

Att köpa tjänster och surfa med mobiltelefon

- beskrivning av marknaden och råd till konsumenter



Att köpa tjänster och surfa med mobiltelefon

- beskrivning av marknaden och råd till konsumenter

Rapportnummer

PTS-ER-2010:8

Diarienummer

10-2270

ISSN

1650-9862

Författare

Arbetet har letts av en arbetsgrupp under ledning av Anna Lindgren, som tillsammans med Anna Montelius har författat rapporten. I arbetet har även Oscar Holmström, Fredrik Blomström, Johan Rydberg och Roland Svahn deltagit.

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Förord

Utbudet av tjänster för mobiltelefonen har på senare år ökat. Fler och fler konsumenter köper tjänster och surfar med sin mobiltelefon. De nya tjänsterna kan användas för både nytta och nöje. Förutom spel, ringsignaler och tjänster för socialt nätverkande ökar också användningen av tjänster hos företag och myndigheter. Konsumenter kan både köpa bussbiljetter och deklarerera via sin mobiltelefon.

Nya tjänster innebär också nya utmaningar. Många konsumenter blir överraskade av höga telefonräkningar för tjänster som de inte känner till att de beställt, eller där de inte varit medvetna om kostnaden. Tydligare regler och bättre information till konsumenterna är viktigt för att konsumenterna ska känna förtroende för denna nya marknad. Det är också viktigt att operatörerna tar ett större ansvar när det gäller tjänster som de fakturerar sina kunder för.

Med denna rapport vill PTS beskriva marknaden och ge råd till konsumenterna. Myndigheten vill också påpeka möjligheten att förtydliga regelverket.

Stockholm i mars 2010

Katarina Kämpe
Ställföreträdande generaldirektör

Innehåll

Förord	3
Sammanfattning	7
1 Inledning	9
1.1 Bakgrund	9
1.2 Syfte	9
1.3 Vad innefattas i begreppet att köpa tjänster och att surfa med mobiltelefonen?	10
1.4 Avgränsningar	10
1.5 Metod	10
1.6 Rapportens disposition - läsanvisning	10
2 Marknaden för tjänster till mobiltelefon	12
2.1 Marknaden för mobiltelefoni	12
2.1.1 <i>Marknaden för mobiltelefoni är stor och växer</i>	12
2.1.2 <i>Fler använder tjänster för mobiltelefonen</i>	13
2.2 Exempel på tjänster för mobiltelefon	16
2.2.1 <i>Betalteletjänster</i>	16
2.2.2 <i>Övriga SMS-baserade tjänster</i>	19
2.2.3 <i>Internet från mobilen</i>	19
2.2.4 <i>Positionsbaserade tjänster</i>	22
2.3 Aktörer på marknaden	23
2.4 Framtidens mobila betalningslösningar	23
2.4.1 <i>Mobil e-legitimation</i>	23
2.4.2 <i>Near field communication, NFC</i>	24
2.4.3 <i>Vissa mobila betalningar kan vara betaltjänster i EU-rättslig mening</i>	25
2.4.4 <i>Mobila betalningar med kontantkort kan vara elektroniska pengar</i>	25
3 Risker för konsumenter på marknaden för tjänster till mobiltelefonen	26
3.1 Betalteletjänster	27
3.1.1 <i>Konsumenten förstår inte att man beställt en tjänst eller en prenumeration</i>	27
3.1.2 <i>Konsumenttjänstlagen gäller inte för digitala tjänster</i>	28
3.1.3 <i>Olika uppfattningar om vad som gäller när barn ingår avtal</i>	28
3.1.4 <i>Svårt att säga upp prenumeration på tjänster</i>	29
3.1.5 <i>Svårigheter att invända mot debitering av betalteletjänster</i>	29
3.1.6 <i>Svårt att nå innehållsleverantören</i>	31
3.2 Internet via mobiltelefonen	31
3.2.1 <i>Svårt att få kontroll på kostnaden med krångliga prisplaner</i>	32
3.2.2 <i>Att surfa utomlands eller nära landets gränser kan bli dyrt</i>	32
3.3 Säkerhet och integritet	33
3.3.1 <i>Risken att tappa bort sin mobiltelefon</i>	33
3.3.2 <i>Säkerheten beror på hur man ansluter sig till Internet</i>	33
3.3.3 <i>Skadlig kod i mobiltelefonen – ökad risk för smarta mobiltelefoner</i>	34
3.3.4 <i>Användningen av bluetooth är populärt men innebär risker</i>	34

3.3.5	<i>Risker vid användning av sociala nätverk</i>	35
3.3.6	<i>Konsumenterna kartläggs</i>	36
3.3.7	<i>Positioneringstjänster innebär risker</i>	36
3.4	Företagsabonnemang begränsar möjligheten att använda tjänster som privatperson	36
4	Råd till konsumenter	37
4.1	Generella råd vid användning av tjänster för mobiltelefon	38
4.1.1	<i>Genom att använda kontantkort får du en ökad kontroll över kostnaderna</i>	38
4.1.2	<i>Använd spårrtjänster om du vill skydda dig mot oväntat höga kostnader</i>	38
4.1.3	<i>Ta i första hand hjälp av en konsumentvägledare vid en tvist</i>	38
4.2	Betalteletjänster	39
4.2.1	<i>Läs det finstilta för att undvika oönskade prenumerationstjänster och höga kostnader</i>	39
4.2.2	<i>Reklamera debiteringar som verkar oriktiga till innehållsleverantören och till operatören, kontakta ERB om problemet kvarstår</i>	40
4.2.3	<i>Kontakta operatören och ERB om du inte får tag på innehållsleverantören</i>	41
4.2.4	<i>Skicka SMS med STOPP för att avsluta en prenumeration</i>	41
4.3	Var medveten om kostnaderna när du surfar via mobiltelefonen	41
4.3.1	<i>Surfar du mycket, köp ett tilläggspaket med data för Internet via mobiltelefonen</i>	41
4.3.2	<i>Var särskilt medveten om kostnaderna när du surfar utomlands eller nära gränsen</i>	42
4.4	Tänk på säkerhet och din integritet	42
4.4.1	<i>Förvara mobiltelefonen säkert, aktivera PIN-koden och gör säkerhetskopior</i>	43
4.4.2	<i>Se din mobiltelefon som en dator – var försiktig med vad du öppnar och laddar ner</i>	43
4.4.3	<i>Om du hanterar känslig information – se till att din kommunikation är säker</i>	44
4.4.4	<i>Var aktsam vid anslutning via publika lokala nätverk, s.k. hotspots</i>	44
4.4.5	<i>Var aktsam vid användningen av Bluetooth</i>	44
4.4.6	<i>Köp endast tjänster eller program från kända leverantörer</i>	45
4.4.7	<i>Tänk på att operatören kan överföra uppgifter om dig till innehållsleverantören</i>	45
4.4.8	<i>När du använder sociala nätverk – tänk på din egen och dina vänners integritet och kontrollera användarvillkor och säkerhetsinställningar noga</i>	46
4.4.9	<i>Positioneringstjänster</i>	47
5	Slutsatser	48
5.1	Nya tjänster - nya risker för konsumenter	49
5.2	Behov av information och råd till konsumenterna kring avtalsingående och integritet	49
5.3	Det är viktigt med effektiva egenåtgärder från branschen	49
5.4	Regeringen behöver utreda konsumenternas situation på marknaden för betalteletjänster	50
5.4.1	<i>Oklart vilka regler som gäller vid köp av mobila tjänster</i>	50

5.4.2	<i>Regler i förändring</i>	50
5.4.3	<i>PTS föreslår att regeringen tillsätter en särskild utredning</i>	51
5.5	Vad kan myndigheterna göra?	51
5.5.1	<i>PTS publicerar råd samt fortsätter att följa utvecklingen på marknaden</i>	51
5.5.2	<i>PTS kommer att följa upp förslag angående lagändring i LEK</i>	51
5.5.3	<i>Konsumentverket – tillsyn över marknadsrättslig lagstiftning</i>	52
5.6	Vad kan operatörerna göra?	52
5.6.1	<i>Operatörerna bör ta ett större ansvar för betalteletjänster</i>	52
5.6.2	<i>Specifika krav kring hantering av personuppgifter</i>	53
5.6.3	<i>Avstängning av oseriösa innehållsleverantörer – en tydligare uppföljning av MORGANs regler behövs</i>	53
5.6.4	<i>Krav på en fungerande klagomålshantering hos innehållsleverantören – förtydligande av ERB:s regler</i>	53
5.7	Vad kan andra aktörer göra?	54
5.7.1	<i>Informations-satsningar av konsumentvägledare</i>	54
	Litteratur	56
	Bilaga 1	60
	Förklaringar till använda begrepp och förkortningar	60
	Bilaga 2	62
	Lista över intervjuade aktörer	62
	Bilaga 3	64
	Aktörer på marknaden	64

Sammanfattning

Sedan PTS senast rapporterade kring marknaden för tjänster för mobiltelefon (2005) har utbudet och användningen av tjänster för mobiltelefonen ökat, bland annat har marknaden för nyttotjänster vuxit, liksom marknaden för mobila applikationer. Också antalet anmälda konsumentproblem har ökat.

PTS har granskat marknaden och tagit fram denna rapport om tjänster för mobiltelefon. De tjänster som behandlas i rapporten är främst olika typer av betalteletjänster, t.ex. ringsignaler och SMS-biljetter samt användning av Internet via mobilen. Rapporten innehåller en beskrivning av marknaden för tjänster till mobiltelefon, redogör för de vanligaste problemen konsumenterna möter på området samt ger råd till konsumenterna som köper tjänster och surfar med mobilen. Råden gäller både avtalsingående och frågor om datasäkerhet och integritet vid användning av tjänster för mobiltelefon. Dessa råd kommer att publiceras på PTS webbplats.

PTS drar slutsatsen att operatörerna bör ta ett större ansvar för information och stöd till konsumenterna som mött problem vid köp av betalteletjänster. Myndigheten anser också att det finns skäl för regeringen att särskilt utreda konsumenternas situation och operatörernas ansvar på denna marknad, då dagens regler är otydliga om vad som gäller, vilket skapar en osäker situation för konsumenterna.

Det vanligaste konsumentproblemet vid köp av betalteletjänster är att konsumenterna krävs på betalning för tjänster eller prenumerationer som de inte tycker sig ha beställt. Detta beror ofta på otydlig information i beställningssituationen men också på bristande kunskaper hos konsumenterna om hur avtal kan ingås via mobiltelefon eller via Internet.

Konsumenternas situation kompliceras av att avtal ingås med en part, innehållsleverantören, men att betalning ska ske till en annan part, mobiloperatören. Det är oklart vilket ansvar mobiloperatörerna ska ta, t.ex. vid invändningar om oriktiga debiteringar. Dessutom är det ofta mycket svårt att få tag på innehållsleverantören. Det förekommer också att operatörer hotar att stänga av konsumentens mobilabonnemang om denne inte betalar mobilräkningen i sin helhet, trots att det enligt Marknadsdomstolen inte är tillåtet att stänga av en konsumentens abonnemang till följd av en obetald innehållstjänst.

När det gäller användning av Internet via mobiltelefon rör konsumentproblemen främst svårigheter att få kontroll på kostnaderna p.g.a. krångliga prisplaner och höga priser, särskilt vid mobilsurfning utomlands.

1 Inledning

1.1 Bakgrund

PTS har under åren 2004 och 2005 på uppdrag av regeringen rapporterat kring framväxten av marknaden för tjänster för mobiltelefonen (PTS-ER-2004:31, 2005:8 och 2005:37). Eftersom marknaden förändras snabbt och konsumenter nu kan ta del av allt fler tjänster finns det anledning att göra en uppföljning på området.

I PTS strategiska agenda för 2010 lyfts trenden ”Mobilen används för fler tjänster” fram som en viktig trend (PTS-ER-2009:27). PTS har fått ett antal förfrågningar kring otillbörlig marknadsföring och avtalsbindning när det gäller tjänster för mobiltelefonen. Media har också under året rapporterat om konsumenter som känt sig lurade in i avtal och prenumerationer och som varit tvungna att betala höga räkningar för oönskade tjänster.

Även Konsumentverket (KOV) har under 2009 fått in en mängd anmälningar från framförallt ungdomar mot företag som marknadsför olika typer av tjänster för mobiltelefoner. Kategorin telekom är en av de kategorier som flest konsumenter klagat på under året, just p.g.a. den typ av tjänster som berörs i denna rapport. KOV uppmanar konsumenterna att ställa krav på operatörerna, och menar att operatörerna har ett ansvar för obeställda och oönskade mobiltjänster, då de tar betalt för tjänsterna. (se pressmeddelande KOV, 28 december, 2009).

För konsumenten finns det behov av råd vid köp av tjänster och Internetanvändning via mobiltelefon. I dagsläget finns det inte någon samlad information på området.

1.2 Syfte

Syftet med denna rapport är att göra en beskrivning av marknaden för tjänster för mobiltelefonen, identifiera de problem som finns för konsumenten samt att ta fram råd för konsumenter om vad de ska tänka på när de köper tjänster och surfar med mobiltelefonen. Vidare syftar rapporten till att utreda om det finns behov av ytterligare åtgärder för att stärka konsumenterna på marknaden för tjänster till mobiltelefoner.

Rapporten är ett led i PTS arbete att säkerställa en långsiktig konsumentnytta.

1.3 Vad innefattas i begreppet att köpa tjänster och att surfa med mobiltelefonen?

Med begreppet tjänster för mobiltelefonen avses i denna rapport sådana tjänster som konsumenterna kan använda sin mobiltelefon för, förutom att ringa och att skicka meddelanden via SMS och MMS. I tjänster för mobiltelefonen innefattas s.k. betalteletjänster (kallas även premiumtjänster och inbegriper främst tjänster baserade på s.k. premium-SMS, dels betalsamtal), andra SMS-baserade tjänster samt användning av Internet via mobiltelefonen. Dessutom inkluderas positionsbaserade tjänster.

I tidigare rapporter har PTS skrivit om innehållstjänster i mobila nät varvid myndigheten avsett ”tjänster som sänds via SMS, MMS eller wap/gprs (t.ex. mobil e-post) samt betalsamtal”. I denna definition innefattades även att ta emot data såsom en bild eller att sända data såsom ett MMS (PTS-ER-2005:8, 37). I årets rapport räknas sändande och mottagande av data i form av bilder eller MMS inte längre som en innehållstjänst. Även i PTS individundersökning fram t.o.m. 2008 räknades att sända eller ta emot en bild som en innehållstjänst. Det är också den absolut vanligaste ”tjänsten” som privatpersoner använt. Det kan därför vara svårt att använda tidigare statistik för jämförelser kring användning av s.k. mobila innehållstjänster.

1.4 Avgränsningar

Området för rapporten är brett och myndigheten har därför gjort följande avgränsningar.

Användning av tjänster via en dator som kopplas upp mot Internet med hjälp av mobiltelefonen, USB-modem eller motsvarande berörs inte i rapporten. Frågor som är relaterade till kapacitet och täckning i näten berörs inte heller.

1.5 Metod

Rapporten bygger på en litteraturstudie och 20 intervjuer. Företrädare för operatörer, myndigheter, tjänsteleverantörer samt leverantörs- och konsumentorganisationer har intervjuats, se bilaga 2.

Omvärldsbevakning har genomförts kontinuerligt under uppdraget. Även de underlag som PTS löpande producerar används i rapporten.

1.6 Rapportens disposition - läsanvisning

I kapitel ett, Inledning beskrivs bakgrund, mål och avgränsningar.

I kapitel två beskrivs marknaden för tjänster för mobiltelefonen. Här anges befintlig statistik kring marknadens storlek och vad som karakteriserar

marknaden samt den förväntan om tillväxt på marknaden som tillgängliga prognoser ger. Vidare presenteras olika typer av tjänster för mobiltelefonen och vad som karakteriserar dessa olika typer av tjänster. Inom varje kategori anges exempel på tjänster.

Kapitel tre är ett av rapportens viktigaste avsnitt. Där sammanfattas de risker som konsumenterna möter vid användning av olika typer av tjänster.

I kapitel fyra ges råd till konsumenterna om vad de ska tänka på när de använder de olika tjänsterna, eller använder Internet via mobilen.

I kapitel fem, slutligen, drar PTS slutsatser kring det som framkommit under arbetet med rapporten, områden där det finns behov av förtydliganden, och vad olika aktörer, inklusive myndigheten själv, kan göra för att främja utvecklingen på marknaden.

Det finns tre bilagor till rapporten. I bilaga 1 presenteras begrepp och förkortningar som används i rapporten. I bilaga 2 finns en lista över de aktörer som intervjuats. Bilaga 3 innehåller en beskrivning av de viktigaste aktörerna på marknaden och kort om deras roller.

