

Rapport nr. 34

3 måneders-rapport fra Teleankenævnets Sekretariat vedr. stikprøveforetagelse af mobile indholdstjenester (1. juli – 30. september 2015)

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 udbudte mobile indholdstakserede tjenester, der udbydes via en firecifret applikationskode i nummerserien 1xxx på det danske marked, overholder gældende lovgivning på området 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 undersøgelsesenhed.

Omfang

Den uvildige enhed skal undersøge en repræsentativ andel af de udbudte tjenester med udgangspunkt i 500 stikprøver pr. år.

Metode

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

Tjenester defineres jf. 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 informationstjeneste, afgivelse 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”

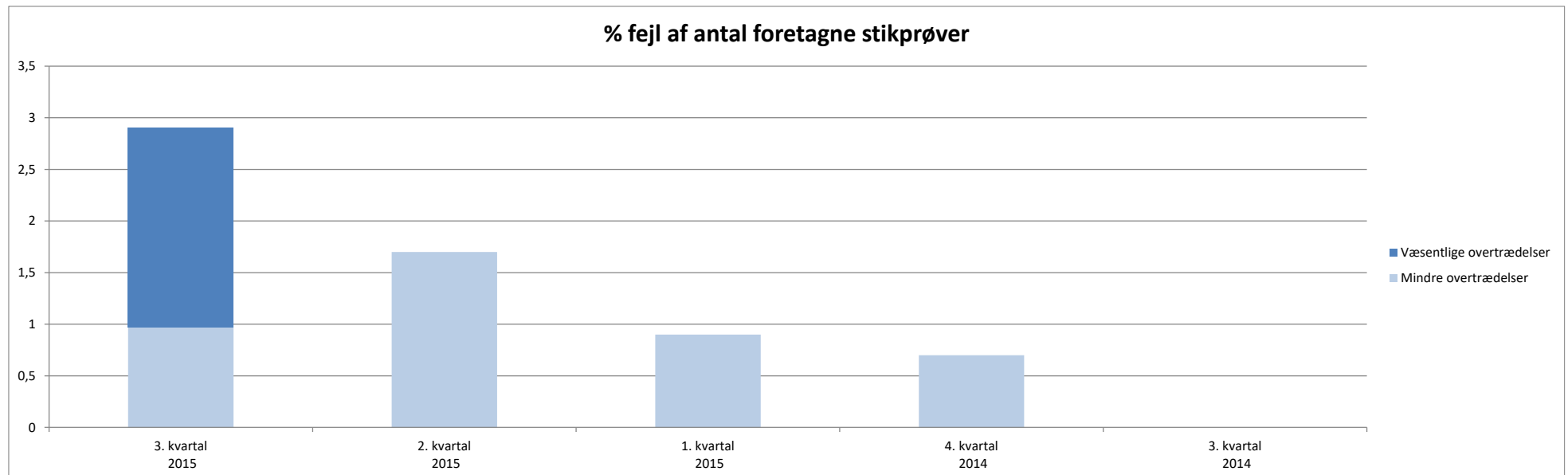
Et stikprøve-skema accepteret og udarbejdet af ovennævnte operatører er blevet benyttet til dokumentation for de foretagne stikprøver. Ved fundne overtrædelse retter TA straks henvendelse til operatørerne. Operatørerne kan herefter tage kontakt til indholdsudbyderne med anmodning om tilretning af den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

