

# Etiska regler för betalteletjänster

Etiska Rådet för Betalteletjänster (ERB) var en fristående och oberoende organisation. Rådets uppgifter var enligt de på marknaden gällande standardavtalen och de av huvudmännen antagna stadgarna att utarbeta och vidmakthålla etiska regler för innehållet i den information som lämnas på betalteletjänster och vid marknadsföringen av dessa. Dessutom skulle Rådet pröva de ärenden som inkom eller upptogs på Rådets initiativ. Dessa ärenden kunde avse såväl marknadsföringen som innehållet på tjänsterna. Reglerna syftar till att skapa en säker, sund och tydlig betalteletjänstmarknad. Den 1 oktober 2010 utökades Rådets mandat till att även omfatta tillsyn över de delar av betalteletjänstområdet som regleras av den Code of Conduct (CoC) som tagits fram gemensamt av teleoperatörerna, branschorganisationen MORGAN samt ERB. Rådet hade enligt sina stadgar möjlighet att hemställa till berörda operatörer att abonnemangsavtalen för betalteletjänster som bröt mot de etiska reglerna, eller mot reglerna i CoC, skulle sägas upp tillfälligt eller permanent. Rådet kan även rekommendera berörda teleoperatörer att säga upp abonnemangsavtalen om det fann att en tjänsts innehåll eller marknadsföring innebar att det förelåg allvarlig överträdelse av god etik.

I standardavtalen fastslås en skyldighet för parterna att på egen bekostnad till ERB, numera Telekområdgivarna, överlämna den skriftliga och muntliga information som Telekområdgivarna anser sig behöva vid prövning av ett ärende.

ERB utarbetade etiska regler och utgav dem i tryck vid flera tillfällen. Den senaste utgåvan var daterad den 27 augusti 2014. Denna senaste utgåva har uppdaterats med nödvändiga justeringar i samband med att ERB:s verksamhet flyttades över till Telekområdgivarna den 1 januari 2022.

Betalteletjänster är tjänster där den totala avgiften en konsument betalar till teleoperatören, för tjänsten innefattar ersättning till tjänste- eller innehållsleverantör för tjänstens innehåll eller annan produkt eller tjänst levererad under uppkopplingen, eller som en direkt konsekvens av denna.

De etiska reglerna omfattar tjänster vilkas innehåll görs tillgängligt via de av Post- och telestyrelsen tilldelade numren ur nummerserierna 099, 0900, 0939 samt 0944. De etiska reglerna omfattar även de s.k. premium-SMS-tjänsterna vilka tillhandahålls till en förhöjd taxa samt de övriga mobiltjänster som innebär att separat avgift tas ut för en tjänsts innehåll.

Den nu föreliggande utgåvan av reglerna upptar i väsentliga delar samma föreskrifter som den tidigare. Telekområdgivarna uppmanar samtliga företag och andra berörda att noggrant tillgodogöra sig de omarbetade reglerna och tillse att tidigare regelsamlingar ersätts med den här föreliggande upplagan. Reglerna finns i elektronisk form på Telekområdgivarnas hemsida, [www.telekomradgivarna.se](http://www.telekomradgivarna.se). Där kan även en engelsk översättning av reglerna laddas ned.

Stockholm den 14 juni 2022.

Joakim Rolander  
Telekområdgivarna



# A. Anvisningar för marknadsföringen av betalteletjänster.

## 1. Uppgift om tillämpad taxa, telefonnummer och avbeställning

### a. Generella anvisningar - vid all marknadsföring

Uppgift om tillämpad taxa ska anges i all marknadsföring för betalteletjänster.

Taxeuppgiften ska lämnas i direkt anslutning till telefonnumret.

Marknadsföring av betalteletjänster ska alltid ske på svenska.

### b. Särskilda regler för annonser i tidningar/tidskrifter

Taxeuppgiften ska lämnas horisontellt samt vara tydlig, lätt läsbar och ha en

storlek som motsvarar minst en tredjedel (1/3) av det angivna telefonnumret.