2 Marknaden för tjänster till mobiltelefon

Sammanfattning

- Marknaden för mobiltelefoni är stor och växer.
- Många använder tjänster för mobiltelefon, exempelvis har 18 procent av svenskarna surfat med mobilen. Användningen kommer troligen att öka.
- Nyttotjänster såsom SMS-biljetter och att skicka och läsa e-post via mobilen blir allt vanligare.
- Avancerade, s.k. smarta mobiltelefoner möjliggör nya tjänster.
- Stor tillväxt på marknaden för mobila applikationer.
- Företagsmarknaden för tjänster som nyttjar mobiltelefonen har kommit igång.
- Betalningslösningar som utnyttjar SMS är stort och kommer troligen finnas kvar under en överskådlig framtid. Det är ännu osäkert hur framtidens mobila betalningslösningar kommer se ut
- En beskrivning av aktörerna på marknaden återfinns i bilaga 3.

Vad gäller den framväxande marknaden av tjänster för mobiltelefonen skiljer sig uppfattningen mellan olika personer PTS intervjuat. Vissa hävdar att vi är väldigt traditionella och till allra största delen använder mobilen till att ringa och skicka SMS. Andra hävdar att det tack vare de nya smarta mobiltelefonernas intåg skett en stor förändring på marknaden, inte minst under 2009. En av anledningarna till att marknaden äntligen tagit fart, menar många, är att det nu finns tjänster som erbjuder både kundnytta och är användarvänliga.

2.1 Marknaden för mobiltelefoni

2.1.1 Marknaden för mobiltelefoni är stor och växer

Både antalet abonnemang och mobiltelefonpenetrationen i Sverige ökar. Antalet aktiva abonnemang och kontantkort var i slutet av juni över 11,2 miljoner, vilket är 2,5 miljoner fler än vid slutet av 2004. Mobilpenetrationen är

97 procent (PTS-ER-2009:28). Även bland barn och ungdomar under 16 år ökar användningen av mobiltelefoni. Allt fler kunder använder abonnemangsavtal snarare än kontantkort. Arbetsgivaren betalar fortfarande för privat användande av mobilabonnemang, men det är inte lika vanligt som tidigare. 2009 fick fyra procent av hushållen sina privata mobilsamtal betalda av arbetsgivaren.

Konsumenternas användning av elektronik blir alltmer mobil. Det har under senare år skett en explosionsartad ökning av mängden datatrafik i mobilnäten till följd av lanseringen av mobilt bredband. PTS uppskattar att mer än 95 procent av datatrafiken i de mobila näten genereras av abonnemang för mobilt bredband medan endast ca 5 procent kommer från handburna terminaler såsom smarta mobiltelefoner.

Mobiltelefonen blir en tekniskt alltmer avancerad produkt som de flesta människor ständigt bär med sig. Detta i kombination med utvecklingen av exempelvis sociala nätverk – man vill ständigt vara uppkopplad och tillgänglig – och nätutbyggnaden (3G och 4G) gör mobiltelefonen till en bra plattform för olika typer av tjänster. Den snabba utvecklingen av informations- och kommunikationssamhället, speciellt mobiltelefonen och Internet har enligt Enisa (European Network and Information Security Agency), ”förändrat sättet på vilket människor interagerar med varandra och med omgivningen” (Online as soon as it happens, 2010).

2.1.2 Fler använder tjänster för mobiltelefonen

Då PTS senast rapporterade om marknaden för mobila innehållstjänster uppskattades omsättningen till runt 320 mkr (PTS-ER-2005:8). För 2009 är motsvarande siffra drygt det tredubbla. Enligt teleoperatörerna har marknaden växt med runt 10-12 procent sedan år 2000. Detta bekräftas även av branschorganisationen MORGAN (se vidare om MORGAN i Bilaga 32.4).

Omkring 18 procent av svenskarna ansluter sig till Internet via mobiltelefonen (Svenskarna och Internet, 2009). Användningen har legat konstant de sista två åren.

Nyttotjänster har blivit vanligare – framförallt SMS-biljetter

Olika typer av SMS-baserade tjänster för mobiltelefon blir allt vanligare. År 2005 rapporterade PTS att användarna sedan lång tid efterfrågat nyttotjänster för mobiltelefonen, men att branschen främst erbjöd nöjestjänster (PTS-ER-2005:8). I rapporten nämns att ringsignaler, bakgrundbilder och spel stod för 80 procent av marknaden. Idag bedöms motsvarande siffra vara runt 50 procent. 2009 finns många tjänster för privatpersoner, både i nytto- och i

nöjessegmentet. Just försäljningen av SMS-biljetter har tagit fart i Sverige och lokaltrafikbolag står för en stor del av de betalteletjänster som levereras. Utvecklingen i Sverige verkar ha gått snabbare än i många andra länder. Var femte svensk (22 procent) som använder mobiltelefonen för privat bruk har köpt biljetter via mobiltelefonen det senaste halvåret. 16 procent har använt tjänster för socialt utbyte, t.ex. chatt eller sociala nätverk via mobiltelefonen. Omkring var tionde (12 procent) har lyssnat på musik via nätet i mobilen, (PTS-ER-2009:28). Man kan även konstatera att för dem som använder mobila tjänster har användningen av framförallt e-post i mobilen nästan dubblats mellan 2008 och 2009 (35 procent av dem som använder Internet från mobiltelefonen har läst eller skickat e-post). Också TV-tittandet och deltagandet i sociala nätverk via mobiltelefonen har dubblats, även om det fortfarande är ganska få som utnyttjar dessa tjänster (Svenskarna och Internet, 2009).

Användningen av tjänster från mobiltelefonen kommer troligen att öka. Man kan också konstatera att det är vanligare för yngre än för äldre att använda tjänster från mobiltelefonen (PTS-ER-2009:28). Man kan göra antagandet att dessa yngre kommer ta med sig sina vanor också till arbetslivet och att marknaden för tjänster för mobiltelefonen därmed kommer att fortsätta att öka i storlek. Även Enisa menar, på en europeisk nivå, att ”mobiliteten, bättre minneskapacitet och den tekniska utvecklingen, vilket medför att vi alltid har möjlighet att vara uppkopplade” tyder på att mobilen kommer att användas för ett ökat antal tjänster i människans vardag framöver (2010).

Andra undersökningar visar att det främst är yngre och medelålders män (16-45 år) som surfar via mobilen. Många av dessa har troligen sina abonnemang betalda av arbetsgivaren, resonerar Olle Findahl i Svenskarna och Internet (2009). Den slutsats Web Service Award (Men var är brudarna? En studie om användandet av mobilsajter, 2009) drar av den ojämna könsfördelningen, som även de konstaterar (81 procent av dem som surfade på fem utvalda mobilanpassade sajter var män) är att dessa grupper ”troligen är mer teknikintresserade och mer öppna för att testa nya metoder för att nå information”.

Avancerade s.k. smarta mobiltelefoner möjliggör nya tjänster

Nya, mer avancerade mobiltelefoner med större färgskärmar och tangentbord gör det lättare att surfa via mobilen och använda nya typer av tjänster. Det viktigaste är inte längre att telefonen är så liten som möjligt. Fler och fler användare efterfrågar s.k. smarta mobiltelefoner. En smart mobiltelefon är en avancerad telefon som i princip är en minidator med ett SIM-kort. Precis som en dator kan en smart mobiltelefon enkelt kompletteras med nya program från

olika leverantörer. Telefonerna har också oftast möjlighet att kopplas upp till ett trådlöst datanätverk (se vidare 2.2.3).

Viktigt för användare av smarta mobiltelefoner är att kunna använda program från tredje part, skriva med ett riktigt tangentbord och enkelt läsa e-post. Flera undersökningar visar att de som använder smarta mobiltelefoner surfar mer och använder fler mobiltjänster (såsom e-post, musik och spel) än andra användare (Web Service Awards, 2009, Morgan & Stanley, 2009). De flesta telefontillverkare satsar inom detta marknadssegment som också ger betydligt större intäkter än andra telefoner.

Fler ansluter sig till sociala nätverk via mobilen, s.k. MSN (mobile social network)

De sociala nätverken är ett relativt nytt fenomen och det finns idag 830 miljoner användare världen över. Tre fjärdedelar av alla Internetanvändare i Europa är medlemmar i ett socialt nätverk. Då sociala nätverk blir mer populära växer också viljan att använda dem via mobilen. De nätverk som är mest populära generellt är också mest populära bland dem som surfar via mobilen. Anledningen till detta är främst omedelbarheten (man får veta vad ens vänner gör direkt), intimiteten (då varje ögonblick kan "läggas ut" så snart det har upplevts) och positioneringsaspekten (att få reda på om några av ens vänner är i närheten).

Enligt en rapport från Pyramid Research kommer antalet anslutna till ett mobilt socialt nätverk i Europa öka från 52 miljoner 2009 till 112 miljoner under 2010 (Cellular News, 28 januari, 2010). Enisa uppskattar motsvarande siffra till 134 miljoner under 2012, vilket är en femtedel av alla mobilanvändare i Europa (Morgan & Stanley, 2009, Enisa, 2010).

Anslutningen till vissa sociala nätverk, liksom möjligheten att använda positionsbaserade tjänster medföljer vid köp av vissa mobiltelefoner genom avtal mellan det sociala nätverket och mobiloperatören. Här får användaren ofta möjlighet att synkronisera exempelvis telefonens kontaktlista med vännerna på det sociala nätverket. Man tillåts ofta även se var ens "vänner" befinner sig på en karta i telefonen. I andra fall laddar användaren själv ned en applikation för att komma åt det sociala nätverket via mobilen (Enisa, 2010).

Explosionsartad ökning av marknaden för mobila applikationer

Apples App Store lanserades under 2008 och har redan passerat 3 miljarder nedladdningar av mobila applikationer (program för smarta mobiler, se vidare under 2.2.3). Analysföretaget Gartner räknar med att marknaden för mobila applikationer kommer att öka från 4,2 miljarder dollar 2009 till 6,2 miljarder

dollar under 2010. Enligt Gartner kommer uppskattningsvis 4,5 miljarder nedladdningar göras under 2010, varav drygt 80 procent kommer att vara gratis för konsumenten (pressmeddelande, Gartner, 18 januari 2010, Dagens Nyheter, 18 januari, 2010).

Flera andra aktörer satsar på liknande upplägg, här kan nämnas Blackberrys App World, Googles Android market, Nokias Ovi store, Sony Ericssons Play Now arena och Symbians Symbian Horizon. Ovi innehåller exempelvis spel, video, effektivitetshjälpmedel och positioneringstjänster. Till Iphone finns över 100 000 program tillgängliga och till Androidtelefonerna finns över 20 000 program (se vidare kring telefoner och operativsystem i bilaga tre under telefontillverkare).

Företagsmarknaden för mobila tjänster har kommit igång

2005 noterade PTS att företagsmarknaden för mobila innehållstjänster befinner sig i en ”moment 22”-situation där operatörer och tjänsteutvecklare inte utvecklar företagstjänster förrän det finns en marknad, och företagen i sin tur väntar på tjänster som kan effektivisera verksamheten (PTS-ER-2005:8). År 2009 verkar denna marknad ha kommit igång. Många företag och organisationer utvecklar idag lösningar där ett mobilt gränssnitt finns som komplement till ett befintligt system, till exempel för överföring av information till personal på fältet, eller som en kanal för kundvård. Många företag är också medvetna om att ett sätt att attrahera duktig personal är att erbjuda dem möjlighet att använda moderna IT-verktyg, inklusive mobila lösningar, i arbetet.

2.2 Exempel på tjänster för mobiltelefon

Det har under senare år utvecklats en mängd nya tjänster för mobiltelefoner, både för nytta och för nöje. Vissa tjänster betalar konsumenten för, medan andra tillhandahålls kostnadsfritt. Nedan följer en redogörelse enligt följande indelning:

- Betalteletjänster
- Övriga SMS-baserade tjänster
- Internet via mobilen
- Positionsbaserade tjänster

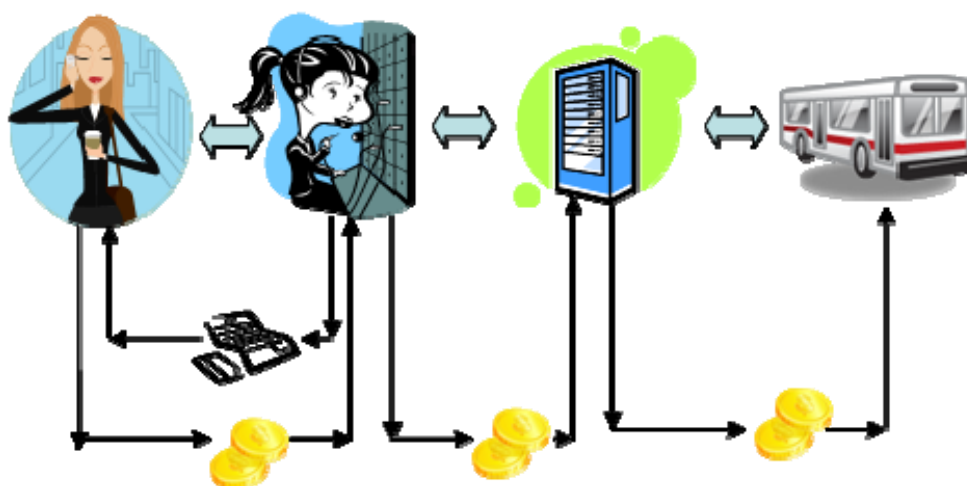
2.2.1 Betalteletjänster

Betalteletjänster kallas även premiumtjänster, och är tjänster som kostar mer än vanlig trafik och används för att betala för en vara eller en tjänst. Begreppet innefattar främst premium-SMS och betalsamtal.

Premium-SMS

Så kallade premium-SMS är en betalningslösning som används för betalning av mindre belopp, s.k. mikrobetalningar. Premium-SMS används normalt för betalning av produkter från en tredje part (innehållsleverantör). Det finns ofta ytterligare ett led mellan operatören och innehållsleverantören, aggregatören, se vidare Bilaga 31.2.

Konsument Operatör Aggregatör Innehållslev.



Figur 1: Aktörer som medverkar då kunden köper en SMS-baserad betaltjänst från mobilen. Innehållsleverantören säljer en tjänst till konsumenten, ofta med hjälp av aggregatören. Betalningen krävs in av operatören och förmedlas vidare till aggregatören och innehållsleverantören.

Ofta används premium-SMS för betalning av digitala produkter, till exempel ringsignaler eller spel som levereras direkt till mobiltelefonen, men betalningsmodellen kan också användas för betalning av tjänster som inte är digitala, till exempel bussresor eller parkering eller för att köpa varor, t.ex. kläder. Premium-SMS används också för att delta i tävlingar eller omröstningar i TV-program eller för att skänka pengar till välgörande ändamål.

Konsumenten beställer vanligen tjänsten genom att skicka ett SMS till ett femsiffrigt kortnummer (enligt formatet 72 XXX). Ett premium-SMS kostar mer än ett vanligt SMS. Betalning sker i efterhand via mobiltelefonräkningen

från mobiloperatören, eller dras direkt från kontantkortet. Det förekommer också en modell där konsumenten får betala per mottaget SMS.

På senare år har det blivit vanligare med prenumerationer på SMS-tjänster. Det går att prenumerera på exempelvis ringsignaler, nyheter, frågesporter, eller varningar för till exempel halka eller hård vind. Enligt branschorganisationen MORGANS (se Bilaga 32.4) branschregler, ”Code of Conduct” får det sammanlagda beloppet för en prenumerationstjänst vara högst 1 200 kr, vilket innebär att då kostnaden för tjänsten uppgår till detta belopp ska tjänsten stängas av och kunden måste beställa den på nytt för att den ska återupptas.

Fördelen med SMS-baserade betalningslösningar är att de fungerar oberoende av telefon, operativsystem och nät.

Ett exempel på en betalteletjänst som många använder är köp av biljett på lokaltrafiken via ett SMS. För en enkelbiljett med Storstockholms Lokaltrafik (SL) skickar man ett SMS till ett bestämt nummer. Biljetten faktureras sedan via kundens mobilfaktura. Detta är en smidig lösning för SL, då de helt slipper kontanthantering. Även Västtrafik och flera andra lokaltrafikbolag har liknande tjänster. Vid köp av tågbiljett hos SJ får konsumenten en giltig mobilbiljett via SMS, som tillsammans med giltig ID-handling utgör färdbevis.