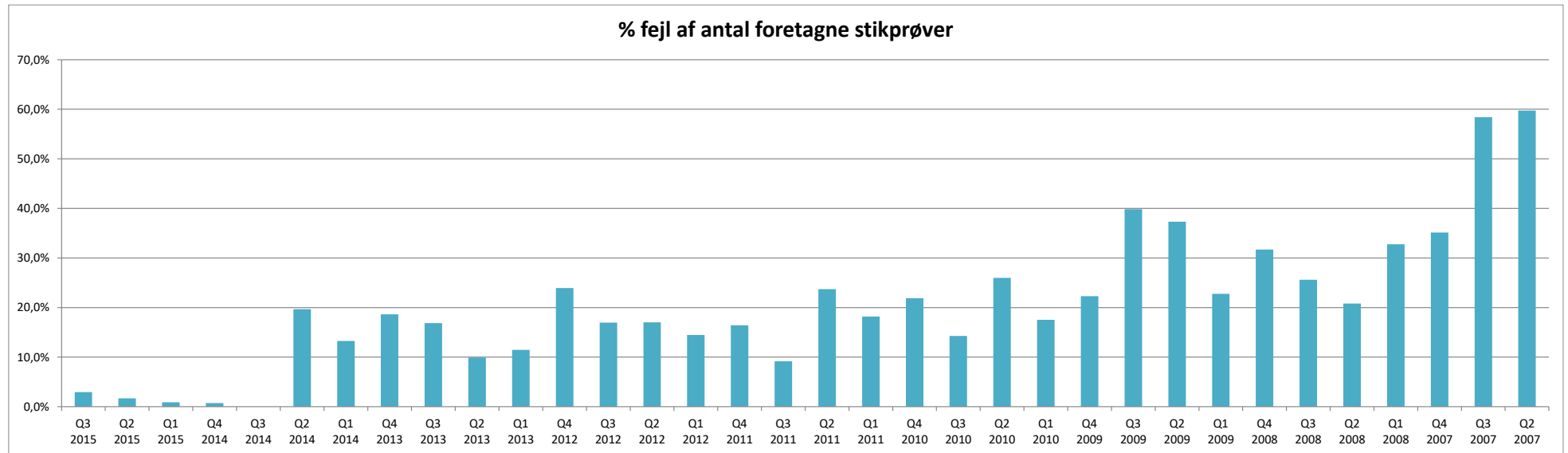
Resultat

Overordnet total:

Tidligere perioder

	Q3 2015	Q2 2015	Q1 2015	Q4 2014	Q3 2014	Q2 2014	Q1 2014	Q4 2013	Q3 2013	Q2 2013
Antal planlagte stikprøver hos TA	102	120	111	139	94	117	128	102	178	111
Antal fejlbehæftede planlagte tests	3	2	1	1	0	23	17	19	30	11
<i>Mindre overtrædelser</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>0</i>	<i>31</i>	<i>18</i>	<i>16</i>	<i>28</i>	<i>11</i>
<i>Væsentlige overtrædelser</i>	<i>2</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>0</i>
Antal gentests	0	0	1	0	0	11	3	21	0	0
Antal Ad hoc-tests	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fejlprocent	2,9%	1,7%	0,9%	0,7%	0,0%	19,7%	13,3%	18,6%	16,9%	9,9%





	3. kvartal 2015	2. kvartal 2015	1. kvartal 2015	4. kvartal 2014	3. kvartal 2014	2. kvartal 2014	1. kvartal 2014	4. kvartal 2013	3. kvartal 2013	2. kvartal 2013
Antal kontraktparter	7	6	8	7	9	10	5	10	7	5
Antal undersøgte eksterne indholdsudbydere	64	93	67	94	83	96	19	68	144	88
Antal udbudte tjenester hos mobiloperatøren	0	0	0	0	1	0	0	3	0	0

