

## Rapport nr. 28

### 3 måneders-rapport fra Teleankenævnets Sekretariat vedr. stikprøveforetagelse af mobile indholdstjenester (1. januar – 31. marts 2014)

#### 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"

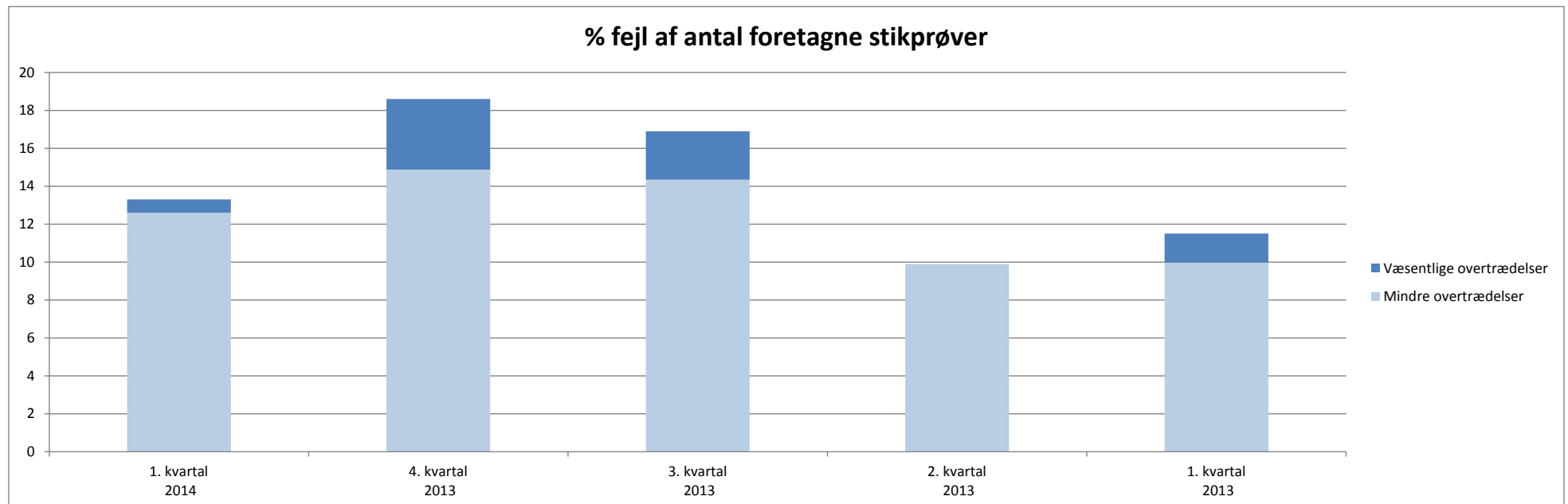
Et stikprøve-skema accepteret og udarbejdet af ovennævnte operatører er blevet benyttet til dokumentation for de foretagne stikprøver. Ved fundne overtrædelse retter TA straks henvendelse til operatørerne. Operatørerne kan så vha. log-in tilgå TAs stikprøve-skemaer for herefter at tage kontakt til indholdsudbyderne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