Intressant att notera är att en SMS-biljett löser både den digitala biljettfunktionen i form av ett SMS (som man kan visa föraren) samt själva betalningslösningen och är därmed ett fullständigt alternativ till de klassiska automaterna. Detta erbjuder varken alternativa kontant- eller kortbetalningar (Isaksson och Hinze, 2009).

Webbtjänster

Konsumenten kan också, direkt via operatörens portal eller en webbplats beställa exempelvis en låt, och efter bekräftelse från konsumenten, faktureras denne via mobilräkningen eller kontantkortet på samma sätt som ovan. För dyrare tjänster (över 50 kr) och för prenumerationer ska tjänsteleverantören bekräfta beställningen med ett SMS, enligt MORGANS regler.

Betalsamtal

Betalsamtal är samtal till särskilda nummerserier (börjar oftast på 0900-, 0939-, 0944-, 099-). Betalsamtal har förhöjd taxa och debiteras på konsumentens teleräkning eller kontantkort. Exempel på tjänster är väderinformation, spådomar, horoskop och erotiska tjänster. Betalsamtal kan liksom SMS-baserade betalteletjänster användas för att rösta eller tävla i TV-program eller för att skänka pengar till välgörande ändamål. Det finns också spel på Internet

där man kan betala för virtuella speltillbehör med hjälp av betalsamtal. Betalsamtal kan ringas från både fast och mobil telefon.

2.2.2 Övriga SMS-baserade tjänster

Övriga SMS-baserade tjänster – påminnelsetjänster och tjänster för medborgaren

Det finns även SMS-baserade tjänster som inte har förhöjd taxa. Ett exempel är påminnelser via SMS för olika aktiviteter t.ex. tandläkarbesök. SMS-tjänster inrättas också för att underlätta för konsumenter att t.ex. checka in i förväg på flyget. I en undersökning som IBM gjort av 32 000 nätkonsumenter i USA, Storbritannien, Kanada, Kina, Indien och Brasilien framkom att 75 procent av de tillfrågade skulle vilja ha möjligheten att få SMS-meddelanden om var närmaste butik låg (PC för alla, 12 januari, 2010).

Vissa myndigheter använder SMS-baserade tjänster för att förbättra servicen till medborgarna. Exempelvis erbjuder Skatteverket möjlighet till deklaration via SMS. Enligt statistik deklarerade 15 procent av svenskarna via SMS år 2009. Det kan jämföras med 235 000 år 2005. Försäkringskassan erbjuder bland annat möjlighet att göra vissa anmälningar via SMS.

2.2.3 Internet från mobilen

När användaren kopplar upp sig mot Internet via mobilen sker detta vanligen ”indirekt” via mobiloperatörens nät och en gateway mot Internet. För vissa moderna, avancerade telefoner kan man även ansluta direkt via en access till ett lokalt nätverk, s.k. WLAN eller Wi-Fi (om telefonen möjliggör en sådan anslutning). I takt med utbyggnad av mobilnäten förbättras täckning och kapacitet vilket förbättrar möjligheterna att nå Internet från mobilen.

Det som begränsar användandet av Internet i mobiltelefonen är bland annat den ”lilla” skärmen, ett begränsat tangentbord och batteritiden. Prisrelaterade frågor kan också ha en hämmande effekt. Avancerade s.k. smarta mobiltelefoner underlättar men har också sina begränsningar.

Som konstaterats ovan uppger en knapp femtedel av svenskarna att de använder Internet via mobilen. Totalt är det ca åtta procent av svenskarna som söker upp nyheter, väder eller tidtabeller via mobilen, tre procent läser eller tar emot e-post och bara en av hundra ser videoklipp i sin mobiltelefon. Av dem som besöker Internet via mobilen fördelar sig besöken enligt nedanstående (Svenskarna och Internet, 2009):

- 42 procent söker upp nyheter, sport och väder
- 35 procent läser eller skickar e-post

- 20 procent kollar tidtabeller, adresser
- 7 procent ser på TV, videoklipp
- 9 procent besöker ett socialt nätverk (s.k. ”communities”)

De som levererar innehåll underlättar för mobilanvändarna genom att skapa mobilanpassade webbplatser. Det finns många sådana i Sverige t.ex. mobil.dn.se och mobil.sl.se. Undersökningar visar att besökarna tycker att designen av webbplatsen, informationsinnehållet och att sidan går snabbt att öppna/ladda är viktigast. Det som efterfrågas av besökarna är mer information än de får idag, exempelvis längre texter och mer bildmaterial (Web Service Awards, 2009).

Både internationella och svenska undersökningar tyder på att det i högre utsträckning är användare med s.k. smarta mobiltelefoner som surfar via mobilen och laddar ner innehåll (WSA, 2009, Morgan & Stanley, 2009).

Exempel på kategorier av webbplatser som anpassats för mobilanvändare:

- Nyheter och väder

Inom kategorin finns bl.a. mobilanpassade sajter från tidningar.

- Sök och hitta, inklusive resor och prisjämförelser

Exempelvis Hitta.se som automatiskt visar en karta när man söker kontaktuppgifter till en person. Man kan spara den sökta personen som ett visitkort direkt i adressboken. SL har gjort en mobilanpassad webbplats och framför allt reseplaneraren används av många från mobilen. Webbplatsen visar också störningsinformation och information om SMS-biljetter. Västtrafik har också en sida med reseplanerare och biljetter. Det finns ett antal webbplatser som ger information om restauranger i närheten av en given adress. Det finns även ett antal populära prisjämförelsesidor.

- Nöje och TV

Via SF Bio kan man se vilka filmer som går och boka biljetter till kommande föreställningar. Det finns också möjlighet att se trailers i mobilen. Det går däremot ännu inte att köpa biljetterna utan man måste hämta ut dem som vanligt. Youtube har ett stort utbud av filmklipp som är mobilanpassade och via SVT Play för mobilen kan man se i stort sett alla nyheter, sportsändningar, program och klipp som finns i SVT Play.

- Sociala nätverk

I Europa är Facebook det största eller näst största sociala nätverket i alla länder förutom Tyskland, Portugal och Ryssland. Över världen har Facebook 430

miljoner användare totalt, varav 65 miljoner besöker nätverket via mobilen. De som besöker nätverket via mobilen är också nästan 50 procent mer aktiva på nätverket än andra användare. Ett annat populärt socialt nätverk är mikrobloggen Twitter.

De vanligaste aktiviteterna för mobila användare av sociala nätverk är att skicka eller läsa meddelanden (56 procent), titta på bilder (43 procent), ladda upp bilder (31 procent) eller att "lägga till" vänner (24 procent) (Enisa, 2010, Morgan & Stanley, 2009).

Applikationer till smarta mobiltelefoner

Det finns idag en starkt växande marknad för applikationer (program) se ovan under avsnitt 2.1.2). Den mobila applikationsmarknaden domineras till stor del av Apple och deras App store. Det som är nytt är affärsmodellen där Apple kontrollerar hela ekosystemet och det vinstdelningsprogram som gör det enkelt och lönsamt för programutvecklaren att lägga ut en applikation och ta del av vinsten. När användaren surfar in på App Store och betalar för en applikation så betalar han eller hon direkt till Apple, via iTunes, utan att mobiloperatören är inblandad. De flesta applikationer är gratis, medan andra kostar en mindre summa (DN, 2010-02-07). Lönsamheten bygger på den stora mängd nedladdningar som görs världen över.

Applikationer för spel, sociala nätverk, resehantering, underhållning och böcker mest populära

Som exempel på applikationer kan nämnas spel, böcker, program för podsändningar av radio och TV samt applikationer för mobil anpassning av sociala nätverk och andra webbplatser. Enligt entreprenören Alan Warms (NY Times, 22 dec 2009) är applikationer för sociala nätverk, spel och resehantering mest populära. Applikationer för resehantering hjälper affärsresenärer att organisera sig och navigera under sina resor. Enligt Morgan & Stanley (2009) toppas listan av de populäraste applikationerna av nedladdningar av spel, underhållning och böcker.

Framöver menar Gartner (pressmeddelande, 2010) att mobil shopping och effektiviseringsapplikationer är växande områden. IDC (som tillhör IDG, Internet Data Group) pekar på motsvarande sätt ut shopping, MSN och applikationer för att skriva bloggar, liksom affärsapplikationer och e-post för företag som tillväxtområden de närmaste åren.

Svenska Malmö Aviation var det första flygbolaget i världen att erbjuda sina kunder en bokningsapplikation för mobiltelefon. Idag bokar 5 procent av deras kunder sina biljetter via den mobila webbplatsen (Internetworld, 13 oktober

2008). I december lanserade Swedbank, som första nordiska bank, en applikation för iPhone. Efter en månad har över 50 000 nedladdningar av applikationen gjorts och antalet inloggningar i Internetbanken har ökat med 500 procent sedan i oktober (pressmeddelande, Swedbank, 29 januari, 2010).

2.2.4 Positionsbaserade tjänster

En positionsbaserad tjänst bygger på information om var en person geografiskt befinner sig. En viktig tillämpning är att kunna positionera mobiltelefoner i samband med nödsamtal. Andra exempel är möjligheten att söka efter en närliggande butik, restaurang, bensinstation, biograf eller liknande.

Då alltfler smarta mobiltelefoner har inbyggd GPS-mottagare kan mycket precisa lokaliseringssuppgifter överföras från telefonen till tjänsteleverantören. Detta kräver normalt en aktiv handling från användarens sida.

Det finns också möjlighet att lokalisera användare som saknar GPS-mottagare i telefonen, och som inte aktivt skickar sin position. Då krävs i regel att uppgifter om positionen lämnas av operatören, som hela tiden vet ungefär var användaren befinner sig, med utgångspunkt från vilken basstation eller cell som mobiltelefonen för tillfället kommunicerar med och en bedömning av på vilket avstånd från basstationen mobiltelefonen befinner sig. Finns det inom området många basstationer, som i tätorter, blir positionen mer exakt.

Den viktigaste tillämpningen för ovanstående är att kunna tillgodose SOS Alarms behov av att kunna positionera mobiltelefoner i samband med nödsamtal. Gränssnittet bygger på en svensk standard som arbetades fram i samarbete mellan SOS Alarm och de svenska operatörerna. Efter lanseringen för nödsamtalsändamål år 2006 har operatörerna kommersialiserat funktionen och erbjuder nu denna som en tjänst till innehållsleverantörer. Positions-uppgifterna får inte lämnas ut utan att abonnenten gett sitt samtycke, något som abonnenten normalt lämnar i samband med godkännande av de allmänna villkoren vid avtalsingående. Mer information om dessa frågor finns i PTS rapport Användning av trafikuppgifter i mobila innehållstjänster, PTS-ER-2010:1.

De intervjuer som PTS gjort tyder på att användningen av positionsbaserade tjänster ännu inte riktigt tagit fart. Många menar dock att det finns en stor potential för denna typ av tjänster, inte minst med den senaste trenden kring förstärkt verklighet (s.k. augmented reality, se vidare i bilaga 1).

Exempel på positioneringstjänster

Ett exempel på en positioneringstjänst är Lociloci där kunden betalar en summa per vecka för att få positioneringsuppgifter på ett antal personer, ”vänner” i ens närhet. Dessa personers position visas på en karta och man kan se var de befinner sig i förhållande till en själv. (Det krävs att ens vänner själva är medlemmar för att man ska få se deras position).

Även Eniro har en positionsbaserad tjänst där man kan se ett sjökort på eniro.se och tjänsten finns även som applikation för iPhone. I Swedbanks nyligen lanserade iPhoneapplikation (se 2.2.3 ovan) finns en funktion där man med hjälp av telefonens GPS kan hitta närmaste bankkontor eller bankomat.

2.3 Aktörer på marknaden

Det finns företag som producerar, förmedlar och tar betalt för tjänster för mobiltelefonen, samt ett antal myndigheter och organisationer som också har en roll på denna marknad. En uppräknig av de viktigaste aktörerna och en beskrivning av deras funktion återfinns i rapportens bilaga 3.

Kännetecknande för marknaden för betalteletjänster är att tjänsterna betalas till mobiloperatören, men levereras av en tredje part, innehållsleverantören. Som en mellanhand mellan operatören och innehållsleverantören finns ofta en s.k. aggregatör. Aggregatören bistår innehållsleverantörerna med bland annat avtal och utskick av SMS.

Andra företag på marknaden är telefontillverkare och programutvecklare. Viktiga myndigheter och organisationer är bland annat Konsumentverket, PTS, och Allmänna reklamationsnämnden, ARN, samt MORGAN och ERB (Etiska Rådet för betalteletjänster).

2.4 Framtidens mobila betalningslösningar

Allting talar för att betalteletjänster och framför allt s.k. SMS-baserade betalningslösningar kommer att finnas kvar inom en överskådlig framtid. Dessa kommer med största säkerhet att kompletteras av andra lösningar. Hur dessa mobila betalningslösningar kommer att se ut eller vilken teknik de kommer att bygga på är ännu inte klart.

2.4.1 Mobil e-legitimation

En av de viktiga frågorna för trygga mobila betalningar av större belopp är identifiering av användaren. För betalteletjänster räcker det i princip att operatören har identifierat telefonnumret för att veta vilket abonnemang eller kontantkort som ska debiteras. Men det betyder inte att operatören har identifierat vem som är användare. Om det ska kunna utvecklas fler offentliga

tjänster såväl som betalningslösningar där användaren betalar på annat sätt än via sin operatör, t.ex. direkt från sitt bankkonto, måste det gå att identifiera användaren.

Finansiell ID-Teknik BID AB som driver BankID har tillsammans med Swedbank, Telia och Telenor under hösten 2009 i Sverige genomfört ett försök med BankID i mobilen. I princip går det till så att konsumenten använder mobilen istället för den traditionella bankdosan (som skapar säkerhetskoder) eller skrapkod (förteckning över engångslösenord) för att identifiera sig. Användaren behöver dock själv ange en PIN-kod vid varje identifierings-tillfälle. Försöket är avslutat, men kunderna får även fortsatt tillgång till tjänsten. Försökspersonerna har upplevt att tjänsten är bra men det finns en del inkörningsproblem innan man kan börja använda tjänsten, bl.a. måste man beställa ett nytt SIM-kort från sin operatör (som är utformat för att hysa den mobila e-legitimationen).

2.4.2 Near field communication, NFC

NFC går ut på att en person kan identifiera sig eller betala genom att hålla ett kort nära en trådlös kortläsare. NFC är en nära släkting till RFID, de trådlösa etiketterna. Många förespråkar att NFC ska byggas in i mobiltelefonen (Computer Sweden, 2008-09-13). Enligt Gartner kommer lösningar som bygger på NFC finnas runt 2012 inom handel, transport, identifiering och kundkort (Gartner, pressmeddelande, 18 november, 2009).

Enligt Enisa (2008) kan mindre avancerade lösningar (än ett nationellt ID-kort) som bygger på NFC lanseras närmare i tiden, såsom kundkort på flyget eller vissa myndighetstjänster. Vad gäller ett nationellt ID-kort som bygger på NFC-teknik i mobilen, påpekar Enisa att det ökar riskerna om både ID-kortet och kanske bank eller kreditkort finns på samma ställe. Enisa påpekar att en mobiltelefon kan användas för att verifiera en persons identitet men man bör inte lagra själva identiteten i telefonen eftersom mobilerna så ofta förkommer.

Tekniken NFC är mest spridd i Asien, men det finns också en försöks-verksamhet i Bordeaux i Frankrike. Det står med jämna mellanrum i media om lösningar baserade på denna teknik, med grundtanken att en person med hjälp av NFC-teknik kan använda mobilen som plånbok, istället för kreditkortet. Alternativt har konsumenten ett konto hos lokaltrafiken eller sin affär från vilket pengarna automatiskt dras. En mobiltelefon med NFC-kapacitet skulle bland annat kunna ersätta nycklar, busskort och boardingkort. En tanke skulle vara att ha alla kundkort till olika butiker direkt i mobilen. Både SL och Västtrafik har idag lösningar som bygger på NFC men då används s.k. smarta kort som inte är kopplade till mobiltelefonen.

De flesta PTS intervjuat har ändå uppfattningen att denna teknik kommer längre fram, kanske på fem års sikt. Det finns en osäkerhet om hur detta ska lösas tekniskt, på SIM-kortet eller i telefonen. Alla mobiltelefoner (alternativt alla SIM-kort) måste bytas ut för att det ska fungera (Computer Sweden, 27 april 2009).

Branschorganisationen NFC Forum jobbar med standarder inom området.