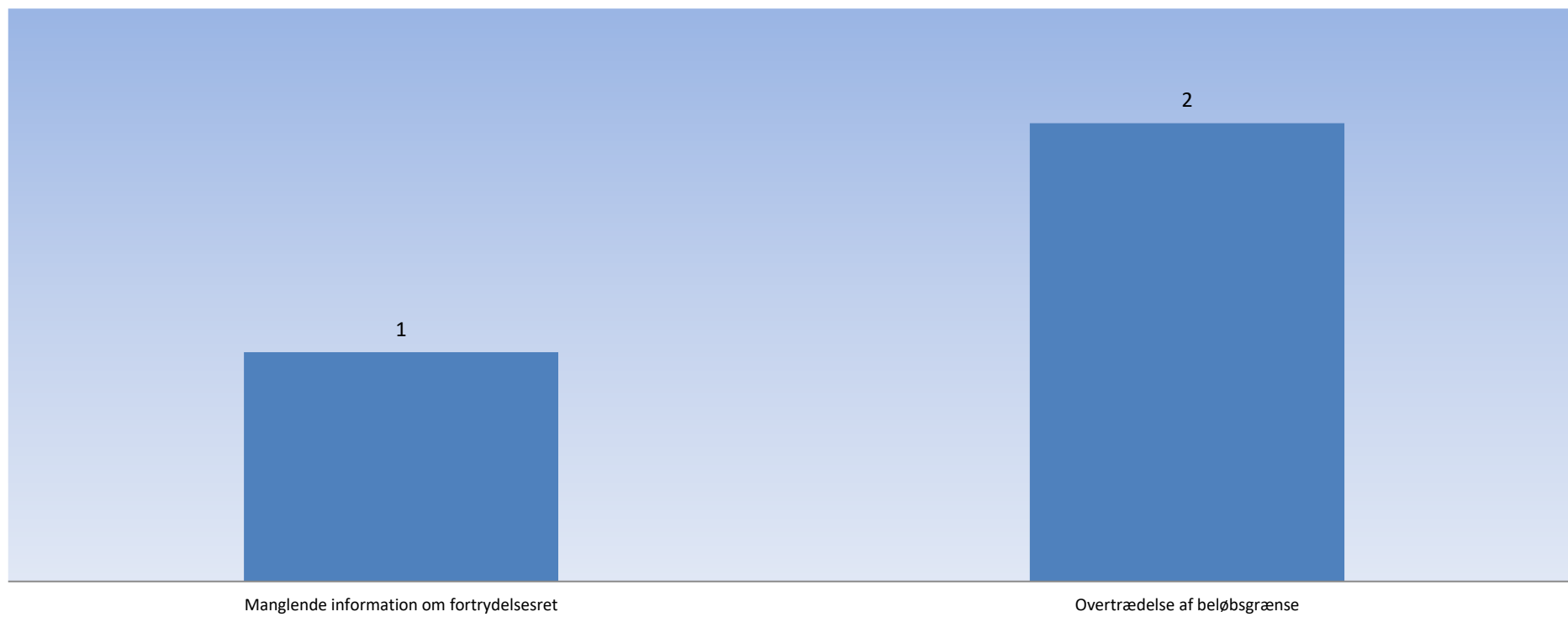
Type af fundne overtrædelser	3. kvartal 2015	2. kvartal 2015	1. kvartal 2015	4. kvartal 2014
SAMLET¹				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	0	0
Manglende information om trafiktakst	0	0	0	0
Manglende information om fortrydelsesret	1	0	1	0
Manglende information på varigt medium (ved abon./chat)	0	0	0	0
Prisen er ikke angivet i samme skriftstørrelse som shortcoden	0	0	0	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	0	2	0	1
Antal mindre overtrædelser	1	2	1	1
Overtrædelse af beløbsgrænse	2	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	0	0	0
Antal væsentlige overtrædelser	2	0	0	0
Total	3	2	1	1

¹ Indeholder kun overtrædelser i planlagte tests (altså ikke gentests)

