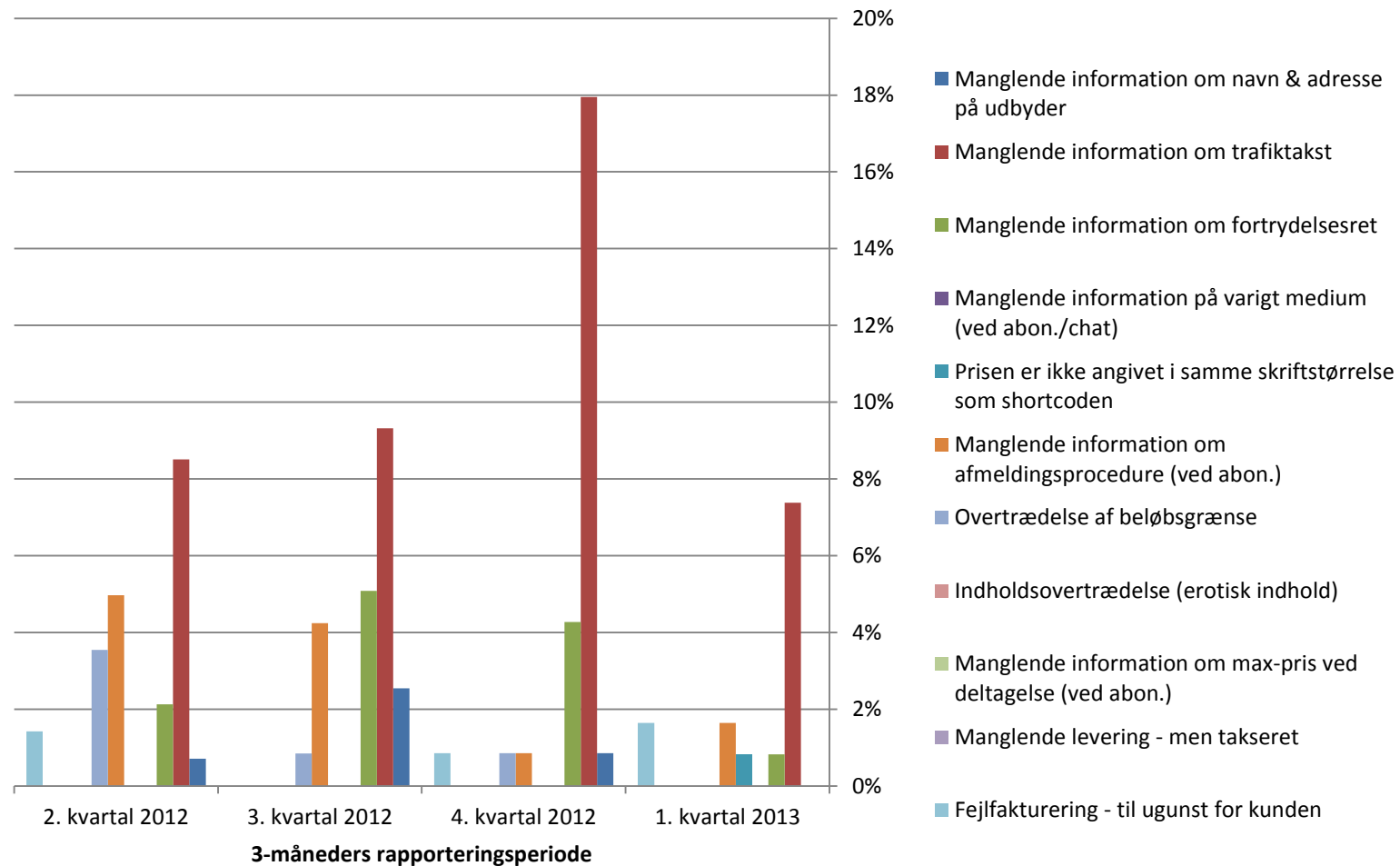
<sup>1</sup> Indeholder kun overtrædelser i planlagte tests (altså ikke gentests)