2.4.3 Vissa mobila betalningar kan vara betaltjänster i EU-rättslig mening

Betaltjänstdirektivet, 2007/64/EG skulle ha genomförts i svensk rätt senast den 1 november 2009, men arbetet är försenat och en svensk lag är ännu inte på plats. Betaltjänstdirektivet syftar till att skapa en inre marknad för betaltjänster inom EU. Direktivet tar sikte på banköverföringar, direktdebiteringar, betalningar med bank och kreditkort samt vissa betalningar med mobiltelefon. Detta innebär att mobiloperatörer som agerar som betalningsförmedlare i viss utsträckning kan behöva anpassa sin verksamhet till ny lagstiftning. Detta kan vara en faktor som spelar in på utvecklingen av marknaden för mobila betalningar.

2.4.4 Mobila betalningar med kontantkort kan vara elektroniska pengar

Om kontantkortet används för betalning av tjänster från en tredje part (t.ex. en innehållsleverantör) till vilken teleoperatören endast förmedlar betalningen kan kontantkortet anses omfattas av reglerna om elektroniska pengar.

År 2000 kom EU-direktivet om elektroniska pengar (2000/46/EC). Direktivet genomfördes i svensk rätt med lagen (2002:149) om elektroniska pengar. Vid direktivets tillkomst var betalning med mobiltelefon inte en aktuell fråga, vilket lett till osäkerhet om huruvida reglerna ska anses omfatta teleoperatörernas kontantkort eller inte. För närvarande pågår inom EU en översyn av direktivet om elektroniska pengar. Frågan om hur direktivets tillämpning på kontantkort ska bedömas är ännu inte löst, men reglerna om elektroniska pengar tillämpas idag inte på mobila betalningar i Sverige. Skulle direktivet anses tillämpligt på köp av varor eller tjänster via mobil med kontantkort kan det medföra krav på anpassning av teleoperatörernas verksamhet vilket kan påverka utvecklingen på marknaden för mobila betalningar.

3 Risker för konsumenter på marknaden för tjänster till mobiltelefonen

Sammanfattning

För betalteletjänster består de största riskerna i

- Otydlig information i samband med beställningen
- Bristande kunskap hos konsumenterna
- Svårighet att nå innehållsleverantören
- Svårighet att invända mot debiteringen då det är oklart vem man ska vända sig till, operatören eller innehållsleverantören
- Svårighet att avsluta en prenumeration
- Hot om avstängning

När det gäller Internet via mobilen är de flesta riskerna relaterade till svårigheter att förstå och tolka prisplanerna för Internetanvändning. Särskilda problem med oväntat höga kostnader förekommer då man surfar med mobilen utomlands.

I rapporten lyfts särskilt frågor kring risker med skadlig kod, användning av Bluetooth, integritet vid användandet av sociala nätverk, kartläggning av konsumenter och risker relaterade till positioneringstjänster fram.

Genom de intervjuer som PTS har genomfört inför denna rapport har myndigheten fått ökade kunskaper om konsumenternas användning av tjänster till mobiltelefoner. Det har också kommit fram uppgifter om ökande problem för konsumenterna på denna marknad. Detta kapitel innehåller en genomgång av de vanligaste risker konsumenter möter vid köp och användning av tjänster för mobiltelefonen.

3.1 Betalteletjänster

PTS individundersökning (PTS-ER-2009:28) innehåller uppgifter om användarnas problem med beställningstjänster för mobiltelefonen (betalteletjänster). Undersökningen visar att 3 av 10 inte har upplevt några problem vid användningen av tjänster som de beställt.

Undersökningen visar dock att 6 procent har upplevt problem. I den yngsta åldersgruppen (16-20 år) är det fler som har upplevt problem. Exempel är

- att 3 procent har fått tjänster utan att de visste att de beställt dem
- att 3 procent trott de beställt enstaka tjänster men fortsatt att få fler
- att 4 procent betalat för tjänster som de aldrig fick

3.1.1 Konsumenten förstår inte att man beställt en tjänst eller en prenumeration

Ett av de vanligaste problemen vid betalteletjänster är att konsumenter upplever att de blivit lurade in i en prenumeration på en tjänst. De har endast avsett att beställa en enstaka tjänst. Detta uppger konsumentvägledare, Konsumentverket, ERB och flera operatörer.

De intervjuade konsumentvägledarna samt Konsumentverket menar också att ett vanligt problem är att tjänsten debiterats trots att konsumenten uppfattat att den var gratis. Problemen har också flera gånger rapporterats i media. Vanliga tjänster där dessa problem rapporteras är IQ-test, speltjänster, tävlingar och tjänster som erbjuds via sociala nätverk, t.ex. Facebook.

Brister finns i informationen när man beställer en tjänst

En del av problemet kan vara att det finns brister, otydlighet eller bedräglighet när det gäller bland annat avtal och prisinformation när konsumenten beställer en tjänst. Viss information kan medvetet eller omedvetet döljas i delar av meddelanden som inte syns på en liten display om man inte scroller ned till slutet, enligt konsumentvägledarna. Också ERB uppger att information om kostnad och villkor ofta sitter ”långt från knappen”, vilket gör det otydligt vad som gäller när man beställer en tjänst.

Flera aktörer uppger att det finns oseriösa innehållsleverantörer som bland annat inte följer reglerna för marknadsföring. Enligt ERB är det ofta inte rena bedrägerier, utan många av problemen handlar om företag som agerar i gråzonen. Sådana mindre seriösa företag tas också upp som ett problem av flera aktörer, bland annat operatörer, då de sänker förtroendet för denna marknad.

Ibland förekommer klagomål hos konsumentvägledarna där konsumenter ställer sig helt frågande till hur debiteringen uppstått, t.ex. äldre som debiterats för en betaltjänst mitt i natten. Detta är svårt att hitta en förklaring till, kanske kan det vara att någon obehörig använt mobiltelefonen eller någon form av bedrägeri.

Bristande kunskap hos konsumenterna

På Internet förekommer många gratistjänster. Konsumentvägledarna uppfattar att vissa konsumenter därför tror att allt är gratis på nätet. De är då inte uppmärksamma på information om kostnader och villkor. Det finns också en allmänt utbredd ”informationsutmattning”, som gör att man inte läser villkoren ordentligt innan man klickar för att ladda ned tjänsten.

Ofta ”luras” konsumenten in i ett avtal genom ett test på Facebook, en pop-up-ruta eller en banner. Många konsumenter saknar enligt konsumentvägledarna kunskap om hur avtal kan ingås på Internet. En del konsumenter tror felaktigt att man måste skriva under någonting för att ingå avtal. De förstår inte att t.ex. angivande av en kod som man fått skickad till sin mobil kan innebära att man godkänner att betala för en tjänst.

3.1.2 Konsumenttjänstlagen gäller inte för digitala tjänster

Konsumenttjänstlagen (1985:716) skyddar konsumenter vid köp av tjänster. Lagen omfattar dock främst arbete på saker samt förvaring. Reglerna, som bland annat reglerar påföljder vid fel i tjänster, är därför inte direkt tillämpliga på digitala tjänster. Detta hindrar dock inte att lagen kan tillämpas analogt, i de delar där så är lämpligt. Det kan dock leda till en osäkerhet för konsumenter att behöva förlita sig på analog tillämpning av regler som framförallt är utformade med tanke på hantverkstjänster. Konsumenter av till exempel betalteletjänster (och Internettjänster) kan hamna i en utsatt position med anledning av denna brist på civilrättsligt skydd.

3.1.3 Olika uppfattningar om vad som gäller när barn ingår avtal

Konsumentverket anser att barns avtal om betalteletjänster är ogiltiga

Konsumentverket tar särskilt upp problemet med avtal som ingåtts av barn och ungdomar. Barn som disponerar en mobiltelefon kan ingå avtal om innehållstjänster och orsaka höga räkningar.

Omyndiga får inte ingå avtal annat än under vissa förutsättningar. Kreditavtal dvs. avtal där fakturering sker i efterhand, som ingåtts av personer under 18 år är alltid ogiltiga. Enligt Konsumentverket ska det räcka med att invända att

avtalet ingåtts av ett barn för att det ska ogiltigförklaras. Operatören ska då genast ta bort kostnaden från fakturan, men detta görs inte alltid.

Konsumentverket framhåller också att marknadsföring inte får riktas till barn, genom spel eller andra ”roliga” sidor.

Allmänna reklamationsnämnden anser att abonnenten har ansvar för all användning av telefonen

Allmänna reklamationsnämnden har avgjort flera ärenden där barn har ringt betalsamtal. Föräldrarna har invänt att de inte har godkänt barnens köp och att avtalen är ogiltiga. När betalsamtalen fakturerats av en teleoperatör har nämnden i flera fall ansett att abonnenten (föräldern) trots allt är betalningsskyldig för underårigas betalsamtal som levererats av tredje part. Med hänvisning till villkoren i abonnemangsavtalet har nämnden ansett att abonnenten har ansvar för all användning av telefonen (t.ex. ARN:s ärenden nr 2004:1485, 2004:0414).

I ärenden där konsumenten vänt sig direkt mot innehållsleverantören med invändning att avtal ingåtts av underårig har nämnden däremot inte ansett abonnenten betalningsskyldig för den underåriges avtal (t.ex. ARN:s ärenden nr 2005:2131, 2008:0037).

3.1.4 Svårt att säga upp prenumeration på tjänster

Enligt Konsumentverket och konsumentvägledarna är det vanligt att konsumenter har svårt att säga upp en prenumeration på innehållstjänster. Tjänsten fortsätter utan att man vet hur man ska stoppa prenumerationen.

3.1.5 Svårigheter att invända mot debitering av betalteletjänster

Oklart vem konsumenten ska reklamera till

Konsumenten köper betalteletjänster genom avtal med en innehållsleverantör. Tjänsten betalas inte direkt utan faktureras i efterhand, som en särskild post på telefonräkningen från teleoperatören. På räkningen benämns dessa tjänster ofta ”förmedlade tjänster”. Det faktum att betalteletjänster faktureras av operatören trots att avtalet ingås med en tredje part (innehållsleverantören) komplicerar förhållandet för den konsument som ifrågasätter debiteringen.

Många konsumenter vänder sig i en sådan situation till operatören som skickat räkningen. Operatörerna är dock ovilliga att ta emot reklamationer avseende innehållstjänster. De hänvisar konsumenten att reklamera direkt till innehållsleverantören.

Rättsläget när det gäller reklamation vid den här typen av avtal är oklart. Olika aktörer på marknaden gör olika bedömningar. Nedan redovisas olika synsätt kring reklamation vid avtal om betalteletjänster.

Konsumentverkets anser att operatören har ansvar enligt konsumentkreditlagen. Konsumentverket har på senare tid sett ett ökat antal klagomål vad gäller betalteletjänster. Verket har därför kontaktat mobiloperatörerna och framfört synpunkten att den vidarefakturering som operatörerna tillhandahåller faller under reglerna i konsumentkreditlagen (KKrL, 1992:830).

En tjänst som utförs mot uppskjuten betalning innebär en kredit. Genom att operatören fakturerar konsumenten för en tjänst som tillhandahållits av en tjänsteleverantör är operatören enligt lagens mening kreditgivare, anser Konsumentverket. Därmed ska konsumenten kunna göra samma invändning mot operatören som mot innehållsleverantören, bland annat med hänvisning till 16 § KKrL. Konsumentverket gick i december 2009 ut med ett pressmeddelande där konsumenter rekommenderas att reklamera till operatören i fall de har invändningar mot kravet från innehållsleverantören.

Teleoperatörerna anser inte att konsumentkreditlagen gäller – de ser sig som betalningsförmedlare

Enligt teleoperatörerna ingås ett avtal om en innehållstjänst mellan abonnenten och innehållsleverantören. Operatören hjälper innehållsleverantören med faktureringen och förmedlar betalningen till denne.

Eventuella invändningar mot debiteringen ska, enligt operatörernas uppfattning, göras direkt till innehållsleverantören. Operatörerna har som svar till Konsumentverket uppgivit att 16 § KKrL inte är tillämplig. Operatörerna menar att paragrafen behandlar situationen där en ny part tagit över en fordring för egen räkning eller då ett trepartsförhållande fanns redan vid avtalets ingående. För innehållstjänster är dessa kriterier inte uppfyllda (Skrivelse med anledning av KO ärende 2009/1205; Konsumentkreditlagens tillämplighet på betalningsförmedling av innehållstjänster).

Allmänna reklamationsnämndens praxis i närliggande fall

Allmänna reklamationsnämnden har ännu inte avgjort några ärenden när det gäller SMS-baserade tjänster. Se dock ovan, avsnitt 3.1.2 om nämndens bedömning av betalsamtal som ringts av barn.

Det finns även ärenden från ARN som rör Internettjänster som fakturerats direkt av innehållsleverantören. Konsumenten har gjort gällande att något avtal inte ingåtts. Nämnden har i sådana ärenden uttalat att konsumenten är ansvarig

för användningen av Internetuppkopplingen i enlighet med abonnemangsavtalet men för att han ska anses betalningsansvarig gentemot innehållsleverantören krävs också att han har ingått ett avtal med det företaget. Då utredningen i dessa ärenden inte visat att konsumenten har accepterat några avtalsvillkor och ingått avtal med det innehåll som påstås har nämnden ansett att innehållsleverantören ska avstå från sitt krav (ARN:s ärenden nr. 2002:2064, 2002:3683).

Sammantaget tycks de konsumenter som vänt sig mot sin teleoperatör inte ha haft framgång i nämnden, utan har bedömts som betalningsskyldiga med hänvisning till abonnemangsavtalet med operatören, medan de som vänt sig mot innehållsleverantören har fått rätt. Möjligen skulle nämnden göra en annan bedömning i fall som rör mobil betalning för en vara, eller för en tjänst som ligger tydligt utanför området som omfattas av telefonabonnemanget, t.ex. en tågresor.

Operatörer hotar att stänga av tjänsten

Det förekommer att operatörer hotar att stänga av abonnemanget om konsumenten inte betalar räkningen i dess helhet. Det är dock inte tillåtet för operatörer att tillämpa avtalsvillkor som låter dem stänga av tjänsten eller säga upp abonnemanget enbart för obetalda tredjepartstjänster. Ett sådant avtalsvillkor har bedömts som oskäligt och förbjudits av marknadsdomstolen (MD 1994:31).

3.1.6 Svårt att nå innehållsleverantören

Enligt föreskrifter från PTS krävs att innehållsleverantörens kontaktuppgifter finns i anslutning till den aktuella posten på teleräkningen. Dessvärre kan det ändå vara mycket svårt att få kontakt med innehållsleverantören. Enligt konsumentvägledarna har flera innehållsleverantörer korta öppettider eller överbelastning i kundtjänst eller så svarar leverantörerna inte i telefon alls. Företagen sitter ofta utomlands t.ex. i Tyskland eller Nederländerna, och kundtjänstpersonalen talar inte alltid svenska. Det är också mycket svårt att få rättelse i efterhand.

3.2 Internet via mobiltelefonen

När det gäller Internetanvändning från mobiltelefon är det största konsumentproblemet att kostnaderna blir oväntat höga. Detta gäller konsumenter som befinner sig i Sverige men i ännu större utsträckning de som mobilsurfar utomlands. Problem som berör integritet och säkerhet beskrivs nedan i 3.3.

3.2.1 Svårt att få kontroll på kostnaden med krångliga prisplaner

Dataöverföring via mobiltelefonen kan vara dyrt per nedladdad enhet. Många konsumenter vet inte hur mycket kapacitet som krävs för att gå in på en viss sida och hur stora olika typer av filer är. Mobilräkningen kan då bli en obehaglig överraskning.

De flesta operatörer erbjuder flera olika prispaket, beroende på hur mycket konsumenten surfar. Ofta betalar man en fast summa per månad i vilken nedladdning av en viss mängd data ingår. Går man över den avtalade mängden stryps hastigheten för nedladdning eller så blir det dyrare för konsumenten.

Det kan vara svårt att avgöra vilken typ av paketpris som passar bäst för ens behov. Det kan också vara svårt att jämföra priser, då olika operatörers prispaket har olika villkor.

3.2.2 Att surfa utomlands eller nära landets gränser kan bli dyrt

Både konsumentvägledare, myndigheter och operatörer har mottagit klagomål om kostnaden för mobilt surfande. Vanligen är det personer som surfat med mobilen utomlands eller i gränstrakter och som debiterats utlandstaxa. Utlandstaxan är väsentligt högre än den ordinarie nationella taxan. Ett klagomål som inkommit till PTS rör exempelvis en konsument som kopplat upp sig mot Internet för att se en hockeymatch under en vistelse i Norge. Debiteringen uppgick till cirka 114 000 kr.