Typer af overtrædelser for perioden 1. juli - 30. september 2015



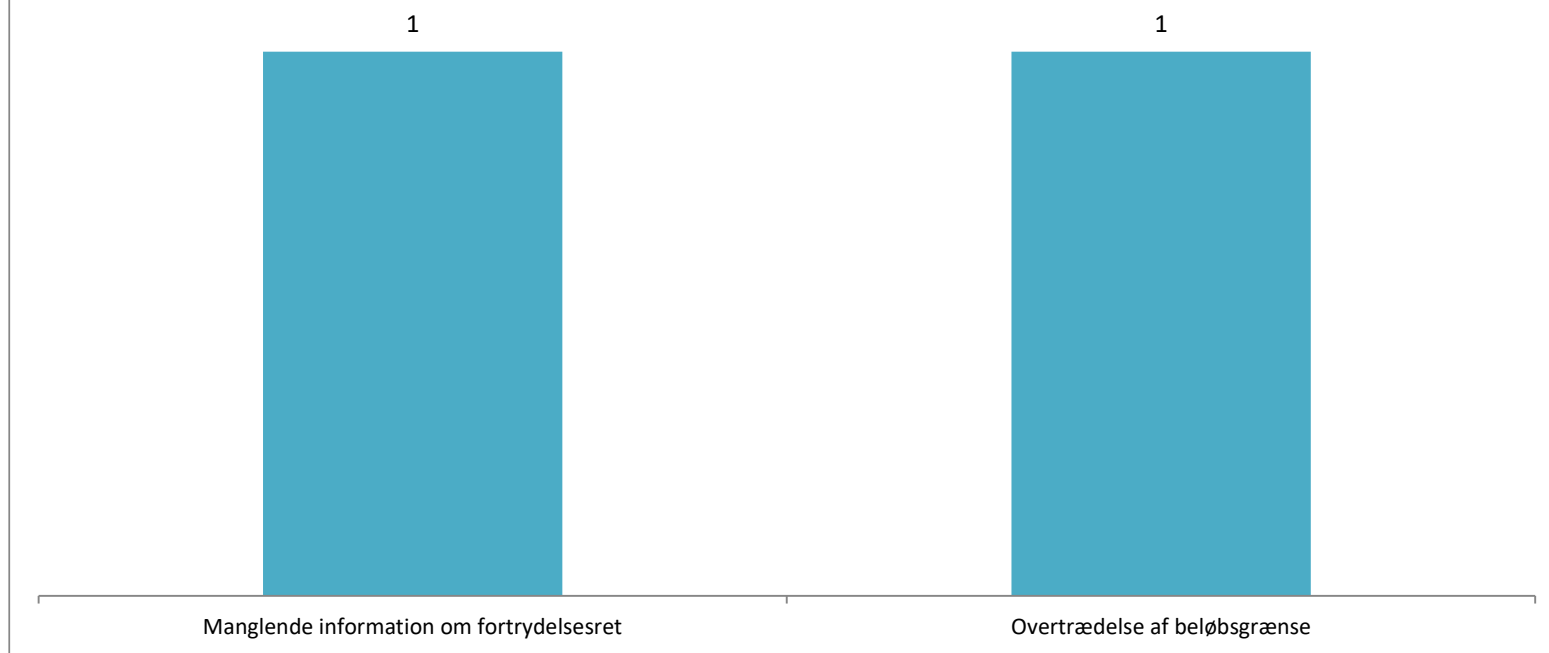
Fordeling af overtrædelser



Type af fundne overtrædelser	3. kvartal 2015	2. kvartal 2015	1. kvartal 2015	4. kvartal 2014
TRYKTE MEDIER				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	0	0
Manglende information om trafiktakst	0	0	0	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
Antal mindre overtrædelser	0	0	0	0
Overtrædelse af beløbsgrænse	1	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	0	0	0
Antal væsentlige overtrædelser	1	0	0	0
Total	1	0	0	0

Type af fundne overtrædelser	3. kvartal 2015	2. kvartal 2015	1. kvartal 2015	4. kvartal 2014
DIGITALE MEDIER				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	0	0
Manglende information om trafiktakst	0	0	0	0
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	0
Manglende information om afmeldingsprocedure (ved abon.)	0	2	0	1
Antal mindre overtrædelser	1	2	1	1
Overtrædelse af beløbsgrænse	1	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	0	0	0
Antal væsentlige overtrædelser	1	0	0	0
Total	2	2	1	1