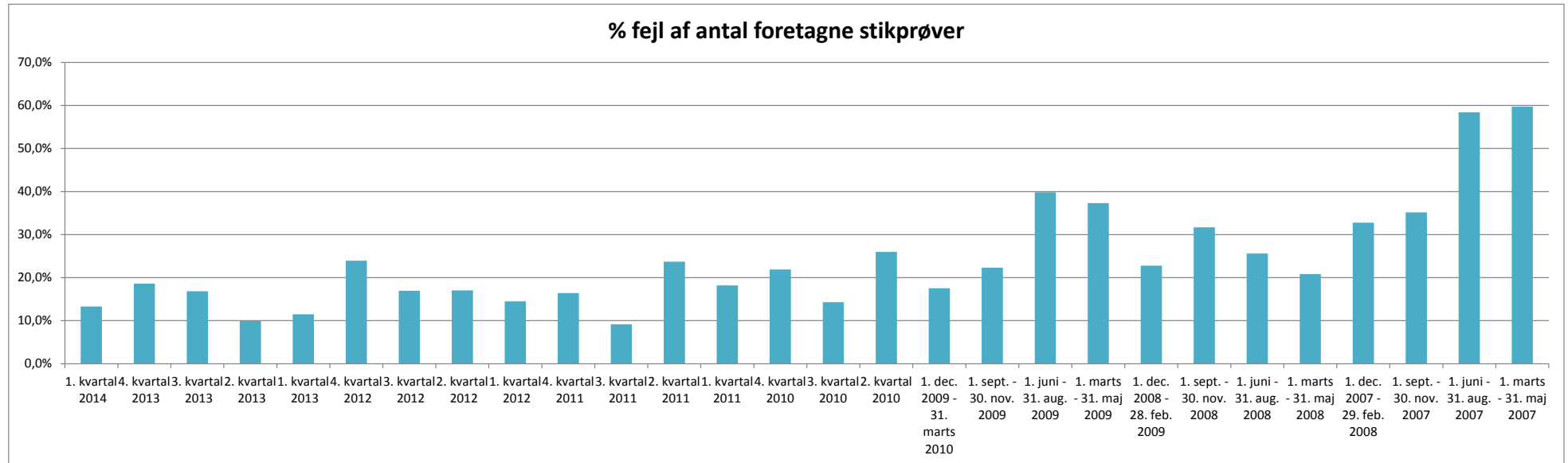
## Resultat

### Overordnet total:

*Tidligere perioder*

	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012	1. kvartal 2012	4. kvartal 2011
<b>Antal planlagte stikprøver hos TA</b>	<b>128</b>	<b>102</b>	178	111	122	117	118	141	76	140
<b>Antal fejlbehæftede planlagte tests</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	30	11	14	28	20	24	11	23
<i>Mindre overtrædelser</i>	<i>18</i>	<i>16</i>	<i>28</i>	<i>11</i>	<i>13</i>	<i>28</i>	<i>25</i>	<i>23</i>	<i>11</i>	<i>27</i>
<i>Væsentlige overtrædelser</i>	<i>1</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>0</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>7</i>	<i>0</i>	<i>7</i>
<b>Antal gentests</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	0	0	2	5	5	5	6	5
<b>Antal Ad hoc-tests</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Fejlprocent</b>	<b>13,3%</b>	<b>18,6%</b>	<b>16,9%</b>	<b>9,9%</b>	<b>11,5%</b>	<b>23,9%</b>	<b>16,9%</b>	<b>17,0%</b>	<b>14,5%</b>	<b>16,4%</b>