### c. Särskilda regler för TV, Internet och andra visuella medier<sup>(1)</sup>

Taxeuppgiften ska lämnas horisontellt samt vara tydlig och lätt läsbar såvitt avser storlek, färg och placering. Taxeuppgiften ska exponeras under minst lika lång tid som telefonnumret och båda måste lämnas horisontellt och i direkt anslutning till varandra. Vid marknadsföring av betalteletjänster i TV måste taxeuppgiften även anges audiellt om kostnaden för att begagna sig av tjänsten kan överstiga 20 kronor.

### d. Marknadsföring i radio eller andra audiella medier

Uppgift om tillämpad taxa ska tydligt anges när upplysning om, eller hänvisning till, betalteletjänst ges i radio, per telefon eller via andra audiella medier.

### e. Tillämpad taxa och avbeställning

Med taxa avses pris per minut eller den totala kostnaden för samtalet vid s.k. pris per tjänst. Pris per tjänst innebär att kostnaden för att utnyttja en betalteletjänst är förutbestämd.

För mobila betalteletjänster<sup>(2)</sup> ska principerna för beräkningen av den totala kostnaden för nyttjande av tjänsten anges oavsett antalet sända eller mottagna meddelanden. Vid prenumerationstjänster ska anges kostnad per meddelande samt frekvens och hur tjänsten avbeställes.<sup>(3)</sup>

## 2. Direktmarknadsföring av betalteletjänster

Direktmarknadsföring av tjänsterna till telefon får ej ske utan kundens uttryckliga medgivande. Ett uttryckligt medgivande måste lämnas separat och får inte ingå som ett avtalsvillkor vid köp av en annan tjänst. Dock får marknadsföring ske när ett etablerat kundförhållande föreligger. Ett etablerat kundförhållande ska anses bestå även en tid efter det att avtalsförpliktelserna fullgjorts, normalt minst sex månader därefter men inte mer än ett år om inte särskilda skäl föreligger. I varje meddelande ska finnas en länk som konsumenten kan klicka på och därigenom omedelbart avsäga sig framtida marknadsföring.

## 3. Uppgifter om tjänsteleverantör

Tjänsteleverantören bär ansvaret för att innehållet i och marknadsföringen av tjänsterna, oavsett av vem de produceras, överensstämmer med bestämmelserna i denna regelsamling. Med tjänsteleverantör menas det företag Tjänsteleverantören bär ansvaret för att eller annan som med teleoperatör ingått avtal om att bedriva betalteletjänstverksamhet. Uppgifter om tjänsteleverantören eller innehållsleverantören<sup>(4)</sup> ska alltid anges vid

marknadsföring av tjänsterna. Uppgifterna ska lämnas horisontellt och med tydlig stil samt innehålla företagets namn, gatuadress (alt. postbox), postnummer och postadress. Telefonnummer till tjänsteleverantörens eller innehållsleverantörens kundtjänst ska alltid anges vid marknadsföring av tjänsterna.

#### **4. Marknadsföring som riktar sig till barn**

Marknadsföring av betalteletjänster får inte förekomma om denna väsentligen riktar sig till personer under 14 år och kostnaden för att begagna sig av tjänsten kan överstiga 10 kronor.

#### **5. Annonser för tjänster av sexuell eller erotisk karaktär**

a. Generella anvisningar - tillämpliga för alla medier

Sådan information får inte lämnas som är ägnad att främja sexuella förbindelser mot ersättning (koppleri). Marknadsföringen får inte innehålla antydningar om förekomst av underårig, varmed avses person som ej fyllt 18 år. Vid marknadsföring av betalteletjänster ska utformningen inte anspela på eller på annat sätt framställa barn på ett sexuellt sätt eller i ett barnpornografiskt sammanhang. Det gäller både i text och bild.

b. Särskilda regler för annonser i tidningar av dagstidningskaraktär samt TV, radio och direktreklam.<sup>5</sup>

Texten får inte innehålla tydliga anspelningar på eller omskrivningar av sexuella handlingar eller företeelser. Inte heller får antydningar om sexuellt våld, sadism eller grymhet förekomma i texten.<sup>6</sup>

Teckning eller annan typ av illustration kan förekomma såvida den inte är av sexuell eller erotisk karaktär. Fotografi får dock inte förekomma i annons för betalteletjänst av sexuell eller erotisk karaktär eller för s.k. kontaktannonslinje.

