

Til
Nasjonal kommunikasjonsmyndighet

Dokument type
Sluttrapport

Dato
01.09.2023

Sluttrapport

Digital inkludering – ekomtjenester for alle



Sluttrapport

Digital inkludering – ekomtjenester for alle

Rambøll
Harbitzalléen 5
Postboks 427 Skøyen
0213 Oslo

T +47 22 51 80 00
<https://no.ramboll.com>

Oppdragsnavn **Digital inkludering – ekomtjenester for alle**
Mottaker **Nasjonal kommunikasjonsmyndighet**
Dokument type **Rapport**
Versjon **2**
Dato **01.09.2023**
Utført av **Rambøll Management Consulting**

Rambøll
Harbitzalléen 5
Postboks 427 Skøyen
0213 Oslo

T +47 22 51 80 00
<https://no.ramboll.com>

Innholdsfortegnelse

| | | |
|--|--|----|
| INNLEDNING | | |
| 1. | Om oppdraget | 3 |
| 1.1 | Bakgrunn og kontekst for oppdraget | 3 |
| 1.2 | Nærmere om oppdraget | 5 |
| 1.3 | Rapportens oppbygning | 6 |
| 2. | Metode for gjennomføring av oppdraget | 7 |
| 2.1 | Datainnsamling | 7 |
| 2.2 | Utvalg | 7 |
| 2.3 | Utforming av tiltak | 9 |
| DEL 1: KARTLEGGING AV OPPLEVDE BARRIERER BLANT BRUKERE AV MOBIL- OG BREDBÅNDSABONNEMENT | | |
| 3. | Eksisterende kunnskap om digital sårbarhet blant ulike målgrupper | 11 |
| 3.1 | Digital sårbarhet blant pensjonister | 11 |
| 3.2 | Digital sårbarhet blant personer med funksjonsnedsettelse | 13 |
| 3.3 | Digital sårbarhet blant personer med innvandrerbakgrunn | 16 |
| 3.4 | Digital sårbarhet blant personer med lav utdanning og/eller inntekt | 18 |
| 4. | Opplevde barrierer på tvers av målgrupper | 20 |
| 4.1 | Kjøp av mobilabonnement | 20 |
| 4.2 | Kjøp av bredbåndsabonnement | 23 |
| 4.3 | Komme i gang med mobilabonnement | 23 |
| 4.4 | Komme på nett med bredbåndsabonnement | 24 |
| 4.5 | Betaling av mobilabonnement og bredbåndsabonnement | 24 |
| 4.6 | Bruk av mobilabonnement | 25 |
| 4.7 | Bruk av bredbåndsabonnement | 29 |
| 4.8 | Bytte og avslutte mobilabonnement | 30 |
| 4.9 | Bytte og avslutte bredbåndsabonnement | 31 |
| 4.10 | Funn som gjelder på tvers av hele livssyklusen | 32 |
| 5. | Funn fra intervjuer med ekom-tilbydere | 36 |
| 5.1 | Ekom-tilbydernes arbeid for digitalt sårbare grupper | 36 |
| 5.2 | Ekom-tilbydernes opplevelser av barrierer hos kundene | 36 |
| 5.3 | Kanaler for kundekontakt | 38 |
| 5.4 | Eksisterende tiltak for digital inkludering | 38 |
| 5.5 | Teknologi | 39 |
| 5.6 | Tanker om fremtiden | 40 |
| 6. | Analyse og konklusjon del 1 | 41 |
| 6.1 | Forhold som hindrer digitalt sårbare i å ta i bruk og nyttiggjøre seg ekom-tjenester | 41 |
| 6.2 | Målgruppeanalyse | 45 |
| 6.3 | Kundeservice | 48 |
| 6.4 | Teknologi | 48 |
| DEL 2: FORSLAG TIL TILTAK | | |
| 7. | Forslag til tiltak | 51 |
| 7.1 | Fremgangsmåte | 51 |
| 7.2 | Beskrivelse av tiltak | 52 |
| 8. | Konklusjon del 2 | 62 |

INNLEDNING

1. Om oppdraget

1.1 Bakgrunn og kontekst for oppdraget

Samfunnet blir stadig mer digitalt. Dette skaper et mangfold av nye muligheter, blant annet innen innovasjon, handel og kommunikasjon. Det kommer stadig nye og bedre digitale tjenester som gjør hverdagen enklere for de fleste av oss. Norge ligger på toppen i EU når det gjelder digitalisering og har en befolkning som er godt vant med å bruke digitale verktøy.¹ Den høye tilliten befolkningen i Norge har til det offentlige har vært, og fortsetter å være, en viktig ressurs i arbeidet med digitalisering og gjør at innbyggerne i stor grad føler seg trygge til å ta i bruk nye digitale løsninger.

Samtidig vet vi at det finnes personer som av ulike årsaker ikke bruker digitale verktøy og tjenester. Enkelte ønsker simpelheten ikke å være digitale, mens andre gjerne vil, men mestrer det ikke. Personer eller grupper av personer som faller utenfor eller står i risiko for å falle utenfor det digitale tjenestetilbudet kan kalles digitalt sårbare. Digitalt sårbare personer har manglende tilgang til eller mulighet til å bruke digitale tjenester.

Ifølge HK-dir (tidligere Kompetanse Norge) er rundt 14 prosent av den norske befolkning, som tilsvarer over 600 000 personer, så lite digitale at de forventes å ha store utfordringer med å bruke digitale selvbetjeningsløsninger eller andre offentlige digitale tjenester. Enkelte befolkningsgrupper har svakere digitale ferdigheter enn andre, og står dermed i større fare for å oppleve digitalt utenforskap. Dette gjelder spesielt grupper betegnet av høy alder, lavt utdanningsnivå, lav husholdningsinntekt, mindre sentralt bosted og svak tilknytning til arbeidsmarkedet. Spesielt seniorer (60 år og eldre) og ikke-sysselsatte (personer utenfor arbeid og med lav utdanning) har svakere digitale ferdigheter enn den øvrige befolkningen. Kun 3 prosent av innbyggerne oppgir at de ikke bruker internett og smarttelefon, PC eller nettbrett. Dette utgjør ca. 130 000 personer. I hovedsak består denne gruppen av seniorer, personer utenfor arbeidsstyrken og personer med utdanning på grunnskolenivå eller lavere. Det er også i disse gruppene vi finner flest personer med svake grunnleggende digitale ferdigheter. Andelen som ikke bruker digitale verktøy er størst blant de over 80 år, hvor ca. 30 prosent oppgir at de ikke bruker internett eller noen digitale verktøy.²

IT i praksis 2022 understreker at digitalt utenforskap rammer personer med lav inntekt og personer som står utenfor arbeidsstyrken, samt personer med høy alder. Rapporten viser videre at gruppene som rammes av digitalt utenforskap har kjennetegn som gir økt sannsynlighet for at personene som rammes allerede opplever mer generelt utenforskap fra samfunnet. Konsekvensen kan komme til uttrykk gjennom lavere nyhetskonsum, deltakelse i offentlig debatt og samfunnsliv, og kan dermed være en trussel mot deltakelse i demokratiet.³

YouGov har kartlagt omfanget av utenforskap til enkelte markeder som følge av digitalisering av betalingsmidler, på oppdrag fra Forbrukerrådet. Totalt oppgir 7 prosent av utvalget i undersøkelsen til YouGov at de har betydelige problemer med å bestille og/eller betale for abonnement på mobil/TV/bredbånd. 8 prosent av utvalget oppgir at de ikke kjøper abonnement på mobil/TV/bredbånd. 2 prosent av utvalget oppgir at de ikke får bestilt. 83 prosent av utvalget oppgir at de bestiller og/eller betaler abonnement på mobil/TV/bredbånd problemfritt. Blant de som oppgir at de har problemer eller ikke får bestilt/betalt for abonnement på

¹ European Commission (2022). «Digital Economy and Society Index (DESI) 2022. Norway». Hentet fra: [Norway in the Digital Economy and Society Index | Shaping Europe's digital future \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/norway-in-the-digital-economy-and-society-index-shaping-europe-s-digital-future)

² Kompetanse Norge (2021). «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse». Hentet fra: [Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse \(kompetansenorge.no\)](https://kompetansenorge.no/)

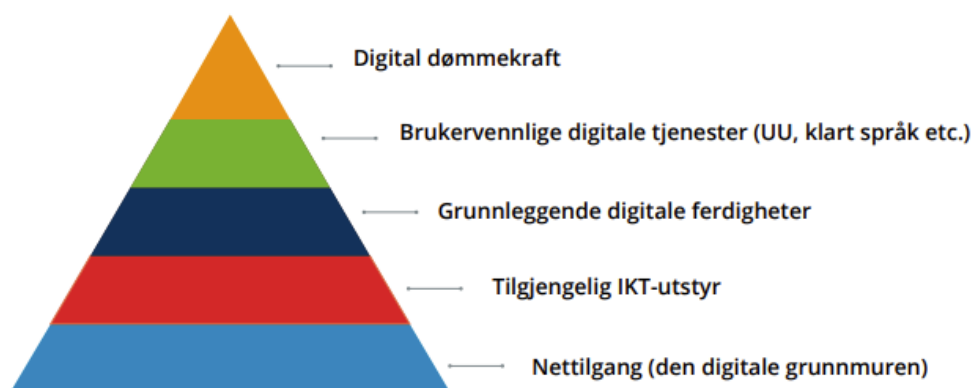
³ Rambøll (2022). «IT i praksis 2022». Hentet fra: [IT i praksis 2022 \(digdir.no\)](https://digdir.no/)

mobil/TV/bredbånd, er det størst andel som ikke bruker BankID (57 prosent), mens også de som bruker BankID (23 prosent) kan oppleve problemer.⁴

Tilgang til ekom-tjenester i form av mobilabonnement og bredbåndsabonnement, samt evne til å kunne ta i bruk disse tjenestene, er grunnleggende forutsetninger for å kunne delta i et stadig mer digitalt samfunn. Hvordan ekom-tilbydere tilrettelegger tjenester knyttet til å gjennomføre kjøp, bruk, bytting og avslutning av abonnement enkelt kan sterkt påvirke enkelte gruppers mulighet til å nyttiggjøre seg av ekom-tjenestene.

I Regjeringens strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen «Digital hele livet», pekes det på fem forutsetninger for fullverdig digital deltakelse, ref. figuren under. Nkom har en sentral rolle når det kommer til den digitale grunnmuren. Samtidig kan bruk og nyttiggjørelse av ekom-tjenester knyttes til forhold lenger opp i pyramiden.⁵

Figur 1-1 Fem forutsetninger for digital deltakelse. Figuren er hentet fra Regjeringens strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen, «Digital hele livet»



I forlengelsen av Regjeringens strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen «Digital hele livet», er det utarbeidet en handlingsplan for økt inkludering i et digitalt samfunn som primært retter seg mot grupper i samfunnet som opplever digitale barrierer og digitalt utenforskap. Handlingsplanen tar sikte på å legge til rette for digital deltakelse for alle, samtidig som man erkjenner viktigheten av at det finnes gode analoge alternativer for personer som ikke ønsker eller kan bruke digitale produkter og tjenester slik at denne gruppen ikke faller utenfor. Handlingsplanen trekker frem innsikt i forvaltningen, helse relaterte barrierer, lav tillit, språklige, sosiale og kulturelle barrierer for å benytte teknologi. De peker også på barrierer for unge og i kriminalomsorgen. Handlingsplanen presenterer til sammen 32 tiltak, som både er sortert under hvert de fem forutsetningene for fullverdig digital deltakelse presentert i Figur 1-1 og som går på tvers av disse områdene. Tiltakene gjelder digital inkludering generelt, men inneholder også noen tiltak som gjelder innenfor ekom-området, som å sikre at alle husstander og virksomheter i Norge har tilgang til raskt bredbånd (tiltak 6), forbedre infrastruktur og tilgang (tiltak 7), å arbeide med å gjøre kundeservice hos leverandører av digitale tjenester tilgjengelig for alle (tiltak 16), øke kjennskap til tilbud innen elektronisk kommunikasjonsutstyr og tjenester for brukere med nedsatt funksjonsevne og særskilte behov (tiltak 29).⁶

⁴ YouGov (2022). «Utenforskap i forbrukermarkeder. Digitale og andre hindre for forbrukernes tilgang til vanlige markeder.» Hentet fra: [Utenforskap i forbrukermarkeder. Digitale og andre hindre for forbrukernes tilgang til vanlige markeder. \(forbrukerradet.no\)](https://forbrukerradet.no/utenforskap-i-forbrukermarkeder-digiale-og-andre-hindre-for-forbrukernes-tilgang-til-vanlige-markeder)

⁵ Kommunal- og moderniseringsdepartementet (2021). «Digital hele livet. Nasjonal strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen.» Hentet fra: [Digital hele livet. Nasjonal strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen. \(regjeringen.no\)](https://regjeringen.no/digital-hele-livet-nasjonal-strategi-for-okt-digital-deltakelse-og-kompetanse-i-befolkningen)

⁶ Kommunal- og distriktsdepartementet (2023). «Handlingsplan for auka inkludering i eit digitalt samfunn.» Hentet fra: [Handlingsplan for auka inkludering i eit digitalt samfunn \(regjeringen.no\)](https://regjeringen.no/handlingsplan-for-auka-inkludering-i-eit-digitalt-samfunn)

1.2 Nærmere om oppdraget

Rambøll Management Consulting har gjennomført prosjektet «Digital inkludering – ekom-tjenester for alle», på oppdrag fra Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom). Oppdraget er utløst av et behov for mer kunnskap om hvilke barrierer som finnes for å bruke og nyttiggjøre seg av ekom-tjenester i dag. Formålet med prosjektet har vært todelt – først å kartlegge hvilke forhold som hindrer digitalt sårbare å ta i bruk og nyttiggjøre seg av grunnleggende ekom-tjenester, og deretter å foreslå tiltak som Nkom kan gjennomføre, eller ta initiativ til, for å bidra til at en større andel av befolkningen kan ta i bruk og nyttiggjøre seg ekom-tjenester. Prosjektet skal gi et grunnlag for videre prioritering av Nkoms ressursinnsats.

Gjennom oppdraget har vi lagt vekt på å belyse barrierer for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement blant ulike digitalt sårbare grupper. På bakgrunn av tidligere kunnskap om hvilke grupper som i særlig grad står i fare for å være eller bli digitalt sårbare, samt i dialog med Nkom om deres brukergrupper og mandat, valgte vi å rette fokus mot fire målgrupper: pensjonister, personer med funksjonsnedsettelse, personer med innvandrerbakgrunn og personer med lav utdanning og/eller inntekt. Disse målgruppene er ikke gjensidig utelukkende. Vi har videre lagt vekt på å kartlegge barrierer knyttet til hele livssyklusen til et mobil- og bredbåndsabonnement, for å kartlegge hvilke barrierer som oppstår hvilke steder i forløpet fra kjøp av abonnement, å komme i gang, betaling, bruk og bytte eller avslutning av abonnement.

Prosjektet har hatt som formål å kartlegge barrierer fra brukernes perspektiv. Funnene som presenteres i denne rapporten reflekterer derfor de områdene ved ekom-tjenester som brukerne selv opplever som vanskelige. Utfordringene som brukerne gir uttrykk for er i noen tilfeller direkte knyttet til mobil- og bredbåndsabonnement, men er ofte knyttet til de digitale enhetene som abonnementene benyttes på, digitale tjenester eller digitale ferdigheter mer generelt som også får konsekvenser for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement.

Gjennom oppdraget har vi utforsket følgende spørsmål:

- 1) Hvilke forhold (utover tilgang til nett og utstyr) hindrer digitalt sårbare i å ta i bruk og fullt ut nyttiggjøre seg av grunnleggende ekom-tjenester (mobil- og bredbåndsabonnement)? Herunder vurdere:
 - Hvilke grupper har de største utfordringene og hva knytter de største utfordringene seg til (ref. livssyklusperspektiv for ekom-tjenester)?
 - I hvilken grad opplever «digitalt sårbare» grupper at ekom-tilbydernes egen kundeservice fungerer effektivt for å løse utfordringer med kjøp, bruk og bytte/avslutte abonnement?
 - Hvordan vil teknologiutviklingen de nærmeste årene påvirke mulighetene for kjøp, bruk, og bytte/avslutte abonnement (for eksempel økt bruk av eSIM etc)?
- 2) Foreslå tiltak Nkom kan gjennomføre eller evt. ta initiativ til i samarbeid med bransjeaktører for å effektivt bidra til at flere kan ta i bruk og nyttiggjøre seg av ekom-tjenester? Herunder vurdere:
 - Foreslå tiltak som kan bidra til å oppfylle ny forskriftsbestemmelse om likeverdig tilgang for sluttbrukere med nedsatt funksjonsevne.
 - Bør det gjøres særskilte tiltak for ikke-digitale brukere for å legge til rette for at disse kan skaffe seg og benytte mobil- og bredbåndsabonnement?

1.3 Rapportens oppbygning

Rapporten følger en tredelt struktur med innledning, presentasjon av funn og analyser knyttet til barrierer for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement og til slutt forslag til tiltak som kan imøtekomme de identifiserte barrierene.

I delen **INNLEDNING** gir vi kontekst til rapporten gjennom å beskrive bakgrunnen for oppdraget og problemstillingene vi har undersøkt (kap. 1), samt metodisk fremgangsmåte for datainnsamling og hvilket utvalg resultatene i rapporten bygger på (kap. 2).

DEL 1 KARTLEGGING AV OPPLEVDE BARRIERER BLANT BRUKERE AV MOBIL- OG BREDBÅNDSABONNEMENT, inneholder først en redegjørelse for eksisterende litteratur som beskriver digital sårbarhet blant målgruppene som omfattes av denne rapporten (kap. 3), etterfulgt av en presentasjon av barrierer vi har kartlagt i dette prosjektet gjennom intervjuer med hhv. brukerperspektivet (kap. 4) og ekom-tilbydernes perspektiv (kap. 5). Denne delen avsluttes med en analyse hvor vi ser all innhentet data i sammenheng og konklusjon på problemstilling 1 med tilhørende underspørsmål (kap. 6).

I **DEL 2 FORSLAG TIL TILTAK**, har vi benyttet funn og konklusjoner i Del 1 til å utarbeide forslag til tiltak som kan imøtekomme de identifiserte barrierene (kap. 7). Rapporten avsluttes med en konklusjon på problemstilling 2 med tilhørende underspørsmål (kap. 8).

Under følger en oversikt over delene og kapitlene.

INNLEDNING

- Kapittel 1: Om oppdraget
- Kapittel 2: Metode for gjennomføring av oppdraget

DEL 1: KARTLEGGING AV OPPLEVDE BARRIERER BLANT BRUKERE AV MOBIL- OG BREDBÅNDSABONNEMENT

- Kapittel 3: Eksisterende kunnskap om digital sårbarhet blant ulike målgrupper
- Kapittel 4: Opplevde barrierer på tvers av målgrupper
- Kapittel 5: Funn fra intervjuer med ekom-tilbydere
- Kapittel 6: Analyse og konklusjon del 1

DEL 2: FORSLAG TIL TILTAK

- Kapittel 7: Forslag til tiltak
- Kapittel 8: Konklusjon del 2

Vedlegg

- Litteraturliste

2. Metode for gjennomføring av oppdraget

I dette kapitlet redegjør vi for metodisk fremgangsmåte og utvalget som funnene i rapporten er basert på. Kartleggingen er gjennomført med kvalitative forskningsmetoder.

2.1 Datainnsamling

Tidlig i oppdraget innhentet vi relevante dokumenter om digital inkludering generelt og om digital inkludering i ekom-tjenester spesielt, for å bygge datainnsamling og analyser på eksisterende kunnskapsgrunnlag.

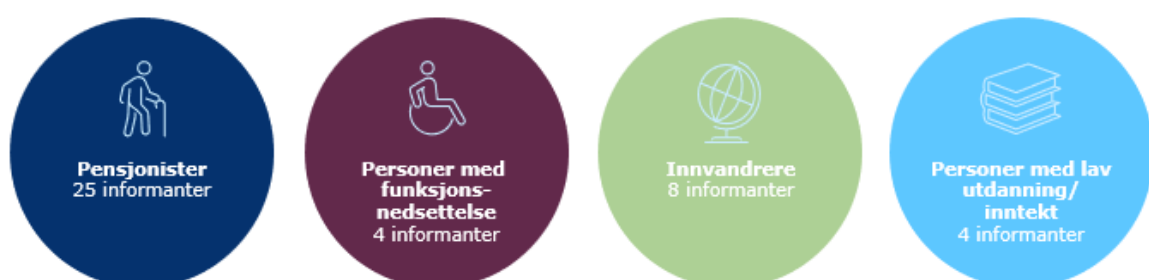
For å få et innblikk i ekom-tilbyderes tilbud og arbeid på feltet i dag, har vi snakket med fem ekom-tilbydere med ulik størrelse. Vi har både snakket med aktører med eget nett og aktører som selger deres nett videre for å innhente perspektiver fra aktører med ulike utgangspunkt. I intervjuene snakket vi blant annet om ekom-tilbydernes vurdering av digitalt sårbare grupper og hvorvidt og hvordan de arbeider strategisk og konkret opp mot disse kundegruppene i dag, samt hvilke barrierer de opplever at kunder har gjennom erfaringer fra kundeservice, samt om muligheter og utfordringer knyttet til teknologi i fremtiden.

Vi gjennomførte innledende intervjuer med aktører med spesiell kjennskap til digital inkludering og med spesiell kjennskap til de fire målgruppene som omfattes av kartleggingen. Informantene i de innledende intervjuene inkluderte en forsker, interesseorganisasjoner for personer med funksjonsnedsettelse, frivillige organisasjoner og frivilligsentral som arbeider opp mot personer med innvandrerbakgrunn og eldre, et NAV-kontor med digital satsing overfor personer med lave digitale ferdigheter, og representanter fra kommunale tilbud om digihjelp og kommunalt strategisk arbeid med digital inkludering. De innledende intervjuene ga både godt innblikk i ulike perspektiver på digital inkludering og overordnede utfordringer med mobil- og bredbåndsabonnement.

2.2 Utvalg

Hoveddatainnsamlingen bestod av intervjuer med personer som tilhørte en eller flere av målgruppene pensjonist, personer med innvandrerbakgrunn, personer med funksjonsnedsettelse og personer med lav utdanning/inntekt. Informantene ble primært rekruttert gjennom tre strategier: rekruttering blant interesseorganisasjoner, åpen rekruttering og rekruttering i eget nettverk. Til sammen har vi intervjuet 37 unike personer som er kunder og brukere av mobil- og bredbåndsabonnement. Disse gruppene er ikke gjensidig utelukkende. Alle tilhører enten gruppen pensjonister, personer med funksjonsnedsettelse eller innvandrere, mens fire informanter også har gitt informasjon som gjør at de kan inngå som informanter med lav utdanning og/eller inntekt. Personene fordeler seg slik på de fire ulike målgruppene:

Figur 2-1 Oversikt over målgrupper og utvalg



I en kvalitativ undersøkelse som denne er det viktig å påpeke at vi innhenter eksempler og dybdeinformasjon om opplevelser og erfaringer, men at kartleggingen ikke gir et representativt bilde av hele populasjonen. Vi har tilstrebet å fordele antall deltakere etter fordelingen i populasjonen, dvs. flest pensjonister. Gruppene er store og relativt heterogene når det gjelder utfordringsbilde og behov. Spesielt er gruppen personer med funksjonsnedsettelse en svært heterogen gruppe, hvor vi kun har fanget opp eksempler på noen ulike utfordringer.

Vi vurderer at deltakerne i kartleggingen har noe varierte digitale ferdigheter, noe som også reflekterer deres utfordringer og behov. Samlet sett vurderer vi at deltakerne gir god innsikt i utfordringsbildet knyttet til ulike deler av det å ha og bruke mobil- og bredbåndsabonnement, samt å leve i et svært digitalisert samfunn. Samtidig er det viktig å understreke at undersøkelsen er kvalitativ og ikke nødvendigvis dekker alle potensielle utfordringer og behov hos digitalt sårbare personer.

Under følger en nærmere beskrivelse av utvalget vårt.



I denne kartleggingen har vi intervjuet til sammen 25 pensjonister i alderen 69 til 91 år. Pensjonistene har variert utdannings- og yrkesbakgrunn. Mens noen har hatt yrker hvor de har brukt datamaskin, har andre hatt mer analoge arbeidsoppgaver. Et stort flertall av pensjonistene har en datamaskin. Enkelte pensjonister bruker datamaskin til en rekke oppgaver og til underholdning, mens bruken blant de eldste pensjonistene begrenser seg til e-post og betaling av regninger med nettbank. Noen av pensjonistene har også et nettbrett som de bruker til mange av de samme oppgavene hjemme. Noen få bruker også datamaskin til dokumentbehandling i ny og ne. Kun noen få pensjonister oppgir at de ikke har datamaskin og/eller internett hjemme. Alle pensjonistene vi har snakket med bruker mobiltelefon, og de fleste har en smarttelefon. Bruken av smarttelefonen varierer kraftig – mens noen bruker så å si alle funksjoner og apper, er det noen som kun bruker telefonen til å ringe og motta tekstmeldinger. Et lite antall informanter har en enklere Doro-telefon uten internett.