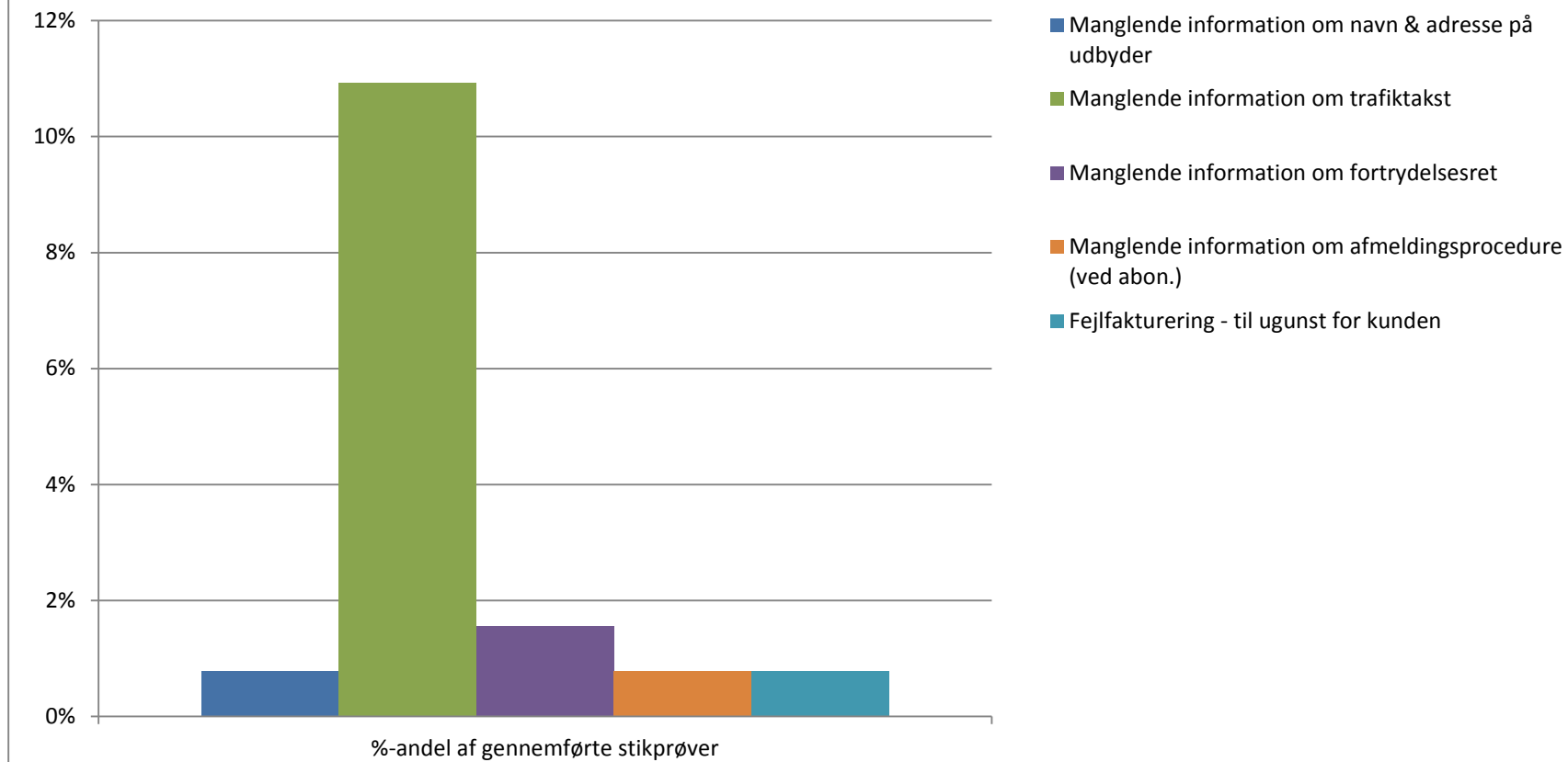


	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013	1. kvartal 2013	4. kvartal 2012	3. kvartal 2012	2. kvartal 2012	1. kvartal 2012	4. kvartal 2011
<b>Antal kontraktparter</b>	5	10	7	5	9	5	9	7	5	7
<b>Antal undersøgte eksterne indholdsudbydere</b>	19	68	144	88	108	98	104	117	64	107
<b>Antal udbudte tjenester hos mobiloperatøren</b>	0	3	0	0	0	1	0	0	0	0