Problemet är ofta att konsumenten inte känner till prisplanen för Internetanvändning utomlands. Ofta tror konsumenten att detta ingår i det avtalade prispaketet för trafik i Sverige. Ett annat problem är att konsumenter inte förstår vilka tjänster som kräver dataöverföring t.ex. att kontrollera e-posten eller att ladda ned kartor till en GPS. Det kan också vara svårt att stänga av tjänster som innebär datatrafik, t.ex. pushfunktionen, dvs. att mobiltelefonen automatiskt kontrollerar och hämtar e-post.

En typ av klagomål som förekommer emellanåt är att den som använder sin telefon nära landets gränser riskerar att kopplas upp mot närmaste mobilmast som kan befinna sig i det intilliggande landet. Telefonen kan då kopplas upp mot den utländska masten, och kunden debiteras den högre utlandstaxan.

3.3 Säkerhet och integritet

Många konsumenter sköter mer och mer av sin informationssökning, sina inköp, sin ekonomi och sitt sociala liv via Internet. När konsumenter alltid är uppkopplade, när de surfar och handlar med mobiltelefonen, när deras geografiska position används för en rad tjänster, när de kan betala med mobiltelefonen och när de enkelt kan lägga ut bilder och personlig information på sociala nätverkssidor var de än befinner sig uppkommer nya integritetsproblem. Det är viktigt att den ökade behandlingen av personuppgifter som möjliggör många mobila tjänster inte sker på bekostnad av den personliga integriteten.

Avsnittet innehåller en genomgång av vissa integritetsproblem och säkerhetsproblem vid användning av mobila tjänster. Mer information om säkerhet i samband med mobilanvändning finns på PTS webbplats, under rubriken Internetsäkerhet, samt i rapporterna Säkrare trådlös kommunikation och Säkerhet i lokala trådlösa nät (PTS-ER-2009:16, PTS-ER-2007:16). Mer information finns också i PTS rapport Användning av trafikuppgifter i mobila innehållstjänster (PTS-ER-2010:01).

3.3.1 Risken att tappa bort sin mobiltelefon

Till skillnad från datorn är mobiltelefonen något användaren ständigt bär med sig och det är vanligt att de stjäls eller förkommer. Statistik visar på ett ökat antal stulna mobiltelefoner (Enisa, 2008).

3.3.2 Säkerheten beror på hur man ansluter sig till Internet

Säkerheten vid anslutning via mobilnäten (2G, 3G och 4G) är högre än vid anslutning via lokala trådlösa nät (WLAN eller Wi-Fi). Användningen av publika trådlösa nät, s.k. hotspots ökar, men är fortfarande relativt låg. För dessa nät beror säkerheten på vem som tillhandahåller nätet. Det kan finnas s.k. falska nät (rouge accesspoint på engelska) Falska nät kan sättas upp för att ta del av okrypterad information som skickas till det. Därigenom kan ägaren till det falska nätet komma över kreditkortsuppgifter och annan känslig information.

Vid elektronisk kommunikation finns alltid en risk att information avlyssnas eller förvanskas. För trådlöskommunikation är den risken större. En möjlig avlyssningsattack är en s.k. Man-In-The-Middle-attack, där en utomstående person kopplar in sig på förbindelsen och kan avlyssna eller förändra informationen som överförs. Risken att någon ska kunna ta del av informationen minimeras genom att informationen krypteras. (PTS-ER-2009:16).

3.3.3 Skadlig kod i mobiltelefonen – ökad risk för smarta mobiltelefoner

Det är ovanligt med skadlig kod, exempelvis virus, maskar, trojaner eller spionprogram i mobiltelefonen. Enligt PTS undersökning ”Konsumenternas förhållande till Internetsäkerhet” (PTS-ER-2009:18) uppger fyra procent av de tillfrågade att de själva blivit drabbade av virus i mobiltelefonen eller känner någon som blivit drabbat. Skadlig kod i mobilen kan innebära att mobilen tas över och styrs av någon annan som kan ringa och skicka SMS, eller att information som telefonbok och bildarkiv förloras eller förvanskas. Förhållandet är ibland svårt att upptäcka och kan märkas först genom att räkningen blir högre än normalt eller att kontantkortet tar slut fort.

Risken ökar dock när telefonerna blir mer lika datorer och används för att surfa på Internet. Konsumenten kan t ex få skadlig kod och skräppost via SMS. Skadlig kod sprids dessutom via sociala nätverk (se nedan avsnitt 3.3.5.) PTS noterar att säkerhetsexperter i en artikel i Computer Sweden uppmärksammar attacker med skadlig kod riktade mot mobiltelefoner som ett allvarligt hot inför 2010. Risken gäller de mobiler som ständigt är anslutna till Internet, oftast smarta mobiltelefoner (Computer Sweden 2009-12-21, Techworld Säkerhet 2009-12-17).

Med de många, nya tjänstleverantörerna av applikationer för smarta mobiltelefoner, som inte alltid kontrolleras, ökar risken att konsumenterna själva laddar ner något de inte tänkt sig till sin mobiltelefon.

3.3.4 Användningen av bluetooth är populärt men innebär risker

Bluetooth används för att kommunicera trådlöst på korta avstånd mellan olika enheter, till exempel mellan två mobiltelefoner. MORGAN konstaterar i sin rapport Unga mobilvanor (2008) att Bluetooth är väldigt populärt bland unga, och används bland annat för att skicka låtar och teman mellan mobiler.

På vissa mobiltelefoner är Bluetooth igång om konsumenten inte själv har valt att stänga av den. Är Bluetooth påslaget är mobiltelefonen synlig för andra enheter via Bluetooth, vilket gör den sårbar. En person med ont uppsåt som ansluter till en annan mobiltelefon via Bluetooth kan i princip använda alla funktioner på telefonen. Det finns dessutom en risk att få skadlig kod och program installerade på mobiltelefonen via bluetooth (PTS-ER-2009:16).

3.3.5 Risker vid användning av sociala nätverk

Det sociala nätverket kan använda privat information och bilder

Enligt Enisa, kan användaren via säkerhetsinställningarna reglera vilken information som är allmänt tillgänglig. Det kan dock hända att avtalsvillkoren ger det sociala nätverket rätt att kartlägga användarnas IP-adresser och vilka webbläsare de använder, samt att ta del av deras privata information och bilder. Kritik har bland annat riktats mot Facebook då användarna reagerat mot att privat information blir tillgänglig för utomstående på Internet och även för tredjepartsleverantörer.

Norska Forbrukerrådet (en intresseorganisation för konsumenter) lät under 2009 genomföra en undersökning om integritet och sociala medier (http://forbrukerportalen.no/Artikler/2009/social_network-sites_grossly_undermines_users_privacy). En av slutsatserna är att många oroar sig för hur deras privata information kan användas. Ändå godkänner man användarvillkoren, utan att direkt ha studerat dem, eftersom de ofta är mycket omfattande och svåra att förstå. Enligt Enisa visar en studie från 2009 att färre än en tredjedel av dem som använder sociala nätverk har vidtagit åtgärder för att skydda den information de lägger ut på nätverket (2010).

Kriminella stjälar identitet eller privat information

Identitetsstöld är en av de allvarligaste riskerna med sociala nätverk, enligt Enisa (2010). Det kan göras genom att stjäla användarinformation, exempelvis genom en Man-In-The-Middle-attack (se ovan stycke 3.3.2), eller genom att stjäla eller hitta en mobiltelefon. En annan vanlig orsak är att många använder för svaga lösenord som är lätta att gissa. Att förfälska eller använda en persons identitet och sprida falska uppgifter om denne kan allvarligt skada personens rykte. Ett stulet konto kan också användas för att sprida skadlig kod. Det finns även en risk att den privata information som finns i sociala nätverk kan utsättas för dataintrång av kriminella.

Andra användare i nätverket kan misskreditera en person

En annan ”risk” är att andra än den tänkta målgruppen läser vad en användare har skrivit och att det kan få konsekvenser utanför det som användaren ursprungligen tänkt sig. Exempelvis avskedades en lärare i England efter att ha klagat på sin klass via Facebook. Det blir mer riskabelt då olika nätverk numera länkar till varandra, exempelvis kan ett professionellt nätverk som LinkedIn vara länkat till ett socialt nätverk som Facebook. Vidare kan andra användare lägga ut ofördelaktiga bilder på eller kommentarer om en person via det sociala nätverket.

3.3.6 Konsumenterna kartläggs

Många företag har insett värdet av att inrikta sin marknadsföring på rätt målgrupp. För att nå kunskap om konsumenterna används s.k. ”profiling” och ”targeting”. Det handlar om hur företag kartlägger konsumenternas elektroniska vanor. Detta görs främst i syfte att ge skräddarsydd reklam utifrån konsumenternas intressen. Genom att titta på sökord, klickmönster, e-handelsvanor och genom användarnas egen information från sociala nätverkstjänster kan företagen skapa profiler som sedan kan användas för att anpassa marknadsföring efter konsumentens intresse, för att göra riskbedömningar eller för att differentiera erbjudanden.

Det är enligt EU-kommissionen viktigt att sådan kartläggning sker på ett öppet sätt och att konsumenter känner till och har möjlighet att påverka hur information samlas in och används. Detta uttryckte kommissionären för konsumentfrågor, Meglena Kuneva, bland annat på en konferens om skydd för konsumenters integritet som anordnades av den europeiska konsumentorganisationen BEUC i november 2009 (<http://www.beucforum2009.eu>).

Vid användning av många mobila tjänster och när man surfar med mobilen förs en rad olika uppgifter över från operatören till innehållsleverantören, bland annat gäller det telefonnumret. Detta är en fråga om personlig integritet som många konsumenter kanske inte sätter sig in i vid användning av tjänster till mobiltelefonen.

3.3.7 Positioneringstjänster innebär risker

Det finns även risker med olika typer av positioneringstjänster. Mobiltelefoner kommunicerar konstant med omgivningen, vilket kan användas för att kontrollera var en person befinner sig. Om fel person kommer över informationen kan den användas för att utföra olika typer av attacker mot användaren (kapning, utpressning, förföljelse, fysisk attack) (Enisa, Security Issues in the Context of Authentication Using Mobile Devices, 2008, Enisa, 2010).

3.4 Företagsabonnemang begränsar möjligheten att använda tjänster som privatperson

Vissa konsumenter använder endast ett företagsabonnemang, det vill säga ett abonnemang som betalas (helt eller delvis) av arbetsgivaren. Många arbetsgivare vill inte bekosta användning av betalteletjänster. Därför är företagsabonnemang ofta spärrade mot användning av betalteletjänster. Det gör att personer som endast har tillgång till ett företagsabonnemang kan vara utestängda från användning av många mobila tjänster, och kan t.ex. inte köpa bussbiljett för privat bruk med sin mobiltelefon.

4 Råd till konsumenter

Sammanfattning

Generella råd till konsumenten:

- Förvara mobiltelefonen säkert, aktivera PIN-koden och gör säkerhetskopior
- Läs det finstilta innan du ingår avtal
- Kontantkort är ett sätt att få kontroll på kostnaderna, att använda olika typer av spärrtjänster ett annat
- Stäng av Bluetooth när du inte använder det
- Tänk på att uppgifter om dig, t.ex. ditt telefonnummer ofta överförs från operatören till innehållsleverantören vid användning av tjänster till mobiltelefonen
- Vänd dig till en konsumentvägledare vid en tvist

Råd till konsumenten – betalteletjänster:

- Reklamera till både operatör och innehållsleverantör
- Kontakta operatör och Etiska Rådet för Betalteletjänster (ERB) om du inte får tag på innehållsleverantören
- För att avsluta en prenumeration på SMS-tjänster, skicka ett SMS med ordet STOPP

Råd till konsumenten – mobilsurf:

- Surf du mycket, köp ett tilläggspaket. Jämför olika operatörers taxa
- Var medveten om kostnaderna om du surfar utomlands. Stäng gärna av eventuell automatisk kontroll av e-post innan du åker utomlands
- Var försiktig med att ange mobilnummer och andra personuppgifter på nätet
- Om du använder sociala nätverk – kontrollera användarvillkor och säkerhetsinställningar noga
- Se din mobiltelefon som en dator – var försiktig med vad du öppnar och laddar ner

I detta kapitel ges ett antal råd till konsumenterna för användning och köp av tjänster till mobiltelefon och för användning av Internet via mobiltelefonen. Råden är konkreta åtgärder eller aktiviteter som konsumenten kan vidta.

4.1 Generella råd vid användning av tjänster för mobiltelefon

I kapitel tre finns en genomgång av problem för konsumenter vid användning och köp av tjänster för mobiltelefonen. Detta avsnitt innehåller råd som gäller vid användning av mobiltelefonen, såväl vid köp av tjänster som vid Internetanvändning.

4.1.1 Genom att använda kontantkort får du en ökad kontroll över kostnaderna

Kontantkort ger kontroll över kostnaderna eftersom man normalt inte kan förbruka mer än vad man fyllt på. Många föräldrar låter därför sina ungdomar använda en telefon med kontantkort. När man åker utomlands kan det i vissa fall krävas att man tecknar ett särskilt avtal om fakturering i efterhand för att kunna använda kontantkortet på resmålet. Ett kontantkort med ett sådant avtal innebär således ingen garanti mot höga kostnader. Det har också förekommit att en prenumeration på betaltjänster fortsatt löpa under en tid då det saknats pengar på kontantkortet, och att kostnaden för dessa tjänster omedelbart dragits från kortet när det fyllts på. Detta står dock i strid med branschreglerna från MORGAN, som säger att ett tomt kontantkort ska innebära att prenumerationen avbryts.

4.1.2 Använd spärrtjänster om du vill skydda dig mot oväntat höga kostnader

Om du inte önskar använda betalteletjänster kan det vara bra att spärra telefonen för uppringning till sådana nummer. Detta kan vara särskilt lämpligt om barn eller ungdomar ska disponera telefonen. Alla operatörer ska kunna tillhandahålla en kostnadsfri spärr mot vissa typer av samtal. Normalt går det att spärra dyrare tjänster, till exempel betalteletjänster och utlandssamtal.

Det är ofta möjligt att själv välja en kreditgräns, det vill säga att abonnemanget spärras då kostnaderna nått det valda beloppet. Vissa operatörer kan skicka ett varnings-SMS när beloppsgränsen är nådd. Detta kan skydda mot oväntat höga räkningar för Internetanvändning via mobilen. Operatörerna är skyldiga att tillhandahålla vissa typer av spärrtjänster enligt 5 kap. 7 a och b §§ LEK.

4.1.3 Ta i första hand hjälp av en konsumentvägledare vid en tvist

I samband med köp av tjänster till mobiltelefoner förekommer att det uppstår en tvist mellan konsumenten och operatören eller innehållsleverantören, till

Om du behöver hjälp att lösa en tvist kan du vända dig till konsumentvägledningen i din kommun. De flesta kommuner erbjuder konsumentvägledning. Kontaktuppgifter till konsumentvägledare kan hittas via Konsumentverkets webbplats, www.konsumentverket.se, eller via din kommuns webbplats. Om tvisten ändå inte löses finns möjlighet att vända sig till allmänna reklamationsnämnden (ARN). Man kan också vända sig till tingsrätt.

Konsumenternas Tele-, TV- och Internetbyrå (KTIB) tillhandahåller råd, och hjälper konsumenter. Betalteletjänster ligger dock utanför byråns verksamhetsområde, men du kan vända dig dit om du har frågor eller problem med bland annat Internet via mobiltelefonen.

Den som drabbats av oväntade kostnader för en betalteletjänst kan också anmäla detta till ERB som kan rekommendera operatörerna att stänga av en viss innehållsleverantör som inte följer deras etiska regler för betalteletjänster. (De etiska reglerna finns att hitta på rådets webbplats, www.etiskaradet.se).

Otillbörlig marknadsföring och oskäligen avtalsvillkor kan konsumenten anmäla till Konsumentverket, som bland annat utövar tillsyn i enlighet med marknadsföringslagen och avtalsvillkorlagen.

Läs mer om de olika aktörerna i bilaga 3.

4.2 Betalteletjänster

De vanligaste problemen med betalteletjänster är att konsumenter debiteras för tjänster som de inte anser att de köpt, se avsnitt 3.1.1. Råden nedan går huvudsakligen ut på att man som användare noga ska ta del av tillgänglig information och vad man som konsument kan göra om man debiteras oriktigt.

4.2.1 Läs det finstilta för att undvika oönskade prenumerationstjänster och höga kostnader

Innan du köper en tjänst, läs noga vad som står på webbplatsen eller i SMS:et. Klicka inte i att du har tagit del av avtalsvillkor utan att läsa igenom dem ordentligt.

Var medveten om att många tjänster kostar pengar. Kontrollera noga om det står prisuppgifter någonstans. Ibland framgår det inte tydligt vad tjänsten kostar, till exempel kanske inte priset står precis där man klickar för beställning.