<sup>2</sup> Ingen overtrædelser vedr. fortrydelsesret omhandler ukorrekt eller mangelfuld information. Alle omhandler, at der ingen info er givet overhovedet

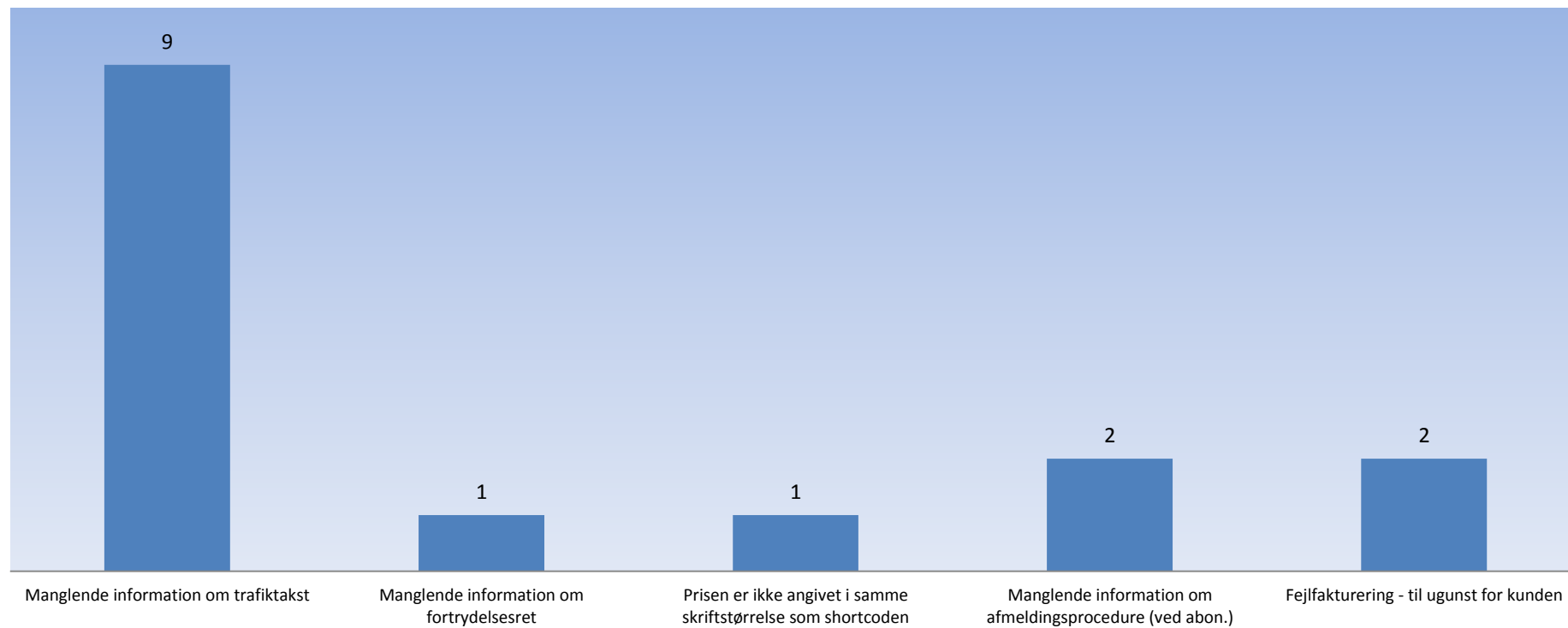
## Typer af overtrædelser for perioden 1. januar - 31. marts 2013