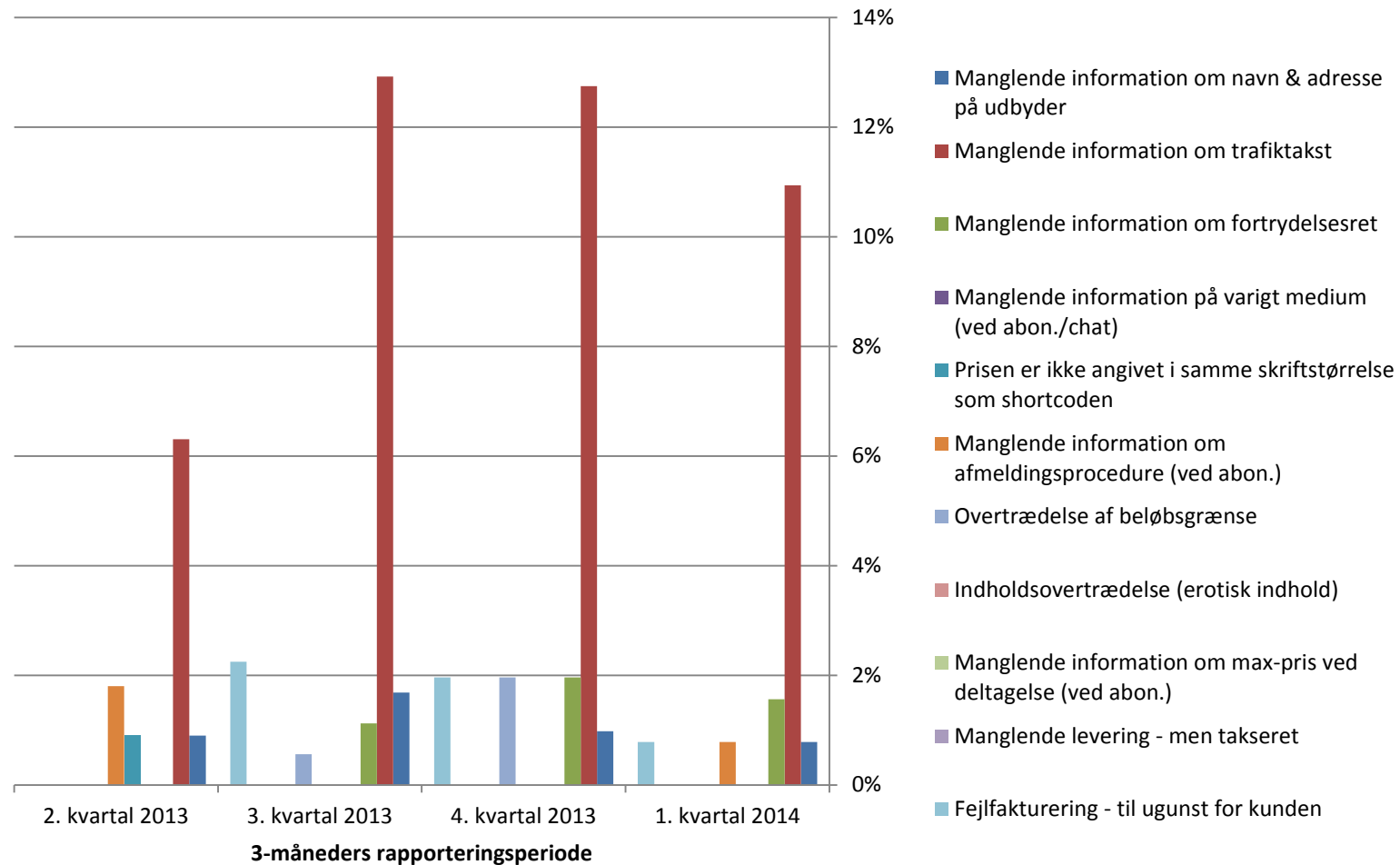
Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013
<b>SAMLET<sup>1</sup></b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	1	1	3	1
Manglende information om trafiktakst	14	13	23	7
Manglende information om fortrydelsesret	2	2	2	0
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	0	0	0	1
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	1	0	0	2
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>28</b>	<b>11</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	2	1	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	1	2	4	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>33</b>	<b>11</b>