Overtrædelser i digitale medier



Type af fundne overtrædelser	3. kvartal 2015	2. kvartal 2015	1. kvartal 2015	4. kvartal 2014
FLYGTIGE MEDIER				
Manglende information om navn & adresse på udbyder	0	0	0	0
Manglende information om trafiktakst	0	0	0	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
Antal mindre overtrædelser	0	0	0	0
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	0	0	0
Antal væsentlige overtrædelser	0	0	0	0
Total	0	0	0	0

Tjenestetype	3. kvartal 2015			2. kvartal 2015			1. kvartal 2015			4. kvartal 2014		
	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	49	2	4,1%	26		0,0%	48		0,0%	53		0,0%
Donation	37	1	2,7%	18		0,0%	18		0,0%	59		0,0%
Infotjeneste + abonnement	2		0,0%	38	2	5,3%	4		0,0%	9		0,0%
Infotjeneste ²	6		0,0%	8		0,0%	6		0,0%	5	1	20,0%
Konkurrence + abonnement	1		0,0%	4		0,0%	5		0,0%	4		0,0%
Bestilling af vare	4		0,0%	6		0,0%	3		0,0%			
Afstemning	1		0,0%	5		0,0%	5		0,0%			
App	1		0,0%	5		0,0%				2		0,0%
Indmeldelse/tilmelding	1		0,0%	3		0,0%						
Køb af diverse ³				3		0,0%	10	1	10,0%	1		0,0%
SMS/MMS/debatindlæg				2		0,0%	3		0,0%	1		0,0%
Køb af vare udenfor telefonen				1		0,0%	3		0,0%	2		0,0%
Underskriftindsamling				1		0,0%						
Donation/infotjeneste							1		0,0%	1		0,0%
Donation/konkurrence							5		0,0%	2		0,0%
Total	102	3	2,9%	120	2	1,7%	111	1	0,9%	139	1	0,7%

20 af de 102 gennemførte tests vedrører nultakserede tjenester. Ingen af de 20 nultakserede tests fejler, hvilket giver en fejlprocent på 0,0 % blandt de nultakserede tjenester.

² F.eks. koncert- og trafikinfo, vejrvarsling, medlemskab, indkøbsliste, horoskop

³ F.eks. køb af medlemskab/adgang til hjemmeside, køb af virtuelle mønter på hjemmeside

Markedsføringsmedium	3. kvartal 2015			2. kvartal 2015			1. kvartal 2015			4. kvartal 2014		
	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver	Testede	Fejl	% fejl af antal stikprøver
Trykte medier:	56	1	1,8%	32	0	0,0%	43	0	0,0%	39	0	0,0%
Blad	45	1	2,2%	21		0,0%	37		0,0%	29		0,0%
Outdoor	3		0,0%	4		0,0%	4		0,0%	2		0,0%
Flyer/brochure	6		0,0%	4		0,0%	2		0,0%	5		0,0%
Tilbudsavis	2		0,0%									
Emballage				3		0,0%				1		0,0%
Avis										2		0,0%
Digitale medier:	36	2	5,6%	85	2	2,4%	47	1	2,1%	95	1	1,1%
Hjemmeside	32	2	6,3%	81	2	2,5%	44	1	2,3%	93	1	1,1%
SMS	2		0,0%	4		0,0%	2		0,0%	1		0,0%
Nyhedsbrev	2		0,0%				1		0,0%			
Mail										1		0,0%
Flygtige medier:	10	0	0,0%	3	0	0,0%	21	0	0,0%	5	0	0,0%
TV	8		0,0%	1		0,0%	11		0,0%	4		0,0%
Radio	2		0,0%	1		0,0%	8		0,0%			
Biografreklame				1		0,0%						
Infoskærm							2		0,0%	1		0,0%
Total	102	3	2,9%	120	2	1,7%	111	1	0,9%	139	1	0,7%

Fejlprocent pr. markedsføringsmedium