## Antal fejl pr. fejltype i % af gennemførte stikprøver



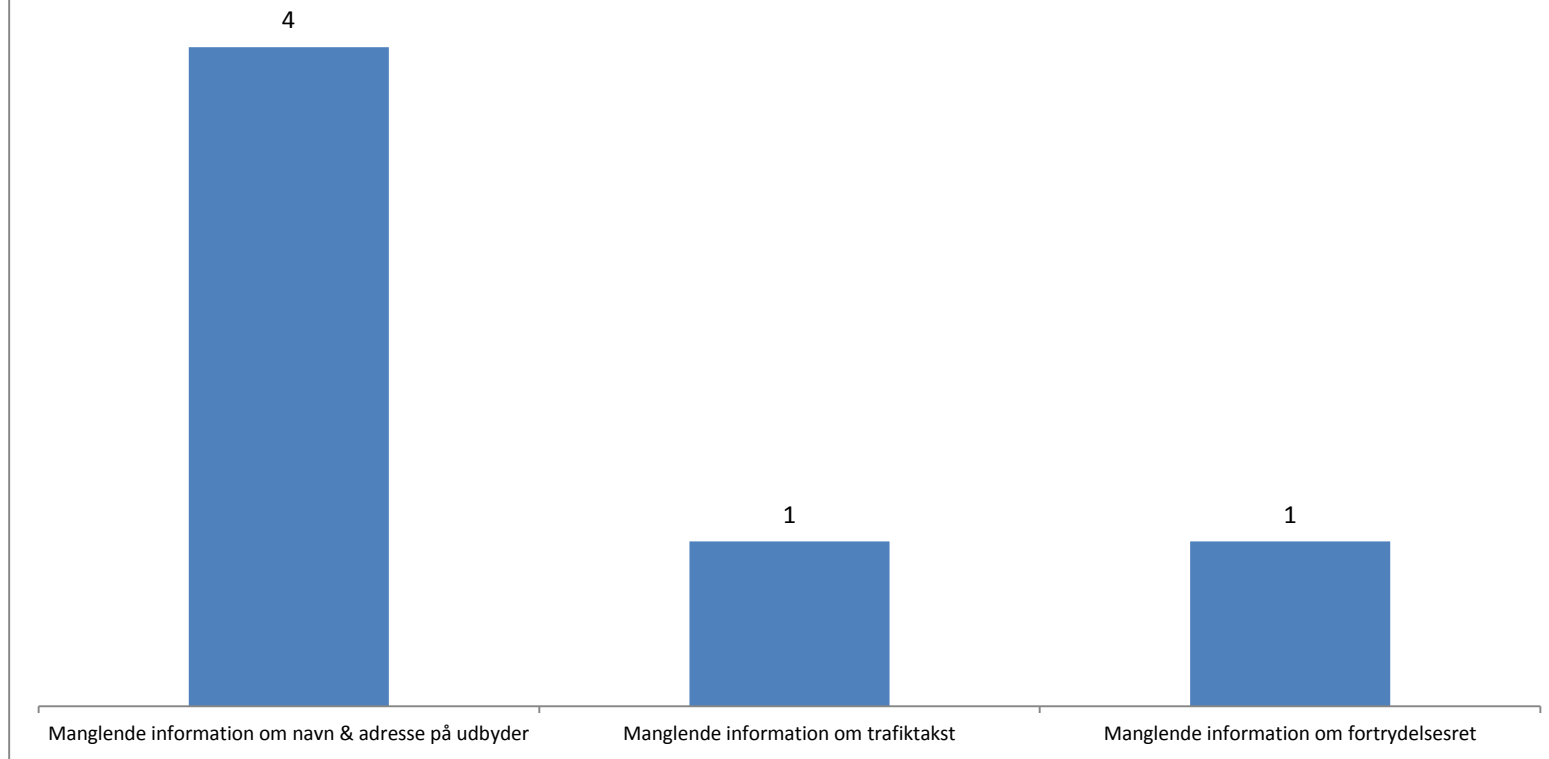
## Fordeling af overtrædelser



Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012
<b>TRYKTE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	1	2	1
Manglende information om trafiktakst	4	7	5	2
Manglende information om fortrydelsesret	0	2	3	1
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	1	0	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	1	0	1	1
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>5</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	0	0	2
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	0	0	0	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>7</b>