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

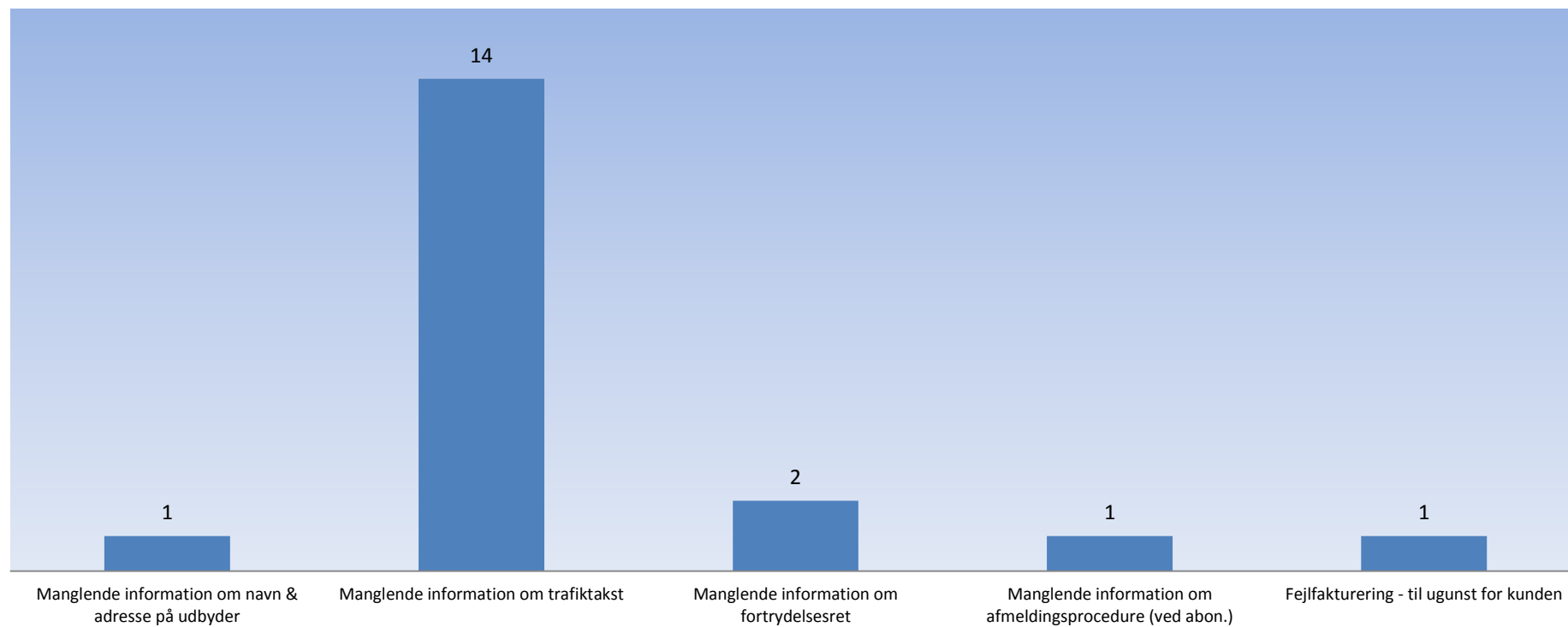
## Typer af overtrædelser for perioden 1. januar - 31. marts 2014