Kartleggingen omfatter totalt fire informanter med ulike funksjonsnedsettelse som enten er medfødt eller ervervet. Utvalget omfatter både lette og moderate utviklingshemninger, samt fysiske funksjonsnedsettelse. Samlet sett oppgir informantene utfordringer knyttet til motorikk, syn, hørsel, kommunikasjon, hukommelse, læringsevne, selvtillit og vurderingsevne, grunnet sykdomsbilde. Alle informantene er samtykkekompetente. Noen av informantene har verge og andre har ikke det. Alle informantene klarer seg godt i hverdagen, men alle er i ulik grad avhengige av hjelp med praktiske oppgaver. Dette inkluderer også oppgaver knyttet til å kjøpe, komme i gang med, betale, bruke og bytte/avslutte mobil- og bredbåndsabonnement. Hva de trenger hjelp til avhenger en del av type og grad av funksjonsnedsettelse. Alle personene vi har snakket med har bistand fra ulike former for hjelpepersonell, for eksempel knyttet til bolig, assistent eller hjemmehjelp. Våre informanters erfaringer er imidlertid at disse hjelperne ikke nødvendigvis har rett kompetanse eller tid til å hjelpe til med mobilabonnement eller internettabonnement. For alle vi har snakket med, er det familie som primært hjelper til med mobil- og bredbåndsabonnement.



Kartleggingen omfatter totalt åtte informanter med innvandrerbakgrunn. Utvalget omfatter innvandrere som er født i utlandet og har varierende botid i Norge. Samlet sett oppgir informantene utfordringer knyttet til norsk språk, lite kjennskap til offentlige tjenester og tilbud samt begrenset sosialt nettverk som påvirker muligheten til å oppsøke hjelp, i tillegg til lav selvtillit eller vilje til å lære. Brukervennligheten til mobiltelefoner trekkes også frem som en barriere blant denne gruppen. Vi finner varierte ferdigheter og behov innad i denne målgruppen, og noen informanter klarer seg bedre enn andre i hverdagen digitalt. Opplevde barrierer og

behovet for hjelp knyttet til både kjøp, å komme i gang, betale, bruke og bytte/avslutte mobil- og bredbåndsabonnement varierer derfor fra person til person. Et par informanter klarer seg selv, mens de fleste får bistand fra deres respektive partner eller barn. Det er informantene som opplever de største språkbarrierene som også har behov for mest hjelp. De fleste informantene tar ikke direkte kontakt med kundeservice selv, men får hjelp til dette av overnevnte.



Kartleggingen omfatter ingen informanter som har blitt rekruttert på bakgrunn av lav utdanning eller inntekt alene. Derimot er det fire informanter fra de øvrige målgruppene som også tilhører denne kategorien. Dette gjelder primært personer med innvandrerbakgrunn som i tillegg har lite utdanning. Informantene snakker, leser og forstår sine egne morsmål og har noe utdanning, men har begrensede norskerferdigheter og mangler formell utdanning fra Norge. Enkelte av disse er ikke i jobb. Videre er det enkelte personer som på grunn av sin funksjonsnedsettelse har begrenset utdanning og arbeid. Økonomi er et sensitivt tema som informantene i liten grad har snakket om. Funnene som beskrives i dette kapitlet er derfor i mindre grad basert på intervjudata og i større grad basert på eksisterende informasjon om hvordan en utfordrende økonomisk situasjon kan påvirke digital deltakelse.

2.3 Utforming av tiltak

Etter kartlegging og analyse av barrierer for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement, har vi gjennomført analyser hvor vi har jobbet med idemyldring og utforming av tiltak som kan imøtekomme de identifiserte barrierene. Les mer om fremgangsmåte for vurdering og utforming av tiltaksbeskrivelser i kap. 7.

DEL 1

**KARTLEGGING AV
OPPLEVDE BARRIERER
BLANT BRUKERE AV
MOBIL- OG
BREDBÅNDSABONNEMENT**

3. Eksisterende kunnskap om digital sårbarhet blant ulike målgrupper

Som nevnt i innledningen undersøker denne kartleggingen barrierer for å bruke og fullt ut nyttiggjøre seg av mobil- og bredbåndsabonnement blant fire målgrupper: pensjonister, personer med funksjonsnedsettelse, personer med innvandrerbakgrunn og personer med lav utdanning og/eller inntekt. Disse målgruppene er ikke gjensidig utelukkende. I dette kapittelet beskriver vi disse fire målgruppene nærmere på bakgrunn av eksisterende forskning om barrierer for digital deltakelse. Denne innsikten suppleres av erfaringer om de ulike målgruppenes utfordringer, som er innhentet gjennom intervjuene vi har gjennomført i dette prosjektet med personer som jobber tett med målgruppene.

3.1 Digital sårbarhet blant pensjonister

Kompetanse Norge har utarbeidet rapporten «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse», som har til formål å styrke kunnskapsgrunnlaget om befolkningens digitale kompetanse og digitale deltakelse. Undersøkelsen finner at nivået på de grunnleggende digitale ferdighetene synker med alderen, og den største andelen ikke-brukere og svake digitale brukere er i seniorgruppen som her er definert som 60 år og eldre. Samlet viser undersøkelsen at 13 prosent av alle seniorer er ikke-brukere og 33 prosent av alle seniorer er svake brukere. Dette er betydelig større andeler ikke-brukere og svake brukere enn alle andre grupper.⁷

SSB har gjennomført en risikoanalyse for å studere hvilke kjennetegn som kan forklare sårbarhet for å falle utenfor når det gjelder bruk av digitale tjenester.⁸ Også denne analysen viser at sannsynligheten for digitalt utenforskap øker med alderen.⁹

Flere kilder diskuterer hvorvidt neste generasjon seniorer kommer til å ha høyere digitale ferdigheter enn dagens seniorer. Det eksisterer en antakelse om at digitalt utenforskap etter hvert vil bli et mindre problem ettersom de fleste unge i dag vokser opp i en digital verden og man dermed får bedre forutsetninger for å være digital hele livet. Etter hvert som samfunnet blir mer digitalisert og nye teknologier kommer på banen, vil imidlertid også kravene til digital kompetanse øke.¹⁰ Nyere undersøkelser viser også at unge, som ellers antas å være «digital natives», strever med å bruke offentlige digitale tjenester. Antakelig skyldes dette ikke primært svake digitale ferdigheter, men heller manglende forvaltningskompetanse. Det kan dermed ikke utelukkes at digitalt utenforskap også antakelig vil fortsette å være en utfordring også i årene som kommer og for fremtidige generasjoner. Videre kan det argumenteres for at digitalt utenforskap ikke er et utdøende generasjonsproblem fordi det kan oppstå aldersrelaterte utfordringer med å bruke og nyttiggjøre seg av digitale produkter og tjenester, og mobil- og bredbåndsabonnement spesielt. Flytende intelligens hos mennesker, som berører korttidsminne, prosesseringshastighet og problemløsning under nye omstendigheter, reduseres kontinuerlig etter at man passerer 20 år, samtidig som krystallisert intelligens som er kunnskap man oppnår gjennom utdanning og livserfaringer, også faller litt etter passerte 50 år.¹¹

⁷ Kompetanse Norge (2021). «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse». Hentet fra: [Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse \(kompetansenorge.no\)](https://kompetansenorge.no)

⁸ Analysen er basert på [SSBs undersøkelse «Bruk av IKT i husholdningene»](#) kombinert med data fra [DFØs Innbyggerundersøkelse for 2021](#).

⁹ SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](https://ssb.no)

¹⁰ Kompetanse Norge (2021). «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse». Hentet fra: [Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse \(kompetansenorge.no\)](https://kompetansenorge.no)

¹¹ Haksø, E. & Berg, S. (2022). «Design for elders: Stimulating inclusive design for digitally lacking, cognitively impaired elders in digital services and products». Hentet fra: [Design for elders: Stimulating inclusive design for digitally lacking, cognitively impaired elders in digital services and products \(ntnuopen.no\)](https://ntnuopen.no)

Gjennom et intervju med en frivillig aktør som driver datahjelp til eldre, får vi innblikk i behovet til målgruppen fra en som jobber med tematikken til daglig. Denne frivillige aktøren driver mye nettverksbasert arbeid blant eldre i bydelen. I tillegg samarbeider de tett med førstelinje i kommunens omsorgstjeneste og med NAV om å identifisere brukere med behov for digital bistand. Dette gjør at de har et relativt stort nedslagsfelt og hjelper mange i bydelen.

I sitt virke som frivillig møter vår informant på eldre som trenger hjelp med digitale utfordringer i hverdagen. Informanten opplever at behovet for digital hjelp er svært stort. De fleste henvendelsene han får fra eldre handler om bruk av datamaskin og telefon, innlogging og glemte passord, utfordringer med betaling av fakturaer og installering av bredbånd og telefon i bolig. Basert på informantens møte med eldre som trenger hjelp til å løse digitale utfordringer i hverdagen, ser han at eldre ofte har sammensatte utfordringer, som blant annet handler om at de ikke har lært eller brukt digitale løsninger i ung alder eller yrkesaktive liv. Samtidig oppstår det ofte aldersrelaterte helseutfordringer som påvirker evnen til å bruke og nyttiggjøre seg mobil- og bredbåndsabonnement. Han hjelper blant annet flere eldre som har fått svært svekket hørsel og syn med alderen. Disse personene har blitt gode på å kommunisere via stemmegjenkjenningsapplikasjonen Siri på iPhone, men har fortsatt utfordringer med å lese tekstmeldinger som kommer fra blant annet offentlige og private aktører. Av denne grunn mener informanten at fremtidens generasjoner eldre også vil være digitalt sårbare.

Informantens erfaring tilsier at relativt små problemer kan sette eldre «ut av spill». Dette er fordi mange som henvender seg til organisasjonen for hjelp mangler strategier for å løse små problemer på egenhånd. Dette skaper ofte stor frustrasjon hos brukerne, oppgir informanten. Dersom oppsettet på en digital enhet eller program ser annerledes ut på grunn av ny oppdatering, ny digital enhet eller nytt operativsystem, får mange eldre derfor store vanskeligheter med å overføre det de kunne om bruk av enheten og programmer med forrige oppsett til det nye oppsettet. Informanten forteller om flere eksempler på at dette ikke tas hensyn til for eksempel når selgere anbefaler ny datamaskin og ny telefon til de eldre. Relatert til dette, opplever informanten at mange eldre kjøper avanserte datamaskiner og mobiltelefoner etter anbefaling fra selgere, selv om de knapt kan bruke disse maskinene og telefonenes funksjoner og kunne klart seg med noe som både er langt billigere og enklere å bruke.

Informanten mener det er mange eldre som ikke nødvendigvis gjør noe med problemer som oppstår. Et eksempel er en bruker som ville avslutte et abonnement, og bare sluttet å betale fakturaene som kom uten å si opp abonnementet. Dette medførte at fakturaene samlet seg opp og krevde mye kontakt med kundeservice i etterkant for å rydde opp i. Han kjenner mange som kontakter det frivillige hjelpetilbudet fremfor å ringe til mobil- og internettleverandørers kundeservice når det oppstår utfordringer med det digitale. Han tror det først og fremst handler om trygghet hos personen man får hjelp fra og at de har bedre tid til å hjelpe, forklare og løse problemer, samt komme hjem til dem hvis det er behov for det. I tillegg kan de frivillige tilby personlig tilpassede løsninger som krever en del innsats opp mot mobil- og internettsselskapene for å få til og som brukerne ikke har kunnskap eller mulighet til å ordne selv. Et eksempel på dette, er å bestille og installere utstyr som gjør at eldre kan beholde sitt gamle fasttelefonnummer etter nedbyggingen av kobbernettet.

Informanten kontakter ofte mobiloperatører på vegne av sine brukere, og uttrykker stor frustrasjon over hvor lite tilgjengelig de kan være. Han nevner at noen selskaper har lang ventetid i telefonkø på kundeservice og at man ikke finner e-postadresser man kan bruke til å sende skriftlige henvendelser lenger. Han er også frustrert over chatboter som gir dårlige svar.

3.2 Digital sårbarhet blant personer med funksjonsnedsettelse

Funksjonsnedsettelse omfatter svært ulike fysiske, kognitive og/eller mentale funksjonsnedsettelse, med ulike alvorlighetsgrad og ulik grad av innvirkning på bruk og opplevelser med digitale produkter og tjenester.

En forskningsgruppe fra SINTEF har undersøkt hvilke faktorer som påvirker digital sårbarhet generelt, og hvilke grupper som er mer sårbare enn andre. I SINTEF-rapporten defineres sårbare grupper som personer som ikke kan forventes å delta på lik linje med resten av befolkningen. Innenfor denne gruppen er både personer med midlertidig eller varig nedsatt motorisk, sensorisk eller kognitiv funksjonsevne på grunn av sykdom eller skade, smerte, kroniske tilstander og utfordringer med psykisk helse. I tillegg omfatter gruppen digitalt sårbare personer med utfordringer med rus, samt innvandrere med kort botid og mangelfulle norskkunnskaper. Forskningsrapporten peker på fire forhold som særlig påvirker risikoen for digital sårbarhet, hvor utfordringer knyttet til helse- og sosiale problemer/utfordringer med livssituasjon er én av dem. Syn, problemer med å fokusere på skjerm, nedsatt motorikk, smerter, skjelving og manglende impulskontroll er forbundet med vanskeligheter med å ta i bruk digitale løsninger. Nedsatt kognitiv funksjon som kan oppstå på tvers av diagnoser, gjør det vanskelig å holde oppmerksomhet og fokus, påvirker hukommelsen og evnen til å bedømme og vurdere informasjon. Nedsatt kognisjon, som både er forbundet med kroniske tilstander, komplekse sykdomsbilder, psykisk helse og rus, innebærer nedsatt språkevne, problemløsning og planlegging, samt nedsatt evne til å prosessere og anvende informasjon. I tillegg gjør nedsatt mestringstro og selvfølelse at man blir utsatt for digital sårbarhet, og utløser behov for å møtes med støtte og trygghet fra mennesker fremfor tekniske utfordringer og feilmeldinger. Rapporten påpeker også at overveldelse som følge av endring i livssituasjon pga. sykdom eller skade også kan skape problemer.¹² Slike helserelaterte utfordringer kan påvirke ulike deler av prosessen fra å kjøpe til å komme i gang, betale, bruke og endre eller avslutte et abonnement.

Det finnes undersøkelser som viser at funksjonsnedsettelse blant annet kan påvirke deler av denne «livssyklusen». YouGov har kartlagt omfanget av utenforskap til enkelte markeder som følge av digitalisering av betalingsmidler på oppdrag fra Forbrukerrådet. Denne kartleggingen viser at 5 prosent av utvalget oppgir funksjonsnedsettelse som grunn til at de ikke bruker ulike betalingsmidler som BankID (ca. 16 prosent), Vipps (ca. 9 prosent) smarttelefon (ca. 7 prosent), debetkort (ca. 5 prosent), kredittkort (ca. 3 prosent) og QR-leser (ca. 3 prosent). Over halvparten av personene som har oppgitt at de har en funksjonsnedsettelse oppgir at de har betydelige problemer med å bestille eller betale for abonnement for mobil, TV eller bredbånd.¹³

Videre kan funksjonshemming påvirke muligheten til å ta i bruk digitale enheter og abonnemeter. Den svenske Post- og telestyrelsen (PTS) har initiert en rekke studier som undersøker og evaluerer tilgjengeligheten i ekom-tjenester, herunder utvikling av tilgjengelige e-posttjenester for personer med lese- og skrivevansker eller kognitive vansker, utrede brukeropplevelsen ved automatisk nummeropplysning via telefon, evaluere universell utforming, tilgjengelighet i chatboter, telefoni, bankers internettjenester, mobilapplikasjoner for betaling. Dette er tjenester hvor det er identifisert stort forbedringspotensial med tanke på økt

¹² Midtgård, T. M., Sand, K. & Thun, S. (2021). «Hvem er de sårbare i digitaliseringsprosessen? Digital ekskludering i Norge». Hentet fra: [Den digitale hverdagen \(ntva.no\)](#)

¹³ YouGov (2022). «Utenforskap i forbrukermarkeder. Digitale og andre hindre for forbrukernes tilgang til vanlige markeder.» Hentet fra: [Utenforskap i forbrukermarkeder. Digitale og andre hindre for forbrukernes tilgang til vanlige markeder. \(forbrukerradet.no\)](#)

tilgjengelighet for personer med funksjonsnedsettelse.¹⁴ Når det gjelder test av bankenes internettjenester, var det blinde brukere som opplevde de største utfordringene.¹⁵

Tidligere undersøkelser viser at personer med ulike funksjonsnedsettelse kan ha varierte opplevelser og behov knyttet til kundeservice. I Storbritannia publiserte den offentlige kommunikasjonsmyndigheten, Ofcom, en guide for kundebehandling av sårbare kunder i 2020. Guiden er rettet mot tilbydere av telefon, bredbånd og betal-TV og har som formål at kundeservice skal ivareta sårbare kunder. Det er i denne sammenheng gjennomført en undersøkelse rundt kunders opplevelser med kundeservice og bruk av guiden, basert på intervjuer med kunder som kategoriseres som «sårbare kunder» grunnet økonomiske vanskeligheter, mentale og fysiske nedsettelse eller langsiktige tilstander som lav lesedyktighet og talldyktighet. Undersøkelsen viser blant annet at det er varierende vilje til å informere kundeservice om sin situasjon. Kunder med fysiske funksjonsnedsettelse og høy alder informerte oftere om dette enn kunder med mentale helseutfordringer. Når det gjelder kanal for kontakten med kundeservice, viser undersøkelsen at telefon ble mest brukt av denne gruppen med sårbare kunder. Telefon er også den kanalen de fleste kjenner til og foretrekker. Informantene i undersøkelsen oppgir et ønske om at kundeservice skal være basert nasjonalt (i dette tilfellet i Storbritannia). Selv om webchat og e-post tilbys som kanaler, påpekes det i undersøkelsen at disse krever både mestring av teknologi og god finmotorikk. Informantgruppen påpeker at de ønsker å møte sympatiske personer i kundeservice. Fjernhjelp er videre vanskelig hvis man har begrenset mobilitet eller finmotorikk. Dersom man skal bestille et abonnement og forhandle om en kontrakt, opplevdes dette vanskelig for deltakerne som hadde lav selvtilitt, mentale helseproblemer eller kognitive problemer.¹⁶

Intervjuer med interesseorganisasjoner belyser opplevde utfordringer med mobil- og bredbåndabonnement for personer med ulike former for funksjonsnedsettelse.

Innblikk i utfordringsbildet for personer med autisme

En representant fra Autismeforeningen påpeker at autismspekteret er veldig stort og omfatter personer med alt fra alvorlig utviklingshemming til veldig tekniske og kognitivt begavede personer. Behov, opplevelser og barrierer knyttet til mobil- og internettabonnement kan dermed variere mye fra person til person. Eksempler på utfordringer man kjenner til for denne gruppen kan handle om tilgang til BankID fra banken og dermed innlogging på id-portaler fordi man ikke betjener de selv. Flere har opplevd utfordringer knyttet til betaling av mobilabonnementer eller bredbåndabonnementer når man har verge, blant annet ved at man stadig må dokumentere sine behov overfor kundeservice. Informanten har konkrete eksempler på at verger ikke får snakke med kundeservice hos mobiloperatør på vegne av personen de er verge for, ettersom operatøren ikke fant vergefullmakten i sine systemer. Dette kan føre til stress hos personen med autisme. Det kan bli overveldende og vanskelig å huske informasjonen fra samtalen, dersom man med autismediagnose snakker med kundeservice på egenhånd i en stressende situasjon. Informanten forteller at det er flere som ønsker at autismediagnosen og medfølgende behov skal registreres hos kundeservice, men at personvern, individers økonomiske frihet og retten til å ta egne valg forhindrer dette.

For mange med autisme er muntlig kommunikasjon utfordrende, noe som kan skape utfordringer. Ifølge informantene, kan også de som har usynlige funksjonsnedsettelse oppleve utfordringer med

¹⁴ Se Post- og telestyrelsen (2023, 01. februar) «Kunnskapsbank: rapporter, studier, kartlaggninger». Hentet fra: [Kunnskapsbank: rapporter, studier, kartlaggninger | PTS](#)

¹⁵ Stelacon (2015). «Utværdering av tilgjengeligheten i bankers internettjenester för personer med funktionsnedsättning och äldre». Hentet fra: [Utværdering av tilgjengeligheten i bankers internettjenester för personer med funktionsnedsättning och äldre \(pts.se\)](#)

¹⁶ Jigsaw Research (2021). «Contacting communications providers: vulnerable customers' experience (ofcom.org.uk)». Hentet fra: [Contacting communications providers: vulnerable customers' experience \(ofcom.org.uk\)](#)

å få den hjelpen de har behov for enten over telefon eller ved oppmøte i butikk. At de ikke møtes på sine behov, kan medføre stress og at man gir opp. En annen kjent utfordring er at enkelte med autisme kan være godtroende og opplever å bli lurt til å kjøpe abonnement av telefonselgere, og dermed ender opp med et dyrere abonnement eller flere abonnementer. Det kan også være vanskelig for noen å forstå at de aktivt må avbestille abonnementer selv.

Videre påpeker informanten at det er mange med autisme som står utenfor arbeidslivet og dermed har økonomiske utfordringer. Digitale enheter er kostbare, og ifølge vår informant varierer det fra fylke til fylke hvorvidt de får finansiert digitale hjelpemiddelverktøy fra NAV, slik som alternativ supplerende kommunikasjon (ASK). Enkelte personer innenfor denne gruppen har også begrenset evne til å tenke økonomisk, og inngår betalingsavtaler og kjøp de ikke kan betjene. Dette kan medføre at pårørende får gjeld. I denne sammenheng opplever informanten vår at det virker vanskeligere å reservere seg mot oppringinger fra telefonsalg nå enn tidligere. Enkelte har også utfordringer med å få kredittsjekk fordi de mottar trygd, noe som gjør at de ikke får opprettet abonnement. Det er også noen som ikke får forsikret sine digitale enheter på grunn av autismediagnosen, noe som oppleves diskriminerende og lite relevant for diagnosen.

Samtidig er inntrykket at en stor andel personer med autisme benytter telefon og bredbånd, som er viktig for likeverd. Det har hatt positiv virkning for denne brukergruppen at smarttelefoner har fått større skjerm, at man har mulighet til å bruke app for alternativ supplerende kommunikasjon på telefonene og organisasjonsverktøy. Doro-telefoner har også fått et utseende som ikke skiller seg så mye fra smarttelefoner, og som dermed oppleves som mer aktuelt å bruke.

Gjennom intervjuene fremkommer det også at personer som bor i kommunal bolig ofte har tilbud om bredbånd med lav hastighet. Dette gjør at de ikke får fylt hverdagen sin med meningsfulle aktiviteter, som for eksempel spill eller strømming av for eksempel sportssendinger gjennom internett. Det er flere som ikke opplever medbestemmelse i hvilken bredbåndsløseleverandør og -tilbud man har i slike boliger. Dette medfører at man ofte betaler selv for et dyrt mobilt bredbånd. Dårlig internett kan også være en sikkerhetsutfordring fordi de kan være avhengige av å få tak i helsepersonell raskt.

Innblikk i utfordringsbildet for personer med Parkinson sykdom

Gjennom intervju med en representant for Norges parkinsonforbund, får vi fortalt at Parkinson sykdom medfører utfordringer som kan påvirke bruk og nyttiggjørelse av mobil- og internettabonnement. Sykdommen kan blant annet medføre kognitive utfordringer, herunder mental treghet. Dette gjør at komplekse og sammensatte prosesser, som kjennetegner dagens digitale løsninger, kan bli veldig vanskelig å håndtere. Dette gir utfordringer knyttet til blant annet å finne frem på nettsider eller apper hvis man må gjennomføre mange trykk. BankID er et eksempel på et komplekst system som krever mange operasjoner, noe som kan gjøre det vanskelig å bruke for denne brukergruppen. Videre er det utfordrende for personer med Parkinson å lære nye ting, noe som gjør at de mestrer programmer og digitale enheter som de kjenner godt, mens nye produkter eller endringer i brukergrensesnitt kan gjøre det umulig å bruke.

Personer med Parkinson opplever videre en rekke fysiske utfordringer, blant annet utfordringer med finmotorikk som kan gjøre det vanskelig å gjennomføre for eksempel dobbeltklikk. Man kan også utvikle en lav og monoton stemme og bruke lang tid på å forklare seg, som gjør at mange opplever å ikke bli forstått. Også personer i denne gruppen kan miste innsikt eller miste impulskontroll, som gjør at man kan takke ja til kjøp gjennom for eksempel telefonsalg. Formulering skriftlig kan også være utfordrende på grunn av skjelving.