#### **6. Annonser för tävlingar**

a. Tävlingsuppgiften ska beskrivas utförligt och entydigt samt innehålla en tydlig presentation av samtliga villkor för tävlingen. Information ska lämnas om hur bedömningen går till och vilka kriterier som är utslagsgivande.

För de tävlingsprogram i TV, där det huvudsakliga tävlingsmomentet består i att de tävlande ska ringa ett betalteletjänstnummer för att därigenom få möjlighet att genom ett slumpmässigt urval komma fram till programmet och sedan genomgå ytterligare tävlingsmoment i syfte att vinna ett pris, måste informationen klargöra att konsumenten blir påförd kostnad även för samtal som inte leder fram till själva programmet. Programledaren måste också i inledningen av programmet och därefter minst en gång var tionde minut informera om kostnaden för att ringa till programmet samt att alla samtal debiteras och inte endast de som släpps fram till programmet. På TV-skärmen ska löpande redovisas exakt hur många samtal som ringts till aktuellt telefonnummer under programmet. Uppgiften om antalet inkomna samtal måste anges i en storlek som är minst lika stor som det på TV-skärmen presenterade betalteletjänstnumret.

b. Det ska framgå hur pristagare utses. Om en jury bedömer tävlingsbidragen ska ledamöterna i juryn namnges.

c. Det ska vidare framgå vilken dag tävlingen avslutas och vilken dag vinnare senast utses.

d. Vinst ska beskrivas vad gäller värde, varumärke, modell och liknande.

e. Information ska ges om att pristagare själv kan bli skyldig att skatta för vinst.

f. Information enligt punkterna A.6.a - A.6.e ska ges på ett sådant sätt att den kan förväntas vara tillgänglig för alla som deltar i tävlingen.

## **7. Lotterier**

Enligt lotterilagen (1994:1000) gäller att lotterier som vänder sig till allmänheten får anordnas endast med särskilt tillstånd. Lagregeln gäller även lotterier med användning av betalteletjänster.

## **8. Insamlingar för välgörenhet**

I annons avseende insamlingar med användning av betalteletjänst ska tydligt anges hur stor del av lämnat bidrag<sup>7)</sup> som tillfaller föremålet för insamlingen.

## **9. Yrkesmässig rådgivning**

Marknadsföring av tjänster som antyder att yrkesmässig rådgivning erbjuds måste innehålla uppgift om rådgivarens firma eller, i fråga om fysisk person, namn och yrke avseende den/de personer som ska ge råden. Med yrkesmässig rådgivning menas rådgivning avseende exempelvis sjukvård, juridik, teknik eller hantverk.

## **10. Flera telefonnummer till samma tjänst**

En tjänsteleverantör eller innehållsleverantör får inte i en och samma tidning marknadsföra samma tjänst i en eller flera annonser med hänvisning till olika telefonnummer utan att ange att dessa leder till samma tjänst.

Denna regel gäller även marknadsföring i TV, eller andra medier när den ger motsvarande resultat.

## **11. Gällande lagregler ska följas**

Utöver vad som följer av punkterna 1–10 ovan ska all marknadsföring av betalteletjänster vara förenlig med gällande marknadsrättslig lagstiftning och får dessutom inte vara i strid med de etiska reglernas syfte.

<sup>1</sup>Härmed avses t ex mobildisplay.

<sup>2</sup>T.ex. SMS, MMS

<sup>3</sup>Se även regel under B.1.c. nedan.

<sup>4</sup>Med innehållsleverantör avses den för vars räkning tjänsten marknadsförs

<sup>5</sup>Med direktreklam avses även marknadsföring via mobiltelefon eller motsvarande.

<sup>6</sup>ERB utarbetade en förteckning till vägledning i detta avseende.