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



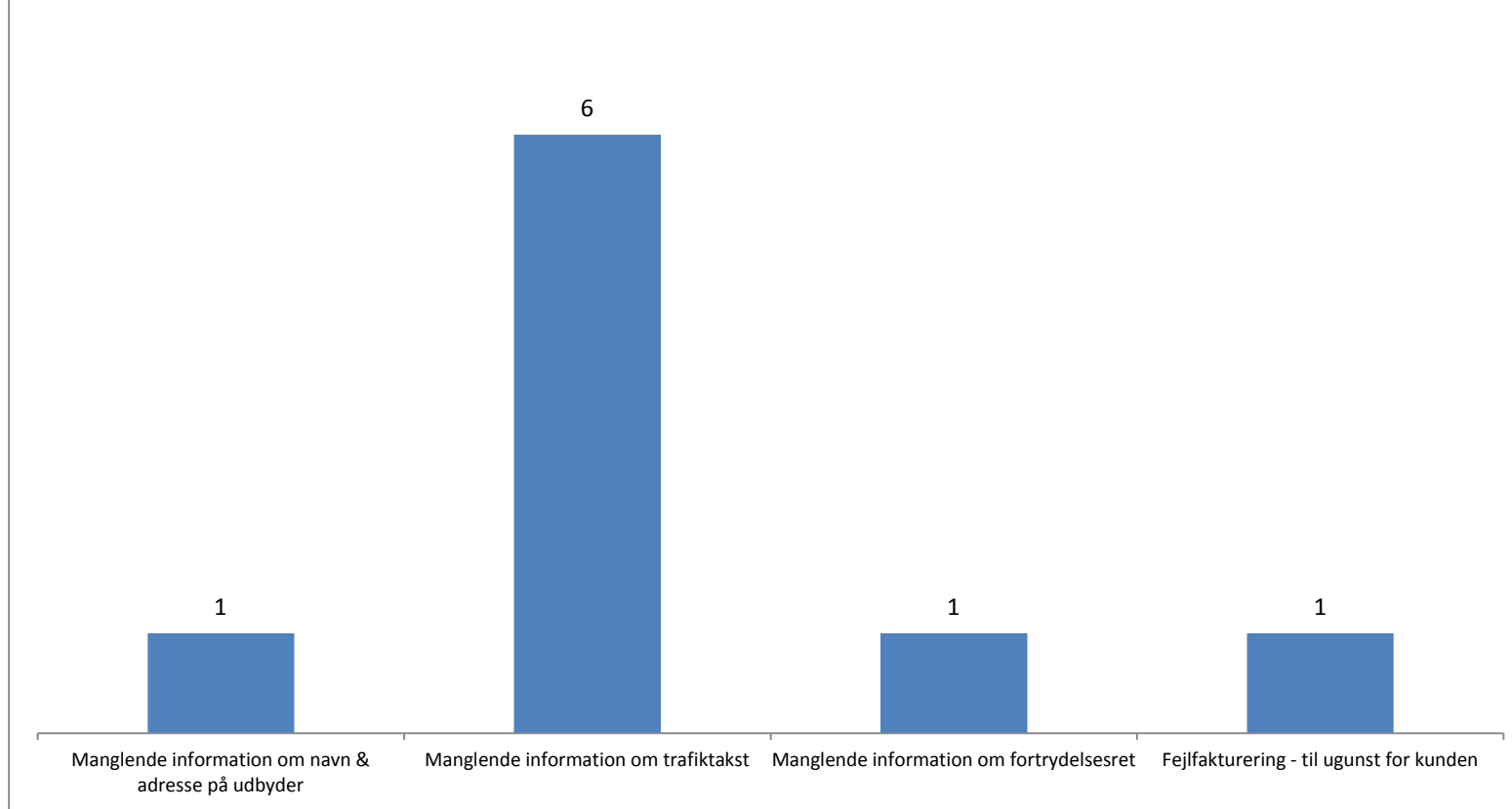
## Fordeling af overtrædelser



Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013
<b>TRYKTE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	1	0	0	1
Manglende information om trafiktakst	6	9	6	4
Manglende information om fortrydelsesret	1	0	1	0
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	0	0	0	1
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	0	0	0	2
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	1	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	1	1	1	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