3.3 Digital sårbarhet blant personer med innvandrerbakgrunn

Tidligere undersøkelser viser at innvandrere er digitalt sårbare, har svake digitale ferdigheter, og dermed en større risiko for å falle utenfor, sammenlignet med majoriteten av befolkningen som i stor grad behersker digitale verktøy og har gode digitale ferdigheter.^{17 18} Senest i den nye folkehelsemeldingen «Nasjonal strategi for utjamning av sosiale helseforskjeller» understrekes det at innvandrere er en av gruppene i det norske samfunnet som er spesielt utsatt for digitalt utenforskap generelt.¹⁹ Svake digitale ferdigheter blant denne målgruppen påvirker også deres kjøp, bruk og bytte av mobil- og internettabonnement. Samtidig vet vi at norskfødte med innvandrerbakgrunn ikke er digitalt sårbare. Digitalt utenforskap innenfor innvandrergruppene varierer også mye med andre faktorer som alder, om innvandrerer er født og oppvokst i Norge eller har bodd mesteparten/deler av livet i utlandet, utdanning og arbeidssituasjon.²⁰

En undersøkelse fra SSB om risiko for å falle utenfor digitalt, viser at personer født utenfor EU har høyere sannsynlighet for å falle utenfor digitalt på bruk av e-post og bruk av nettbanktjenester. Samtidig viser undersøkelsen at personer født i EU har lavere sannsynlighet for å falle utenfor når det kommer til digital kommunikasjon med offentlige myndigheter, og rapporten finner at denne gruppen generelt sett har langt mindre risiko for digitalt utenforskap. I rapporten knytter man dette funnet til en mulig bakenforliggende årsak som handler om at denne gruppen har større tilpasningsdyktighet og evne til å lære fort, noe som igjen kan virke positivt inn på blant annet digitale ferdigheter.²¹

Personer med innvandrerbakgrunn står også i en særposisjon når det gjelder norskferdigheter som barriere. Tidligere studier indikerer at innvandrere ikke nødvendigvis har tilstrekkelige norskferdigheter til å forstå informasjon og instruksjoner i digitale løsninger. En forskningsrapport fra SINTEF om digital ekskludering viser at språk og forståelse er en viktig faktor som igjen påvirker andre sentrale forhold som øker risikoen for digital sårbarhet, slik som helse, digital kompetanse og byråkratisk kompetanse/systemkompetanse.²² Språk og forståelse handler på den ene siden om norskferdigheter, som delvis kan imøtekommes med oversettelser i den grad brukerne finner frem til oversettelsene. Nyttverdien av disse oversettelsene er derfor ukjent. I tillegg utfordres språkformuleringene i ulike tjenester. Når det kommer til norskferdigheter trekkes innvandrere med kort botid frem som en spesielt sårbar gruppe for å benytte digitale tjenester.²³

En annen faktor som påvirker digital deltakelse, og som er spesielt fremtredende blant personer med innvandrerbakgrunn, er begrenset digital kompetanse, som handler om forståelsen av og bruken av informasjon i digitale løsninger. SINTEF peker videre på at språkforståelse i like stor grad handler om kompetansen til å nyttiggjøre seg informasjonen man leser eller hører, noe som både krever norskferdigheter, lese- og skriveferdigheter, digital kompetanse, forvaltningskompetanse og tilstrekkelig selvtillit. I sin rapport fremhever de at man behøver tilstrekkelig nivå av såkalt *literacy* for å kunne nyttiggjøre seg informasjon som er formulert både

¹⁷ SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](https://www.ssb.no/digital-sarbarhet-hvem-har-hoy-risiko-for-a-falle-utenfor?)

¹⁸ SSB (2010). «Digitale ferdigheter blant innvandrere og deres norskfødte barn: Mange innvandrere digitalt ekskludert». Hentet fra: [Digitale ferdigheter blant innvandrere og deres norskfødte barn - Mange innvandrere digitalt ekskludert \(ssb.no\)](https://www.ssb.no/digitale-ferdigheter-blant-innvandrere-og-deres-norskfoedte-barn-mange-innvandrere-digitalt-ekskludert?)

¹⁹ Meld. St. 15 (2022-2023) «Folkehelsemeldinga». Helse- og omsorgsdepartementet. Hentet fra: [Meld. St. 15 \(2022-2023\) \(regjeringen.no\)](https://www.regjeringen.no/meld-st-15-2022-2023-regjeringen-no)

²⁰ SSB (2010). «Digitale ferdigheter blant innvandrere og deres norskfødte barn: Mange innvandrere digitalt ekskludert». Hentet fra: [Digitale ferdigheter blant innvandrere og deres norskfødte barn: Mange innvandrere digitalt ekskludert \(ssb.no\)](https://www.ssb.no/digitale-ferdigheter-blant-innvandrere-og-deres-norskfoedte-barn-mange-innvandrere-digitalt-ekskludert?)

²¹ SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](https://www.ssb.no/digital-sarbarhet-hvem-har-hoy-risiko-for-a-falle-utenfor?)

²² Midtgård, T.M., Sand, K., Thun, S., Helland, G.H. & Ose, S.O. (2022). «Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan?» Hentet fra: [Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan? \(sintef.no\)](https://www.sintef.no/digital-ekskludering-i-nav-hvem-nar-hvordan?)

²³ Midtgård, T.M., Sand, K., Thun, S., Helland, G.H. & Ose, S.O. (2022). «Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan?» Hentet fra: [Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan? \(sintef.no\)](https://www.sintef.no/digital-ekskludering-i-nav-hvem-nar-hvordan?)

tekst, bilder, tabeller og grafikk, det vil si kompetanse til å kunne anvende det vi leser/ser, til å utføre en oppgave eller nå et mål som er nødvendig eller viktig for oss.²⁴

Rapporten «Nyankomne flyktningers digitale hverdag» beskriver at nyankomne flyktninger har svært forskjellige utgangspunkt og forutsetninger for å kunne nyttiggjøre seg av digital informasjon og tjenester. Alle intervjudeltakerne i undersøkelsen har smarttelefoner, og anser det som et svært viktig verktøy. Tilgangen til digitale enheter virker derfor relativt god. Samtidig er det et tydelig funn at selve erfaringen med bruk av smarttelefoner varierer, i tillegg til at mange har manglende digital kompetanse som fører til at de vegrer seg for å ta i bruk for eksempel nettbrett eller datamaskin på skolen. Flyktninger uttrykker også selv frustrasjon over sin manglende digitale kompetanse. Disse informantene har forståelse for at Norge er et digitalisert samfunn, og at aktiv samfunnsdeltakelse krever at man behersker digitale verktøy.²⁵

En rapport fra SSB, DFØ og Digdir påpeker at innvandrere som er godt integrerte har en mye lavere sannsynlighet for å falle utenfor digitalt²⁶. I denne rapporten benyttes tilknytning til arbeid som indikator på å være «godt integrert», selv om SSBs fulle definisjon av hva integrering er, er mer omfattende.²⁷ Lite integrerte innvandrerkvinner trekkes frem som en undergruppe som har høyere sannsynlighet for å falle utenfor digitalt, for eksempel i møte med bruk av e-post, nettbank og offentlige digitale tjenester. Økende forventninger til bruk av digitale verktøy, i kombinasjon med forventninger om å sjonglere arbeid, hjem og oppfølging av barn svekker innvandrermodre i deres bruk av digitale verktøy.²⁸

Gjennom intervjuer med offentlige aktører og interesseorganisasjoner har vi undersøkt daglige utfordringer innvandrere har med digitale verktøy og mobil- og bredbåndsabonnement. En informant fra NAV jobber med et prosjekt for å øke digitale ferdigheter blant innvandrere. De erfarer at enkelte innvandrere har så lite digital kompetanse at dagens kurs og tjenester er så å si umulige å bruke. I tillegg til å tilby grunnleggende digital opplæring, som noen vil ha nytte av slik at de kommer på et nivå hvor de kan benytte enkle digitale tjenester, har de kommet til en erkjennelse om at noen få personer har så store vanskeligheter med å lære seg digitale ferdigheter at det ikke bør være et mål at de skal benytte digitale tjenester som andre, men motta mer tilpassede løsninger. Årsakene til disse vanskelighetene er sammensatt, men henger ofte sammen med at de ikke har erfaring med bruk av IKT. Denne gruppen har tilleggsutfordringer ved at de har lave norskferdigheter. Informanten erfarer at innvandrere med lite skolegang og lave språkferdigheter som mer sårbare når de for eksempel skal bruke en mobiltelefon. For eksempel er det noen som kun kan bruke smarttelefonen sin til å motta telefoner, eller som kun kan ringe sin partner fordi de har lært seg akkurat hvor de skal trykke på skjermen for å gjøre akkurat den handlingen. En annen informant fra en frivillig organisasjon som også jobber tett med målgruppen innvandrere, erfarer også at deres brukere har begrensede digitale ferdigheter. Hun reflekterer videre over at denne gruppen kan være spesielt vanskelig å rekruttere til frivillige tilbud om kurs, noe som også gjør det vanskelig å gi kompetanseheving til denne gruppen.

²⁴ Svartberg, O. (2022). «Digitalt utenforskap». Hentet fra: [Digitalt utenforskap \(digiviken.no\)](https://digiviken.no)

²⁵ PROBA samfunnsanalyse (2022). «Nyankomne flyktningers digitale hverdag». Hentet fra: [Nyankomne flyktningers digitale hverdag \(imdi.no\)](https://imdi.no)

²⁶ SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](https://ssb.no)

²⁷ SSB (2020). «Integrering av innvandrere i Norge: Begreper, indikatorer og variasjoner mellom grupper». Hentet fra: [Integrering av innvandrere i Norge. Begreper, indikatorer og variasjoner mellom grupper \(ssb.no\)](https://ssb.no)

²⁸ Wehus, W. (2021). «Digitaliseringen i Norge kan utfordre innvandrermodre». Hentet fra: [Digitaliseringen i Norge kan utfordre innvandrermodre \(forskning.no\)](https://forskning.no)

3.4 Digital sårbarhet blant personer med lav utdanning og/eller inntekt

Ifølge Kompetanse Norge sin rapport «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse» er blant annet lavt utdanningsnivå og lav husholdningsinntekt forbundet med økt sannsynlighet for å ha svake grunnleggende digitale ferdigheter, sammen med svak tilknytning til arbeidsmarkedet og andre kjennetegn som høy alder og mindre sentralt bosted. Rapporten viser at det er en høyere andel personer med sterke grunnleggende digitale ferdigheter blant de som har utdanning på universitets- eller høyskolenivå, sammenliknet med personer med lavere utdanningsnivå. Personer med grunnskole eller lavere som sin høyest fullførte utdanning inneholder også størst andel ikke-brukere og svake brukere.²⁹

Også SSB sin undersøkelse av faktorer som påvirker digital sårbarhet, viser negativ og signifikant sammenheng mellom utdanningsnivå og sannsynlighet for å falle utenfor digitalt. Det vil si at jo lavere utdanningsnivået er, jo høyere er sannsynligheten for å ikke nyttiggjøre seg digitale tjenester i særlig grad.³⁰

Funnene fra eksisterende forskning og innhentet data indikerer at personer som allerede er sårbare av ulike grunner, rammes hardest av å ikke mestre eller bruke digitale løsninger. Som nevnt trekkes personer utenfor arbeidsstyrken frem som spesielt sårbare når det kommer til sannsynligheten for å falle utenfor digitalt. Dette gjelder både generelt i samfunnet³¹ og påpekes i undersøkelser av digital sårbarhet blant personer med innvandrerbakgrunn spesielt.³² I rapporten IT i praksis 2022³³ står det spesifikt om lavinntekt og digital sårbarhet, at utenforskapet kan gå videre i arv ved at barn som blir født inn i lavinntektsfamilier i mindre grad blir sosialisert i, og eksponert for, bruk av digitale verktøy. Personer som faller utenfor digitalt, ser også ut til å rammes økonomisk fordi de ikke bruker digitale løsninger. Et konkret eksempel som har vært i søkelyset i media sommeren 2023, er ekom-tilbydernes høye fakturagebyrer for personer som ikke bruker eFaktura. En artikkel fra NRK viser at en minstepensjonist som ikke har nettbank, mottok fakturagebyr på totalt 948 kroner på ett år. Forbrukerrådet argumenterer for at dette kan være ulovlig fordi det er ulovlig å tjene på fakturagebyr etter en lovendring i 2023.³⁴

I en undersøkelse av opplevelser med kundeservice blant «sårbare kunder», gjennomført i Storbritannia, omfattes personer i økonomiske vanskeligheter i gruppen sårbare kunder. Dette omfatter også personer som opplever endring i inntekt. Undersøkelsen viser at de som slet med økonomien gjerne også slet med stress og lav selvtillit. Enkelte av personene i undersøkelsen som var i en økonomisk vanskelig situasjon hadde vært i kontakt med kundeservice for å endre til enklere og mindre kostbare abonnementer og finne en akseptabel betalingsplan. Samtidig som noen brukere oppgir at de har funnet slike løsninger sammen med kundeservice, er det andre som har hatt negative opplevelser med avvisende kundebehandlere når det kommer til spørsmål rundt ubetalte fakturaer. Undersøkelsen viser at ekom-tilbyderne i Storbritannia generelt er lite proaktive med å tilby bistand til kunder som stadig har ubetalte fakturaer med mindre kunden selv ber om hjelp. Undersøkelsen indikerer dermed at det ikke virker å være et sikkerhetsnett for å fange opp personer som ikke betaler, men som heller ikke har selvtillit nok til å ta kontakt med kundeservice om det selv. For enkeltpersoner har det i praksis medført at gjelden har økt og problemet stadig vokste seg større. Et annet funn blant gruppen med økonomiske vanskeligheter,

²⁹ Kompetanse Norge (2021). «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse». Hentet fra: [Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse \(kompetansenorge.no\)](https://kompetansenorge.no)

³⁰ SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](https://ssb.no)

³¹ Se blant annet undersøkelser fra SINTEF, SSB, Kompetanse Norge og IT i praksis (Rambøll) som er henvist til i denne rapporten.

³² SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](https://ssb.no)

³³ Rambøll (2022). «IT i praksis 2022». Hentet fra: [IT i praksis 2022 \(digdir.no\)](https://digdir.no)

³⁴ Tønset, S. (2023, 11. juli). «Forbrukerrådet: Telenor tar ulovlig høye fakturagebyrer». Hentet fra: [Forbrukerrådet: Telenor tar ulovlig høye fakturagebyrer \(nrk.no\)](https://nrk.no)

var et ønske om å bli forsikret om at de kunne motta hjelp fra ekom-tilbyderen uten å bli økonomisk belastet, for eksempel å få mulighet til fysisk hjelp med oppsett av bredbånd i boligen sin uten å frykte kostnadene for en slik tjeneste.³⁵

Intervjuer med representanter fra interesseorganisasjonene Autismeforeningen og Norges Parkinsonforbund, viser som beskrevet i kap. 3.2 hvordan sykdom eller funksjonsnedsettelse kan redusere arbeidsevnen og dermed medføre lavere inntekt. Samtidig viser de til ulik praksis i kommunene når det kommer til hvilke digitale hjelpemiddelverktøy som finansieres av NAV og ikke, noe som kan ha stor betydning for vedkommende sin bruk og nytteverdi av for eksempel mobiltelefon og -abonnement. Erfaringene er videre at man kan oppleve problemer med kredittsjekk dersom man mottar trygd, slik at man ikke får opprettet abonnement på egenhånd. Enkelte har også erfaring med at man ikke får forsikret for eksempel mobiltelefon på grunn av diagnose, noe som gjør at man selv må betale for eventuelle ødeleggelse. En informant uttrykker også frustrasjon over familier som går økonomisk til grunne på grunn av familiemedlemmer som mangler impuls kontroll eller vurderingsevne og foretar dyre kjøp som de ikke kan betjene.

En aktør som driver et frivillig veiledningstilbud har observert at en person deltar uregelmessig på tilbudet, og tror dette kan skyldes at vedkommende låner datamaskin fra et familiemedlem. Selv om dette er en enkeltstående observasjon, kan det tyde på at mangel på eget datautstyr medvirker til begrenset deltakelse på hjelpetilbud som forutsetter at man har medbrakt digitalt utstyr.

NAV-ansatte erfarer også at økonomi kan påvirke hvilket digitalt utstyr man har. De møter blant annet personer som ikke nødvendigvis kan kjøpe seg ny telefon med det samme dersom telefonen blir ødelagt. NAV-ansatte erfarer videre at økonomi kan påvirke hvordan man bruker mobilabonnementet sitt, for eksempel ved at man er svært bevisst på å skru av mobildata når man kan koble seg til gratis Wi-Fi. Deres erfaringer tilsier at personer som allerede er i NAV-systemet og kan ha en vanskelig økonomisk situasjon, kan få en forverret økonomisk situasjon fordi de har lite oversikt og innsikt i den digitale verden. Eksempelvis har de erfaring med at brukere har mottatt høye fakturaer fordi de ikke har oversikt over hva barna kan kjøpe via apper og spill på digitale enheter. Det er også en del som får ekstra kostnader fordi de velger faktura på papir, noe som medfører gebyrer. De nevner også at noen mangler forutsetninger for å få oversikt over og vurdere ulike abonnementer og tilbud, og dermed kan ende opp med høyere kostnader enn nødvendig.

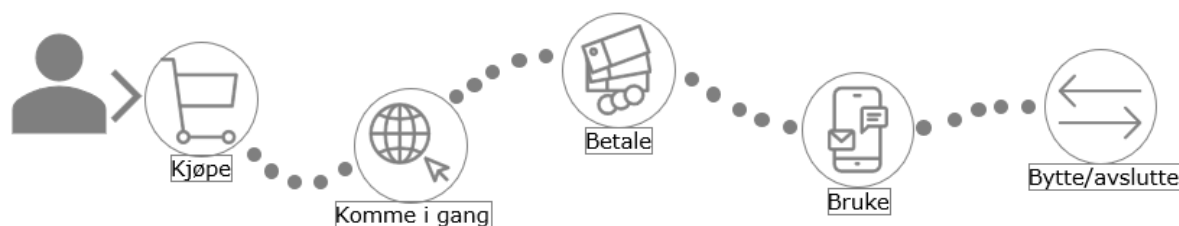
³⁵ Jigsaw Research (2021). «Contacting communications providers: vulnerable customers' experience (UK)». Hentet fra: [Contacting communications providers: vulnerable customers' experience \(ofcom.org.uk\)](https://www.ofcom.gov.uk/consult/condocs/contacting/contacting_communications_providers_vulnerable_customers_experience_ofcom.org.uk)

4. Opplevde barrierer på tvers av målgrupper

I dette kapittelet presenteres opplevde barrierer knyttet til mobil- og bredbåndsabonnement fra et brukerperspektiv. De opplevde barrierene som presenteres i dette kapittelet er identifisert gjennom intervjuer med brukere av mobil- og bredbåndsabonnement innenfor målgruppene pensjonister, personer med innvandrerbakgrunn, personer med funksjonsnedsettelse og personer med lav utdanning/inntekt.

Et overordnet funn fra kartleggingen er at en stor del av de opplevde barrierene ikke nødvendigvis er knyttet til hvilke(n) av de fire målgruppene informanten tilhører, men gjelder på tvers av flere målgrupper. De opplevde barrierene er ofte knyttet til konkrete opplevelser i forbindelse med enten kjøp av abonnement, å komme i gang med abonnement, betaling, bruk eller bytte og avslutning av abonnement, også kalt abonnementsenes «livssyklus» illustrert i Figur 4-1 under. Funnene presenteres derfor i tilknytning til de ulike stegene i livssyklusen. Funnene er videre inndelt etter hhv. mobilabonnement og internettabonnement. I tilfeller hvor det er identifisert forskjeller mellom målgrupper påpekes dette i teksten og i sitater.

Figur 4-1 Brukerreise mobil- og bredbåndsabonnement



4.1 Kjøp av mobilabonnement

Intervjudataene viser at mange kjøper mobiltelefon og -abonnement i elektronikkbutikk eller teleselskapenes egne butikker. Det er mange informanter som forteller at de synes det er veldig praktisk å ha et fysisk sted å gå til for å få informasjon om de ulike produktene og spørre om ting man lurer på i forbindelse med kjøp. Det er også flere som forteller at de går tilbake til butikken der de kjøpte telefon og abonnement for å få hjelp dersom det oppstår problemer. Det fremkommer flere opplevde barrierer knyttet til kjøp av mobilabonnement, som beskrives under. De fleste barrierene medfører at brukerne betaler for dyre produkter og tjenester.

Varierende forutsetninger for å ta informerte valg

Gjennom intervjuene får vi mange eksempler på brukere som synes det er krevende å orientere seg i markedet med en rekke ulike tilbydere og type abonnementer. Det er flere som synes det er vanskelig å forstå forskjellen mellom de ulike tilbudene, og at det tar tid å forstå begreper og konsepter. Flere informanter etterlyser bedre beskrivelser av produktene og hva de innebærer i praksis.

Dette skyldes blant annet at det er et stort utvalg aktører og typer abonnementer og at innholdet i de ulike abonnementsene er vanskelig å forstå og skille fra hverandre. Det er flere som gir uttrykk for at det er vanskelig å «oversette» kjennskap til eget bruk og behov til innholdet i et spesifikt abonnement eller leverandør som gir produkter av god kvalitet til en gunstig pris. For eksempel er det vanskelig for forbrukeren å vite hva 1 gigabyte mobildata betyr i praksis. Flere av våre pensjonistinformasjoner trekker frem denne utfordringen.

Dette gjør at mange blir avhengig av hjelp fra en selger til å velge rett abonnement. Flere av informantene i vår kartlegging har i forbindelse med kjøp av mobiltelefon og mobilabonnement opplevd at selgere ikke alltid lytter til hva kunden trenger eller selger et abonnement som har innhold tilpasset kundens bruk. Noen sitter derfor igjen med en opplevelse av at det viktigste for selgeren er å selge mye.

Det mangler abonnementer for spesielle behov

Vi har også innhentet ett eksempel på at det er vanskelig å få et tilpasset abonnement. En pårørende til en person med funksjonsnedsettelse forteller om flere episoder hvor brukeren av telefonen har foretatt store kjøp av spill, filmer m.m. via telefonen. Hun forteller at de derfor har behov for et abonnement med sperre på blant annet kjøp via telefon, tilsvarende abonnementer for barn som bruker smarttelefon. Ettersom brukeren av telefonen er myndig, har det imidlertid ikke vært mulig å få et slik barneabonnement.

Tilfeldigheter kan avgjøre hvilket abonnement man kjøper

Et flertall av informantene som har deltatt i kartleggingen forteller at de ikke har gjort undersøkelser rundt ulike abonnementer for å sammenlikne innhold og pris. Tvert imot er det en betydelig andel som velger abonnement uten å gjøre nevneverdige undersøkelser av ulike muligheter og uten å gjøre en analyse av eget behov. Gjennom intervjuene skapes et inntrykk av at det ofte er tilfeldigheter som avgjør hvilket abonnement man kjøper. Dette innebærer for eksempel at man velger operatør tilfeldig ut fra hvilken butikk som er i nærheten, at man velger samme operatør og abonnement som noen man kjenner, at man velger operatør og abonnement ut fra en selgers anbefaling, eller ut fra et tilbud man har fått gjennom telefonsalg eller liknende.

Mange betaler for abonnementer som inneholder mer enn de trenger, uten at de nødvendigvis er klar over det

Ettersom mange opplever det som strevsomt og vanskelig å forholde seg til ulike konsepter, begreper og type abonnementer, oppgir en stor andel av personene vi har snakket med at de er tilfredse med abonnementet sitt så lenge det fungerer. Det er mange som forteller at de ikke er klar over hva abonnementet deres inneholder av taletid, SMSer, mobildata eller tilleggstjenester. Det er mange som forteller at de betaler for et abonnement som inkluderer mye mobildata, men at de knapt bruker mobildata.

Enkelte informanter forteller også at de har betalt for to abonnementer. Dette har skjedd i forbindelse med bytte av telefon, hvor de i en overgangsperiode har hatt såkalt tvillingabonnement med to sim-kort med samme abonnement på de to telefonene, men glemt å avslutte det ene etter hvert som de ikke bruker det lenger.

Selv om de fleste informantene i vårt utvalg oppgir at det kan være utfordrende å undersøke, forstå og sammenlikne ulike abonnementer og vurdere dem opp mot eget behov og bruk, er det enkelte informanter innenfor både pensjonistgruppen, personer med innvandrerbakgrunn og personer med funksjonsnedsettelse som oppgir at de har kjøpt et mobilabonnement som kun inneholder akkurat det de trenger av mobildata, ringetid og tekstmeldinger. I disse tilfellene er vurderingen også gjort med hensyn til hvor mye penger de ønsker å legge inn i abonnementet.

Noen betaler for tilleggsprodukter de ikke visste om eller ikke bruker

Når det gjelder kjøp av abonnement, ser vi at det er flere som ender opp med å betale for abonnementer som inneholder tjenester som man egentlig ikke trenger og som man ikke nødvendigvis har forutsetninger for å vurdere om man trenger eller ikke. Det er blant annet flere som betaler for mer mobildata enn de trenger og vi har funnet eksempler på at man betaler dobbel forsikring på produktene sine. Det er også enkelte som har betalt for ekstra

sikkerhetstjenester på mobiltelefonen uten å være klar over det. Det varierer stort mellom hvordan informantene håndterer situasjoner hvor de står fast. En informant forteller at hun har lagt merke til at abonnementet har steget i pris. Hun ringte derfor kundeservice for å undersøke om hun kunne endre på det og fant en god løsning sammen med kundebehandleren. Hun forteller følgende:

«Det gikk greit. Jeg søkte på telefonnummer til Telenor, det var ikke lang ventetid og jeg fikk løst saken min. Jeg fortalte hva jeg bruker telefonen og abonnementet mitt til, og mannen på telefonen sa at jeg ville klare meg med halvparten av mobildataen som lå i abonnementet mitt. Da fikk jeg et abonnement som var 70 kroner billigere per måned. I tillegg fjernet jeg en forsikring som jeg allerede får dekket et annet sted, som sparer meg for ytterligere 187 kroner i måneden.»
(Pensjonist)

Stadig mer digitaliserte tjenester utløser kjøp av nye digitale enheter

Gjennom intervjuene blir det også tydelig at flere har kjøpt ny mobiltelefon fordi det «påtvinges» gjennom digitaliseringen av samfunnet. Flere oppgir at de opplever at de «må» ha enkelte digitale produkter og løsninger for å klare seg i hverdagen. Dette er særlig knyttet til apper for betaling, som Vipps og parkerings-apper. Innføringen av slike løsninger, samtidig som analoge løsninger bygges ned og gjøres mindre tilgjengelig, fremmer et behov for smarttelefon med apper og internetttilgang hos personer som ellers ikke har behov for det.

Det er også noen informanter som bruker smarttelefon fra før, men som ser seg nødt til å kjøpe en ny og bedre versjon på grunn av problemer med lagringsplass på eldre smarttelefoner som blant annet hindrer nedlastning og oppdatering av apper og programvare. To personer opplevde at de ikke kunne motta den nasjonale testen av nødvarsel som ble sendt til mobiltelefoner fordi mobiltelefonen var for gammel. Informantene er usikre på hvorfor, men tror det er koblet til at mobiltelefonen ikke er oppdatert på grunn av full mobiltelefon eller at mobilen er for gammel til å støtte 4G/5G. Dette er nok et eksempel som gjør det nødvendig å ha en ny telefon.