## B. Anvisningar för innehållet på betalteletjänster.

### 1. Uppgift om tillämpad taxa

a. Vid varje betalsamtal som kan kosta mer än 20 kronor ska kund inom 10 sekunder informeras om tillämpad taxa genom talsvarsutrustning, operatör eller på annat sätt.

b. Vid s.k. pris per samtal (se punkt A.1.e) ska, till skillnad mot vad som anges i punkt B.1.a, den totala kostnaden för samtalet uppges.

c. Vid mobila betalteletjänster ska principerna för beräkningen av den totala kostnaden för nyttjande av tjänsten anges oavsett antalet sända eller mottagna meddelanden. Varje gång en användare debiteras för en mobil betalteletjänst som kan kosta mer än 10 kronor ska ett SMS-meddelande omedelbart skickas till användaren. Detta meddelande ska innehålla information om tjänsten samt debiterat belopp.

Vid prenumerationstjänster eller chatttjänster ska information om taxa och frekvens samt om hur tjänsten avbeställs inkluderas i det första meddelandet.

I varje meddelande ska det finnas uppgift om tillämpad taxa samt telefonnummer till ansvarig tjänste- eller innehållsleverantör.<sup>(8)</sup> Om mängden meddelanden inte är entydigt bestämd på förhand får antalet meddelanden ej överstiga tio innan kunden återigen bekräftat att den vill mottaga ytterligare meddelanden. Avbeställning av prenumerationstjänst får ej vara förenad med kostnader utöver normal trafiktaxa.

### 2. Onödig fördröjning av tjänst

En tjänst som erbjuds på betalteletjänst får inte onödigtvis fördröjas, försenas eller förlängas genom ovidkommande information eller på annat sätt.

### 3. Tjänster av sexuell eller erotisk karaktär

a. Sådan information får inte lämnas som är ägnad att främja sexuella förbindelser mot ersättning (koppleri).

b. Underårig, varmed avses person som ej fyllt 18 år, eller annan som utger sig vara underårig, får inte förekomma i skildringar av sexuell eller erotisk karaktär.

c. Skildringar av sexuellt våld, sadism eller grymhet får inte förekomma.

d. Djur får inte förekomma i sexuella skildringar.

e. Vad som föreskrivs i punkterna B.3.a-d ska gälla även vid användning av betalteletjänst för indirekt förmedling av tjänster.

### 4. Kontaktannons

a. Så kallad kontaktannons som förmedlas genom betalteletjänst får inte innehålla uppgift om annonsörens namn eller andra uppgifter, t.ex. adress eller telefonnummer, som kan vara ägnade att identifiera annonsören.

b. På kontaktannonser som innehåller annonser av erotisk eller sexuell karaktär, eller om en kontaktannonser marknadsförs i ett sammanhang som ger anledning att anta att sådana kontaktannonser förekommer på tjänsten (t.ex. i en tidskrift av pornografisk natur), får personer under 18 år, eller personer som uppger sig vara under 18 år, inte förekomma.

## 5. Yrkesmässig rådgivning

Tjänster som antyder att yrkesmässig rådgivning ska lämnas måste inledas med namn och yrke avseende den/de personer som ska ge råden.

## 6. Tävlingar

a. Tävlingar med användning av betalteletjänst ska genomföras i enlighet med vad som angivits i marknadsföringen.

b. Resultatet ska presenteras på ett sådant sätt att tävlingsdeltagarna lätt kan ta del av dess innehåll. Det räcker inte att bara meddela vinnarna. Upplysning ska ges om var och när namnen på pristagarna kommer att offentliggöras.

c. Priserna ska sändas till vinnarna inom 21 dagar efter avslutad tävling, eller inom 21 dagar efter det att vinnare utsetts.

<sup>7</sup>Avser samtalskostnaden och eventuellt ytterligare bidrag.

<sup>8</sup>Får inte vara utlandsnummer eller betalteletjänstnummer

# C. Särskilda regler för tjänster som avser direktsamtal mellan operatör och kund, s.k. personligt svar.<sup>(9)</sup>

Företaget: Den som med teleoperatör ingått avtal om att bedriva rubricerad verksamhet.

Operatör: Telefonist, anställd eller verksam hos företaget.

Kund: Uppringande.

1. Kund ska inom 10 sekunder informeras om tilläpplig taxa genom talsvarsutrustning, operatör eller på annat sätt, jfr punkt B.1.