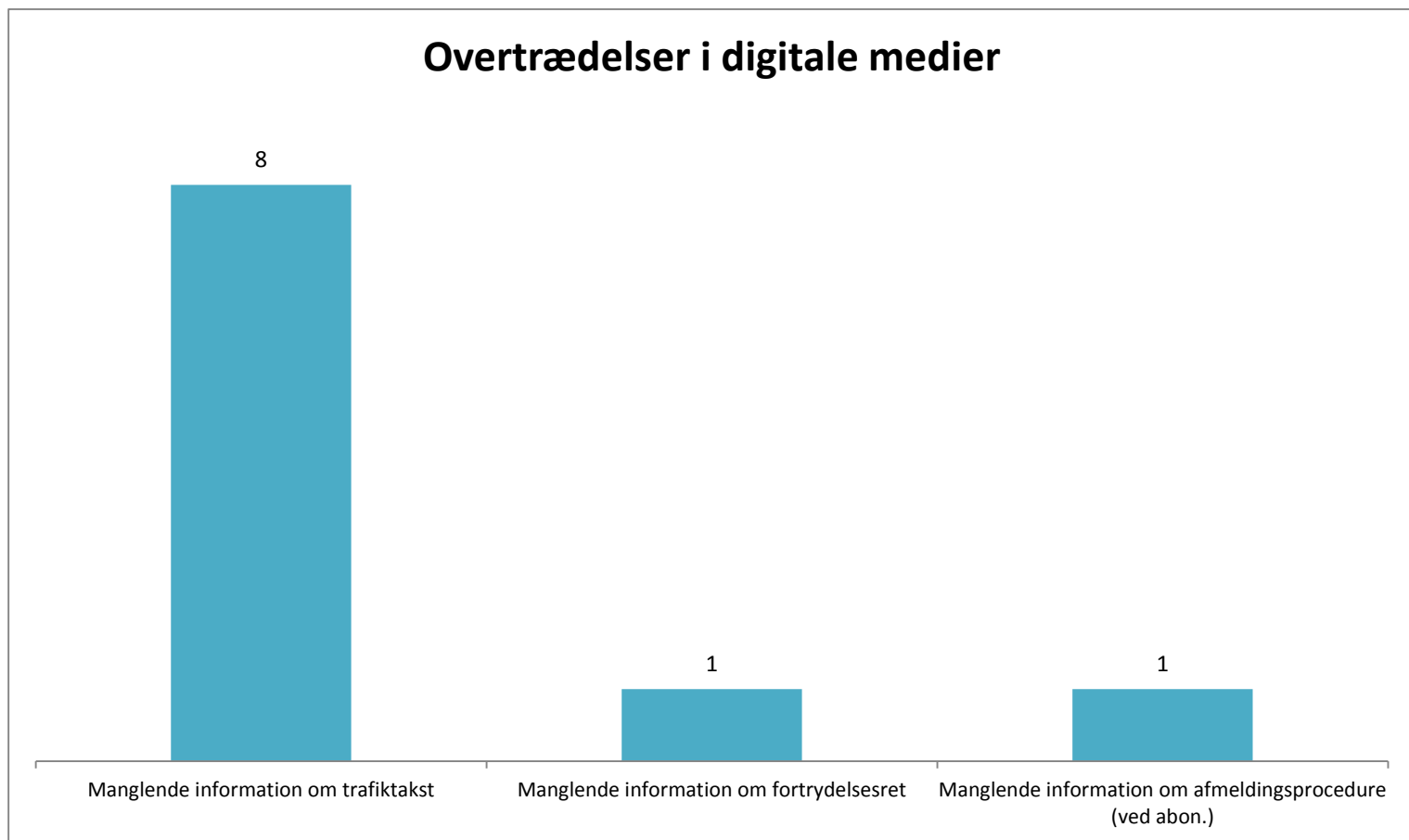


## Overtrædelser i trykte medier



Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013
<b>DIGITALE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	1	1	0
Manglende information om trafiktakst	8	4	14	3
Manglende information om fortrydelsesret	1	2	1	0
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	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>16</b>	<b>3</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	1	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	3	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>3</b>

## Overtrædelser i digitale medier



Type af fundne overtrædelser	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013
<b>FLYGTIGE MEDIER</b>				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	2	0
Manglende information om trafiktakst	0	0	3	0
Manglende information om fortrydelsesret	0	0	0	0
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.)	0	0	0	0
<b>Antal mindre overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
Overtrædelse af beløbsgrænse	0	0	1	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	0	0	0
<b>Antal væsentlige overtrædelser</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>