Samfunnet har blitt svært digitalisert generelt, og det har blitt vanskelig å ikke være «digital». En informant forteller følgende om hvorfor hun måtte kjøpe ny smarttelefon:

«Jeg bruker telefonen mest til tekstmeldinger, til å ringe med og til å bruke e-post. Jeg bruker bare litt apper – bare fordi jeg må. Men helst vil jeg ikke det. For mitt bruk hadde det egentlig holdt med en Doro uten internett, bortsett fra at jeg trenger internett for å ha tilgang til mail, vipps og parkering.» (Pensjonist)

Én av informantene vi har snakket med forteller at hun ikke er digital i det hele tatt. Hun bruker ikke mobiltelefon og har ikke internett hjemme. Denne personen forteller at hun føler seg utenfor i samfunnet, og det er mange følelser knyttet til dette, både avhengighet, hjelpeløshet og håpløshet, som uttrykkes gjennom følgende sitat:

«Samfunnet er vanskelig for meg nå fordi det er så mye nytt. Jeg synes ikke det er så lett å få hjelp i samfunnet i dag. Jeg har ingen å be om hjelp. Har ikke familie å spørre. Jeg burde fått en kontakt for å ordne og hjelpe til. Jeg gir snart opp. Det er så mye nytt og så mange vanskelige begreper.» (Pensjonist)

4.2 Kjøp av bredbåndsabonnement

Når det gjelder bredbåndsabonnement, bor de fleste vi har snakket med i borettslag hvor leverandør av internettabonnement er valgt for dem. De færreste har derfor egne erfaringer med å velge leverandør og abonnement for internettet hjemme.

Noen av informantene som har internettabonnement gjennom borettslaget, har likevel kjøpt oppgradering av abonnementet for å få bedre hastighet på internettet hjemme og betaler følgelig en noe høyere sum per måned. Noen har hatt behov for å installere en Wi-Fi-forsterker for å få bedre dekning og hastighet.

I likhet med at noen «må» kjøpe ny mobiltelefon for å bruke og nyttiggjøre seg av tjenester, har noen måttet kjøpe tilleggsutstyr for å få full brukeropplevelse av internett- og TV-abonnement hjemme. Et eksempel er at borettslaget endret TV-leverandør, mens beboeren hadde en eldre TV av et merke som ikke var kompatibel med den nye løsningen. Dette gjorde at de ikke var i stand til å utnytte tjenestene i det nye abonnementet.

Det er også identifisert et problem med tilgang til tilfredsstillende internett blant personer som bor i kommunale boliger. En informant forteller blant annet om flere bekjente som bor i kommunal omsorgsbolig, som har vært nødt til å kjøpe ekstra utstyr eller må oppgradere bredbåndsabonnementet for å få bedre internett enn kommunen tilbyr. For denne gruppen kan raskt internett være viktig for livskvaliteten og for forebygging av ensomhet, fordi de bruker det mye til kommunikasjon med andre og til hobbyer som å strøme serier og filmer og spille med andre via internett.

Enkelte informanter som bor i enebolig eller av andre grunner ikke har felles internett- og TV-abonnement gjennom borettslag, har erfaring med å kjøpe abonnement selv. Disse informantene forteller at de har valgt abonnement etter anbefaling fra familie eller bekjente, og gjort kjøpet i henholdsvis teleselskapenes egne butikker eller på internett.

Noen ytterst få av informantene forteller at de ikke har internett hjemme. Alle disse er pensjonister. Det er også noen få pensjonister som oppgir at de har internett gjennom borettslaget, men ikke bruker det. Kun én informant forteller at det ble for dyrt å få fibernett der hun bodde. Ellers er tilgangen til fibernett god blant vårt utvalg. Tilgangen til internett og bruken av bredbånd hjemme virker derfor å være nokså god og utbredt.



4.3 Komme i gang med mobilabonnement

Som nevnt under punktene om kjøp av mobilabonnement, har de fleste vi har snakket med kjøpt mobiltelefon og -abonnement i elektronikkbutikk eller i teleselskapenes egne butikker. Mange trekker frem at det er veldig praktisk at butikken kan ordne med avslutning av gammelt abonnement og overføring til nytt abonnement, samt overføre kontakter og bilder fra gammel til ny telefon ved bytte av telefon eller SIM-kort. Overordnet virker det som det er få store utfordringer med å komme i gang med nye mobilabonnement.

Enkelte har imidlertid fortalt om at de har kjøpt tilleggsprodukter i abonnementet sitt som ikke har blitt aktivert ved kjøp og som de ikke har klart å aktivere selv. Prosessen for aktivering virket vanskelig for informantene. En av informantene forteller at hun fikk hjelp av en frivillig helper som kontaktet kundeservice for å aktivere produktene. Den andre informanten dro tilbake til teleselskapets butikk der abonnementet ble kjøpt for å få hjelp med aktivering. Hun utdyper følgende:

«Jeg skaffet nytt mobilabonnement for ca. åtte måneder siden. Når jeg nå ser på fakturaen nå, så ser jeg at det er mye ekstra i abonnementet som heter Safe, som jeg egentlig ikke vet hva er. Jeg mener jeg ikke ble spurt om å kjøpe dette, og jeg vet egentlig ikke helt hva det er, utenom at det handler om å forebygge svindel. Jeg får e-poster med beskjed om å aktivere disse Safe-produktene. Jeg ser at to av fire produkter er aktivert, men jeg husker ikke om det var de i butikken som fikset det eller om jeg har gjort det selv. Jeg får i hvert fall e-poster om å aktivere de to resterende produktene. Jeg har prøvd selv, men det stopper opp fordi jeg er usikker på hva det er og hvordan jeg skal gjøre det. Jeg trenger hjelp til det, og kommer nok til å dra til butikken for å få hjelp.» (Pensjonist)

Blant informanter med innvandrerbakgrunn har vi identifisert behov for hjelp fra familie med å komme i gang med nytt mobilabonnement. For eksempel, er det noen informanter som har behov for hjelp med å sette inn SIM-kortet, aktivere abonnementet og få bekreftet at abonnementet fungerer sånn som det skal.

4.4 Komme på nett med bredbåndsabonnement

Ingen av informantene vi har snakket med har koblet opp bredbånd hjemme på egenhånd. Alle forteller at de ikke ville klart det og at det virker komplisert. Alle som har opplevd å få nytt bredbånd, har fått hjelp av en installatør som enten er bestilt gjennom borettslaget eller gjennom butikken der abonnementet er kjøpt.

De fleste informantene opplever at de har kommet raskt i gang med nytt bredbåndsabonnement hjemme. Det er likevel identifisert noe forbedringspotensial i prosessen fra abonnement er kjøpt til teknisk installasjon skjer. I to tilfeller har informantene påpekt at det har tatt lang tid å få hjelp av en installatør hjemme. I det ene tilfellet var det problemer med oppkobling til internett etter innflytting i ny bolig, og første mulighet for installasjon fem dager etter oppstått problem. I mellomtiden fikk vedkommende løst problemet med annen hjelp, og forsøkte å avbestille teknikeren gjennom kundeservice hos internettleverandøren. Beskjeden om avbestilling ble ikke kommunisert mellom internettleverandøren og selskapet som utfører den tekniske hjelpen. Ifølge teknikeren skjedde dette relativt ofte. En annen informant delte en erfaring fra kjøp av nytt internettabonnement fra ny leverandør, hvor hun måtte vente i to uker på å få utstyret tilsendt og at en tekniker kom for å installere utstyret. Også denne informanten opplevde vanskeligheter med å avtale tidspunkt for installasjonen, da det var vanskelig å kommunisere om endring av tidspunktet for installasjonen. Disse erfaringene illustrerer at dialogen mellom forbruker, kundeservice og montør synes å være en vanlig utfordring, uavhengig av om man er digitalt sårbar eller ikke.



4.5 Betaling av mobilabonnement og bredbåndsabonnement

Erfaringene knyttet til betaling går stort sett på tvers av mobil- og internettabonnement, og presenteres derfor samlet. Overordnet sett oppgir informantene få barrierer knyttet til betaling. Det er imidlertid identifisert barrierer knyttet til bruk av BankID, som oppleves som en komplisert løsning for flere.

Faktura er enkel å forstå

De aller fleste vi har snakket med gir tilbakemeldinger om at fakturaene de får er spesifisert slik at det er tydelig å se hva de betaler for. Det er likevel noen som har betalt for produkter uten at de er aktivert på telefonen, som forklart tidligere i kapittelet. Én informant forteller at hun ble forvirret da operatøren uten forvarsel hadde endret fakturaen slik at hun fikk én felles faktura for

mobilabonnement og bredbåndsabonnement. På den felles fakturaen var det vanskeligere å skille hvilke summer hun betalte for henholdsvis mobilabonnement og bredbåndsabonnement. Selskapet endret tilbake til to separate fakturaer etter tilbakemeldinger fra kunder.

Betaling av abonnement går som regel greit

Gjennom intervjuene får vi inntrykk av at betaling av abonnementene som regel går greit. Mange har fått hjelp med å sette opp e-faktura og automatisk trekk med avtalegiro, og den månedlige betalingen går deretter sømløst. Flere får beskjed om faktura og sum til betaling via SMS eller papirfaktura, i tillegg til e-fakturaen som da må bekreftes. Dette er løsninger som informantene er fornøyde med. Informantene synes i hovedsak at det oppleves positivt å betale fakturaene digitalt, også blant informanter som har utfordringer med norsk og/eller har behov for hjelp med å betale fakturaer av andre årsaker.

Noen få informanter oppgir imidlertid at de foretrekker å motta faktura på papir for å ha oversikt. Ingen av informantene som oppga at de får papirfaktura, hadde sett om det var gebyr knyttet til papirfakturaen. Det er derfor uvisst om de betaler ekstra gebyr for papirfaktura eller ikke.

Det er flere informanter som oppgir at de får hjelp med betaling av faktura. Pensjonister som ikke behersker nettbank, får ofte hjelp fra familiemedlemmer, mens noen også får hjelp fra frivillige organisasjoner som tilbyr datahjelp. Noen informanter med ulike former for funksjonsnedsettelse forteller at abonnementet står i foreldrenes navn og at fakturaen sendes rett til dem, eller at fakturaen sendes til dem selv og at foreldrene har disposisjonsrett til å betale fakturaene fra deres bankkonto. Disse løsningene er valgt både på grunn av utfordringer med de digitale betalingsfunksjonene og økonomi.

BankID er vanskelig for noen

Intervjudataene viser at det kan oppstå barrierer knyttet til bruk av BankID. Utfordringene knyttes spesielt til at løsningen krever flere steg og prosesser som involverer ulike enheter gjennom totrinns innlogging og bruk av kodebrikke eller kodeapp. Noen mener kodebrikken til BankID er spesielt kronglete å bruke på grunn av små knapper og liten skjerm, mens andre synes det er vanskelig å taste inn lange tallkoder generelt. En annen informant synes det er kronglete at man må inn på en app for å motta en sikkerhetskode for å logge seg inn. Disse eksemplene gjelder innlogging på nettbank og er relevant for betaling av abonnementer.



4.6 Bruk av mobilabonnement

Gjennom intervjuene har vi identifisert flere barrierer for bruk og full nyttiggjørelse av mobilabonnement. Begrenset bruk av mobilabonnementet knyttes til flere forhold, som beskrives under.

Våre funn viser at det er veldig variert hva informantene bruker mobilabonnementet til. Variasjonen er størst innad i målgruppen pensjonister. I denne gruppen er det noen som bruker telefonen aktivt til å både ringe og motta telefon- og videosamtaler, sende og motta tekstmeldinger, ta bilder, bruke betalingsapper, spille spill, bruke sosiale medier, e-post og surfing på internett. I den andre enden av skalaen er det brukere som først og fremst bruker telefonen til å ringe og motta samtaler. De fleste har likevel en smarttelefon.

Noen få av pensjonistene vi har snakket med har Doro-telefon uten internett. De opplever ikke å ha behov for internett på telefonen. Et par av pensjonistene vi har snakket med har imidlertid gått over fra en enkel Doro-telefon til en avansert smarttelefon, omtrent kun for å ha mulighet til

å betale med Vipps og betale parkering på telefonen, eller for å ha e-post tilgjengelig på mobiltelefonen.

Kommunikasjonsapper er nokså utbredt

Blant de informantene som bruker apper, er det mange som har forskjellige apper for å kommunisere med i tillegg til å ringe og sende tekstmeldinger. Messenger og Facetime er mest utbredt på tvers av alle målgruppene, etterfulgt av WhatsApp. Noen få bruker også appen Imo for videosamtaler og chat. Både personer som bare ringer og sender meldinger innad i Norge og personer som ringer til og fra utlandet (i og utenfor EØS/Schengen), bruker disse appene, men spesielt de som ringer og sender meldinger utenfor EØS/Schengen bruker denne typen kommunikasjon. Personene som bruker disse appene er klar over at de er internettbaserte. Personer som oppgir at de ikke kjenner til eller ikke bruker denne typen kommunikasjonsapper, forteller at de ikke ringer eller sender meldinger til utlandet.

Helse og vanskeligheter med å lære begrenser bruksområde

Gjennom intervjuene gjør mange av pensjonistene det tydelig at de synes det er vanskelig å ta i bruk nye funksjoner på mobiltelefonen. Spesielt apper nevnes i denne sammenheng. Det er mange som er frustrerte over at «alt» skal være avhengig av at man installerer og bruker apper, gjerne med egen brukerkonto hvor man må legge inn informasjon om seg selv og betalingsinformasjon. Dette er også problematisk for de som ikke har e-postkonto.

Det er flere som mener vanskelighetene med å lære og ta i bruk nye funksjoner har sammenheng med at alderen gjør det vanskeligere å lære og huske nye ting. Vi ser også at de eldste pensjonistene ofte har helserelaterte utfordringer som påvirker deres bruk av mobil- og internettabonnement. Det er flere informanter som forteller at det har blitt vanskeligere å huske og lære med alderen, noe som gjør det krevende å ta i bruk digitale enheter og administrere abonnementene sine. En informant forklarer det slik:

«Jeg er analfabet når det gjelder mobiltelefon og internett. Jeg har blitt så flink til å glemme etter hvert. Det er vanskelig å lære noe nytt. Men det er min skyld for jeg fulgte ikke med da dette [digitaliseringen] startet.» (Pensjonist)

En informant med stadig dårligere motorikk og kognisjon, opplevde at det ble vanskeligere å åpne telefonen med kode eller fingeravtrykk, og synes det ble vanskeligere å treffe tastaturet på touch-skjermen, noe som gjorde det vanskelig å skrive tekstmeldinger, lete frem kontakter for å ringe, m.m. Sammen med pårørende begynte han å lete etter nye måter å bruke telefonen på, for eksempel bruk av talemelding istedenfor å skrive tekstmelding. Det var likevel pårørende som måtte trykke frem til tekstmeldinger og starte innspillingen av talemeldingen.

Norskferdigheter begrenser bruksområde og kan skape misforståelser

Lave norskferdigheter bidrar til store utfordringer for personer som bruker mobilabonnement. Flere innvandrere i vårt utvalg beskriver at de blir avhengige av å spørre om hjelp fordi de ikke forstår hele eller deler av informasjonen tilknyttet kjøp, bruk og bytte av mobilabonnement. Selv om informantene har ulikt nivå på norskferdigheter og noen kjøper og bruker mobilabonnement uten særlige utfordringer, er det andre informanter som får hjelp med å kjøpe, administrere og bruke, kontakte kundeservice og bytte abonnementet sitt. En informant beskriver tydelig hvor viktig norsk språk er for å kjøpe og ta i bruk abonnementet, og hvordan det begrenser ham:

«Språket er det mest vanskelige. Hvis man har det, kan man spørre. Hvis man ikke har det, hva annet kan man gjøre? Løsningen på alle problemer er språk.» (Person med innvandrerbakgrunn)

En informant med begrensede norskferdigheter forteller at hun misforstod en tekstmelding hun fikk fra mobiloperatøren sin da hun var i utlandet. Hun mente at tekstmeldingen hun fikk kommuniserte at hun kunne bruke abonnementet sitt akkurat som hjemme uten ekstra kostnader, men hun mottok en stor regning for bruk under utenlandsoppholdet i etterkant. Dette viser hvordan man lett kan misforstå viktig informasjon dersom det er vanskelig å forstå norsk.

Usikkerhet rundt den digitale enheten, tekniske forhold og internett, gjør at mange blir usikre på bruk av mobiltelefonen

Flere informanter beskriver at de ikke forstår «hva som skjer» når de trykker rundt på mobiltelefonen, noe som skaper usikkerhet og vanskeligheter med å bruke ulike digitale tjenester. Mange forteller at de blir usikre når det dukker opp beskjeder på telefonen med ord og begreper som de ikke forstår. Noen opplever å stå i en «spagat» mellom å vise aktsomhet og skepsis for svindelforsøk, og samtidig måtte akseptere mange beskjeder, avtaler og operasjoner på telefonen som de ikke forstår hva innebærer.

Vanskelige begreper på kompliserte fenomener de ikke forstår

Et annet gjennomgående funn er at mange brukere mangler forståelse rundt begreper. Dette henger sammen med begrenset teknisk forståelse, og bidrar til forvirring både når det kommer til hva abonnementet inneholder og hvordan man bruker telefonen. Det er flere som påpeker at de har en opplevelse av at mobiltelefonenes brukergrensesnitt forutsetter at man forstår en del sentrale tekniske begreper, og det er vanskelig å orientere seg.

Under samtaler med særlig de eldste pensjonistene, er det mange som beskriver at de ikke forstår hva som skjer når de trykker rundt på mobiltelefonen. Vi observerer også at muligheten til å løse utfordringer som oppstår selv er begrenset fordi de mangler strategier for å overføre det de vet og kan om den digitale enheten og programmer til å løse problemer som oppstår. Dette ser vi flere eksempler på når det kommer til mobil- og internettabonnement.

Det er blant annet noen som ikke har hørt om begrepene Wi-Fi eller trådløst internett, eller mobildata/3G/4G/5G. Andre igjen, som har hørt begrepene, er usikre på hva de innebærer. Noen få kan redegjøre for forskjellen på de to, og vet hvordan man bruker henholdsvis trådløst internett og mobildata gjennom smarttelefonen. Det er flere pensjonister som ikke vet hvordan man skrur Wi-Fi og mobildata av eller på. Det er også flere som ikke kjenner til forskjellen på sikrede og usikrede trådløse nettverk. Disse funnene gjelder spesielt de eldste pensjonistene. Følgende sitat viser denne utfordringen tydelig:

«Jeg har Wi-Fi, men vet ikke hvordan jeg setter det på på mobilen. Bruker ikke internett så mye fra mobilen. Men jeg regner kanskje med at det er data fra mobil når jeg bruker nett på mobilen.» (Pensjonist)

Den manglende tekniske forståelsen og begrensede tekniske begrepsapparatet, gjør at mange av pensjonistene vi har snakket med foretrekker å få mobil- og datahjelp gjennom frivillige organisasjoner eller -sentral, hvor de møter en fast gruppe regelmessig og hvor det er kyndige hjelpere. I slike grupper opplever de også at de har god tid til å få hjelp, stille spørsmål og få forklaringer fra noen som kan sette seg inn i deres situasjon.

Noen strever med «brukerfeil»

Gjennom fysiske møter og samtaler med enkelte pensjonister, blir vi også oppmerksom på at det gjøres en del brukerfeil som brukerne selv ikke er klar over. Slike feil kan blant annet handle om at man kommer borti feil knapper på touchskjermen og dermed ringer feil person eller åpner feil app. Det er noen som har utfordringer med å skille mellom ulike apper og nettsider på telefonen. Et konkret eksempel er en pensjonist som har fått en e-post av Facebook, som hun tror er en melding på Facebook når hun har åpnet e-posten fordi hun ser Facebook-logoen.

Det er også flere som har utfordringer med å huske eller taste riktige passord. Dette gjelder både pensjonister og personer med sykdomsbilde eller kognitiv funksjonsnedsettelse som påvirker hukommelsen. Se eget punkt om passord nedenfor.

Innlogging og passord

Mange har opplevd utfordringer med innlogginger, som ofte bunner i at de har glemt passord eller har vanskeligheter med å se eller treffe riktig bokstav/tall på skjermen. Det er flere informanter som er oppgitt over at man må ha passord «overalt», og at det er vanskelig å huske mange og helst lange passord. Det er flere som oppgir at de skriver opp passordene på papir for å huske de. Det er også noen som gir ut sine passord til andre personer de stoler på for å kunne få hjelp med innlogging. Dette gjelder både pensjonister og enkelte personer med ulike funksjonsnedsettelser som har det vanskelig med å huske. Gjennom intervjuer får vi vite at passord deles med både familie og frivillige personer. Noen får også hjelp med å fysisk taste inn passordene sine for å logge seg inn.

Det er flere som deler erfaringer med at med at kontoer blir «låst» fordi de ikke husker passordet sitt og derved taster feil flere ganger. En informant har også slitt med å få hjelp fra kundeservice fordi hun ikke husket svarene på sikkerhetsspørsmål som må besvares for å «låse opp» brukerkontoen igjen. En informant og hennes pårørende forteller om en krevende situasjon som oppstod da telefonen ble låst:

«Apple har også sperret kontoen en gang. Da måtte de sende en lenke til e-posten hennes, men den hadde også blitt låst på grunn av feil passord mange ganger. Apple ville ikke låse opp telefonen fordi hun ikke kunne svare på sikkerhetsspørsmål. Vi som pårørende helpere forklarte, men vi fikk ikke svare på vegne av henne.» (Pårørende til person med sykdom/funksjonsnedsettelse)

En informant og pårørende forteller om en løsning de har for å redusere tilfeller av stengte brukerkontorer:

«Vi har en passordliste på veggen, slik at familien også kan passordene. Men hun sliter med å lese de og trykke riktig selv.» (Pårørende til person med sykdom/funksjonsnedsettelse)

Vi har innhentet eksempler på personer som opplever at totrinns innlogging blir svært kronglete når man bruker et abonnement som en omsorgsperson betaler for og som dermed er koblet til omsorgspersonens telefonnummer eller e-post. Kode for å logge seg inn, eller kode eller lenke for å tilbake stille passord, sendes da til omsorgspersonen og ikke til den som prøver å logge seg inn. De som opplever dette, blir frustrerte og føler seg avhengige av andre for å bruke abonnementene sine.

Mange får lav selvtillit når de prøver, men ikke får til eller forstår

Et gjennomgående funn er at det ikke føles godt å knote med teknologien. Dette gjelder personer i alle målgruppene. Det er mange som føler seg til bry når man spør familie, og dermed kvier seg for å spørre eller velger å spørre om bare de aller mest nødvendige tingene. Andre forteller at

deres strategi er å unngå å bruke løsninger som de ikke mestrer. Særlig pensjonister forteller at det er lett å gi opp når man har en grunnleggende følelse at man ikke klarer det. Eksempler på funksjoner som oppleves som vanskelig å bruke for pensjonistene er spesielt apper og til dels betaling med nettbank, e-faktura og bruk av BankID.

Tjenester kan bli ekskluderende eller gi begrenset brukeropplevelse når man ikke benytter de digitale alternativene

Mange digitale tjenester har utviklet seg slik at en bruker kan administrere sine abonnementer gjennom brukerkonto, typisk «Min side» funksjonalitet. Blant våre informanter er det imidlertid få som bruker slike løsninger. For personer som ikke mestrer eller er fortrolige med å laste ned og bruke apper, eller logge seg inn via internett, er det viktig å ha mulighet til å komme i kontakt med kundeservice hvis man ønsker informasjon om abonnementet sitt, som databruk og liknende. Erfaringene hos informantene våre tilsier at dette ikke alltid er en enkel oppgave. Se kapittel 4.10.2 om kontakt med kundeservice.

I tilfeller hvor man må ha nyeste produkter for å få tilgang til tjenestene man har behov for, vil personer som ikke har råd til disse produktene i realiteten ha dårligere produkter og i noen tilfeller dyrere alternativer (f.eks. papirgebyr på papirfaktura). Dette går trolig ut over personer og husholdninger med lav inntekt i størst grad.

Nokså god bevissthet rundt risiko for svindel, men vanskelig å vurdere risiko

Stort sett alle informantene vi har snakket med er opptatt av sikkerhet og er klar over muligheten for å bli svindlet gjennom tekstmelding, telefon, e-post og gjennom bruk av internett. De synes det er svært viktig med et stort fokus på svindel i samfunnet gjennom nyheter, varslinger om svindelforsøk på tekstmelding, og gjennom kampanjer og reklamer, slik at man hele tiden er oppdatert og minnes om faren. En pensjonist vi har snakket med opplyser om at sikkerhet og svindel har vært tema på temamøter for seniorer og andre i regi av frivillige organisasjoner. Noen av personene vi har snakket med har abonnement med ekstra sikkerhetsprodukter, noe som også oppleves som et godt og trygt tilbud.

En informant forteller at hun har automatisk nummeropplysning på telefonen sin, som hjelper til å forebygge telefoner fra svindlere. Dette tilbudet er hun godt fornøyd med. Samtidig uttrykker informanten usikkerhet rundt hvordan denne løsningen fungerer:

«Når noen ringer og jeg ikke tar telefonen, går den automatisk over på 180 som forklarer at det er salg eller svindel. Men jeg lurer på hvordan jeg fikk den automatiske nummeropplysningen. Tror det er en innstilling.» (Pensjonist)

Noen av personene i vårt utvalg er ekstra sårbare for svindel via telefon og internett, for eksempel gjennom å godta telefoner fra fremmede eller fra andre land, gjennom å godta venneforespørsler på sosiale medier og svindel gjennom SMS. Pårørende opplever at svindlere vet at det kan være lettere å få personer med funksjonsnedsettelse til å gi fra seg for eksempel kortinformasjon.