Det kan ofta framstå som att man köper en enstaka tjänst, till exempel en ringsignal, men det kan vara en prenumeration. Läs noga och håll ögonen öppna efter information om att det i själva verket rör sig om en prenumeration/abonnemang på tjänster.

Att ange en kod eller ett lösenord, uppge sitt telefonnummer eller att skicka ett SMS till ett visst nummer kan innebära att du ingår avtal om att köpa en tjänst eller starta en prenumeration.

4.2.2 Reklamera debiteringar som verkar oriktiga till innehållsleverantören och till operatören, kontakta ERB om problemet kvarstår

Om du anser att en debitering av en betalteletjänst är felaktig så reklamera förhållandet omgående. Olika aktörer har olika uppfattningar om till vem innehållstjänster ska reklameras, se avsnitt 3.1.5.

Om du har en invändning mot en debitering så kontakta innehållsleverantören och reklamera förhållandet så snart du upptäckt det. Exempel på invändningar kan vara att du har debiterats för en betalteletjänst som du inte beställt eller att priset inte är det du hade uppfattat. Innehållsleverantörens kontaktuppgifter (telefonnummer och/eller e-postadress) ska finnas på din telefonräkning.

Det är innehållsleverantören som ska visa att ni ingått ett giltigt köpeavtal.

En konsument som köpt något har enligt konsumenträttsliga principer rätt att hålla inne betalningen för en fordring man är oense om. Betala därför bara den del av räkningen som är riktig till din teleoperatör. Meddela operatören varför du inte betalar för den aktuella tjänsten, till exempel för att du ifrågasätter att ett giltigt avtal ingåtts mellan dig och innehållsleverantören.

Lyckas du inte reda ut problemen med innehållsleverantören och teleoperatören kan du kontakta ERB för att få hjälp, www.etiskaradet.se.

En teleoperatör får inte stänga av en abonnent för att kunden invänder mot en del av räkningen som avser tjänster fakturerade för en tredje parts räkning.

Däremot kan det hända att du får ett inkassokrav. Följ då de råd som finns på Konsumentverkets hemsida om bestridande av räkning (<http://www.konsumentverket.se/telefoni/Overklaga-betalteilerakningar>).

4.2.3 Kontakta operatören och ERB om du inte får tag på innehållsleverantören

Innehållsleverantörens namn och kontaktuppgifter ska finnas på telefonräkningen intill den post som debiterats för leverantörens tjänster. Detta följer av PTS föreskrifter om specificerad telefonräkning (PTSFS 2006:3).

MORGANs branschregler ställer vissa krav på bland annat öppettider i kundtjänst och hantering av klagomål. Om det ändå är svårt att nå innehållsleverantören bör man kontakta ERB. Det kan också vara bra att informera teleoperatören om att det är svårt att nå innehållsleverantören.

4.2.4 Skicka SMS med STOPP för att avsluta en prenumeration

Ibland är svårt för konsumenterna att veta hur man ska göra för att avsluta en prenumeration på innehållstjänster. Det ska alltid gå att avsluta en prenumeration genom att skicka ett nytt SMS (inte svara på ett man fått) med ordet STOPP eller STOP till innehållsleverantörens kortnummer. Operatören ska då skicka en bekräftelse på att tjänsten är avslutad.

Nummer till STOPP-funktionen ska finnas tillgängligt i anslutning till marknadsföring av tjänsterna. Numret ska också framgå av ett meddelande från leverantören när tjänsten tecknades.

Förfarandet kring att avsluta en prenumeration följer av de regler som tagits fram av de svenska mobiloperatörerna i samarbete med MORGAN.

4.3 Var medveten om kostnaderna när du surfar via mobiltelefonen

Många mobiltelefoner ger idag möjlighet att ansluta till Internet. Det finns ett antal saker du bör vara uppmärksam på när du surfar via mobilen. I det här avsnittet ges råd vid Internetanvändning med mobilen. Det är viktigt att vara medveten om kostnaderna för att undgå obehagliga överraskningar när räkningen kommer.

4.3.1 Surfar du mycket, köp ett tilläggspaket med data för Internet via mobiltelefonen

Tänk på att det kan vara betydligt dyrare att surfa via traditionella mobilabonnemang, som debiterar löpande för förbrukad datatrafik, än via renodlade mobila bredbandsabonnemang (t.ex. med USB-modem eller instickskort till bärbara datorer) som ofta har paketpris för datatrafiken, så kallad flat rate. Surfar du mycket via mobilen är det ofta fördelaktigt att välja ett erbjudande där en viss mängd datatrafik ingår i priset. Om du använder (laddar ner eller laddar upp) mer än 10-20 MB per månad och har ett abonnemang där datatrafik inte

inkluderas i abonnemangsavgiften, är det ofta lönsamt att köpa ett separat tilläggspaket med data för surfning via mobiltelefon.

Berätta hur du tänker använda abonnemanget och hör med operatören vad de rekommenderar. Prisplaner är ofta krångliga, läs noga igenom priser och villkor.

4.3.2 Var särskilt medveten om kostnaderna när du surfar utomlands eller nära gränsen

Det är generellt sett mycket dyrt att surfa mobilt utomlands. Det händer att konsumenter överraskas av räkningar på tiotusentals kronor efter att ha tittat på några filmklipp eller ett avsnitt av en TV-serie under en utlandsvistelse. Du bör vara mycket noggrann med inställningarna i mobiltelefonen, så att du inte av misstag överför data till höga kostnader, till exempel genom att e-posten kontrolleras automatiskt (s.k. push-funktion). Att ladda ner kartor till GPS innebär överföring av mycket data, och kan bli väldigt kostsamt.

Du kan kontrollera prisplaner för surfning med mobiltelefonen i det land du reser till på din operatörs webbplats.

Prismässigt lönar det sig normalt att surfa via ett lokalt nätverk, när du är utomlands, om din telefon möjliggör anslutning till WLAN (se 2.2.3). Det finns privata eller publika lokala nätverk (de publika kallas ofta hotspots, och är allmänt tillgängliga). Lokala nätverk finns tillgängliga på till exempel hotell, restauranger eller konferensanläggningar. Dessa kan användas gratis eller mot någon form av betalning. Surfar du via en hotspot har du däremot ingen möjlighet att påverka säkerheten i själva nätverket (PTS-ER-2009:16). Se vidare kring säkerheten vid anslutning till publika trådlösa nät under 4.4.4 nedan.

Höga taxor också nära gränsen och på färjor

Tänk också på att om du befinner dig nära gränsen, kan du kopplas upp till utlandstaxa. Om du åker färja kan särskilda (höga) taxor gälla, eftersom uppkoppling via satellit krävs.

4.4 Tänk på säkerhet och din integritet

Mobiltelefoner blir mer och mer lika datorer i sin funktionalitet. Det innebär att du måste skydda din mobiltelefon på samma sätt som din PC. När du surfar med mobilen finns samma säkerhetsproblem och integritetsrisker, och du bör använda samma förnuft som när du använder datorn. Nedan följer några råd om hur du kan skydda dig och din mobil.

Ytterligare råd om säkerhet finns på PTS webbplats, www.pts.se/internetsakerhet. Dessutom finns ytterligare råd i flera PTS-rapporter som PTS-ER-2010:1, 2009:16 och 2007:16.

4.4.1 Förvara mobiltelefonen säkert, aktivera PIN-koden och gör säkerhetskopior

Förvara alltid din telefon så att ingen obehörig kommer åt den. Följ råden nedan för att skydda dig om din telefon ändå kommer i orätta händer.

Aktivera PIN-koden så att inte obehöriga kan använda telefonen och komma åt din information. Ofta kan även en särskild låskod aktiveras i mobiltelefonen, som förhindrar att den används med andra SIM-kort. På så vis skyddas den information som finns lagrad i mobilen.

För e-post kan man ställa in hur mobilen ska hämta ny e-post. Det säkraste, också ur ett integritetsperspektiv, är att använda sig av pull-teknik dvs. man hämtar nya brev manuellt. Det minskar risken att personlig information kommer i orätta händer.

Du bör också ta en säkerhetskopia av all information på telefonen (inklusive bilder) och lagra den på annat ställe. Det gör att du inte förlorar informationen om du blir av med din mobiltelefon.

Om du ändå blir av med din mobiltelefon, kontakta din operatör för att kontrollera vilka möjligheter som finns att spärra den för användning eller att radera innehåll på distans. Om du har haft tillgång till e-post, sociala nätverk eller positionsbaserade tjänster via mobilen, se till att omgående byta lösenord så att ingen obehörigen kommer åt information eller kan använda din identitet.

4.4.2 Se din mobiltelefon som en dator – var försiktig med vad du öppnar och laddar ner

Du bör exempelvis inte klicka på länkar, öppna filer eller acceptera förfrågningar som du inte vet vad det är eller som kommer från en okänd avsändare. Undvik att öppna filer med konstiga namn i ditt chatt-program, och att öppna MMS och filer som bifogats med e-posten från avsändare du inte känner till och samt att installera privatkopierade spel eller liknande på mobilen. De kan innehålla skadlig kod.

Håll operativsystem och program i din mobil uppdaterade, åtminstone om du har en smart mobiltelefon. Om din mobiltelefon har en inbyggd brandvägg, bör denna aktiveras.

4.4.3 Om du hanterar känslig information – se till att din kommunikation är säker

Om du hanterar information som du tycker är känslig, t ex personuppgifter, kreditkortsuppgifter, inloggningsuppgifter eller liknande, se till att din kommunikation är säker och välj tjänster som är krypterade. Minska risken genom att använda en anslutning som är krypterad. Du kan även skydda din e-post med kryptering. Det finns särskilda program, till exempel PGP (Pretty Good Privacy) , som kan användas för att kryptera och dekryptera din e-post. Ett annat sätt att skydda informationen, är användning av ett s.k. VPN (virtual private network). Tekniken innebär att en särskild krypterad tunnel öppnas för säkrare kommunikation.

4.4.4 Var aktsam vid anslutning via publika lokala nätverk, s.k. hotspots

För att öka säkerheten följ följande råd:

- Se till att du inte omedvetet kommunicerar med omvärlden - stäng av den trådlösa nätverksanslutningen på din mobil när du inte använder den och inaktivera funktionen att automatiskt ansluta dig till trådlösa nät du tidigare använt.
- Använd bara nät du känner till och litar på. Var även aktsam om du upptäcker samma namn på två eller flera lokala trådlösa nät, ett av dem kan vara ett s.k. falskt nät, se ovan 3.3.2.

4.4.5 Var aktsam vid användningen av Bluetooth

För att öka säkerheten, följ följande råd:

- Stäng av Bluetooth när du inte behöver det – synlighet krävs i regel bara i samband med att två enheter ska kopplas samman, s.k. parning.
- Acceptera bara filer och anslutningar från någon du litar på. Ibland får du förfrågningar via Bluetooth till din mobiltelefon om att en enhet vill ansluta sig eller sända en fil. Oftast vet du i förväg att någon vill göra det. Får du förfrågningar om anslutningar du inte i förväg väntat dig, eller från någon du inte känner till, bör du inte acceptera utan att ha tagit reda på vad det är eller vem som skickat det.
- Var försiktig när du ansluter till andra enheter. Ska du göra det på en publik plats, försäkra dig om att du ansluter till rätt enhet – det kan finnas flera med samma namn (t ex är standardnamnet för din mobiltelefon detsamma som för din telefonmodell).

4.4.6 Köp endast tjänster eller program från kända leverantörer

För de nya smarta mobiltelefonerna är det vanligt att man laddar ner ny programvara för att t.ex. få ytterligare funktioner. Innan du köper eller laddar ner ett nytt program till din mobiltelefon, se till att du vet vem det är som tillhandahåller tjänsten/funktionen. Är det en tjänstetillhandahållare vars namn du känner till? Innan du köper eller laddar ner funktionen, sök efter information och omdömen om den nya tjänsten eller programmet. På så sätt minskar du risken att ladda ner skadlig kod till mobilen (t.ex. virus).

När du e-handlar via mobiltelefonen bör du iaktta samma förhållningssätt som vid e-handel generellt. Handla inte från webbsidor som verkar misstänkta eller oseriösa. Leta efter omdömen om produkten och företaget på nätet innan du köper något. Om du betalar med kort, använd inte ett kort som är direkt kopplat till ditt lönekonto. Ett alternativ kan vara att använda t.ex. PayPal, en särskild lösning för säkra betalningar vid e-handel. Var försiktig med att lämna ut personuppgifter.

Fler tips om vad man bör tänka på vid e-handel finns på PTS webbplats under rubriken Internetsäkerhet, <http://www.pts.se/sv/Internet/Internetsakerhet/For-hemmet/E-handla/>.

4.4.7 Tänk på att operatören kan överföra uppgifter om dig till innehållsleverantören

Var medveten om att ditt telefonnummer kan lämnas ut från mobiloperatören till andra företag, som tillhandahåller mobila innehållstjänster. Detta sker när du beställer tjänster eller information via SMS men kan även ske när du surfar med mobiltelefonen. Telefonnumret lämnas ofta ut till innehållsleverantören så snart du besöker dennes webbplats/tjänst, det krävs alltså normalt inte att någon beställning eller betalning sker.

Vara medveten om att uppgifter om din geografiska position kan överföras från operatören till den som tillhandahåller en innehållstjänst. Det handlar t.ex. om tjänster som gör det möjligt att söka efter butiker i närheten av den plats du befinner dig på, eller som låter vänner eller familjemedlemmar se varandras position på en karta.

Det kan vara bra att känna till att du alltid har rätt att få information från innehållsleverantören om vem denne är, vilka uppgifter om dig som behandlas och för vilket ändamål.

Granska de allmänna villkoren för mobiltelefonabonnemanget. Av villkoren ska det framgå när operatören har rätt att lämna ut uppgifter om abonnenten till utomstående, t.ex. företag som tillhandahåller mobila innehållstjänster, och vilka uppgifter som i sådana fall lämnas ut.

4.4.8 När du använder sociala nätverk – tänk på din egen och dina vänners integritet och kontrollera användarvillkor och säkerhetsinställningar noga

Vad gäller sociala nätverk bör användaren tänka på följande:

- Du måste ansvara för att det du lägger ut (bilder, video eller kommentarer) inte är kränkande, eller kan anses komprometterande för vare sig dig själv eller dina vänner – både vad gäller privat- och yrkesliv. Lägg heller aldrig ut känslig information som adress, födelsedatum eller finansiella uppgifter i din profil.
- Var medveten om att även om länken du klickar på ser ut att komma från en av dina ”vänner” kan hans eller hennes konto vara ”hackat” och länken innehålla skadlig kod, t.ex. virus.
- Kontrollera användarvillkoren noga. Var medveten om hur ägaren av det sociala nätverket kan använda information eller foton som du lägger ut, och vilken information de kan vidarebefordra till tredje part (t.ex. andra företag som de samarbetar med).
- Sätt dig ordentligt in i hur säkerhetsinställningarna fungerar. Låt endast dem som du accepterat som vänner se din personliga information. Tänk t.ex. på att nuvarande eller kommande arbetsgivare kan söka information om dig på nätet.
- Var aldrig automatiskt inloggad på det sociala nätverket via mobilen eller spara lösenordet för det sociala nätverket på mobilen.
- Använd alltid starka lösenord som är svåra att gissa eller för datorer att knäcka. PTS tillhandahåller ett verktyg som ger tips om hur starka lösenord konstrueras respektive en möjlighet att testa styrkan i lösenord (www.testalosenord.se).
- Var försiktig med tredjepartsapplikationer och försök att begränsa antalet applikationer som du laddar ner. Läs noga igenom villkoren innan du godkänner en tävling eller ett test av något slag. Utgå inte heller från att det är gratis.

4.4.9 Positioneringstjänster

Du bör avaktivera alla positioneringstjänster när de inte används (Enisa, 2010).

5 Slutsatser

Sammanfattning

PTS avser att

- fortsätta följa utvecklingen på marknaden,
- publicera råden från denna rapport om vad konsumenter ska tänka på när de beställer tjänster och surfar från mobilen,
- följa upp redan lagt förslag angående lagändring i LEK kring möjlighet att stänga av abonnent då den förfallna avgiften avser mottagning av en annan tjänst än en kommunikationstjänst.

Regeringen bör utreda konsumenternas situation på marknaden för mobila tjänster.