2. Direkta samtal mellan operatör och kund får inte förekomma om syftet med samtalet kan antas vara att bereda kunden sexuell stimulans.

3. Det är inte tillåtet att i tjänsten som operatör avslöja sin adress eller telefonnummer. Ej heller är det tillåtet att lämna uppgifter som är ägnade att identifiera arbetskamrat.

4. Det är inte tillåtet för operatör eller annan hos företaget verksam att på något sätt ta kontakt med, låta sig kontaktas av eller träffa kund.

5. Den som tjänstgör som operatör måste ha fyllt 18 år.

6. Marknadsföringen av rubricerad tjänst ska tydligt ange att samtalet sker med en operatör.

7. Om operatör misstänker att kund inte är behörig användare av telefonabonnemanget ska samtalet omedelbart avbrytas.
8. Vad som ovan beskrivs i punkterna C.1–7 ska gälla även vid användning av betalteletjänst för indirekt förmedling av tjänster.
9. Punkterna C.3–5 gäller ej yrkesmässig rådgivning, jfr punkterna A.9 och B.5.

## D. Särskilda regler för tjänster som avser direktsamtal där fler än två kunder kan delta, s.k. konferenslinje.<sup>(10)</sup>

Företaget: Den som med teleoperatör ingått avtal om att bedriva rubricerad verksamhet.  
Operatör: Telefonist, anställd eller verksam hos företaget  
Kund: Uppringande

1. Kund ska inom 10 sekunder informeras om tillämpad taxa genom talsvarsutrustning, operatör eller på annat sätt, jfr punkt B.1.
2. Samtal som kan antas ha till syfte att bereda någon av de samtalande sexuell stimulans får inte förekomma
3. Konferenslinje ska övervakas av en operatör. Kund ska omgående informeras om att övervakning av samtal på tjänsten sker. Operatören ska alltid vara nåbar för att besvara frågor angående tjänsten.
4. Om operatören avser att delta i samtal på konferenslinje ska varje kund informeras om detta, dessutom gäller i så fall föreskrifterna i punkterna C.2-4.
5. Till operatörs uppgifter hör att tillse att ingenting förekommer på tjänsten som strider mot svensk lag eller mot Telekområdgivarnas etiska regler.
6. Det är inte tillåtet för operatör eller annan hos företaget verksam att på något sätt ta kontakt med, låta sig kontaktas av eller träffa kund.
7. Den som tjänstgör som operatör måste ha fyllt 18 år.
8. Om operatör misstänker att kund inte är behörig användare av telefonabonnemanget ska samtalet omedelbart avbrytas.
9. Om två kunder sammankopplas till ett enskilt samtal ska även reglerna i avsnitt E. tillämpas för detta samtal.
10. Vad som ovan föreskrivs i punkterna D.1–9 ska gälla även vid användning av betalsamtal för indirekt förmedling av tjänster.

<sup>9</sup>Dessa regler gäller oavsett om tjänsten marknadsförs under något annat namn t.ex. chatline, chatbox eller liknande. Reglerna gäller även för betalteletjänster som s.k. ”SMS-chat” eller liknande att övervakning av samtal på tjänsten sker. Operatören ska alltid vara nåbar för att besvara frågor angående tjänsten.

<sup>10</sup>Se fotnot 9

## E. Särskilda regler för tjänster som avser möjlighet till direktsamtal mellan två kunder, s.k. ”one-to-one”-tjänster. Reglerna gäller även betalsamtal som sammankopplas med frisamtal eller andra telefonnummer.<sup>(11)</sup>

Företaget: Den som med teleoperatör ingått avtal om att bedriva rubricerad verksamhet.

Operatör: Telefonist, anställd eller verksam hos företaget.

Kund: Uppringande.