4.7 Bruk av bredbåndsabonnement

Det er flere informanter som forteller at de bruker mer internett hjemme enn på mobiltelefonen. Grunnen til det er primært at det er enklere å bruke datamaskin eller nettbrett med større skjerm og tastatur. Dette gjelder spesielt pensjonister som i liten grad behersker apper og som bruker internett i begrenset grad.

Ifølge informantene i vårt utvalg går bruk av internettet hjemme stort sett helt fint, og det er derfor identifisert få barrierer. De fleste informantene har imidlertid opplevd at internett kobler seg ut. De fleste vet at man kan dra ut strømkontakten eller å slå enheten av og på igjen, og prøver dette på egenhånd. Hvis problemet ikke er løst etter det, har de ikke flere strategier for å løse problemet selv, og ber om hjelp. De fleste spør først familie eller venner om hjelp.

Mens dette skjer sporadisk hos de fleste, opplever noen av personene vi har intervjuet som bor i distriktet stadig dårlig internettforbindelse. De opplever at kraftig vind også kan påvirke internettkvaliteten. Informanter som bor i distriktet, har derfor i større grad hatt behov for å bytte leverandør for å få godt internett, samt hatt behov for hjelp fra kundeservice når det gjelder internettet hjemme.

I likhet med innlogging på mobil, er det noen informanter som har hatt utfordringer med å koble seg til trådløst internett. En informant forteller at han har blitt bedt om å taste inn flere brukernøkler og passord som han ikke finner frem til.

Et annet funn er at mange ektefeller har fordelt ansvaret hjemme slik at det er én av partene som står for betaling og oppfølging av bredbåndsabonnement, eksempelvis betaling og kontakt med kundeservice. Så lenge det er én i husstanden som ordner dette, er den andre tilfreds og føler at man ikke trenger å lære seg det selv. Flere informanter forteller at det imidlertid oppstår en utfordring når den ene kyndige personen går bort eller får en sykdom som gjør at han/hun ikke kan håndtere det lenger. Da oppleves det som krevende å sette seg inn i og måtte ordne opp med abonnement. Dette gjelder særlig for informanter som er pensjonister. På samme måte er det noen av informantene med innvandrerbakgrunn som er avhengig av partneren sin fordi de selv ikke forstår hvordan de skal betale faktura, kontakte kundeservice, og liknende. Sitatet under illustrerer dette:

«Jeg vet ikke så mye [om bredbåndsabonnementet]. Det er mannen min som betaler for det.» (Person med innvandrerbakgrunn)



4.8 Bytte og avslutte mobilabonnement

I dette delkapittelet beskrives funn knyttet til å bytte eller avslutte abonnement. Overordnet forteller informantene at de har hatt mobilabonnementet sitt lenge og har derfor få erfaringer rundt bytte og avslutning av abonnement.

De fleste beholder abonnementet sitt lenge

De fleste vi har snakket med er godt fornøyde med mobilabonnementet sitt så lenge det fungerer. Derfor er det mange av informantene våre som har hatt det samme mobilabonnementet i mange år. Mange tenker også at det er for vanskelig å vurdere andre abonnementer og gjør derfor ikke forsøk på å finne noe bedre. Det er flere som reflekterer over at det sikkert finnes bedre eller billigere abonnement for dem, men at de ikke ser stort behov for å endre abonnementet så lenge det fungerer som det skal. Følgende sitat viser at det sitter langt inne å bytte abonnement for enkelte fordi de må ta stilling til spørsmål og begreper som de ikke forstår:

«Jeg har ikke peiling på hvilket abonnement jeg har. Antakelig Telenor siden sønnen min jobber der. Husker ikke hvordan jeg kjøpte det. Har hatt det lenge. Tenker aldri over hva jeg har, så kan heller ikke si om jeg er fornøyd eller ikke, jeg bare betaler. Det er liten variasjon mellom betaling per måned. Har ikke vurdert å bytte abonnement, fordi da får jeg vanskelige spørsmål. Tror jeg har et enkelt abonnement.» (Pensjonist)

Årsaker til bytte av mobilabonnement

Noen få informanter forteller at de har byttet abonnement i nyere tid. I disse tilfellene er pris den viktigste faktoren som gjør man har valgt å bytte abonnement. Noen få har valgt å bytte abonnement av praktiske årsaker, for eksempel når de skal ha felles abonnement med personer de er pårørende til og hjelper med mobil og faktura, eller tvillingabonnement for to telefoner mens man er i en overgangsfase fra én telefon til en annen.

Et par informanter har byttet abonnement i overgangen fra yrkesaktiv til pensjonist, i tilfeller hvor de hadde abonnement gjennom jobben. Personene dette gjelder har da valgt samme abonnement som ektefelle, eller valgt et abonnement de har fått anbefalt i butikk. Kun få informanter har kjøpt nytt abonnement etter søk og vurderinger på internett. Det er også to informanter som forteller at de har byttet mobilabonnement da de fikk et tilbud gjennom strømselskapet sitt.

Én informant forteller at hun fikk en tekstmelding fra mobiloperatøren sin med tilbud om å prøve et nytt abonnement basert på hvor mye mobildata hun bruker til vanlig. Hun oppsøkte en butikk for å forhøre seg litt mer rundt abonnementet hun fikk tilbud om, og endte med å få en prøveperiode med et mobilabonnement med ubegrenset mobildata inkludert.

Byttene går som regel problemfritt, med noen unntak

Som nevnt under kapittel 4.1 om kjøp, opplever de fleste at overgangen til nytt mobilabonnement går sømløst. Et flertall opplever det som veldig praktisk at personer som jobber i en butikk man kan oppsøke, ordner med overgang til nytt abonnement.

Vi har innhentet noen få eksempler på bytte av abonnement hvor prosessen har vært krevende. En informant forteller at hun byttet abonnement samtidig som hun kjøpte ny telefon i en elektronikkbutikk fordi det var gunstig ifølge selgeren. Selgeren informerte samtidig om at byttet av abonnement var kostnadsfritt. I etterkant av byttet mottok hun likevel en faktura med betalingskrav for å ha brutt bindingstiden på sitt forrige abonnement. Saken ble løst etter flere telefoner og besøk til mobiloperatøren og elektronikkbutikken.

En annen informant, som har innvandrerbakgrunn og begrensede norskferdigheter, forteller at hun ikke klarte å endre eier på et abonnement som stod i hennes navn og skulle overføres til sønnen. Dette var på grunn av språkproblemer og misforståelser i kommunikasjonen med kundeservice på telefon. Denne episoden endte med at sønnen, som snakker bedre norsk, måtte ringe kundeservice for å ordne opp. Etter denne og flere liknende episoder med kundeservice, forteller informanten vår at hun ikke vil prøve å ringe kundeservice lenger, fordi hun føler at hun ikke får løst problemene sine og hun sitter igjen med en følelse av oppgitthet og forvirring.

4.9 Bytte og avslutte bredbåndsabonnement

De fleste vi har snakket med har som nevnt internett hjemme via borettslag. Disse har ikke valgt bredbåndsabonnement selv. Flere har imidlertid opplevd bytte av bredbåndsabonnement etter initiativ fra borettslaget. Flere forteller blant annet at de har fått installert fibernett. Det er også mange som har byttet ruter/hjemmesentral fordi borettslaget har endret internettleverandør. I begge tilfeller har endringen blitt organisert gjennom borettslaget, og alle som har opplevd dette forteller at det har gått sømløst fordi borettslaget ordner med montør.

En person opplevde dårlig forbindelse og at telefonsamtaler ble brutt, men dette gikk over da hun tilfeldigvis byttet internettabonnement til samme leverandør som mobilabonnementet. Hun er usikker, men tror at det er en sammenheng.

4.10 Funn som gjelder på tvers av hele livssyklusen

Selv om de fleste barrierene kan knyttes til spesifikke steg i abonnementets livssyklus, gjelder brukernes strategier for å håndtere oppståtte utfordringer og eventuell kontakt med kundeservice på tvers av disse stegene. I dette kapittelet har vi derfor samlet innhentede funn knyttet til dette.

4.10.1 Strategier for å få hjelp med mobilabonnement og bredbåndsabonnement

På tvers av stegene i brukerreisen, eller abonnementets «livssyklus», finner vi ulike strategier for å mestre mobil- og bredbåndsabonnement. Kartleggingen viser at de aller fleste informantene har større eller mindre behov for hjelp knyttet til ulike deler av det å ha et mobilabonnement og et bredbåndsabonnement. Ulike former for digitale hjelpere, fremstår som svært viktige for at digitalt sårbare personer kan bruke og nyttiggjøre seg mobil- og bredbåndsabonnement. Dette gjelder både pensjonister, personer med funksjonsnedsettelse/sykdom og personer med innvandrerbakgrunn.

En av våre informanter forteller at han har behov for hjelp med alle deler av livssyklusen til mobilabonnementet sitt. Denne informantens hjelpebehov oppstår på grunn av begrensede norskferdigheter, men også begrenset vokabular knyttet til mobilabonnement spesifikt og begrensede digitale ferdigheter generelt:

«Han [sønnen] leter etter abonnement, velger hvilken pris som passer meg, innholdet i pakken, hvilken data som kan brukes ute, sørger for at planen er betalt for, forteller meg når abonnementet løper ut.» (Person med innvandrerbakgrunn)

Også denne pensjonisten forteller at han har behov for hjelp med alt som handler om mobil og internett:

«Jeg har en gammel telefon, jeg ringer og tar imot telefoner, men ikke noe annet. Jeg har ikke internett hjemme. Det har jeg ikke bruk for, for jeg kan ikke bruke det. Hvis det er noe jeg ikke skjønner med mobilen så gir jeg den til datteren min og hun fikser det. Vet ikke hvordan jeg skulle greid meg uten datteren min. Det hadde ikke vært aktuelt å ringe til kundeservice for meg, jeg har jo heldigvis datteren min». (Pensjonist)

Det er stor enighet rundt hvilke «hjelpere» man foretrekker uavhengig av hvilke(n) målgruppe(r) informantene tilhører. Nær alle informantene forteller at de foretrekker å spørre nærmeste familie, enten det er ektefelle eller eventuelle barn eller andre yngre familiemedlemmer. Deretter spør man venner. Også personer som verken har familie eller venner å spørre, forteller at de skulle ønske at de hadde det. Det er også en del av personene vi har snakket med som bruker organisert hjelp fra frivillige organisasjoner eller offentlige tilbud fra kommunen. Noen spør også helsepersonale om hjelp, men opplever at disse mangler kompetanse og tid til å hjelpe med mobil- og bredbåndsproblematikk. Å ringe kundeservice ses som en siste utvei for de fleste. Det er noen få som forteller at de heller velger å unngå å løse et oppstått problem enn å kontakte kundeservice.

En av våre informanter forteller hvor god nytte hun har hatt av frivillig tilbud om datahjelp:

«Hvis jeg ikke hadde hatt frivilligsentralen hadde jeg plaget livet av barna mine. De orket ikke alle spørsmålene mine lenger. Jeg hadde jobbet med data mange år, men å sitte hjemme med det var noe annet.» (Pensjonist)

En annen informant med spesiell kjennskap til innvandrer målgruppen, etterlyser ordninger som fanger opp denne gruppen spesifikt. Sitatet kan tyde på at eksisterende frivillige tilbud ikke treffer alle målgrupper like godt, eller ikke er like godt utbredt overalt:

«Mange utlendinger har vanskeligheter med det digitale. Vi har ikke en møteplass for digital hjelp. Alle spør barna de har hjemme i ungdomsskole/videregående alder. Når barna flytter ut, er det vanskeligere.» (Person med innvandrerbakgrunn)

Dersom man skal kontakte mobiloperatøren, er det foretrukne alternativet for de fleste å oppsøke en butikk hvor man kan snakke med en person ansikt til ansikt. På denne måten er det enklere å forstå hverandre og man opplever at man har bedre tid til å stille spørsmål og få forklaringer. Dernest er telefonkontakt foretrukket kanal før skriftlige kanaler som chat og e-post. Det er ingen av informantene som har forsøkt å bruke chat for å komme i kontakt med kundeservice, og de ønsker heller ikke å prøve det fordi det er vanskeligere å forklare seg skriftlig.

Både brukerne selv og representanter fra organiserte frivillige og offentlige tilbud om datahjelp som vi har vært i kontakt med i forbindelse med kartleggingen, oppgir at trygghet er svært viktig for å oppsøke og motta hjelp. Gitt at noen er helt avhengige av hjelp, og en del mer hjelp enn det kundeservice kan tilby, kombinert med at de fleste benytter nære relasjoner eller frivillige tilbud, fremstår hjelpen som noe sårbar. Det offentlige og det frivillig organiserte tilbudet virker også å variere en del fra kommune til kommune. Basert på våre funn, virker det også som disse tilbudene når ut til de forskjellige gruppene digitalt sårbare i ulik grad.

4.10.2 Opplevelser med kundeservice og forutsetninger for god kundeservice

Som påpekt i forrige delkapittel, er det mange som foretrekker å spørre personer de kjenner om hjelp før de henvender seg til kundeservice. Årsakene til dette er sammensatt. Selv om mange har hatt hyggelige opplevelser og fått god hjelp med kundeservice, er det også en majoritet av informantene som forteller at det er flere barrierer knyttet til bruk av kundeservice. Erfaringer med, og ønsker for, kundeservice gjelder på tvers av stegene i livssyklusen.

Gjennom brukerintervjuene er det flere som oppgir at det er vanskelig å finne telefonnummer til kundeservice. Det er flere som før har funnet telefonnummer på faktura og på nettside, men som nå synes det er vanskeligere å finne frem til et telefonnummer. Enkelte tilbydere har heller ikke tilbud om kundeservice på telefon. Dersom man har mulighet til å ringe kundeservice, oppleves begrensede åpningstider og lang ventetid som en barriere. En pensjonist forteller i denne sammenheng at banken hennes har et eget kundeservice-nummer for pensjonister, slik at de skal få raskere hjelp. Hun er meget fornøyd med den løsningen.

Andre forteller at det er vanskelig å komme gjennom til en person man kan snakke med gjennom kundeservice, fordi man ofte må trykke på tall på telefonen for å vise hva henvendelsen gjelder, for å komme videre til en kundebehandler. Det er flere som har eksempler hvor de har tastet feil og måtte starte prosessen på nytt igjen.

Det er også flere som oppgir at det har vært vanskelig forstå hva kundebehandlerne på telefon sier. På den ene siden kan det handle om at innringeren hører dårlig eller synes det er vanskelig å forstå begrepene som brukes, eller de har begrensede norskerferdigheter eller manglende teknisk forståelse eller begrepsapparat som gjør det vanskelig å forklare seg. På den andre siden kan det handle om at kundebehandleren snakker raskt og ikke forklarer begrepene på en forståelig måte. Det er blant annet en informant som trekker frem at det er vanskeligere å forstå kundebehandlere som snakker svensk og dansk. I slike tilfeller kan det være behov for at innringeren forteller om

sine behov, og det er flere som oppgir at de ønsker å fortelle om det hvis de har spesielle behov i kommunikasjonen og at slike opplysninger gjerne kan registreres slik at man slipper å forklare seg hver gang man ringer.

Personer med ulike former for funksjonsnedsettelse forteller om enkelte barrierer i kontakt med kundeservice. Barrierene er blant annet knyttet til hørsel og stemmekraft, som kan gjøre det vanskelig å høre og forstå det som blir sagt og vanskelig å gjøre seg forstått. De som opplever slike utfordringer synes kontakten med kundeservice over telefon kan være frustrerende, og får som regel hjelp fra pårørende til å ringe. En pårørende som også hjalp til i kontakt med kundeservice forklarer opplevelsen slik:

«Han har ikke kontaktet kundeservice selv. Den letteste løsningen var at jeg gjorde det på hans vegne, men han var alltid med. Noe han synes var mest leit var at stemmen ble svak. Når det gjelder mobil og kundeservice gikk det greit at jeg snakket på vegne av ham uten at jeg måtte ha noe offisiell bekreftelse på at jeg hjalp ham, i motsetning til kundeservice i banken.» (Pårørende til person med kronisk sykdom)

Noen av informantene i denne gruppen har kognitive funksjonsnedsettelse som også påvirker hukommelsen. Enkelte informanter opplever dette som en utfordring i kontakt med kundeservice, og har derfor med seg en hjelper som kan være med på å lytte og huske hva som blir sagt slik at man får løst problemet man har. En informant forteller at hun gjerne vil ha støtte hvis hun må kontakte kundeservice:

«Jeg ville kanskje spurt mamma og pappa om å være med å ringe. Litt tryggere, de kan være med på å huske all informasjonen.» (Person med sykdom/funksjonsnedsettelse)

Sitatet under viser et forslag til hvordan kundeservice kunne vært mer behjelpelig for personer med begrensede norskerdigheter:

«Kundeservice kan være mer tilgjengelige, og tilby flere språk. De kan spørre hvilket språk man vil snakke på. Kan hende det hadde vært lettere å få hjelp da.» (Person med innvandrerbakgrunn)

Samtidig som flere har opplevd utfordringer med kundeservice, er det viktig å påpeke at det også er mange som har hatt gode opplevelser hvor de har opplevd forståelse og fått saken sin løst på en effektiv måte.

Samlet fremkommer følgende ønsker for kundeservice:

Kanaler

- Ønsker mulighet til å kontakte kundeservice per telefon fordi det er enklere å forklare og forstå, enklere å vite hvis man har misforstått hverandre. Dette gjelder alle målgrupper.
- Ønsker mulighet til å få hjelp i butikk fordi det er enklere å forklare og forstå, enklere å vite hvis man har misforstått hverandre. Dette gjelder alle målgrupper.
- Ønsker mulighet for video-samtale for å kunne vise utstyr og få veiledning basert på det som blir vist på video.
- Å bruke chat representerer en terskel for mange fordi de synes det er vanskelig å formulere seg og forklare saken sin skriftlig, samt opplever at det er større rom for misforståelser når man bruker tekst. Dette gjelder alle målgrupper. Det positive med e-post og chat er imidlertid at man kan arkivere dem slik at man har svaret tilgjengelig til senere.

Fremtoning

- Ønsker at kundebehandlere skal snakke tydelig og forståelig gjennom god diksjon og tilpasset begrepsbruk
- Ønsker at kundebehandlere viser forståelse og tålmodighet

Spesielle behov

- Ønsker om at kundeservice registrerer helseutfordringer hos kunder som kan påvirke samtalen, slik at de slipper å forklare seg hver gang.
- Ønsker om at man kan ringe til kundeservice på vegne av andre som ikke er trygg på å ringe kundeservice selv. Informantene har stort sett opplevd at det har gått fint, med unntak av betalingsaker. Det er også oppgitt eksempler på personer i vergerolle som ikke får snakke på vegne av personen de er verge for dersom kundeservice ikke finner vergeattest.
- Personer med begrensede norskferdigheter ønsker at kundeservice tilbyr mulighet til å snakke andre språk enn norsk.

Tilgjengelighet

- Synliggjøre telefonnummer på faktura og nettsider
- Kort ventetid på telefonlinjen
- Mulighet for å treffe rett på en kundebehandler istedenfor å trykke seg gjennom valgalternativer, hvis man ikke vet hvilken kategori spørsmålet passer inn i eller har vanskelig for å taste på telefonen
- Mulighet for å bli ringt tilbake hvis mye kø

5. Funn fra intervjuer med ekom-tilbyderne

Vi har intervjuet representanter fra fem ekom-tilbydere. De intervjuede ekom-tilbyderne inkluderer både selskap med eget nett og selskap som ikke har eget nett, samt store selskap med en betydelig markedsandel og mindre selskap med mindre markedsandel.

Vi har intervjuet medarbeidere som jobber med kundeservice og medarbeidere som jobber med digital inkludering på et mer strategisk nivå i selskapene. Et overordnet funn er at det varierer mye mellom de ulike tilbyderne hvor mye de legger ned i arbeidet med digital inkludering og hvor strukturert tilnærmingen er. De store aktørene har gjennomgående mer fokus og bruker mer ressurser på problemstillingen.

5.1 Ekom-tilbydernes arbeid for digitalt sårbare grupper

Litt avhengig av hvordan man teller utgjør digitalt sårbare grupper totalt sett et betydelig antall kunder for ekom-tilbyderne. Imidlertid består gruppen av flere undergrupper som hver for seg er karakterisert av egne barrierer og problemspekter. Det betyr igjen at hver undergruppe blir liten, og ekom-tilbyderne har tilsvarende utfordringer med å fokusere på å utvikle og tilrettelegge tiltak som treffer den enkelte undergruppe spesielt. Det finnes begrenset med statistikk om hvilke målgrupper som henvender seg gjennom kundeservice, grunnet personvern. Et overordnet inntrykk er at de ikke registrerer opplysninger som kan karakteriseres som sensitive fordi personvernreglementet krever at slike registreringer begrunnes med formål, samtykke, m.m. Derfor er det lite databasert kunnskap å bygge eventuelle tiltak på.

Kun de store ekom-tilbyderne har en bevisst eksplisitt strategi, med tilhørende handlingsplaner, som inkluderer å legge til rette for digitalt sårbare grupper. De øvrige aktørene har verken bevissthet eller eksplisitte tiltak for å nå og legge til rette for digitalt sårbare grupper. Enkelte leverandører nevner at mangel på tilrettelegging for digitalt sårbare kan oppfattes som diskriminering av sårbare grupper.

5.2 Ekom-tilbydernes opplevelser av barrierer hos kundene

Ekom-tilbydernes oppfatning av barrierer hos kundene er i stor grad basert på henvendelser til kundeservice og i noen grad fra tilbakemeldinger de har innhentet gjennom fokusgruppeintervjuer og brukertesting utført i forbindelse med etablering av nye tjenester.

Generelt opplever ekom-tilbyderne at kunder har lite innsikt i hvordan infrastruktur og ekom-tjenester er bygget opp og hvilke muligheter det gir for dem. Det gjør at brukere som har normalt god kompetanse på bruk av ulike digitale verktøy og programvare likevel kan ha svært begrenset innsikt i og mestring av hvordan man etablerer og setter opp tekniske ekom-tjenester. Det betyr at mange kunder vil ha problem med å velge riktig abonnement, administrere eget abonnement via Min-side funksjonalitet, samt feilsøke og bidra til feilretting.

Under presenteres funn om ekom-tilbydernes opplevelser av barrierer hos kundene i en tematisk inndeling.

Nettilgang

- Leveranse av siste generasjon trådløst bredbånd vil være avhengig av tilfredsstillende 5G dekning. Inntil utbyggingen av 5G er «ferdigstilt» og dekningen er bedre enn i dag, vil dette være en opplevd barriere.

- God Wi-Fi-dekning innendørs er avhengig av vellykket oppkobling av ruter og eventuelt øvrige Wi-Fi utstyr, samt egnet plassering av utstyret.
- Overgang til mesh-løsninger for Wi-Fi medfører økt behov for support.

IKT utstyr

- Selskapene opplever at kunder i stor grad ikke leser brukerveiledninger, og følgelig allikevel kan ha problemer med tekniske utfordringer som er tilfredsstillende beskrevet i brukerveiledninger.
- For bredbåndskunder som bytter ISP, vil det være nødvendig å bytte utstyr. Tekniske begrensninger i form av lås på produkter gjør det mer krevende for kundene ved bytte av leverandør. Dette oppleves av kunder som delvis unødvendig, og vil trigge de samme problemene som ved første gangs etablering av tjenesten.
- Hos kunder med nedsatt mobilitet vil installasjon av utstyr ofte være avhengig av assistanse.
- Teknisk feilsøk krever noe kompetanse på utstyr og hvordan utstyr må settes opp, samt evne til å følge instruksjoner fra kundeservice-medarbeider. Dette viser seg ofte å være vanskelig å få til.
- Leverandører av ekom-utstyr (f.eks. Google Wi-Fi) gir ikke tilstrekkelig innsyn i og deling av data som genereres i utstyret, til ekom-tilbyderen. Å få til god sammenhengende «A-Å hjelp» for kundene, på tvers av tjenester og utstyr, er da svært krevende. Dette medfører at ekom-tilbydere velger å bruke utstyr spesielt produsert og konfigurert for seg. Dette medfører også at det er svært krevende å gi god kundeservice hvis kunden bruker utstyr som ikke er levert av ekom-tilbyderen.

Grunnleggende digitale ferdigheter

- Kunder (med svak digital kompetanse) har i liten grad forståelse for forskjellen mellom bredbåndshastighet inn til eiendom og annonsert og/eller opplevd hastighet på Wi-Fi.
- Mange kunder har en grunnleggende svak tillit til egne ferdigheter og at man klarer å følge instruksjoner i en bruksanvisning. Som en følge av det er det mange kunder som ikke forsøker å klare seg selv.
- Ingen av de ekom-tilbyderne vi snakket med har muligheter til video-samtaler på kundeservice. Det er en tro på at mulighet til video-samtaler med kundene ville være til stor hjelp for å kunne guide kundene gjennom feilsøk, oppsett av utstyr og lignende.
- Gjennomgående opplever kundeservice-medarbeidere at bruk av BankID oppleves som vanskelig for mange kunder.

Brukervennlighet

- En rekke henvendelser til kundeservice er relatert til mottatt faktura. Det er viktig at faktura er lett å forstå og tydelig angir hvilke produkt kunden har kjøpt med tilhørende enhetspriser.
- Kundeservice opplever at kunder har større problem med å forstå faktura hvis kundeforholdet også inkluderer kjøp av ekstra tjenester og datapakker.

Digital dømmekraft

- Man opplever at de fleste kunder er svært opptatt av sikkerhet, og at kundene har blitt mer oppmerksom på dette de senere år. Det er antatt at dette henger mye sammen med økt oppmerksomhet rundt sikkerhet i media de senere år.
- Det oppleves at det er svært varierende kompetanse til å vurdere svar fra AI-baserte bots. Ekom-tilbyderne er derfor noe tilbakeholdende med å ta i bruk disse tjenestene.