Operatörerna bör ta ett större ansvar för tjänster som de fakturerar för bland annat genom att

- Ytterligare effektivisera egenåtgärder genom branschorganisationerna MORGAN och Etiska rådet för betalteletjänster (ERB),
- även därutöver ta ansvar för att avsluta samarbete med innehållsleverantörer som orsakar konsumenterna problem,
- ge bra information till konsumenter som ifrågasätter debitering av tjänster från tredje part,
- tillämpa skäliga avtalsvillkor mot konsumenter.

Operatörerna bör vidare ta ett större ansvar för integritetsfrågor i samband med mobila innehållstjänster genom att

- undvika telefonnummer för identifiering
- beakta integritet redan när tjänster tas fram
- se över rutiner för samtycke och information

5.1 Nya tjänster - nya risker för konsumenter

Nya tjänster och ny teknik innebär nya sätt att ingå avtal. Många konsumenter är inte medvetna om hur avtal kan ingås via till exempel SMS eller över Internet. Mindre seriösa aktörer på marknaden drar fördel av konsumenternas osäkerhet genom otydlighet och vilseledande information vid försäljning av tjänster till mobiltelefonen.

Konsumenternas surfande, e-handel, sociala nätverkande och användning av positionsbaserade tjänster genom mobilen ger företag ännu mer information om konsumenternas beteende och personliga uppgifter. Detta medför risk för kränkningar av integriteten. Att ständigt vara uppkopplad med hjälp av tekniskt avancerade terminaler ger nya säkerhetsrisker, till exempel risk för skadlig kod i mobiltelefonen. Detsamma gäller användningen av Bluetooth och nedladdning av s.k. applikationer.

5.2 Behov av information och råd till konsumenterna kring avtalsingående och integritet

En viktig slutsats som PTS dragit vid arbetet med denna rapport är att konsumenterna behöver mer kunskap om vad de bör tänka på när de köper tjänster och surfar med mobiltelefon.

PTS har därför tagit fram ett antal råd till konsumenter, se ovan avsnitt 4. Avsnittet innehåller råd som gäller både köp och användning av tjänster, hur man ska agera om man har invändningar mot en debitering för mobila tjänster, tips vid användning av Internet via mobilen samt råd om säkerhet och integritet.

5.3 Det är viktigt med effektiva egenåtgärder från branschen

Det förekommer i branschen ett aktivt arbete med egenåtgärder och sanering av marknaden. MORGANs branschregler innehåller tydliga bestämmelser för försäljning av betalteletjänster, och ERB kan agera mot innehållsleverantörer som bryter mot rådets etiska regler. Efter en mycket stor ökning av mängden klagomål kring betalteletjänster under 2009 har sanering genom avstängning av vissa nummer och leverantörer lett till att antalet klagomål åter minskat och är tillbaka på en ”normal” nivå. MORGANs branschregler har även under året utökats och förtydligats med anledning av de många klagomålen.

Problemen med oseriösa innehållsleverantörer har dock funnits under ett antal år, och trots egenåtgärderna har liknande konsumentproblem varit återkommande. Negativa upplevelser och kontakt med oseriösa leverantörer kan leda till ett minskat förtroende för tjänster för mobiltelefoner och mobila

betalningar. PTS anser därför att det är viktigt att arbetet med egenåtgärder görs systematiskt och regelbundet, och att branschen snabbt agerar mot aktörer eller metoder som orsakar konsumenterna problem.

5.4 Regeringen behöver utreda konsumenternas situation på marknaden för betalteletjänster

Det råder ett oklart rättsläge på marknaden för mobila tjänster och flera av de regler som kan aktualiseras vid köp av mobila tjänster är för närvarande under översyn i olika former. Det kan vara ett bra tillfälle för regeringen att titta särskilt på konsumenternas situation på den växande marknaden för tjänster för mobiltelefon.

5.4.1 OKlart vilka regler som gäller vid köp av mobila tjänster

Det finns ett antal olika lagar som skulle kunna reglera olika aspekter av köp av betalteletjänster och mobila betalningar. Det råder dock osäkerhet om huruvida eller på vilket sätt konsumentkreditlagen kan tillämpas på dessa köp, se ovan avsnitt 3.1.5, och varken konsumenttjänstlagen eller konsumentköplagen anses direkt tillämpliga vid köp av digitala produkter. Inte heller reglerna om betaltjänster och reglerna om e-pengar har ännu tillämpats på mobila betalningar, trots att de till sin ordalydelse tycks tillämpliga i vissa delar.

Detta innebär en osäkerhet för både företag och konsumenter på marknaden. Ofta hamnar konsumenterna i kläm, vilket kan påverka deras förtroende för denna nya marknad och göra dem mindre benägna att använda mobiltelefonen för nya typer av tjänster.

Mycket talar ändå för att både utbudet och användningen tjänster till mobiltelefon kommer att växa framöver, vilket medför ett ökande behov av tydliga regler, och av en rättssäker lösning för konsumenterna.

5.4.2 Regler i förändring

Mobila betalningar

För närvarande är nya regler på gång både vad gäller betaltjänster, där ett lagförslag redan bereds inom regeringskansliet, och vad gäller elektroniska pengar, där det pågår en översyn av EU-direktivet på området. De kommande reglerna, med syfte att skapa en inre marknad för olika typer av betalningar, kommer med största sannolikhet inte att innehålla detaljerad reglering avseende tillämpningen vid mobila betalningar. Frågorna om de mer specifika detaljerna vid tillämpning på mobila betalningar kommer på sikt att få tydliggöras genom rättstillämpningen.

En ny konsumentkreditlag

En utredning med förslag till ny konsumentkreditlag (Ds 2009:67) lades fram under 2009 och har nyligen remissbehandlats. I samband med ändringar i denna lagstiftning kan det finnas skäl att särskilt titta på om det behövs ett tydliggörande när det gäller frågan om operatörernas ansvar för produkter levererade av tredje part.

Behövs civilrättsliga regler till skydd för konsumenter av tjänster för mobiltelefon?

Utredningen Konsumenttjänster m.m. (Ds 2009:13) belyser behovet av att utvidga konsumenttjänstlagen att omfatta flera tjänster. Utredaren föreslår där bland annat att köp av s.k. Internettjänster skulle kunna omfattas av vissa regler i Konsumentköplagen (1990:932). I en eventuell utredning om situationen på marknaden för tjänster för betalteletjänster kan det finnas skäl att titta särskilt på dessa civilrättsliga aspekter.

Även inom ramen för EU-arbetet med ett nytt direktiv om konsumenträttigheter kan det finnas anledning att se över på konsumenternas civilrättsliga skydd vid köp av digitala tjänster, särskilt vid köp från en tredje part/innehållsleverantör.

5.4.3 PTS föreslår att regeringen tillsätter en särskild utredning

PTS föreslår att regeringen tillsätter en särskild utredning som kan titta brett på marknaden för mobila tjänster, och se över hela situationen för konsumenter som köper eller betalar produkter med sin mobiltelefon. Regeringen bör utreda frågan om det behövs ändrad lagstiftning för att säkerställa en väl fungerande marknad.

5.5 Vad kan myndigheterna göra?

5.5.1 PTS publicerar råd samt fortsätter att följa utvecklingen på marknaden

Utöver att publicera råden från denna rapport på PTS webbplats kommer PTS som sektorsmyndighet på området elektronisk kommunikation fortsätta att följa marknaden för mobila tjänster, och påtala problem på marknaden.

5.5.2 PTS kommer att följa upp förslag angående lagändring i LEK

PTS har tillsyn över lagen om elektronisk kommunikation (LEK). I lagen finns bland annat regler om hur en operatör får gå tillväga vid avbrytande av telefonitjänst (fast telefoni) med anledning av obetald räkning, 5 kap. 19 § LEK. PTS har till Näringsdepartementet framfört önskemål om en ändring i denna bestämmelse. Myndigheten har framfört behov av ett förtydligande i lagtexten, med innebörden att operatören ska vara förhindrad att stänga av

teleanslutningen om den förfallna avgiften avser mottagning av en annan tjänst än en kommunikationstjänst. Myndigheten har framfört att detta bör gälla för såväl fast som mobil telefoni.

5.5.3 Konsumentverket – tillsyn över marknadsrättslig lagstiftning

Tillämpning av avtalsvillkor som ger en teleoperatör rätt att avbryta tjänsten på grund av obetald fordran från tredje part kan strida mot avtalsvillkorlagen (1994:1512). De studier som PTS genomfört i samband med denna rapport tyder på att vissa operatörer använder villkor som kan vilseleda konsumenten att tro att abonnemanget kan stängas av i ett sådant fall. Innehållsleverantörer som vilseleder konsumenter vid marknadsföring och försäljning av tjänster till mobiltelefonen kan bryta mot reglerna i till exempel avtalsvillkorlagen, marknadsföringslagen (2008:486), eller e-handelslagen (2002:562).

Konsumentverket/Konsumentombudsmannen (KO) har tillsyn över dessa lagar, och vid överträdelse kan KO föra talan till Marknadsdomstolen och få till stånd ett förbud mot dessa metoder. Detta ger dock inte någon rättelse för enskilda konsumenter utan innebär ett förbud för företag att i framtiden bedriva samma typ av marknadsföring eller tillämpa samma typ av avtalsvillkor.

5.6 Vad kan operatörerna göra?

5.6.1 Operatörerna bör ta ett större ansvar för betalteletjänster

Det är PTS uppfattning att operatörerna, utöver de åtgärder som redan vidtas inom ramen för branschens egenåtgärder, bör ta ett tydligare ansvar för betalteletjänster som de fakturerar konsumenter för. Detta betyder bland annat att operatörerna bör:

- ge ett bra bemötande och tydlig information i kundtjänst till konsumenter som bestrider en fakturapost från en tredje part samt hänvisa till ERB i lämpliga fall
- inte använda avtalsvillkor som tillåter avstängning av en telefonitjänst med anledning av obetald fakturapost från tredje part
- föra klagomålsstatistik kring vilka innehållsleverantörer som orsakar många konsumentproblem
- snabbt vidta åtgärder (till exempel avstängning) av innehållsleverantörer som missköter sig, se vidare nedan avsnitt 5.6.3 och 5.6.4
- bättre informera kunderna om vad som gäller vid användning av tjänster från mobiltelefonen, både vad gäller köp av betalteletjänster, säkerhets- och integritetsaspekter samt prispaket

Om operatörerna tar ett större ansvar för de tjänster för vilka de fakturerar konsumenten, ökar deras incitament att välja samarbete med seriösa innehållsleverantörer och att ställa tydliga krav på leverantörerna, med kännbara sanktioner för dem som vilseleder eller på annat sätt agerar otillbörligt mot konsumenterna.

5.6.2 Specifika krav kring hantering av personuppgifter

Operatörerna bör vidare följa de rekommendationer som tagits fram i PTS och Datainspektionens rapport Användning av trafikuppgifter i mobila innehållstjänster (PTS-ER-2010:01):

- telefonnummer bör undvikas för identifiering
- integritet bör beaktas redan när tjänster tas fram
- aktörerna bör se över rutiner för samtycke och information

PTS kan komma att utöva tillsyn över dessa områden.

5.6.3 Avstängning av oseriösa innehållsleverantörer – en tydligare uppföljning av MORGANs regler behövs

ERB:s etiska regler innehåller bestämmelser om bland annat innehållet i tjänsterna, på vilket sätt tjänster får marknadsföras och hur priser ska anges. Innehållsleverantörer som bryter mot rådets etiska regler bör stängas av omgående, vilket är ett kraftfullt verktyg mot oseriösa metoder.

Mobiloperatörerna har också ett stort ansvar för att MORGANs branschregler följs. Det är viktigt att operatörerna har en fungerande problemuppfångning och att de har en sträng syn på innehållsleverantörernas efterlevnad av MORGANs branschregler. Då dessa regler ska utgöra avtalsinnehåll mellan operatörer och innehållsleverantörer/aggregatörer (se bilaga 3) bör operatörerna ha möjlighet att snabbt avsluta samarbetet med innehållsleverantörer som inte lever upp till de uppställda kraven.

5.6.4 Krav på en fungerande klagomålshantering hos innehållsleverantören – förtydligande av ERB:s regler

Ett av de stora problemen för konsumenterna på marknaden för betalteletjänster tycks vara svårigheten att nå innehållsleverantören, t.ex. med invändningar mot en debitering. En möjlighet att förbättra konsumenternas situation vore att innefatta krav på en fungerande klagomålshantering i ERB:s regler. Sådana regler finns redan i MORGANs code of conduct, men ERB:s regler har tydligare sanktionsmöjligheter, vilket skulle göra det enklare att ingripa mot leverantörer som inte tar emot konsumenternas klagomål på ett ändamålsenligt sätt.

5.7 Vad kan andra aktörer göra?

5.7.1 Informationssatsningar av konsumentvägledare

Det är av vikt för marknadens fortsatta utveckling att operatörer och konsumentvägledare med flera aktörer informerar tydligt om vad som gäller på marknaden, så att färre konsumenter riskerar att råka illa ut. Det är viktigt att konsumentvägledarna har kännedom om Etiska rådet för betalteletjänster så att de kan hänvisa konsumenter dit vid behov.

Litteratur

Rapporter

Användning av trafikuppgifter i mobila innehållstjänster, rapport efter avslutad tillsyn, PTS-ER-2010:01

Are mobile payments the smart cards of the aughts?, Katy Jacobs, 2009, Publicerad i Chicago Fed Letter.

Framväxten av marknaden för innehållstjänster för mobiltelefonen Delrapport, PTS-ER-2004:31

Framväxten av marknaden för innehållstjänster för mobiltelefonen, PTS-ER 2005:8

Individundersökningen 2009 - Svenskarnas användning av telefoni och Internet, PTS-ER-2009:28

Konsumenters förhållande till Internetsäkerhet – En undersökning om kunskap beteende och tillit, PTS-ER-2009:18

Men var är brudarna? En studie om användandet av mobilsajter, Web Service Award, 2010

Mobil mikrobetalning – Betalningslösning via SMS, en studie kring en SMS-baserad betaltjänst, Isaksson och Hinze, 2009

Online as soon as it happens, Enisa, 2010

Privatpersoners användning av innehållstjänster, PTS-ER-2005:37

Security Issues in the Context of Authentication Using Mobile Devices (Mobile eID), Enisa, 2008

Svensk Telemarknad första halvåret 2009, PTS-ER-2009:29

Strategisk agenda 2010, PTS-ER-2009:27

Svenskarna och Internet 2009, World Internet Institute, 2009

Säkerhet i lokala trådlösa nät, PTS-ER-2007:16

Säkrare trådlös kommunikation - Råd till dig som användare, PTS-ER-2009:16

The future of the mobile application storefronts, Wireless Expertise, 2009

The Mobile Internet Report, Morgan och Stanley, 2009

Unga mobilvanor, intervjuer med fem killar och sex tjejer mellan 13 och 23 år, MORGAN Forum, 2008.

SOU och propositioner

Strategi för myndigheternas arbete med e-förvaltning, betänkande av E-delegationen, SOU 2009:86

Lag om elektronisk kommunikation m.m. Prop. 2002/2003: 110.

Skrivelser

Konsumentkreditlagens tillämplighet på betalningsförmedling av innehållstjänster - Skrivelse med anledning av KO ärende 2009/1205, Telenor, Hi3G Access Sverige AB, Tele 2 Sverige AB, TeliaSonera Sverige AB, 1 december 2009

Artiklar

13 hot att se upp med 2010, Computer Sweden 21 december, 2009

Boom för mobila bokningstjänster, Internetworld, 13 oktober, 2008

European Mobile Networks Target Mobile Social Networking Users, Cellular-news, 28 januari, 2010

Eyeing Android, Symbian Opens Up, E-commerce Times, 15 februari, 2010

For Travelers, a Personal Concierge on Your Phone, New York Times, 21 december 2009

Mer än du ser – överlagrad verklighet nästa stora grej i mobilen, Computer Sweden, 5 februari, 2010.