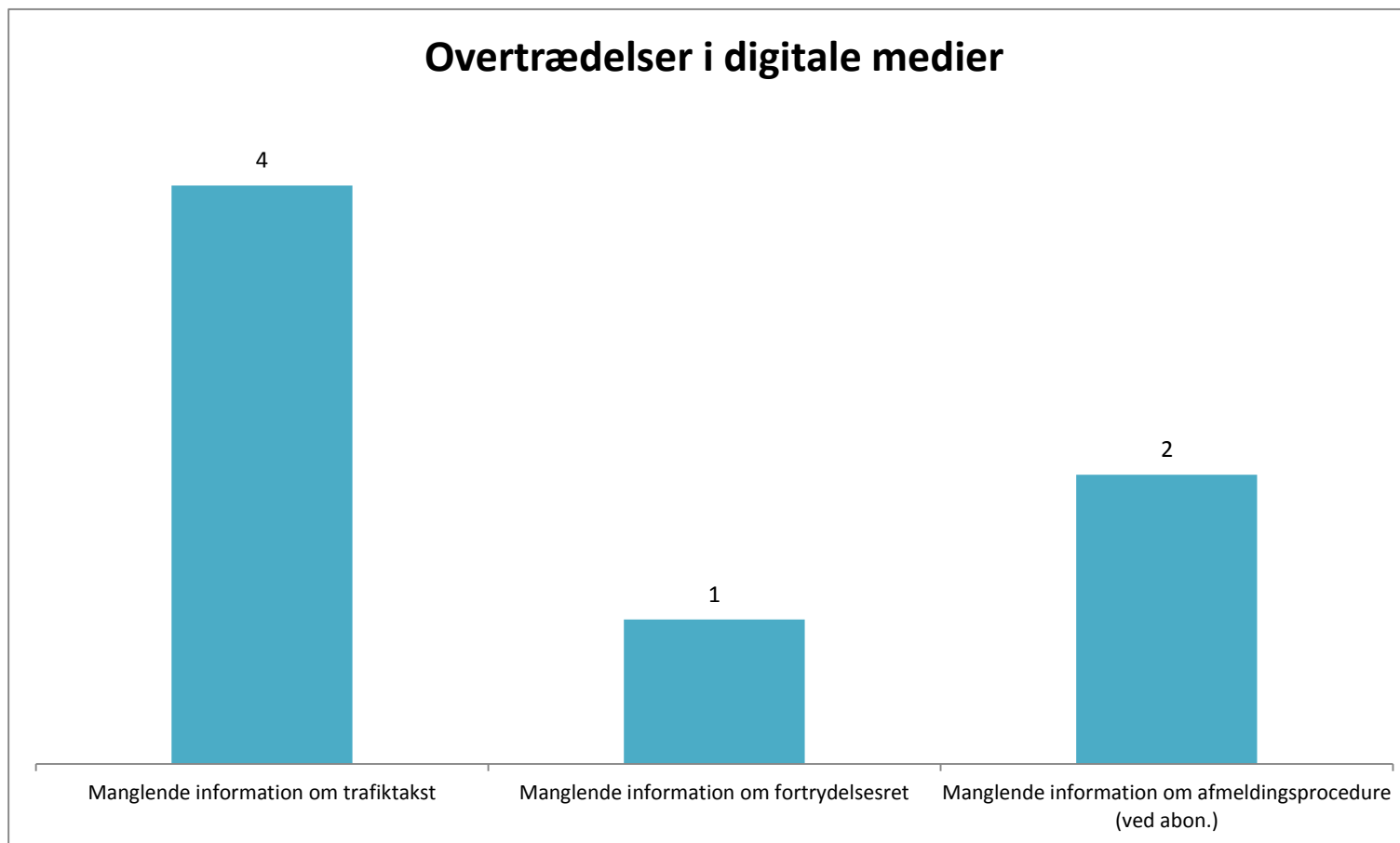


## Overtrædelser i trykte medier

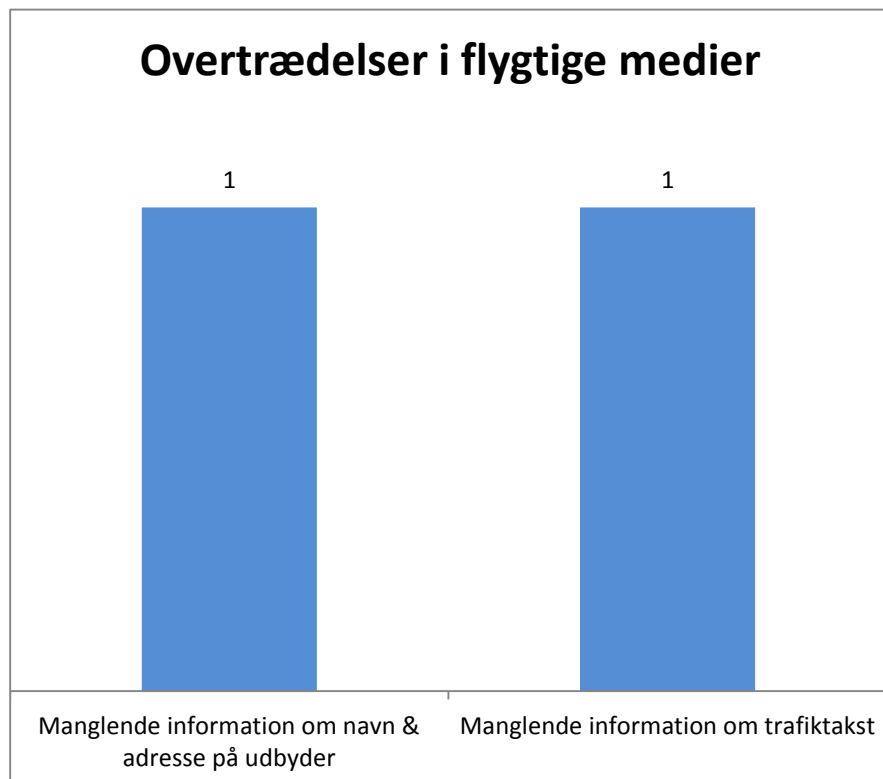


Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012
<b>DIGITALE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	1	0
Manglende information om trafiktakst	4	13	6	10
Manglende information om fortrydelsesret	0	3	3	2
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	0	0	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	1	1	4	6
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>18</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	1	1	3
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	2	0	0	2
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>23</b>

## Overtrædelser i digitale medier



Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012
<b>FLYGTIGE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	0	0
Manglende information om trafiktakst	1	1	0	0
Manglende information om fortrydelsesret	1	0	0	0
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcuten	0	0	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	0	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	0	0	0
Indholdsovertrædelse (erotisk indhold)	0	0	0	0
Manglende information om max-pris ved deltagelse (ved abon.)	0	0	0	0
Manglende levering - men takseret	0	0	0	0
Fejlfakturering - til ugunst for kunden	0	1	0	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