Regulatorisk

- Flere nevner at GDPR og annen personvernregulering, gjør det utfordrende å lagre og bruke «alle» data for å kunne bygge tilstrekkelig dyp innsikt om kundene og derved gjøre det mulig å tilby god kontekstsensitiv hjelp.
- En av aktørene nevnte at lang tid ved portering av abonnement gjør det krevende å flytte kundeforholdet ved bytte av operatør i de tilfeller nytt SIM-kort er forsinket i posten.

5.3 Kanaler for kundekontakt

Ekom-tilbyderne tilbyr en stor bredde i kanaler for å komme i kontakt med kundene. Enkelte kanaler er først og fremst for markedsføring, presentasjon og salg av produkter og tjenester, andre kanaler er for selvbetjening, mens atter andre kanaler er for to-veis kommunikasjon mellom ekom-tilbyder og kunde:

Markedsføring og salg

- Sosiale medier
- Web/hjemmeside
- Butikk
- Selgere

Selvbetjening

- Min side
- Apper

To-veis kommunikasjon

- Butikk
- Epost
- 1:1 SMS
- Chat / Chatbot
- Kundeservice

De store ekom-tilbyderne har typisk en «fullservicestrategi», men med klar preferanse for digital kommunikasjon og selvbetjening. De mindre aktørene, typisk MVNOene, er dominert av en «digital først»-strategi. De har varierende grad av tjenester fra kundeservice-senter i tillegg.

5.4 Eksisterende tiltak for digital inkludering

Listen under oppsummerer eksisterende tiltak iverksatt hos ekom-tilbyderne vi har intervjuet, for å gjøre anskaffelse, bruk og endring av ekom-produkter enklere for kundene. Listen er en «brutto-liste» over tiltak og alle aktørene har ikke iverksatt alle tiltak, men alle tiltak er iverksatt hos noen. De store aktørene har generelt iverksatt flere tiltak enn de små.

- Gode hjelpesider, bruksanvisninger, «how to» filmer gjøres tilgjengelig på selskapets hjemmesider på web.
- Gode hjelpesider, bruksanvisninger, «how to» filmer gjøres tilgjengelig på selskapets Facebook-sider.
- MinSide for selvbetjening på web.
- MinSide app for selvbetjening på mobil.
- Universell utforming i alle kanaler har økende fokus hos samtlige aktører.
- Følge/bruke WCAG (web content accessibility guidelines) ved utvikling og testing av app og web-sider hos brukere.
- Eget program/initiativ for å sette fokus på at kundene selv må utvikle digital dømmekraft.
- Tilbud om montørhjelp, spesielt for utstyr for bredbånd.
- Strategi for at kundeservice skal strekke seg langt for å kunne hjelpe kunden med å løse sitt problem.
- Medarbeidere på kundeservice oppfordres til å gå langt i å guide kunder ganske detaljert gjennom feilsøking og problemløsning.
- Medarbeidere på kundeservice behersker flere språk. Samtlige aktører dekker norsk og engelsk. Hos noen selskaper tilbys andre språk fordi det er rekruttert medarbeidere som snakker flere språk enn norsk og engelsk. En aktør har bevisst etablert støtte for 8 ulike språk i kundeservice.

- Medarbeidere på kundeservice har god erfaring med at Google Translate kan brukes og fungere godt ved språkproblemer.
- Tilbud om abonnement uten ekstern kredittsjekk for å kunne rekruttere kunder som ellers ville feile på kredittsjekk.
- Tilbud om salg av brukte mobiltelefoner som et alternativ til kun nye telefoner.
- Typisk mindre MVNOer som har «digital først»-strategi, satser på å være veldig tilgjengelig på kundeservice for å gjøre terskelen lav for å kunne hjelpe kunder som ikke er komfortable med «digital først». Kundeservice vil da kunne bistå med kjøp, endring, oppsigelse, betaling, etc. av mobil-produkter.
- Aktørene jobber aktivt med å tilrettelegge gode og intuitive kundereiser, inkludert gode prosesser for on-boarding og off-boarding av kundene.
- Aktørene har fokus på å ha digitalt sårbare på sjekk-listen for å ivareta dem på en god måte ved produktutvikling, særlig gjelder dette ved utvikling av selvbetjeningstjenester.
- Aktørene tenker at om man kan flytte majoriteten av kunder til digital selvbetjening, vil man kunne frigjøre tid til å hjelpe de digitalt sårbare kundene i større grad enn hva tilfellet er i dag.

Tiltak som ikke gjøres

Ekom-tilbyderne har i intervjuene nevnt tiltak som de ikke gjør i noen utstrekning, eller i det hele tatt, i dag, men som de tenker har nytte-potensiale og som de vurderer for fremtiden:

- Kun et lite mindretall av leverandørene har etablert samarbeid med et svært begrenset antall interessegrupper, interesseorganisasjoner eller kommuner. Aktørene er oppmerksomme på at et slikt samarbeid vil kunne tilføre dem verdifull innsikt i problemstillinger og mulige løsninger for å bedre kunne betjene de digitalt sårbare kundene.
- Bransjesamarbeid for å adressere de digitalt sårbare gjennomføres ikke i dag. Aktørene ser at dette er et tiltak som kunne være spesielt nyttig, både for å dele innsikt i bransjen, men også samarbeide og potensielt dele kostnader, om utarbeidelse av virksomme tiltak spesielt rettet mot digitalt sårbare kunder.

5.5 Teknologi

Ekom-tilbyderne har i varierende grad pågående initiativ for å utnytte ny teknologi til å forbedre produkter og tjenester. Disse initiativene vil også i mange tilfeller kunne bidra positivt til digitalt sårbare kunders bruk av produkter og tjenester.

- Utforske KI for bruk i feilsøking, chatbots, og robotic process automation (RPA) som er programvare som automatiserer arbeidsprosesser i større grad enn tidligere, og mer eller mindre fullt ut, og derved frigjør menneskelig tid til annet arbeid.
- Utforske KI for analyse av hva samtaler med kunder dreier seg om for å tilrettelegge for å bruke denne innsikten til å forbedre produkter, tjenester og kundedialog.
- Utforske Speech to text funksjonalitet.
- Gjennomføre en pilot på bruk av AR briller i kundens hus for å identifisere dårlige Wi-Fi-signaler og således kunne optimalisere plassering av Wi-Fi-utstyr.
- Samarbeid med leverandører av teknisk utstyr for å kunne tilrettelegge for «A-Å hjelp» både ved installasjon og feilsøking.
- Utforske prediktive modeller for å kunne oppdage problem i nett og tjenesteleveranse før det blir merkbart for kundene. Dette vil muliggjøre rask feilsøking og utbedring, samt opparbeidelse av beredskap hos kundeservice hvis problemet medfører økt trafikk til kundeservice.
- Stor-data og KI gjør det lettere å se problem som kun gjelder mindre kundegrupper (digitalt sårbare utgjør en mindre gruppe). Uten bruk av disse metodene vil

problemstillinger som kun angår en mindre gruppe lett «drukne» i den totale data-mengden.

- Utforske hvordan ny teknologi kan gjøre det mulig å tilpasse brukergrensesnittet til enkelt-kunder. Inspirert av innsikten som ligger til grunn for «designer drugs», ønsker man å se på muligheten til å tilpasse kundedialogen til spesifikke kundegrupper.

5.6 Tanker om fremtiden

Samtlige ekom-tilbydere uttrykker at å tilby konnektivet til alle er topp prioritert. Aktørene nevner, i større og mindre grad, alle en «digital først» strategi og at tilrettelegging for å hjelpe kundene til å kunne klare seg selv er viktig fremover.

Aktørene ser at for å realisere konnektivet til alle må aktørene også ta ansvar for å inkludere grupper som er digitalt sårbare og sørge for at disse gruppene kan anskaffe, ta i bruk og oppleve nytte av digitale ekom-produkter og -tjenester. Samtidig er det kun et mindretall av aktørene som nevner for oss at de har noe særlig budsjett til å investere i tilrettelegging og tiltak for at digitalt sårbare grupper i større grad skal kunne klare seg selv.

Et par av aktørene nevner i tillegg en bekymring for at det skal komme «for kraftig» regulering med krav om å tilrettelegge for spesifikke tiltak for å nå digitalt sårbare grupper. De hevder at det kan være krevende for aktørene å investere i tiltak for relativt små kundegrupper hvis man ikke kan være sikker på positiv økonomisk kost/nytte av tiltakene.

6. Analyse og konklusjon del 1

I dette kapittelet vil vi gjennom en analyse av innhentet datamateriale drøfte problemstilling 1 for oppdraget med tilhørende underpunkter:

1) Hvilke forhold (utover tilgang til nett og utstyr) hindrer digitalt sårbare i å ta i bruk og fullt ut nyttiggjøre seg av grunnleggende ekom-tjenester (mobil- og bredbåndsabonnement)? Herunder vurderes:

- Hvilke grupper har de største utfordringene og hva knytter de største utfordringene seg til (ref. livssyklusperspektiv for ekom-tjenester)?
- I hvilken grad opplever «digitalt sårbare» grupper at ekom-tilbydernes egen kundeservice fungerer effektivt for å løse utfordringer med kjøp, bruk og bytte/avslutte abonnement?
- Hvordan vil teknologiutviklingen de nærmeste årene påvirke mulighetene for kjøp, bruk, og bytte/avslutte abonnement (for eksempel økt bruk av eSIM etc.)?

6.1 Forhold som hindrer digitalt sårbare i å ta i bruk og nyttiggjøre seg ekom-tjenester

Hvilke forhold (utover tilgang til nett og utstyr) hindrer digitalt sårbare i å ta i bruk og fullt ut nyttiggjøre seg av grunnleggende ekom-tjenester (mobil- og bredbåndsabonnement)?

6.1.1 Flest utfordringer er knyttet til digitale ferdigheter og brukervennlighet. Som nevnt i innledningen, peker Regjeringen på fem forutsetninger for fullverdig digital deltakelse: nettilgang, tilgjengelig IKT-utstyr, grunnleggende digitale ferdigheter, brukervennlighet i digitale tjenester og digital dømmekraft.³⁶ Funnene i vår kartlegging indikerer at de fleste barrierene knyttes til delene av pyramiden som handler om grunnleggende digitale ferdigheter og brukervennlige digitale tjenester. Mer konkret er det identifisert en manglende sammenheng mellom ferdigheter og brukervennligheten i tjenester og produkter. Vi har også enkelte funn som kan knyttes til digital dømmekraft. Det er færre identifiserte barrierer som kan knyttes til nettilgang og tilgjengelig IKT-utstyr. Under redegjør vi nærmere for funn knyttet til hver av disse fem forutsetningene for digital deltakelse. Overordnet har vi identifisert flest barrierer knyttet til mobiltelefon og mobilabonnement fremfor bredbånd.

Funnene i denne kartleggingen viser at personene i vårt utvalg har **få utfordringer knyttet til dekning og tilgang til fibernett**. Dette kan også skyldes at utvalget er gjort på en kvalitativ måte, som ikke kan sies å representere hele befolkningen eller parametere som har betydning for nettilgang, slik som geografi. Kun tre personer i vår kartlegging har nevnt utfordringer med nettilgang. Én som bor sentralt på Østlandet forklarte at det ville bli for dyrt å få fibernett til sin enebolig. To informanter som bor på Vestlandet har hatt gjentatte utfordringer med at internett kobler seg fra, spesielt ved mye vind.

Gjennom et intervju med en kommune med desentralisert beliggenhet på Sørlandet, får vi imidlertid innblikk i at nettilgang kan være en større utfordring. Dette knyttes til kommersiell utbygging av bredbånd. I rurale strøk med krevende geografi og lange avstander mellom boliger

³⁶ Kommunal- og moderniseringsdepartementet (2021). «Digital hele livet. Nasjonal strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen.» Hentet fra: [Digital hele livet. Nasjonal strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen. \(regjeringen.no\)](https://www.regjeringen.no)

kan det være krevende økonomisk å realisere god bredbåndsdekning. Ifølge informanten var dårlig tilgang til nett et problem tidligere, blant annet for elever på skolen som ikke fikk gjort lekser som ble lagt ut på skolens internettportal. De siste årene har både fylket og kommunen jobbet mye med utbygging av nettet og har benyttet Nkoms tilskuddsordning for å dekke deler av utbyggingen. Dette har hatt stor positiv virkning på dekning og kvalitet på nettverket i området.

Funnene i kartleggingen indikerer videre at **tilgangen til IKT-utstyr generelt er god** også blant sårbare grupper. Funnene viser at digitaliseringen av tjenester gjør at man kan falle utenfor dersom man ikke har nytt og godt IKT-utstyr. Dette fremskynder kjøp av nytt og bedre utstyr enn det man kanskje egentlig har bruk for, mestrer å bruke, eller har råd til.

I kartleggingen er det **en rekke funn som kan knyttes til grunnleggende digitale ferdigheter**. Utdanning og praktisk erfaring med å bruke digitale verktøy er ofte gode forutsetninger for digitale ferdigheter, men vi ser også at personer med høy utdanning og generell god evne til å lære kan ha utfordringer med ekom-tjenester. Dette henger sammen med at teknologien har blitt komplisert og det benyttes et komplisert begrepsapparat i salg, administrering av abonnementer og hos kundeservice. Samtidig ser vi at sårbare grupper kan ha særskilte vanskeligheter med digitale ferdigheter på grunn av blant annet hukommelse, evne til å lære og til problemløsning, samt finmotorikk, syn og hørsel. Ekom-tjenester og digitale enheter er i stor grad bygget slik at det forutsettes en grunnleggende forståelse for prosesser og begreper, som mange mangler. Dette knyttes også til **brukervennlighet i produkter og tjenester**. Brukervennlighet kan handle om vanskelige begreper, krevende påloggingsløsninger og behov for app eller brukerkontoer for å administrere abonnementer. Generelt er oppdateringer og endring av layout på nettsider og apper en utfordring for brukervennligheten til produktene, men det er ikke gitt eksempler som tyder på at ekom-tilbyderne skiller seg nevneverdig negativt ut fra andre tjenester. Videre er brukervennligheten på de digitale enhetene i seg selv en utfordring, spesielt når det kommer til stadige oppdateringer av operativsystem og medfølgende endringer i layout som gjør det vanskelig å orientere seg. Vanskelig tilgang til kundeservice er også et eksempel på redusert brukervennlighet i ekom-bransjen.

Det er også gjort **enkelte funn knyttet til digital dømmekraft**. Som vist i undersøkelsen er det stor bevissthet rundt svindel. Samtidig oppgir informanter at det er vanskelig å skille redelige og uredelige henvendelser via telefoner, tekstmeldinger og e-poster, samt i sosiale medier og på nettsider, fra hverandre. Beskyttelse mot slike henvendelser er viktig, og tilbys gjennom abonnementer i dag. Det er imidlertid ikke alltid enkelt for brukere å vite hva slike tilleggsprodukter innebærer, vurdere hvilken pris som er verdt å bruke på slike produkter og hvordan man drar nytte av produktene.

6.1.2 Bakenforliggende forhold som skaper utfordringene

Basert på de opplevde barrierene knyttet til bruk og nyttiggjørelse av mobil- og internettabonnement som er redegjort for i kapittel 4, har vi analysert hvilke bakenforliggende forhold som bidrar til å skape disse utfordringene.

Som vist i kapittel 4 har vi gjennom brukerintervjuer identifisert en rekke felles barrierer på tvers av de fire målgruppene som omfattes av kartleggingen. I tillegg har vi identifisert dels store variasjoner innad i de fire målgruppene. Dette gir grunn til å anta at det ikke først og fremst er målgruppetilhørighet som avgjør hvorvidt og i hvilken grad man opplever bestemte barrierer. Forhold ved enkeltindivider som kan forekomme uavhengig av hvilken av gruppene man tilhører, synes å ha vel så stor betydning for hvilke barrierer man opplever. Dette støttes også av tidligere

forskningsarbeid om digitalt utenforskap.³⁷ Samtidig er det naturlig at noen av de identifiserte forholdene som påvirker bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement, har høyere forekomst eller oppleves sterkere innenfor enkelte målgrupper.

Det er ikke alltid mulig å peke på én forklaringsfaktor for hvorfor brukere av mobil- og bredbåndsabonnement opplever det de gjør, og ofte finnes det heller ikke én enkel forklaring. Opplevde utfordringer skyldes gjerne et sammensatt utfordringsbilde. Under vises en oversikt over de overordnede forholdene som ligger til grunn for de (aller fleste) opplevde barrierene, basert på vår kartlegging. Disse beskrives nærmere i dette kapitlet.

Figur 6-1 Bakenforliggende forhold som skaper utfordringer



Mangel på teknisk forståelse og begrepsforståelse handler i stor grad om at ekom-tjenester benytter komplisert teknologi og begrepsapparat, som mange brukere ikke har forutsetninger for å forstå. For personer med utdanning og som har erfaring med å bruke digitale tjenester, kan det oppstå feil og utfordringer som man må løse med hjelp av kundeservice. For personer som mangler erfaring med digitale tjenester, kan oppståtte utfordringer virke mer uoverkommelige. Dette knyttes til at ikke alle har forutsetninger, ønsker eller mot til å utforske, lære og løse behov og utfordringer som kan oppstå underveis. Utfordringen forsterkes av en rask utvikling på feltet som medfører hyppige oppdateringer, nye begreper og konsepter som rulles ut i markedet, og mer komplisert teknologi bak løsningene. Det oppstår dermed et misforhold mellom brukernes tekniske forståelse og begrepsforståelse, og produkter, tjenester og begreper i bransjen. Dette misforholdet kan bli stort og betydningsfullt for digitalt sårbare personer. Personer som opplever dette, ser ut til å ha begrenset brukeropplevelse og nyttiggjørelse av abonnementene sine.

³⁷ Midtgård, T. M., Sand, K. & Thun, S. (2021). «Hvem er de sårbare i digitaliseringsprosessen? Digital ekskludering i Norge». Hentet fra: [Den digitale hverdagen \(ntva.no\)](https://den.digitale.hverdagen.ntva.no)

Informantene vi har snakket med som har lært seg å bruke digitale enheter i tidlig alder og har brukt det regelmessig gjennom skole/utdanning og jobb, har en mer grunnleggende forståelse av digitale produkter og prosesser, og synes å ha enklere for å tilpasse seg nye produkter og teknologier. Likevel opplever mange som har vært vant til for eksempel IT-støtte på jobben, at de har brukerkompetanse på sluttbruker-verktøy, men ikke på underliggende teknologi, og derved ikke mestrer det digitale når de ikke lenger er i jobb og må klare seg selv. I tillegg er det flere som opplever det som utfordrende å forholde seg til og holde seg oppdatert på nye produkter og teknologier, selv om de har anvendt digitale verktøy i tidligere arbeidsforhold. Dette synes å henge sammen med at de digitale produktene og tjenestene har blitt mer kompliserte, samtidig som evnen til å tilegne seg nye ting normalt ikke blir bedre etter som man blir eldre.

Den «digitale verden» generelt, og «mobil- og internettverden» spesielt, gjør bruk av svært mange konsepter og begreper som er vanskelig å forstå for mange. Slike begreper benyttes av selgere og kundebehandlere på kundeservice, samt i beskrivelsen av produkter og tjenester på nettsider. Denne barrieren gjelder også på tvers av alle målgruppene. En forskningsrapport fra SINTEF om digital ekskludering viser at språk og forståelse er en viktig faktor som igjen påvirker andre sentrale forhold som påvirker risikoen for digital sårbarhet, slik som helse, digital kompetanse og byråkratisk kompetanse/forvaltningskompetanse/systemkompetanse.³⁸ Språk og forståelse handler på den ene siden om norskferdigheter, som delvis kan imøtekommes med oversettelser i den grad brukerne finner frem til oversettelsene. SINTEF peker videre på at språkforståelse i like stor grad handler om kompetansen til å nyttiggjøre seg informasjonen man leser eller hører, noe som både krever norskferdigheter, lese- og skriveferdigheter, digital kompetanse, systemkompetanse og tilstrekkelig selvtillit.³⁹



Utfordringer oppstår hos alle brukere, uavhengig av målgruppe. Innenfor alle målgruppene ser vi imidlertid at brukerne har **varierende interesse og vilje til å lære ny teknologi**. En del personer er nysgjerrige, ønsker å bruke ny teknologi og tester det gjerne ut. Funnene indikerer at nysgjerrighet og ønske om å lære, kan bidra til at det oppleves enklere å ta i bruk ny funksjonalitet og ny teknologi, som for eksempel apper og nye betalingsløsninger på mobiltelefonen. Andre er tilfreds med å få til det de får til og utforsker ikke nye muligheter med mindre de opplever at de «må». Sistnevnte gruppe synes det er enklere å få hjelp eller unnlate å forholde seg til det som er vanskelig. Som beskrevet over, er det også et funn at stadig ny teknologi krever at man holder seg oppdatert og lærer. For enkelte personer skaper dette frustrasjon og oppgitthet.



I tillegg til interesse og vilje, er det stor **forskjell blant informantene rundt hvorvidt de tør å prøve seg frem** når det oppstår et problem knyttet til digitale enheter eller abonnementer. Det er flere informanter, spesielt blant målgruppen pensjonister, som er veldig usikre på teknologien og derfor er redde for å gjøre feil. Personene dette gjelder har ulike strategier for å håndtere oppståtte problemer – alt fra å ignorere problemet eller unngå å bruke det som er nytt, til å spørre om hjelp (se mer i kap. 4.10.1 om strategier for å løse oppståtte utfordringer). Blant pensjonistene finnes det imidlertid også personer som kan og vil forsøke å løse utfordringer som oppstår. Blant informantene med innvandrerbakgrunn ser vi også variasjoner. Noen prøver seg frem selv, mens andre er avhengige av hjelp fordi de mener de ikke kan gjøre det selv eller fordi de er vant til å få hjelp.

³⁸ Midtgård, T.M., Sand, K., Thun, S., Helland, G.H. & Ose, S.O. (2022). «Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan?» Hentet fra: [Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan? \(sintef.no\)](https://www.sintef.no/digital-ekskludering-i-nav-hvem-nar-hvordan/)

³⁹ Jigsaw Research (2021). «Contacting communications providers: vulnerable customers' experience (UK)». Hentet fra: [Contacting communications providers: vulnerable customers' experience \(ofcom.org.uk\)](https://www.ofcom.gov.uk/consult/condocs/contacting-communications-providers-vulnerable-customers-experience/)



Videre viser kartleggingen at diverse **helserelaterte utfordringer**, for eksempel redusert syn, hørsel, motorikk, kognitive evner som hukommelse og evne til å lære nye ting, og mentale utfordringer som for eksempel kan gi usikkerhet, har innvirkning på bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement. Tilfeller av alle de ovennevnte helserelaterte utfordringene er representert blant pensjonister i utvalget som opplever at helseutfordringer kommer med alderen. Disse funnene, som også støttes av tidligere kartlegginger, tyder på at en del eldre kommer til å oppleve utfordringer med digitale format også i fremtidige generasjoner selv om de er såkalte «digital natives» i dag.⁴⁰ Tilfeller av de samme utfordringene er identifisert blant personer med ulike typer funksjonsnedsettelse, herunder både lette og moderate utviklingshemninger, medfødte og ervervede tilstander. De fleste tilstandene vi har identifisert er permanente og stabile, eller permanente og økende. Noen utfordringer er knyttet til endring i livssituasjon som påvirker konsentrasjon og handlekraft, eksempelvis dødsfall/sorgprosess eller flytting. Tidligere forskning viser også at tap av jobb eller inntekt kan skape denne typen midlertidige (eller mer varige) utfordringer med konsentrasjon og handlekraft.⁴¹



Personer med innvandrerbakgrunn og som har **begrensede muntlige og/eller skriftlige norskerdigheter**, har språket som en barriere i tillegg til manglende spisset begrepsapparat. Dette skaper utfordringer i hele livssyklusen. Det gjør det vanskelig å forstå innholdet i abonnementer selv og gjennom selgeres formidling. Det gjør det også vanskelig å forstå beskjeder man mottar fra operatør om for eksempel databruk, vanskelig å gjøre seg forstått og forstå kundeservice, og vanskelig å bruke nettbank for betaling.



Mange av informantene vi har snakket med bruker først og fremst sitt eget **sosiale nettverk** for å motta hjelp. Kartleggingen viser at slike «digitale hjelpere» er svært viktige for personer som opplever en eller flere av barrierene som er nevnt her. Tilgangen på digitalt kyndige personer/digitale hjelpere i eget nettverk er imidlertid forskjellig fra person til person. Noen informanter har familie, er aktive brukere av frivillige tilbud og/eller har tilbud om digital hjelp gjennom kommunen, mens andre opplever at de ikke har noen å spørre om hjelp. Det organiserte tilbudet om digital hjelp treffer ikke nødvendigvis likeverdig over hele landet.



Enkelte personer som er digitalt sårbare har også **lite kjennskap til offentlige og frivillige tilbud og tjenester**. Dette gjør at enkelte ikke kjenner til og benytter seg av tilbud om hjelp som tilbys på blant annet biblioteker, frivilligsentraler og kommunale servicetorg. Dette gjør at man blir spesielt sårbar dersom man også har begrenset sosialt nettverk med personer som kan hjelpe med ekom-tjenester. I vår kartlegging er denne barrieren mest synlig blant personene med innvandrerbakgrunn. Denne barrieren er også knyttet til manglende norskerdigheter fordi man uten norskkunnskaper har begrenset mulighet til å undersøke og orientere seg i eksisterende tilbud. Se beskrivelse av norsk som barriere over.

6.2 Målgruppeanalyse

Hvilke grupper har de største utfordringene og hva knytter de største utfordringene seg til (ref. livssyklusperspektiv for ekom-tjenester)?