Miljardlyft för mobilapplikationer, Dagens Nyheter, 18 januari 2010

Mobil utser 101 bästa mobila sajterna, Mobil, 10 april, 2009

Mobile Apps for Real Estate Go Beyond Search, The New York Times, 18 december 2009

Mobile Internet Devices Expected to Surpass One Billion by 2013, Cellular-news, 9 december, 2009

Mobile Phones Become Essential Tool for Holiday Shopping, 18 december, 2009

Mobilen ersätter kreditkortet, Computer Sweden, 27 oktober, 2008

Mobilen som id-kort – snart är det verklighet, PC för alla, 23 oktober, 2008

Mobilen viktigaste redskapen någonsin – men det förutsätter ett genombrott för tekniken NFC, Computer Sweden, 13 september, 2008

Personliga upplevelser i topp på kundernas önskelista, PC för alla, 12 januari, 2010

Shoppers With Smart Phones IQ Squeezing Retailers, The New York Times, 17 december, 2009

Stort intresse för plånboken i mobilen, Computer Sweden, 27 april, 2009

Säkerhetsföretagen har tittat i spåkulan. Sociala nätverk och virtualisering är två områden som tros komma att utnyttjas, Tech World Säkerhet, 17 december, 2009

Wi-Fi Access Accounts for a Quarter of Smartphone Internet Traffic, Cellular-news, 18 december 2009

Pressmeddelanden

Den svenska mobilförsäljningen överträffar branschprognoserna, MobilTeleBranschen 14 september, 2009

Gartner Identifies the Top 10 Consumer Mobile Applications for 2012, Gartner, 18 november, 2009

Gartner Says Consumers Will Spend \$6.2 Billion in Mobile Application Stores in 2010, Gartner, January 18, 2010

Gartner Says Number of Mobile Payment Users Worldwide to Increase 70 Percent in 2009, Gartner, 28 maj, 2009

Polisen effektiviserar arbetet i fält med ny mobil lösning, Atea, 17 juni, 2009

Ställ krav på din operatör, Konsumentverket, 29 december, 2009
(<http://www.konsumentverket.se/Nyheter/Pressmeddelanden/Pressmeddelanden-20091/KO-Stall-krav-pa-din-mobiloperator/>)

Succé för Swedbanks Iphone-applikation – 50 000 nedladdningar på en månad,
Swedbank, 29 januari, 2010

Swedbank först av bankerna i Norden med iPhoneapplikationen, Swedbank, 17 december, 2009

Bilaga 1

Förklaringar till använda begrepp och förkortningar

2G	Andra generationens mobiltelefonisystem. Kallas även för GSM, Globalt System för mobilkommunikation
3G	Tredje generationens mobiltelefonisystem. Kallas även UMTS, Universal Mobile Telecommunications System
Augmented reality	På svenska blir det ”överlagrad verklighet” eller ”förstärkt verklighet”, och tekniken ska användas i smarta mobiltelefoner. Användaren håller upp sin mobiltelefon som om han eller hon skulle ta ett foto. Bilden av verkligheten kompletteras med information om vilka byggnader man ser, öppettider m.m. Personer som besökt platsen kan också ha lämnat elektroniska lappar till andra med information om exempelvis kvaliteten på maten på restaurangen.
eID	Electronic Identity
Mobilt bredband	Internetuppkoppling som man kan bära med sig, uppkopplingen till Internet sker via samma nät som används för mobiltelefoni.
NFC	Near Field Communication
PIN	Personal Identification Number
Premium-SMS	SMS med förhöjd taxa
RFID	Radio Frequency Identification
Smart mobiltelefon	Ett mellanting mellan handdator och mobiltelefon. Till skillnad från vanliga telefoner har den ett

	<p>qwerty-tangentbord, antingen med fysiska knappar eller simulerat på bildskärmen. Vanligaste operativsystemen för smarta mobiltelefoner är Symbian, Mac OS X mobile, Windows Mobile, Google Android och Maemo.m.m. (www.wikipedia.org)</p>
SIM-kort	<p>Ett elektroniskt kort avsett att sättas in i en mobiltelefon eller ett modem. Kortet är utfärdat av en mobiloperatör och innehåller en elektronisk krets, som programmerats med information om telefonnummer, vilka tjänster som ingår i abonnemanget och innehåller även teknik för att kryptera samtal (wikipedia).</p>
SMS	<p>Short Message Service. Tjänst för korta textmeddelanden som sänds mellan mobiltelefoner.</p>
Walled garden	<p>Att tjänster och applikationer enbart är tillgängliga hos den teleoperatör kunden har. Teleoperatören bestämmer vilka applikationer kunden kan använda eller nå via hemsidan.</p>
Trafikuppgifter	<p>Uppgifter som behandlas i syfte att befördra elektroniskt meddelande via ett elektroniskt kommunikationsnät eller för att fakturera detta meddelande (6 kap. 1 § LEK).</p>
WLAN	<p>Wireless Local Area Network. Generell term för att beskriva lokala trådlösa nätverk.</p>
Wi-Fi	<p>Används ibland istället för begreppet WLAN. Wi-Fi är ett varumärke ägt av Wi-Fi Alliance, som använder termen Wi-Fi för att certifiera utrustning.</p>
WPKI	<p>wireless public key infrastructure</p>

Bilaga 2

Lista över intervjuade aktörer

Under perioden maj 2009 till och med januari 2010 intervjuades följande aktörer.

Adimo

A-focus

Agria djurförsäkring

Bankernas ID-tjänst (BID)

Bankgirocentralen

CrossConnect

Etiska Rådet för betalteletjänster (ERB)

Försäkringskassan

MobilTeleBranschen (TB)

MORGAN

Konsumentcentrum

Skatteverket

Smarttrust

Stockholms Lokaltrafik

Swedbank

System

Tele 2

Telenor

Telia Sonera

Tre

Bilaga 3

Aktörer på marknaden

Innehållsförteckning

1 Företag som verkar på marknaden	64
1.1 Innehållsleverantörer	64
1.2 Aggregatörer	65
1.3 Operatörer	65
1.4 Telefontillverkare	65
1.5 Programutvecklare	66
2 Myndigheter och organisationer som arbetar med frågor kring mobiltelefoni	66
2.1 Post- och telestyrelsen (PTS)	66
2.2 Konsumentverket	67
2.3 Etiska Rådet för Betalteletjänster (ERB)	67
2.4 MORGAN	68
2.5 Kommunala konsumentvägledare	68
2.6 Allmänna reklamationsnämnden (ARN)	68
2.7 Datainspektionen	69
2.8 Konsumenternas tele-, TV- och Internetbyrå, KTIB	69

Det finns företag som producerar, förmedlar och tar betalt för tjänster för mobiltelefon, samt ett antal myndigheter och organisationer som också har en roll på denna marknad. Nedan följer en kort beskrivning av de viktigaste av dessa aktörer.

1 Företag som verkar på marknaden

1.1 Innehållsleverantörer

I den här rapporten avser begreppet innehållsleverantörer de leverantörer som tillhandahåller tjänster för mobiltelefon, t.ex. spel, ringsignaler, nyhetstjänster eller trafikinformation. Innehållsleverantörerna marknadsför sina produkter mot konsumenter och ingår avtal med konsumenterna. Betalningen sker vanligtvis via en SMS-baserad betalningslösning som faktureras via telefonräkningen av operatören eller via Internet och traditionell e-handel. Det finns också leverantörer som inte tar betalt för sina tjänster, t.ex. myndigheter och organisationer. Vissa innehållsleverantörer som tillhandahåller exempelvis

informations- eller söktjänster tar inte betalt och andra har en reklamfinansierad affärsmodell.

Innehållsleverantörerna på den svenska marknaden varierar mellan mycket små och mycket stora. Flera av innehållsleverantörerna på den svenska marknaden saknar verksamhetsställe i Sverige.

Leverantörer av SMS-baserade betalteletjänster har oftast ett avtal med en aggregatör.

1.2 Aggregatörer

Aggregatören fungerar som mellanhand mellan operatören och en innehållsleverantör för SMS-baserade betalteletjänster. Aggregatören har avtal med innehållsleverantörer och med alla teleoperatörer, för att innehållstjänster ska kunna erbjudas till samtliga operatörers mobilkunder. Aggregatören sköter dessutom oftast själva utskicken av SMS till konsumenterna.

Ericsson IPX, Mblox och danska Unwire är exempel på aggregatörer på den svenska marknaden, men det förekommer även att mobiloperatörerna själva fungerar som aggregatör. Mobiloperatören Telenor har en egen aggregatörsverksamhet som heter Mobilstart.

1.3 Operatörer

Mobiloperatörerna erbjuder innehållsleverantörer hjälp med fakturering för betalteletjänster (ett Premium SMS får kosta max 200 kr), där kostnaden för att skicka faktura skulle bli oproportionerligt hög. Tjänsterna och SMS-meddelanden med beställning, information och betalning förmedlas genom operatörernas nät.

För betalteletjänster fakturerar operatörerna konsumenterna i efterhand via den vanliga abonnemangsfakturan, eller genom att beloppet dras från kontantkortet. Operatörerna vidarebefordrar betalningen via aggregatören till innehållsleverantören. För detta tar operatören ut en transaktionsavgift.

Operatörerna förmedlar också uppgifter om abonnenten till innehållsleverantören mot betalning. Det rör sig huvudsakligen om identifieringsuppgifter i form av telefonnummer och meddelanden från abonnenten till innehållsleverantören (PTS-ER-2010:01).

1.4 Telefontillverkare

MobilTeleBranschen visar de svenska konsumenterna stort intresse för nya telefonmodeller framför allt pekskärmsmobiler samt musik- och

kameramobiler. Allt fler mobiltelefoner är utrustade med GPS-funktion, vilket ger möjligheter till fler positionsbaserade tjänster (pressmeddelande, september, 2009).

Det finns en mängd mobiltelefonstillverkare på den svenska marknaden, Nokia, Sony Ericsson, Samsung, LG Electronics, HTC, Apple, Doro, RIM med Blackberry och Huawei för att nämna några. Många PTS intervjuat nämner Apple med iPhone som den tillverkare som f.n. driver på utvecklingen. Mellan juni 2007 och september 2009 har 57 miljoner personer köpt en iPhone vilket gör plattformen till en av de snabbast växande i teknikhistorien. (The Mobile Internet Report, 2009).

De olika tillverkarna smarta mobiltelefoner använder olika konkurrerande operativsystem, varav de vanligaste är Symbian, Blackberry OS, Windows Mobile, iPhone OS, Android och Palm webOS (Computer Sweden, 10 september 2009). Ett operativsystem kan ses som en form av mellanlager mellan de program som användaren nyttjar och mobiltelefonens fysiska komponenter. Androids operativsystem och även Symbians nya operativsystem är baserat på öppen källkod. Symbian är det vanligaste operativsystemet för smarta mobiltelefoner och stod för nästan halva marknaden i början av 2009 (E-commerce Times, 15 februari, 2010) Det finns en kritik mot Apple att deras operativsystem är ett slutet och kontrollerat system. Applikationer för iPhone kan inte användas till andra telefoner.

1.5 Programutvecklare

Det finns både större och mindre företag och enskilda utvecklare som säljer program med innehåll till innehållsleverantörerna.

2 Myndigheter och organisationer som arbetar med frågor kring mobiltelefoni

Den växande marknaden för mobila tjänster innebär nya utmaningar och problem för marknads aktörer, inte minst för konsumenterna. Flera myndigheter och branschorganisationer arbetar för att kontrollera marknaden och ge konsumenterna stöd.

2.1 Post- och telestyrelsen (PTS)

Som sektorsmyndighet på området för elektronisk kommunikation har PTS till uppgift att följa utvecklingen på denna marknad och att uppmärksamma problem i relation till myndighetens fyra övergripande mål: långsiktig konsumentnytta, långsiktigt hållbar konkurrens, effektivt resursutnyttjande och

säker kommunikation. Vid problem på marknaden kan myndigheten till exempel genomföra informationsinsatser eller påtala behov av förändrad lagstiftning.

I PTS uppgifter ingår även att utöva tillsyn enligt LEK och ta fram föreskrifter och allmänna råd för att tydliggöra hur lagen ska efterlevas. I denna rapport aktualiseras bland annat PTS krav på specificerade telefonräkningar. På räkningen ska särskilt anges innehållstjänster från tredjepartsleverantör, samt leverantörens namn och kontaktuppgifter (PTS föreskrifter om specificerad telefonräkning, PTSFS 2006:3). I rapporten aktualiseras också lagregler om hur operatörer får stänga av konsumenters teleanslutning med anledning av obetald räkning, 5 kap 19 § LEK.

2.2 Konsumentverket

Konsumentverket är den statliga sektorsmyndigheten för konsumentfrågor i Sverige. Myndighetens övergripande mål är att konsumenterna ska ha makt och möjlighet att göra aktiva val, samt att det ska finnas ett brett konsumentskydd på en hög nivå. Information till konsumenterna ska vara lättillgänglig och tillförlitlig.

Verket följer konsumenternas situation på marknaden, och arbetar för att lösa konsumentproblem, bland annat genom information till konsumenter och kommunala konsumentvägledare (se nedan). Vidare har verket tillsyn över en rad marknadsrättsliga lagar, bland annat marknadsföringslagen och avtalsvillkorlagen.

Verkets generaldirektör, är också konsumentombudsman, KO. KO övervakar att företagen följer lagar som marknadsföringslagen, avtalsvillkorlagen, produktsäkerhetslagen och distansavtalslagen.

Konsumentverket/KO kan ingripa mot:

- vilseledande reklam och marknadsföring
- oskäliga avtalsvillkor
- felaktig prisinformation
- farliga produkter

2.3 Etiska Rådet för Betalteletjänster (ERB)

Etiska Rådet för Betalteletjänster (ERB) är en stiftelse som bildades 1994 under namnet Etiska Rådet för Betalsamtal. Stiftelsens grundare var Telia AB och i styrelsen finns idag representanter från de fyra största mobiloperatörerna.

Etiska Rådet tar fram s.k. etiska regler för bland annat marknadsföring och innehåll i betalteletjänster. ERB tar emot klagomål angående betalteletjänster, och har möjlighet att stänga av innehållsleverantörer som inte följer rådets etiska regler.

2.4 MORGAN

Branschorganisationen MORGAN är en sammanslutning av företag verksamma inom den svenska mobila tjänstesektorn. MORGANs medlemmar finns inom områdena innehållstjänster, underhållning, rösttjänster, SMS och andra bärartjänster samt teknikleverantörer till dessa. Medlemmarna finns inom hela värdekedjan, från mediabolag till mjukvaruprogrammerare och operatörer.

MORGAN tar fram detaljerade riktlinjer för information kring och försäljning av innehållstjänster (s.k. code of conduct). Dessa branschregler uppdaterades senast i september 2009. Vid avtal mellan operatörer och innehållsleverantörer/aggregatörer ska branschreglerna utgöra avtalsinnehåll. Se vidare på webbplatsen, www.morganforum.com.

2.5 Kommunala konsumentvägledare

De flesta kommuner tillhandahåller sina invånare konsumentvägledning. Det är dock inte en obligatorisk kommunal uppgift och i vissa kommuner saknas konsumentvägledning.

Konsumentvägledarna ger konsumenter råd och stöd både före och efter köp. De kan också arbeta förebyggande, t.ex. genom information till skolor eller genom informationsinsatser till näringsidkare i kommunen. Vägledarna kan också hjälpa till att lösa tvister som uppstått mellan konsument och näringsidkare. Lyckas konsumenten inte lösa tvisten med hjälp av konsumentvägledningen kan han eller hon få hjälp att göra en anmälan till Allmänna reklamationsnämnden, ARN. Konsumentverket utbildar vägledarna och ger dem stöd i deras arbete. Konsumentcentrum sköter konsumentvägledningen för ett antal stadsdelar i Stockholm.

2.6 Allmänna reklamationsnämnden (ARN)

Allmänna reklamationsnämnden (ARN) är en statlig myndighet som har till huvudsaklig uppgift att opartiskt - och utan avgift för parterna - pröva konsumenttvister. Anmälan till nämnden kan göras av en enskild konsument som har en tvist med en näringsidkare om köp av en vara, tjänst eller annan nyttighet.

Nämnden avgör vanligen ärenden efter ett skriftligt förfarande. Nämnden består av en jurist samt representanter från både näringsidkarorganisationer

och konsumentorganisationer. Nämndens beslut är inte bindande, men en rekommendation som de flesta näringsidkare följer. De som inte följer nämndens beslut publiceras på en s.k. svart lista i konsumenttidningen Råd & Rön.

2.7 Datainspektionen

Datainspektionen är en central förvaltningsmyndighet som genom sin tillsynsverksamhet ska bidra till att behandlingen av personuppgifter inte medför otillbörligt intrång i enskildas personliga integritet. Målet ska nås utan att användningen av teknik onödigt hindras eller försvåras.

Datainspektionen utövar tillsyn över sådan personuppgiftsbehandling som regleras av Personuppgiftslagen (1998:204, PUL). Syftet är att skydda människor mot att deras personliga integritet kränks vid behandling av personuppgifter.

2.8 Konsumenternas tele-, TV- och Internetbyrå, KTIB

Konsumenternas tele-, TV- & Internetbyrå (KTIB) är en självständig organisation som ger objektiv information och vägledning kostnadsfritt till konsumenterna kring tele-, TV- och Internetabonnemang. Verksamheten bekostas av ett stort antal teleoperatörer. Betalteletjänster ingår inte i KTIB:s rådgivningsområde.