Tjenestetype	1. kvartal 2013			4. kvartal 2012			3. kvartal 2012			2. kvartal 2012		
	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver
Konkurrence + abonnement	6	2	33,3%	3	0	0,0%	5	2	40,0%	6	2	33,3%
Infotjeneste <sup>3</sup>	24	7	29,2%	11	4	36,4%	25	8	32,0%	33	11	33,3%
Konkurrence	38	3	7,9%	53	6	11,3%	56	6	10,7%	52	2	3,8%
Donation	42	2	4,8%	18	8	44,4%	6	1	16,7%	28	4	14,3%
Køb af vare udenfor telefonen	1	0	0,0%	3	1	33,3%	3	0	0,0%	2	0	0,0%
Indmeldelse/tilmelding	1	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	1	50,0%
Donation/konkurrence	2	0	0,0%	4	0	0,0%	1	0	0,0%	3	1	33,3%
Afstemning	2	0	0,0%	3	0	0,0%	1	0	0,0%	3	0	0,0%
App	4	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%
Køb af diverse <sup>4</sup>	2	0	0,0%				2	0	0,0%	10	3	30,0%
SMS/MMS/debatindlæg				3	3	100,0%	3	0	0,0%			
Auktion				1	1	100,0%						
Infotjeneste + abonnement				13	5	38,5%						
Bestilling af vare				2	0	0,0%	2	0	0,0%			
Jobansøgning							1	1	100,0%			
Billet							7	2	28,6%			
Musiknummer							1	0	0,0%			
Ringetone							2	0	0,0%			
Program										1	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>14</b>	<b>11,5%</b>	<b>117</b>	<b>28</b>	<b>23,9%</b>	<b>118</b>	<b>20</b>	<b>16,9%</b>	<b>141</b>	<b>24</b>	<b>17,0%</b>

35 af de 122 gennemførte tests vedrører nultakserede tjenester. 8 af de 35 nultakserede tests fejler, hvilket giver en fejlprocent på 22,9 % blandt de nultakserede tjenester.

<sup>3</sup> F.eks. koncert- og trafikinfo, vejrvarsling, medlemskab, indkøbsliste, horoskop

<sup>4</sup> F.eks. køb af medlemskab/adgang til hjemmeside, køb af virtuelle mønter på hjemmeside

Markedsføringsmedium	1. kvartal 2013			4. kvartal 2012			3. kvartal 2012			2. kvartal 2012		
	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver
<b>Trykte medier:</b>	44	5	11,4%	58	9	15,5%	59	7	11,9%	40	5	12,5%
GoCard	1	1	100,0%									
Ugeblad	4	1	25,0%	2	1	50,0%	3	0	0,0%	2	0	0,0%
Outdoor	6	1	16,7%	4	2	50,0%	7	1	14,3%	1	0	0,0%
Blad	27	2	7,4%	36	3	8,3%	41	3	7,3%	23	3	13,0%
Emballage	1	0	0,0%	4	1	25,0%	2	1	50,0%			
Dagblad	4	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%
Brev	1	0	0,0%									
Mærkat/sticker				2	1	50,0%						
Reklameavis				7	1	14,3%	1	0	0,0%	1	0	0,0%
Flyer/brochure				1	0	0,0%	1	0	0,0%	6	0	0,0%
Tillæg til blad				1	0	0,0%						
Avis							1	1	100,0%	1	0	0,0%
Tegneserie							1	1	100,0%			
Programhæfte							1	0	0,0%	1	1	100,0%
Bogmærke										1	1	100,0%
Månedssblad										2	0	0,0%
Ungdomsblad										1	0	0,0%
<b>Digitale medier:</b>	72	7	9,7%	51	17	33,3%	54	13	24,1%	100	19	19,0%
SMS	1	1	100,0%				2	0	0,0%			
Hjemmeside	71	6	8,5%	49	16	32,7%	52	13	25,0%	100	19	19,0%
Mobil hjemmeside				2	1	50,0%						
<b>Flygtige medier:</b>	6	2	33,3%	8	2	25,0%	5	0	0,0%	1	0	0,0%
Infoskærm	2	1	50,0%									
Radio	3	1	33,3%	6	2	33,3%						
TV	1	0	0,0%	2	0	0,0%	5	0	0,0%	1	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>14</b>	<b>11,5%</b>	<b>117</b>	<b>28</b>	<b>23,9%</b>	<b>118</b>	<b>20</b>	<b>16,9%</b>	<b>141</b>	<b>24</b>	<b>17,0%</b>

Fejlprocent pr. markedsføringsmedium