Selv om opplevde barrierer i stor grad oppstår på tvers av målgruppetilhørighet, ser vi at enkelte barrierer er mer fremtredende innenfor enkelte målgrupper. Tabell 6-1 under viser hvilke utfordringer som særlig gjør seg gjeldende innenfor hver målgruppe, basert på funnene i denne

⁴⁰ Haksø, E. & Berg, S. (2023). «Nei – eldres digitale utfordringer er ikke et utdøende problem!». Hentet fra: [Nei – eldres digitale utfordringer er ikke et utdøende problem! \(kantega.no\)](#)

⁴¹ Jigsaw Research (2021). «Contacting communications providers: vulnerable customers' experience (UK)». [Contacting communications providers: vulnerable customers' experience \(ofcom.org.uk\)](#)

kartleggingen. Denne oversikten gir et innblikk i bredden av utfordringer som er identifisert innenfor målgruppene. Det er likevel ikke grunnlag for å hevde at enkelte grupper opplever utfordringene sterkere enn andre. Hvor mange og hvilken kombinasjon av utfordringer den enkelte opplever, varierer også. Videre er det viktig å merke seg at denne analysen er basert på vårt kvalitative utvalg, som består av et begrenset antall personer. Dermed er ikke analysen gjeldende for alle pensjonister, alle personer med innvandrerbakgrunn, alle personer med funksjonsnedsettelse eller alle med lav inntekt/utdanning, men viser hvilke forhold som er fremtredende blant vårt utvalg.

Tabell 6-1 Oversikt over utfordringer fordelt på målgruppe

| | Pensjonist | Funksjonsnedsettelse | Innvandrerbakgrunn | Lav utdanning/ inntekt |
|--|------------|----------------------|--------------------|---------------------------|
| Mangel på teknisk forståelse og begrepsforståelse | X | X | X | X |
| Variierende interesse og vilje til å lære ny teknologi | X | | X | |
| Variierende mot til å prøve seg frem | X | X | X | |
| Helserelaterte utfordringer | X | X | | X |
| Begrensede norskerferdigheter | | | X | X |
| Begrenset sosialt nettverk | | | X | |
| Lite kjennskap til offentlige og frivillige hjelpetilbud | | | X | |



I vårt utvalg ser vi at flere av forholdene som kan komplisere bruk og nyttiggjørelse av mobil- og internettabonnement er identifisert blant **pensjonister**. Det er store forskjeller mellom pensjonister, og de eldste pensjonistene har flere og sterkere utfordringer enn de yngste pensjonistene. De identifiserte forholdene kan skape utfordringer i hele livssyklusen. Likevel mener vi å ha identifisert flest utfordringer når det gjelder kjøp og bruk av mobilabonnement. De fleste utfordringene oppstår på grunn av manglende teknisk forståelse, og medfølgende forsiktighet med å prøve seg frem. Vi ser også at en del pensjonister får helserelaterte utfordringer med alderen. Overordnet ser vi at enkelte pensjonister kan bli avhengige av «digitale hjelpere» i hverdagen. Noen har også «gitt opp», og gir familiemedlemmer oppgaven om å løse alle oppståtte utfordringer. Det er også noen som har satt ut faste oppgaver til sine yngre familiemedlemmer, som å håndtere fakturaer og nettbank. Flere av pensjonistene i vårt utvalg kjenner til og benytter frivillige tilbud. Likevel har vi også møtt enkelte som forteller at de ikke har noen som kan hjelpe dem.



Basert på intervjuene med personer i vårt utvalg som har ulike former for **funksjonsnedsettelse**, ser vi at personer i denne gruppen kan være sårbare i ulike prosesser knyttet til mobil- og bredbåndsabonnement. Barrierene skyldes i hovedsak helserelaterte utfordringer. Et gjennomgående funn knyttet til behov hos personer med ulike funksjonsnedsettelse, er at pårørende eller hjelpepersonell blir viktige hjelpere for både undersøkelse av abonnementer, betaling, kontakt med kundeservice m.m. Relatert til helsesituasjonen, opplever også noen vanskeligheter med å lære og å huske, noe som kan gjøre det utfordrende å bruke mobil- og bredbåndsabonnement. Enkelte informanter opplever eksempelvis utfordringer knyttet til å huske passord til ulike digitale enheter og tjenester på internett. Både bruker og pårørende forteller at de har brukt mye tid på kontakt med operatører for å «låse opp» digitale enheter og brukerkontoer som er sperret grunnet feil passord gjentatte ganger. Intervjuene viser også at helsesituasjonen kan påvirke selvtilliten til å prøve seg frem på digitale enheter og når det gjelder kontakt med kundeservice. Et flertall av informantene i denne gruppen får hjelp med betaling av abonnementene sine. Noen har familieabonnement som betales av familiemedlem, andre står som eier av eget abonnement og faktura betales av familiemedlem, mens andre igjen står som eier av eget abonnement og betaler fra egen konto via avtalegiro med pårørende som disponent av kontoen. For en av informantene var det vanskelig å bruke digitale enheter og tjenester, som gjorde det vanskelig å benytte nettbank. En annen informant har lite inntekt og får derfor hjelp med å betale abonnementet. Selv om det er flere varierte forhold som kan skape barrierer for personer med ulike former for sykdom og funksjonsnedsettelse, er det ikke synlig i vårt utvalg.



Overordnet ser vi at **personer med innvandrerbakgrunn** har varierte utfordringer, hvor mye er knyttet til begrensede norskferdigheter og digital kompetanse og erfaring. Basert på våre funn, fremstår lave norskferdigheter som den mest grunnleggende barrieren for å bruke og nyttiggjøre seg ekom-tjenester for personer med innvandrerbakgrunn. For noen fører begrensede norskferdigheter til utfordringer i hele abonnementets livssyklus, fra kjøp, til betaling, bruk og avslutning eller bytte av abonnement. Dersom man har lave norskferdigheter, kan det både være vanskelig å søke etter informasjon for å finne ut om hva slags abonnement man kan kjøpe, å gjennomføre kjøpet og videre ta i bruk abonnementet uten hjelp. Vi ser at disse personene blir svært avhengige av «digitale hjelpere» i hverdagen, spesielt fra barna som behersker norsk bedre. Både manglende teknisk forståelse og manglende norskkompetanse påvirker også selvtilliten til å prøve seg frem. Vi ser også at flere tilgjengelige veiledningstilbud ikke når ut til personer med innvandrerbakgrunn i like stor grad som andre, og de benytter seg muligens i mindre grad av eksisterende hjelpetilbud. Funnene våre tyder på at begrensede norskferdigheter og sosialt nettverk også er med på å gjøre det vanskeligere å finne frem til slike tilbud. De fleste informantene har smarttelefoner, men ikke alle forstår formålet med alle appene de har på telefonen. Derfor bruker de fleste mobilene mest til telefoni og kommunikasjon ut mot sine nettverk.



Overordnet sett omtaler informantene i kartleggingen knapt **lav utdanning eller inntekt** som barrierer for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement. Likevel kan vi utlede noen funn basert på innhentet informasjon som kan være relatert til utdanning og personlig økonomi. Det ene poenget er at lav utdanning kan ha innvirkning på teknisk forståelse, digital kompetanse og konsept- og begrepsforståelse. Som vist i rapporten kan slike barrierer ha innvirkning på mulighet til å vurdere eget behov og innholdet i ulike abonnementer. Man kan ende opp med å betale for dyre digitale enheter og abonnementer selv om man kunne klart seg med billigere alternativer. Funnene fra kartleggingen viser imidlertid at dette er barrierer som kan oppstå på tvers av målgrupper og uavhengig av utdanningsnivå. Samtidig indikerer noen av våre funn at personer med dårlig økonomi ofte er prisbevisste og sørger for å kjøpe enkelt og dermed billigere abonnement. Videre ser vi at personer med ulike former for funksjonsnedsettelse kan ha

begrenset med inntekt, noe som gjør at de får hjelp til å betale abonnementer fra foreldre. Dyre abonnementer gjør det vanskelig å ha råd til å betale det selv. I denne gruppen kan også bruken av mobildata og bredbånd ofte være ekstra høy, noe som kan gi ekstra dyre abonnementer. I denne kartleggingen er det også informanter med innvandrerbakgrunn som faller inn under gruppen lav utdanning/inntekt, fordi de ikke har formell utdanning i Norge og ikke fullført norskkurs. Dette kan også henge sammen med vanskeligheter med å finne arbeid.⁴²

6.3 Kundeservice

I hvilken grad opplever «digitalt sårbare» grupper at ekom-tilbydernes egen kundeservice fungerer effektivt for å løse utfordringer med kjøp, bruk og bytte/avslutte abonnement?

Basert på vår kartlegging, vurderer digitalt sårbare grupper ekom-tilbydernes egen kundeservice som lite tilgjengelig, noe som gjør det til en lite effektiv kanal for å løse utfordringer som oppstår.

Kartleggingen viser at det er **vanskelig å komme i kontakt med kundeservice**. Dette handler primært om at det er vanskelig å finne frem til telefonnummer og at det er lang ventetid på telefonlinjen. Informantene forteller at når de først får kontakt med kundeservice, har de stort sett hatt positive opplevelser med hyggelige kundebehandlere som løser saken deres effektivt. Det er imidlertid identifisert eksempler på kontakt med kundeservice hvor det har vært utfordringer med forståelse og kommunikasjon. Blant utvalget vårt uttrykkes det tydelig ønske om mulighet til å oppsøke ekom-tilbydere fysisk i butikk samt mulighet til å få besøk hjemme for installasjon av bredbåndsutstyr, samt mulighet til å ringe kundeservice på telefon på en effektiv og tilgjengelig måte. Det er få digitalt sårbare personer som ønsker å bruke skriftlige kanaler.

Samtidig viser undersøkelsen at **de fleste informantene foretrekker å oppsøke hjelp blant familie, venner eller frivillige organisasjoner** man har tilknytning til fremfor å ringe kundeservice. Dette handler om behovet for tid til å forklare og forstå, fysiske møter hvor man får vist skjermen istedenfor å prøve å forklare og bli forklart via telefon, samt trygghet til den man får hjelp av.

6.4 Teknologi

Hvordan vil teknologiutviklingen de nærmeste årene påvirke mulighetene for kjøp, bruk, og bytte/avslutte abonnement (for eksempel økt bruk av eSIM etc.)?

Brukerne vi har snakket med i forbindelse med kartleggingen har generelt lite innsikt i teknologisk utvikling fremover. De ser at det er utviklet praktiske løsninger i dag, slik som ulike betalingsløsninger, selv om de kan synes det er vanskelig å bruke. Kunstig intelligens i form av chatboter virker for eksempel vanskelig å bruke og nyttiggjøre seg av for mange av de som omfattes av vår kartlegging. Noen informanter reflekterer derimot over at teknologien i fremtiden kan gi løsninger på utfordringer i dag knyttet til for eksempel syn, hørsel og kommunikasjon, gjennom blant annet oppløsning av tekst og installering av ulike verktøy som kan avhjelpe personlige behov. På den andre siden er det mange som påpeker at teknologien har vært med på å komplisere løsningene, og stadig stiller høyere krav til digital kompetanse blant forbrukerne. Totrinns innlogging er et eksempel på dette.

Intervjuene med ekom-tilbyderne viser at de i varierende grad har pågående initiativ som utnytter ny teknologi til å forbedre produkter og tjenester. De identifiserte initiativene kan i stor

⁴² Se for eksempel rapporten Rambøll (2021). «Kartlegging av hvilke barrierer innvandrerkvinner opplever i møte med arbeidsliv». Hentet fra: [Kartlegging av hvilke barrierer innvandrerkvinner opplever i møte med arbeidsliv \(oslo.kommune.no\)](https://www.oslo.kommune.no/rapporter/kartlegging-av-hvilke-barrierer-innvandrerkvinner-opplever-i-mote-med-arbeidsliv)

grad effektivisere og slik redusere kostnader for ekom-tilbyderne, men dette er ikke nødvendigvis forenlig med kundenes behov. Dette kommer særlig til uttrykk når det gjelder innretningen av kundeservice i dag. Ekom-tilbyderne ser potensial i fremtidig teknologi når det kommer til digitalt sårbare og deres bruk og nyttiggjørelse av produkter og tjenester. Som nevnt i kapittel 5.5 omfatter dette blant annet bruk av kunstig intelligens for mer effektiv feilsøking og utbedring, samt for tilpasning av kundedialog. *Augmented reality* kan gjøre at flere får hjelp basert på en «fysisk opplevelse» av kundens hjem, som gir bedre mulighet til å optimalisere produkter og tjenester. Benyttelse av stor-data nevnes som en løsning for å tilpasse kundebehov og brukergrensesnitt til mindre kundegrupper og problemer som ellers ikke kan forsvares kommersielt.

DEL 2

FORSLAG TIL TILTAK

7. Forslag til tiltak

I dette kapitlet presenterer vi forslag til tiltak som kan imøtekomme identifiserte barrierer som er presentert i del 1. Formålet med denne delen er å foreslå tiltak som kan bidra til å imøtekomme opplevde barrierer blant brukere av ekom-tjenester slik at det blir enklere å bruke og nyttiggjøre seg produkter og tjenester.

7.1 Fremgangsmåte

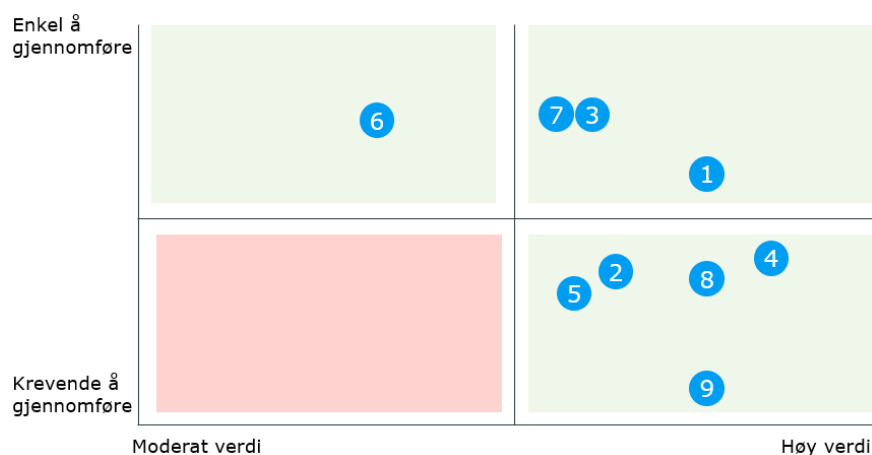
Med utgangspunkt i de identifiserte barrierene for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og bredbåndsabonnement som er presentert i rapportens del 1, gjennomførte vi en idemyldring rundt mulige tiltak som kan imøtekomme barrierene. Boks 7-1 under gir en oversikt over tiltakene som ble foreslått.

Deretter vurderte vi forslagenes forventede verdi og ressursinnsats, som vist i Figur 7-1 under. Som vist i figuren, har Rambøll vurdert alle tiltakene til å tilhøre felt 1, 2 eller 3. Høy verdi og/eller enkel gjennomføring, tilsier at det kan være verdt å undersøke tiltaket videre, i motsetning til tiltak som vurderes til å ha moderat verdi samtidig som det er krevende å gjennomføre (felt 4).

Boks 7-1 Oversikt over tiltak

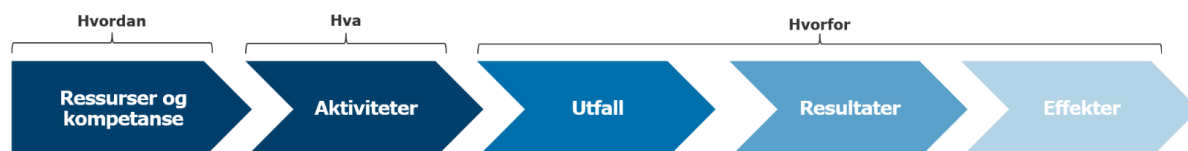
| | |
|---|--|
| 1 | Raskere hjelp på kundeservice |
| 2 | Spesialiserte kundebehandlere |
| 3 | Bransjenorm inkluderende ekom-tjenester |
| 4 | Stempel for digitalt inkluderende ekom-tjenester |
| 5 | Gjennomgang av hjemmesider mht. universell utforming, språk og begrepsbruk |
| 6 | Informasjonsarbeid |
| 7 | Utforme produktbeskrivelser og veiledninger |
| 8 | Tilgjengeliggjøre og utvide eksisterende oppmøtetilbud |
| 9 | Digital hjemmehjelp |

Figur 7-1 Analyse av tiltak



I kap. 7.2 beskriver vi tiltakene nærmere. Formålet med beskrivelsene er å gi et utgangspunkt for videre arbeid med prioritering og utforming av tiltakene. I utformingen av tiltak har vi benyttet logikk fra endringsteori/resultatkjeder, som innebærer at tiltak som utvikles ses i sammenheng med resultatene man ønsker å oppnå. En endringsteori kan leses som en resultatkjede som er bygget på teoretiske antakelser om sammenhenger mellom innsats og resultat, hvor elementene til venstre i kjeden (mørkeblå bokser) påvirker utfall, resultater og effekter til høyre i kjeden (lysere blå bokser), som vist i Figur 7-2 under.

Figur 7-2 Logisk kjede som viser sammenhenger mellom innsats og verdiskapning



Med utgangspunkt i denne logikken, starter arbeidet med å utforme tiltak med å drøfte «**hvorfor**» - altså hvilke behov tiltaket skal møte, hva vi ønsker å endre med tiltaket, hvorfor det er behov for å iverksette et tiltak på dette området og hvilke resultater vi å oppnå med tiltaket. I denne sammenheng ligger grunnlaget for å svare på «hvorfor» i rapportens del 1 om barrierer for bruk og nyttiggjørelse av mobil- og internettabonnement. Deretter drøfter man «**hva**» - altså hvilke aktiviteter tiltaket skal bestå av, hvem som er målgruppen for tiltaket og hvem som skal gjennomføre tiltaket. Neste steg går ut på å beskrive «**hvordan**» - altså hvordan skal man gå frem for å utvikle og implementere tiltaket og hvilke aktører må involveres. Til slutt har vi også skrevet opp punkter med viktige avklaringer og grep for å kunne gjennomføre og lykkes med tiltaket.

7.2 Beskrivelse av tiltak

I tråd med fremgangsmåten beskrevet over, presenteres tiltakene med overskrift, etterfulgt av hva, hvorfor, hvordan og viktige punkter for å sikre gjennomføring.

Tiltakene omfatter et bredt spekter og vil i noen tilfeller være avhengig av både offentlige, private og frivillige aktører. Nkom vil på ulike måter kunne ta en rolle i tiltakene.

Rekkefølgen på tiltakene under er ikke prioritert etter viktighet.

Tiltak 1: Raskere hjelp fra kundeservice på telefon – generelt og for digitalt sårbare

Tiltaket vurderes å ha høy verdi fordi det er et tiltak som kan føre til umiddelbar hjelp for sluttbrukeren. Verdien treffer imidlertid kun de som oppsøker kundeservice. Det vil det være noe krevende å utforme dette tiltaket fordi det krever innsats fra ekom-tilbydere.

| Tiltak: Raskere hjelp fra kundeservice på telefon | |
|--|---|
| Hva: (beskrive tiltaket) | Tiltaket er todelt: 1) Fast track kundeservice – et tilbud om å komme raskere gjennom til kundeservice dersom man tilhører en digitalt sårbare kundegruppe, som skaper en snarvei mellom sluttbruker og kundeservice. Det kan gjøres ved å lage et eget telefonnummer som er spesielt laget for «digitalt sårbare», eller ved at man er registrert i systemet og sendes rett til en kundebehandler når man identifiserer seg hos kundeservice (slik banker kan tilby prioriterte kunder). 2) Re-innføre KPI for ekom-tilbydere slik at de måles på gjennomsnittlig ventetid |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Det er behov for å nå kundeservice raskt og enkelt, slik at sluttbruker opplever å få rask og uanstrengt hjelp. Det kan være spesielt viktig for digitalt sårbare grupper som av ulike grunner har utfordringer dersom ventetiden blir lang, og som kan være avhengige av «akutt» hjelp. På denne måten får brukerne også mer positive opplevelser på bruk av kundeservice, som kan gjøre at flere velger denne kanalen for kontakt. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Ekom-tilbydere bør drive første del av tiltaket som handler om fast track kundeservice. Interesseorganisasjoner og Nkom bør involveres for å spre informasjon om tilbudet. Nkom bør initiere del to av tiltaket som handler om å implementere KPI på ventetid hos kundeservice, herunder inngå dialog med ekom-tilbydere om hvordan de kan fremskaffe data med god kvalitet og som er sammenliknbar på tvers av selskaper. |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Forankring og motivasjon hos ekom-aktørene. • Ikke nødvendigvis oppbemanning, men oppdeling av kundeservice • Samarbeid mellom Nkom, ekom-aktører og interesseorganisasjoner. • Innramming av tiltaket bør være at man skal adressere barrierer og ikke spesifikke målgrupper, for å unngå stigmatisering av enkelte grupper. • Kundeveiledere som bemanner fast track-linjen må være orientert om hva det innebærer å ha bemanne et spesialnummer. De kan være generalister som har noe kunnskap om behovene fra ulike sårbare grupper (personer med lave norskerferdigheter, med ulike funksjonsnedsettelse, mv..). • Avklaring rundt hvordan man kan unngå stigmatisering ved å gi «positiv særbehandling» til enkeltgrupper. |

Tiltak 2: Spesialiserte kundebehandlere

Tiltaket vil kunne gi høy verdi, men vil kun treffe sluttbrukere som oppsøker kundeservice. De to første delene av tiltaket har kun periodiske kostnader og innsats, og man kan treffe mange med liten ressursinnsats. Den siste delen vil kunne kreve ekstra ressursinnsats i form av rekruttering/opplæring av enkelte kundebehandlere, i tillegg til lønnskostnader. En løsning kan være at stillingen som spesialkundebehandler er deltid i tillegg til andre oppgaver.

| Tiltak: Spesialiserte kundebehandlere | |
|--|--|
| Hva: (beskrive tiltaket) | <p>Tiltaket er tredelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Arrangere en samling hvor utvalgte interesseorganisasjoner deler informasjon om sine brukergrupper og deres behov i kontakt med kundeservice, for å skape bevissthet rundt hvordan ulike sårbare grupper kan ivaretas godt gjennom kundebehandling. 2) Utvikle en veiledning til kundeservice for ivaretagelse av sårbare kunder. 3) Ekom-aktørene tilbyr «spesialkundeservice» innenfor eget kundeservicetilbud, hvor man sørger for at sårbare kunder kobles til en erfaren kundebehandler som er spesielt trent i å håndtere sårbare kunder. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | <p>Styrke kundeservice sin kunnskap og bevissthet om ulike brukerbehov og hvordan de kan håndtere ulike behov på beste måte. Slik kan sårbare brukere oppleve trygghet og økt nytte av sin kontakt med kundeservice. Kundebehandlere får også økt trygghet i hvordan de kan hjelpe sårbare grupper på best mulig måte.</p> <p>Se gjerne Ofcom sitt arbeid med veiledning for hvordan kundeservice behandler sårbare kunder for inspirasjon: https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/treating-vulnerable-consumers-fairly</p> |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | <p>Nkom kan initiere tiltakene. Interesseorganisasjoner må involveres i både samling, utforming av veiledning og utforming av tjenesten spesialkundeservice. Ekom-tilbydere må involveres og motiveres, og må selv ta initiativ til å utvikle spesialkundeservice innenfor eget kundeservicetilbud.</p> |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Samarbeid med interesseorganisasjoner og ekom-tilbydere. • Avklaring rundt hvilke personopplysninger om kundens behov som kan registreres hos kundeservice, dersom slik informasjon skal brukes til å heve kvaliteten på hjelpen. • Avklaring rundt hvordan man kan unngå stigmatisering ved å gi «positiv særbehandling» til enkeltgrupper. |

Tiltak 3: Bransjenorm inkluderende ekom-tjenester

Tiltaket vurderes til å ha høy verdi dersom den faktisk benyttes av aktørene i bransjen. Tiltaket krever periodisk innsats, med mest arbeid i starten ifm. utarbeidelse og implementering av normen, deretter innsats ved behov for oppdatering.

| Tiltak: Bransjenorm inkluderende ekom-tjenester | |
|--|---|
| Hva: (beskrive tiltaket) | En skriftlig bransjenorm som beskriver hvordan ekom-tilbyderne som et minimum skal forholde seg til og behandle ikke-digitale kunder. Dette inkluderer en veiledning til hvordan kundeservice skal behandle sårbare kundegrupper. Bransjenorm er frivillig å følge. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Det er behov for å øke fokus på hvordan digitalt sårbare kundegrupper kan administrere mobil- og internettabonnement på en måte som er enkel for dem og med samme brukeropplevelse som de som bruker heldigitale løsninger. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Nkom kan initiere arbeidet. Det er behov for å involvere bransjeaktører som tiltaket retter seg mot for å forankre og motivere til etterlevelse av normen, spesielt fordi bransjenorm er frivillig å følge. Involvere interesseorganisasjoner som kan gi innspill til behov hos ulike brukergrupper i forbindelse med utformingen av normen. Se gjerne Finans Norge sin bransjenorm for finansiell inkludering for inspirasjon: Bransjenorm finansiell inkludering (finansnorge.no) |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Forankring hos ekom-tilbyderne. • Involvering av interesseorganisasjoner. |

Tiltak 4: Stempel for digitalt inkluderende ekom-tjenester

Tiltaket vurderes til å ha potensielt svært høy verdi, som utløses dersom det bidrar til at ekom-tilbyderne følger en rekke tiltak som bidrar til økt digitalt inkluderende tjenester. Tiltaket har i seg selv verdi dersom den skaper incentiver til å jobbe med digital inkludering og bidrar til tydelige føringer fra Nkom sin side. Tiltaket er noe krevende å gjennomføre fordi det krever ressurser fra Nkom til utarbeidelse og kontinuerlig oppfølging, samt implementering blant ekom-tilbyderne for at tiltaket skal etterleves.