Tjenestetype	1. kvartal 2014			4. kvartal 2013			3. kvartal 2013			2. kvartal 2013		
	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver
App	2	1	50,0%	2	2	100,0%	2		0,0%	1	1	100,0%
Infotjeneste + abonnement	24	7	29,2%	5		0,0%	9	1	11,1%	14	2	14,3%
Konkurrence + abonnement	4	1	25,0%	2		0,0%	3	1	33,3%	4	2	50,0%
Køb af diverse <sup>2</sup>	5	1	20,0%	4	2	50,0%	4		0,0%	3	0	0,0%
Infotjeneste <sup>3</sup>	12	2	16,7%	13	4	30,8%	39	12	30,8%	13	2	15,4%
Donation	11	1	9,1%	24	6	25,0%	72	6	8,3%	13	1	7,7%
Konkurrence	61	4	6,6%	38	2	5,3%	31	5	16,1%	56	2	3,6%
SMS/MMS/debatindlæg	3		0,0%	1	1	100,0%	2	1	50,0%	3	1	33,3%
Køb af vare udenfor telefonen	1		0,0%	2		0,0%	1		0,0%	1	0	0,0%
Afstemning	3		0,0%	2		0,0%				1	0	0,0%
Donation/konkurrence	2		0,0%				2	1	50,0%			
Bestilling af vare				6	2	33,3%	1	1	100,0%	1	0	0,0%
Billet				2		0,0%	2	1	50,0%			
Donation/infotjeneste				1		0,0%	4		0,0%			
Indmeldelse/tilmelding							3	1	33,3%			
Link							1		0,0%			
Ringetone							2		0,0%			
Konkurrence + afstemning										1	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>17</b>	<b>13,3%</b>	<b>102</b>	<b>19</b>	<b>18,6%</b>	<b>178</b>	<b>30</b>	<b>16,9%</b>	<b>111</b>	<b>11</b>	<b>9,9%</b>

60 af de 128 gennemførte tests vedrører nultakserede tjenester. 13 af de 60 nultakserede tests fejler, hvilket giver en fejlprocent på 21,7 % blandt de nultakserede tjenester.

<sup>2</sup> F.eks. køb af medlemskab/adgang til hjemmeside, køb af virtuelle mønter på hjemmeside

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

Markedsføringsmedium	1. kvartal 2014			4. kvartal 2013			3. kvartal 2013			2. kvartal 2013		
	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>	<b>51</b>	<b>7</b>	<b>13,7%</b>	<b>52</b>	<b>12</b>	<b>23,1%</b>	<b>41</b>	<b>8</b>	<b>19,5%</b>	<b>64</b>	<b>8</b>	<b>12,5%</b>
Mærkat/sticker	1	1	100,0%	1		0,0%	1	1	100,0%			
Flyer/brochure	5	3	60,0%	4	3	75,0%	2	1	50,0%	4	1	25,0%
Outdoor	2	1	50,0%	11	5	45,5%	4		0,0%	7	0	0,0%
Avis	7	2	28,6%							3	2	66,7%
Blad	28		0,0%	34	4	11,8%	24	2	8,3%	43	4	9,3%
Emballage	6		0,0%	2		0,0%	1		0,0%	2	0	0,0%
Reklameavis	1		0,0%									
Katalog	1		0,0%									
Brev							2	2	100,0%			
Dagblad							4		0,0%			
GoCard							1		0,0%	2	0	0,0%
Reklameomslag										2	1	50,0%
Skrabelod							1	1	100,0%			
Tillæg til blad							1	1	100,0%	1	0	0,0%
<b>Digitale medier:</b>	<b>72</b>	<b>10</b>	<b>13,9%</b>	<b>44</b>	<b>7</b>	<b>15,9%</b>	<b>127</b>	<b>18</b>	<b>14,2%</b>	<b>42</b>	<b>3</b>	<b>7,1%</b>
SMS	1	1	100,0%				3	2	66,7%	3	1	33,3%
Hjemmeside	69	9	13,0%	43	6	14,0%	122	15	12,3%	39	2	5,1%
Videoklip	1		0,0%									
Spil	1		0,0%									
Mail				1	1	100,0%	2	1	50,0%			
Mobil hjemmeside												
<b>Flygtige medier:</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>40,0%</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
Radio	1		0,0%	1		0,0%	4	2	50,0%	1	0	0,0%
TV	4		0,0%	5		0,0%	2	1	50,0%	2	0	0,0%
Infoskærm							4	1	25,0%			
Biograf										2	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>17</b>	<b>13,3%</b>	<b>102</b>	<b>19</b>	<b>18,6%</b>	<b>178</b>	<b>30</b>	<b>16,9%</b>	<b>111</b>	<b>11</b>	<b>9,9%</b>

## Fejlprocent pr. markedsføringsmedium