1. Kund ska inom 10 sekunder informeras om tillämpad taxa, jfr punkt B.1.
2. Linje som utnyttjas för ”one-to-one”-tjänst ska övervakas av en operatör, som har till uppgift att tillse efterlevnaden av de nedan under punkterna E.4-7 angivna reglerna. Kund på betalsamtalslinje, eller linje som kopplas samman med betalsamtals-linje, ska omgående informeras om att övervakning av samtal på tjänsten sker.
3. Den som tjänstgör som operatör måste ha fyllt 18 år.
4. Underåriga (personer under 18 år) får varken direkt eller genom sammankoppling utnyttja ”one-to-one”-tjänster.
5. Om det kan misstänkas att kund inte är behörig användare av telefonabonnemanget, eller inte uppfyller bestämmelsen i punkt E.4 ovan, ska samtalet omedelbart avbrytas.
6. Samtal som kan antas ha till syfte att bereda någon av de samtalande sexuell stimulans får inte förekomma.
7. Sådan information får inte förekomma som är ägnad att främja sexuella förbindelser mot ersättning (koppleri).
8. Vad som ovan föreskrivs i punkterna E.1–7 ska gälla även vid användning av betalsamtal för indirekt förmedling av tjänster.

<sup>11</sup>Dessa regler gäller oavsett om tjänsten marknadsförs under något annat namn t.ex. ”one-to-one”, ”one+one”, ”prata direkt” eller liknande. Reglerna gäller även för betalteletjänster som s.k. ”SMS-chat” eller liknande



## F. Särskilda regler för användning av betalteletjänst vid förmedling av tjänster över Internet eller andra visuella medier.

1. Betalteletjänst får inte användas för att förmedla, direkt eller indirekt, interaktiva eller i övrigt direktsända bild- och/eller ljudupptagningar om syftet med upptagningen kan antas vara att bereda kunden sexuell stimulans.

2. Innan uppringning till ett betalteletjänstnummer sker måste kunden först informeras om vilket telefonnummer som rings upp och vilken samtalskostnad som gäller samt dessutom uttryckligen acceptera att uppringning sker. När kund är uppkopplad mot en betalteletjänst ska uppgift om taxa vara permanent synlig på skärmen under hela uppkopplingstiden.

Det program som används för uppkoppling till betalteletjänst måste vara konstruerat så att det inte är möjligt för kund att fortsätta till andra sajter på Internet utan att först bli nedkopplad och därefter ansluta sig via sin vanliga Internet-server. De program som används för uppkoppling till betalteletjänst får inte vara konstruerade så att de installeras permanent i kundens dator.

## G. Särskilda regler för kundtjänst

1. Tjänsteleverantören ska tillhandahålla kundtjänst för alla tjänster. Kundtjänsten ska vara tillgänglig helgfria vardagar 09.00 – 16.00. Kundtjänsten ska ha ett svenskt telefonnummer och ska kunna nås från såväl fasttelefon som mobiltelefon. Personal hos kundtjänsten ska behärska svenska i tal och skrift. När kundtjänsten är stängd ska information om öppettider lämnas på svenska på en telefonsvarare. Ingen extra avgift utöver operatörens ordinarie samtalstaxa får tas ut för samtal till tjänsteleverantörens kundtjänst.

2. Klagomål ska behandlas inom en dag efter mottagandet. Alla klagomål ska behandlas enskilt. Om klagomålet inte leder till av användaren önskad åtgärd ska orsaken härtill meddelas denne skriftligen. I beskedet ska också klagomålet återges i sin helhet.

3. Om kundtjänst inte kan besvara telefonsamtalet inom 10 minuter ska användaren ges möjlighet att tala in sitt ärende på en telefonsvarare alternativt lämna kontaktuppgifter via en IVR-lösning. Tjänsteleverantören ska i talsvaret/IVR-lösningen uppmana användaren att berätta på vilket sätt han/hon vill bli kontaktad samt be användaren lämna kontaktuppgifter. Talsvar alternativt IVR ska vara på svenska. Återkoppling ska ske inom 24 timmar eller nästkommande vardag. Denna service ska också vara tillgänglig när kundtjänsten är stängd.

## H. De etiska reglernas syfte

Utöver vad som följer av avsnitten A-G ovan får varken innehållet i den information som lämnas på betalteletjänster eller marknadsföringen av dessa uppenbart strida mot de etiska reglernas syfte, nämligen att skapa en säker, sund och tydlig betalteletjänstmarknad.