| Tiltak: Stempel for digitalt inkluderende ekom-tjenester | |
|--|---|
| Hva: (beskrive tiltaket) | En ordning hvor Nkom gir score for hvert inkluderende tiltak de gjennomfører, eksempelvis av de inkluderende tiltakene som er presentert over: følge bransjenorm, KPI ventetid kundeservice, tilbud om «fast track» for sårbare brukergrupper, universelt utformede hjemmesider. Ekom-tilbydere som oppnår tilfredsstillende score kan få stempel som digitalt inkluderende. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Virkemiddel for å synliggjøre hvilke aktører som har gjennomført tiltak for å gi mer inkluderende tjenester. Slik kan forbrukere på en enkel måte vurdere ulike ekom-tilbydere. På denne måten kan digital inkludering i større grad bli et konkurranseparameter. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Nkom kan ta ansvar for tiltaket. De må gjennomgå hvilke forhold som skal vurderes i ordningen og lage et system for hvordan man scorer ekom-tilbyderne på de ulike forholdene. Det er viktig å involvere bransjeaktører for å informere om tiltaket og hva det innebærer for dem, begrunne tiltaket og motivere dem til å følge de nye standardene. Det er lurt å involvere interesseorganisasjoner som representerer brukere i forbindelse med utformingen av tiltakene som skal inngå i ordningen. |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Ressurser i Nkom til å utarbeide og følge opp ordningen. • Forankring hos ekom-tilbyderne. • Involvering av interesseorganisasjoner. • Avgjøre hvilke forhold som skal vurderes. Dette kan også skje med en opptapping eller overgangsordning, slik at ordningen og ekom-tilbyderne modnes underveis. • Opprette et transparent system for scoring. • Opprette plan for underveisevaluering og tilpasning. |

Tiltak 5: Gjennomgang av hjemmesider mht. universell utforming, språk og begrepsbruk

Tiltaket vurderes å ha relativt høy verdi for sluttbrukere. Samtidig vil det være noe mer krevende å iverksette dette tiltaket med tanke på at aktører har ulike utgangspunkt og ikke alle har nok ressurser og kompetanse til å iverksette en revisjon og forbedring av sine nettsider.

| Tiltak: Gjennomgang av nettsider mht. universell utforming, språk og begrepsbruk | |
|---|---|
| Hva: (beskrive tiltaket) | Tiltaket er todelt: 1) En gjennomgang eller revisjon av ekom-aktørers nettsider for å kvalitetssikre om innholdet følger universell utforming prinsipper iht. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) som kan finnes på Nettsteder Tilsynet for universell utforming av ikt (uutilsynet.no) 2) Dersom det oppleves avvik, må det iverksettes tiltak for å rette opp og justere det som avviker fra prinsipper for universell utforming. Dette er fordi et nettsted skal følge kravene om universell utforming, og er ikke et valg. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Bidra til utforming av nettsider for sluttbrukere som følger lovgivningen, og slik bidra til likeverdig tilgang til informasjon og tilbud blant sluttbrukere med ulike behov og forutsetninger. Sluttbrukerne har behov for tekst, visuelt innhold og eventuelt lyd som er tilpasset deres behov. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Alle ekom-tilbydere har et ansvar om å ha digitale tjenester, inkludert nettsider, som følger WCAG-standarder. Tiltakets ansvar ligger derfor hos de enkelte aktørene. Vanligvis ligger dette ansvaret hos en kommunikasjonsavdeling. Nkom kan ha en rolle i å informere om krav. De kan for eksempel snakke med Tilsynet for universell utforming av IKT for å samle inn erfaringer. |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Et strategisk fokus på universell utforming i tekst, bildebruk, videoproduksjon, og alt av innhold som legges på nettsiden. • Dedikerte ressurser i kommunikasjonsavdelingen som har kunnskap om universell utforming og som jobber med universell utforming i virksomheten, for at det skal være en kontinuitet i arbeidet. |

Tiltak 6: Informasjonsarbeid

Tiltaket vurderes å ha moderat verdi for sluttbrukeren ettersom dette handler om synliggjøringen av én konkret og begrenset tjeneste. Verdien vil derfor treffe de som faktisk kommer til å ta i bruk tjenesten som en konsekvens av informasjonsarbeidet og markedsføringen. Det er imidlertid stort potensial for å gjøre tjenesten mer kjent. Tiltaket er relativt enkelt å iverksette, da det vil kreve lite ressurser.

| Tiltak: Informasjonsarbeid | |
|--|--|
| Hva: (beskrive tiltaket) | Jobbe for å synliggjøre Nkoms godkjente prissammenlikningstjenester for mobil- og bredbåndsabonnement. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Tjenestene kan være nyttige for å få oversikt over og sammenlikne ulike abonnementer. Tjenesten kan få økt nytteverdi dersom flere brukere og hjelpere kjenner til og tar i bruk tjenesten. Slik kan forutsetningene for å kjøpe abonnementer som er tilpasset brukers behov og økonomi forbedres. Tiltaket kan også avlaste kundeservice ved at flere finner informasjonen de trenger om abonnementer i prissammenlikningstjenesten. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Synliggjøring kan gjøres på flere måter, for eksempel gjennom betalt plassering i nettlesere som Google, og spre informasjon til frivillige organisasjoner og kommuner som treffer innbyggere. Nkom bør initiere tiltaket, da det er Nkom som eier tjenesten. Et samarbeid med interesseorganisasjoner anbefales for å spre informasjon om at tjenesten finnes. |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> Nkom bør sette sammen et team som jobber strategisk med markedsføringen av tjenesten. De involverte må sette seg inn i markedsføring på nett, i tillegg til å involvere interesseorganisasjoner. Betalte annonser bør tilpasses etter målgruppene. Det er mulig å huke av for hvilken demografi man ønsker å treffe. I etterkant bør annonsestatistikken analyseres for å vurdere verdien av denne markedsføringen. |

Tiltak 7: Utforme produktbeskrivelser og veiledninger

Tiltak 7-9 viser tre ulike måter å tilnærme seg brukere som trenger hjelp med å løse utfordringer med mobil- og internettabonnement, med ulik grad av innsats og hjelp. Tiltak 7 vurderes å ha relativt høy verdi. Det er stort behov for og potensial i slike beskrivelser. Det krever en moderat ressursinnsats som er størst i utforming og implementering, og deretter kun trenger arbeid i form av oppdatering og synliggjøring.

| Tiltak: Utforme produktbeskrivelser og veiledninger | |
|--|---|
| Hva: (beskrive tiltaket) | Utforme og tilgjengeliggjøre brukervennlige produktbeskrivelser, prisbeskrivelser og tilbudsbeskrivelser med enhetlig utforming og språk. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Det er behov for tiltak som gjør at flere forstår innholdet i abonnementene de tilbys og kjøper. Tiltaket kan føre til treffsikker og likeverdig informasjon til sluttbrukere, og kan bidra til at flere får produkter og tjenester som er tilpasset sitt behov. Distribusjon av denne informasjonen på nett og fysisk på arenaer hvor brukerne holder til kan føre til at informasjonen faktisk når dem. Tiltaket kan bidra til å selvstendiggjøre sluttbrukere i større grad, slik at de er mindre avhengige av andre for å ta et informert valg og skaffe seg et tilpasset mobil- og bredbåndsabonnementet. Veiledning for bruk av abonnement kan også hjelpe brukere (og hjelpere) til å løse oppståtte utfordringer selv. Hjelpere kan også støtte seg på beskrivelsene når de skal hjelpe noen med vurdering av produkter og tjenester, og hjelper til med bruk av abonnementene. Ikke minst bør selgere oppfordres til å gi råd til brukere om valg av produkter og abonnementer på bakgrunn av produktbeskrivelsene og veiledningene, slik at de tar utgangspunkt i kunders faktiske behov og med et forståelig begrepsapparat. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Utforme omforente og standardiserte beskrivelser som gjør informasjon mest mulig tilgjengelig for sluttbrukere. Utformingen bør skje i form av utvikling av beskrivelser på norsk, utvikling av en «digital ordbok» som forklarer sentrale begreper på norsk, samt oversettelser til flere språk og utformes i henhold til krav for universell utforming. Beskrivelsene bør tilgjengeliggjøres både på nett og fysisk, gjennom for eksempel interesseorganisasjoner. Bransjeaktører for mobil- og bredbåndsabonnement bør gå sammen om å utvikle brukervennlige produktbeskrivelser, prisbeskrivelser og tilbudsbeskrivelser. Nkom kan ha en rolle i å initiere samarbeidet. Innhold og utforming bør kvalitetssikres av interesseorganisasjoner som har best kjennskap til sluttbrukeres behov. Forslag til ny ekomlov § 4-4 og § 4-5 ⁴³ stiller også krav til informasjon som skal gis sluttbrukere før avtale inngås, samt at det skal utarbeides et avtalesammendrag. Det er naturlig å se tiltaket som foreslås her i sammenheng med denne bestemmelsen. |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Et godt etablert samarbeid mellom bransjeaktører og frivillighet. • Kapasitet og ressurser til å lede arbeidet slik at det blir en omforent prosess. • Testing av innhold som utvikles med brukere for å kvalitetssikre innholdet i henhold til språk, formuleringer, visuelt innhold og universell utforming overordnet. |

⁴³ Regjeringen.no (2021). «Forslag til ny lov om elektronisk kommunikasjon (ekomloven)». Hentet fra: [Forslag til ny lov om elektronisk kommunikasjon \(ekomloven\) \(regjeringen.no\)](https://www.regjeringen.no/no/dokument/forslag-til-ny-lov-om-elektronisk-kommunikasjon-ekomloven/id2744444/)

Tiltak 8: Tilgjengeliggjøre og utvide eksisterende oppmøtetilbud for digital hjelp

Tiltaket vurderes å ha høy verdi, samtidig som den er noe ressurskrevende å utvikle og implementere. Tiltaket bygger på og videreutvikler eksisterende tilbud.

| Tiltak: Tilgjengeliggjøre og utvide eksisterende oppmøtetilbud for digital hjelp | |
|---|---|
| Hva: (beskrive tiltaket) | <p>Tiltaket er tredelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Øke volumet på eksisterende hjelpetilbud ved å ansette flere i kommunale hjelpetilbud og/eller stimulere til økt aktivitet i frivillige organisasjoner. Eventuelt utvide med hjelp på flere lokasjoner. 2) Styrke innholdet i eksisterende hjelpetilbud ved å utarbeide standarder for innhold og hjelpemateriell for støtteressursene. 3) Synliggjøre eksisterende hjelpetilbud for å rekruttere bredere til tilbudene, gjennom informasjonsarbeid og samarbeid med organisasjoner og kommunens førstelinje som møter brukere i målgruppen. Synliggjøringen bør skje på en enhetlig måte, slik at tilbudet også kan markedsføres i nasjonale kanaler. <p>KS har en oversikt hvor kommuner selv kan registrere sine veiledningstilbud for grunnleggende digital kompetanse, som en kan se til i dette arbeidet: Oversikt over veiledningstilbud i kommunene - KS https://www.ks.no/fagomrader/digitalisering/kompetanse-og-verktoy/digihjelpen/eksempler-fra-kommunene/kart-over-veiledningstilbud-i-kommunene/</p> |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | <ol style="list-style-type: none"> 1) Det er behov for å øke kapasitet, slik at flere kan få hjelp og uten lang ventetid. 2) Det kan være behov for å understøtte hjelpetilbud med materiell, som gjør at hjelpere kan hjelpe til med flere ting og er sikre på at de velger gode løsninger når de yter hjelpen. Det er grunn til å tro at kvaliteten på hjelpen økes og sikres dersom materiellet tas i bruk. 3) Gjennom arbeid med synliggjøring blir tilbudene kjent og mer tilgjengelig for flere innbyggere, og terskelen for å oppsøke kompetanse og hjelp kan senkes. <p>Samlet kan tiltaket bidra til at flere benytter tilbudene og flere får hjelp ved å øke kjennskap, tilgjengelighet, effektivitet og kapasitet, samt sikre at kvaliteten på hjelpen er god.</p> |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | <p>Både kommunale tilbud og frivillige tilbud bør utvides, samordnes, styrkes og tilgjengeliggjøres.</p> <p>Nkom, i samarbeid med bransjen, kan utarbeide standarder/veiledninger som kan brukes i hjelpetilbudene.</p> |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • Sikre midler til opplæring og lønninger av ansatte, og tilskudd til frivillige organisasjoner. • Insentiver til økt og bredere rekruttering til tilbudene. |

Tiltak 9: Digital hjemmehjelp

Tiltaket vurderes å ha høy verdi på grunn av fysisk møte og én til én-hjelp av en kvalifisert og lett tilgjengelig person. Tiltaket er ressurskrevende, både i utarbeidelse, implementering og drift, i form av finansiering og involvering av aktører.

| Tiltak: Digital hjemmehjelp | |
|--|--|
| Hva: (beskrive tiltaket) | Én til én-hjelp hjemme, som gis av en kyndig person og som er lett tilgjengelig. |
| Hvorfor: (hvilken verdi gir tiltaket) | Tiltaket kan sikre rask hjelp slik at utfordringer som oppstår i hverdagen kan løses fortløpende. Sikrer god hjelp ved at hjelperen kan komme på besøk og tar seg tid til å lytte og løse oppståtte utfordringer, og brukeren kan vise og forklare sin(e) utfordring(er) ansikt til ansikt med hjelperen. Fysisk oppmøte kan også ha egenverdi for personer som opplever ensomhet. Det er ikke alle som har mulighet til å reise til et hjelpetilbud for eksempel på grunn av helse, og disse får nå et tilbud hjemmefra. Tiltaket kan bidra til trygghet hos brukeren hvis det er en eller få personer som jobber opp mot den enkelte brukeren, dvs. at man har en viss kontinuitet i hvem man møter. |
| Hvordan: (hvem gjør hva) | Vår anbefaling er at kommunene får ansvar for å sikre tilbud om denne hjelpen, slik at tilbudet blir likeverdig for alle innbyggere og potensielle brukere kan fanges opp gjennom kommunens førstelinje. Oppgaven kan gjennomføres av ulike aktører. Digital hjemmehjelp kan være deltidsjobb for IT-elever i vgs. eller høyere utdanning, eller med base i eksisterende oppmøtetilbud. I noen tilfeller kan det være familie/pårørende som gir digital støtte, i så fall bør disse personene også ha mulighet til å kobles på de mer organiserte rammene med rett på opplæring og tilgang til støtteresurser osv. |
| Hva skal til for gjennomføring: (hvordan hindre at det stopper) | <ul style="list-style-type: none"> • En aktør som kan ta eierskap for ordningen. • Involvering fra interesseorganisasjoner som representerer brukergruppen for innspill til ordningen og utforming. • Sikre midler til opplæring og lønninger. • Sikre kvalifikasjoner hos hjelperne gjennom CV/opplæring. • Undersøke nødvendige attester for personer som besøker brukere, og eventuelle skiller mellom kommunalt ansatte og elever/studenter/frivillige. |

8. Konklusjon del 2

I dette kapitlet besvarer vi oppdragets problemstilling 2, basert på innholdet som er presentert i del 2:

2) Foreslå tiltak Nkom kan gjennomføre eller evt. ta initiativ til i samarbeid med bransjeaktører for å effektivt bidra til at flere kan ta i bruk og nyttiggjøre seg av ekom-tjenester? Herunder vurdere:

- Foreslå tiltak som kan bidra til å oppfylle ny forskriftsbestemmelse om likeverdig tilgang for sluttbrukere med nedsatt funksjonsevne.
- Bør det gjøres særskilte tiltak for ikke-digitale brukere for å legge til rette for at disse kan skaffe seg og benytte mobil- og bredbåndsabonnement?

Foreslå tiltak Nkom kan gjennomføre eller evt. ta initiativ til i samarbeid med bransjeaktører for å effektivt bidra til at flere kan ta i bruk og nyttiggjøre seg av ekom-tjenester.

I dette kapitlet har vi presentert forslag til tiltak for å imøtekomme sentrale barrierer som er redegjort for i rapportens del 1. Det overordnede formålet med tiltakene er å bidra til at flere kan ta i bruk og nyttiggjøre seg av ekom-tjenester. Vi viser til beskrivelsene av tiltakene i kap. 7.2 for redegjørelser av hvordan tiltakene er ment å bidra til økt nytte og bruk.

Foreslå tiltak som kan bidra til å oppfylle ny forskriftsbestemmelse om likeverdig tilgang for sluttbrukere med nedsatt funksjonsevne.

I forslag til ny ekom-forskrift § 2-16 Likeverdig tilgang for sluttbrukere med nedsatt funksjonsevne, står det at

«Tilbydere av internettilgangstjenester og talekommunikasjonstjenester skal tilby likeverdig tilgang til tjenestene for sluttbrukere med nedsatt funksjonsevne jf. ekomloven § 4-17. Talekommunikasjonstjenester skal inkludere sanntids tekst. Talekommunikasjonstjenester som nevnt i første ledd, skal, når video tilbys i tillegg til talekommunikasjonstjenesten, gi en totalkonversasjonsløsning. Med totalkonversasjon menes en multimediekonversasjonstjeneste som gir toveis symmetrisk overføring i sanntid av video, tekst og tale mellom brukere på to eller flere steder. Tilbyder av internettilgangstjenester og talekommunikasjonstjenester skal selv finansiere tjenestene. Informasjon om elektroniske kommunikasjonstjenester og avtalevilkår samt terminalutstyr og annet relevant brukerutstyr, skal gjøres tilgjengelig på en måte som sikrer likeverdig tilgang til informasjon for sluttbrukere med nedsatt funksjonsevne.»⁴⁴

Tiltakene som er foreslått i kap. 7.2 bidrar til å oppfylle forskriftens krav som går på informasjon om elektroniske kommunikasjonstjenester. Dette gjelder spesielt tiltak 3, 5, 6 og 7 som handler om å utforme mer språklig tilgjengelige beskrivelser, samt arbeid med å gjøre nye og eksisterende informasjon bedre kjent og tilgjengelig. Tiltak 4, som går ut på å lage en ordning for å score ekom-tilbydere langs ulike parametre med betydning for digitalt inkluderende tjenester, har også stort potensial til å bidra til å oppfylle ny forskriftsbestemmelse gjennom å skape et insentiv for å gjennomføre inkluderende tiltak.

⁴⁴ Regjeringen.no (2021). «Forslag til ny forskrift om elektronisk kommunikasjonsnett og – tjenester (ekomforskriften)». Hentet fra: [Forslag til ny forskrift om elektronisk kommunikasjonsnett og – tjenester \(ekomforskriften\) \(regjeringen.no\)](https://www.regjeringen.no/forslag-til-ny-forskrift-om-elektronisk-kommunikasjonsnett-og-tjenester-ekomforskriften)

Bør det gjøres særskilte tiltak for ikke-digitale brukere for å legge til rette for at disse kan skaffe seg og benytte mobil- og bredbåndsabonnement?

Del 1 viser at en del brukere kan ha utfordringer med å betjene digitale abonnementer og produkter. En del av arbeidet for å imøtekomme slike barrierer handler om å legge til rette for enten opplæring, økt hjelp eller økt veiledning, slik vi har foreslått gjennom enkelte tiltak som beskrives i kap. 7.2. Samtidig bør ikke-digitale innbyggere ha tilgang til like gode analoge alternativer, dersom de ikke ønsker eller får til å administrere digitale tjenester med eller uten hjelp. Dette ivaretas særskilt gjennom tiltak 3 om å lage en bransjenorm for inkluderende ekomtjenester, og i tiltak 1, 2 og 9 som går ut på å tilby ekstra hjelp og tjenester til digitalt sårbare personer. Vi foreslår i denne sammenheng å rette fokus mot hvilke barrierer som skal imøtekommes fremfor hvilken befolkningsgruppe man skal hjelpe, for å unngå eventuelle opplevelser av forskjellsbehandling eller stigmatisering til tross for at tiltakene har gode intensjoner.

Vedlegg 1: Litteraturliste

DFØ (2021). «Innbyggerundersøkelsen 2021». Hentet fra: [Innbyggerundersøkelsen 2021 \(dfo.no\)](https://dfo.no)
European Commission (2022). «Digital Economy and Society Index (DESI) 2022. Norway». Hentet fra: [Norway in the Digital Economy and Society Index | Shaping Europe's digital future \(europa.eu\)](https://europa.eu)

Haksø, E. & Berg, S. (2022). «Design for elders: Stimulating inclusive design for digitally lacking, cognitively impaired elders in digital services and products». Hentet fra: [Design for elders: Stimulating inclusive design for digitally lacking, cognitively impaired elders in digital services and products \(ntnuopen.no\)](https://ntnuopen.no)

Haksø, E. & Berg, S. (2023). «Nei – eldres digitale utfordringer er ikke et utdøende problem!». Hentet fra: [Nei – eldres digitale utfordringer er ikke et utdøende problem! \(kantega.no\)](https://kantega.no)

Jigsaw Research (2021). «Contacting communications providers: vulnerable customers' experience (UK)». Hentet fra: [Contacting communications providers: vulnerable customers' experience \(ofcom.org.uk\)](https://ofcom.org.uk)

Kommunal- og distriktsdepartementet (2023). «Handlingsplan for auka inkludering i eit digitalt samfunn.» Hentet fra: [Handlingsplan for auka inkludering i eit digitalt samfunn \(regjeringen.no\)](https://regjeringen.no)

Kommunal- og moderniseringsdepartementet (2021). «Digital hele livet. Nasjonal strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen.» Hentet fra: [Digital hele livet. Nasjonal strategi for økt digital deltakelse og kompetanse i befolkningen. \(regjeringen.no\)](https://regjeringen.no)

Kompetanse Norge (2021). «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse». Hentet fra: [Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse \(kompetansenorge.no\)](https://kompetansenorge.no)

Meld. St. 15 (2022-2023) «Folkehelsemeldinga». Helse- og omsorgsdepartementet. Hentet fra: [Meld. St. 15 \(2022-2023\) \(regjeringen.no\)](https://regjeringen.no)

Midtgård, T. M., Sand, K. & Thun, S. (2021). «Hvem er de sårbare i digitaliseringsprosessen? Digital ekskludering i Norge». Hentet fra: [Den digitale hverdagen \(ntva.no\)](https://ntva.no)

Midtgård, T.M., Sand, K., Thun, S., Helland, G.H. & Ose, S.O. (2022). «Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan?». Hentet fra: [Digital ekskludering i NAV: Hvem, når, hvordan? \(sintef.no\)](https://sintef.no)

Post- og telestyrelsen (2023, 01. februar). «Kunnskapsbank: rapporter, studier, kartleggingar». Hentet fra: [Kunnskapsbank: rapporter, studier, kartleggingar | PTS](https://pts.no)

PROBA samfunnsanalyse (2022). «Nyankomne flyktningers digitale hverdag». Hentet fra: [Nyankomne flyktningers digitale hverdag \(imdi.no\)](https://imdi.no)

Rambøll (2022). «IT i praksis 2022». Hentet fra: [IT i praksis 2022 \(digdir.no\)](https://digdir.no)

Rambøll (2021). «Kartlegging av hvilke barrierer innvandrerkvinner opplever i møte med arbeidsliv». Hentet fra: [Kartlegging av hvilke barrierer innvandrerkvinner opplever i møte med arbeidsliv \(oslo.kommune.no\)](https://oslo.kommune.no)

Regjeringen.no (2021). «Forslag til ny forskrift om elektronisk kommunikasjonsnett og – tjenester

(ekomforskriften)». Hentet fra: [Forslag til ny forskrift om elektronisk kommunikasjonsnett og – tjenester \(ekomforskriften\) \(regjeringen.no\)](#)

Regjeringen.no (2021). «Forslag til ny lov om elektronisk kommunikasjon (ekomloven)». Hentet fra: [Forslag til ny lov om elektronisk kommunikasjon \(ekomloven\) \(regjeringen.no\)](#)

SSB (2010). «Digitale ferdigheter blant innvandrere og deres norskfødte barn: Mange innvandrere digitalt ekskludert». Hentet fra: [Digitale ferdigheter blant innvandrere og deres norskfødte barn - Mange innvandrere digitalt ekskludert \(ssb.no\)](#)

SSB (2020). «Integrering av innvandrere i Norge: Begreper, indikatorer og variasjoner mellom grupper». Hentet fra: [Integrering av innvandrere i Norge. Begreper, indikatorer og variasjoner mellom grupper \(ssb.no\)](#)

SSB (2022). «Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?». Hentet fra: [Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor? \(ssb.no\)](#)

SSB (2023). «Bruk av IKT i husholdningene». Hentet fra: [Bruk av IKT i husholdningene \(ssb.no\)](#)

Stelacon (2015). «Utvärdering av tillgängligheten i bankers internettjänster för personer med funktionsnedsättning och äldre». Hentet fra: [Utvärdering av tillgängligheten i bankers internettjänster för personer med funktionsnedsättning och äldre \(pts.se\)](#)

Svartberg, O. (2022). «Digitalt utenforskap». Hentet fra: [Digitalt utenforskap \(digiviken.no\)](#)

Tønset, S. (2023, 11. juli). «Forbrukerrådet: Telenor tar ulovlig høye fakturagebyrer». Hentet fra: [Forbrukerrådet: Telenor tar ulovlig høye fakturagebyrer \(nrk.no\)](#)

Wehus, W. (2021). «Digitaliseringen i Norge kan utfordre innvandrermodre». Hentet fra: [Digitaliseringen i Norge kan utfordre innvandrermodre \(forskning.no\)](#)

YouGov (2022). «Utenforskap i forbrukermarkeder. Digitale og andre hindre for forbrukernes tilgang til vanlige markeder.» Hentet fra: [Utenforskap i forbrukermarkeder. Digitale og andre hindre for forbrukernes tilgang til vanlige markeder. \(forbrukerrådet.no\)](#)

Bright
ideas.
Sustainable
change.

RAMBOLL