

# Code of conduct

De Awin Code of Conduct biedt aanvullende regels en richtlijnen om publishers te helpen hoogwaardige prestaties te leveren aan adverteerders in het Awin-netwerk.

## Introductie

De Awin Code of Conduct is van toepassing op alle publishers in het Awin-netwerk die bezoekersverkeer en consumenten aan adverteerders aanleveren.

**De Code of Conduct** streeft de volgende overkoepelende doelstellingen na

### Vertrouwen

Het vertrouwen van de consument behouden in de eerlijkheid van online adverteren en trackingtechnologieën

### Eerlijkheid

Voor een eerlijke omgang tussen publishers en adverteerders zorgen

### Naleving

Zorgen voor de naleving van internationaal erkende sociale normen en in het bijzonder de standpunten zoals uiteengezet in de Duitse Wet due diligence toeleveringsketen

De Code of Conduct bevat praktische richtlijnen om aan de regels te voldoen. Publishers dienen deze richtlijnen te volgen met het oog op naleving van dit document, maar het volgen van de richtlijnen is geen garantie voor naleving.

Publishers dienen zelf te bepalen welke maatregelen zij moeten nemen om aan de Code of Conduct te voldoen. Naleving van de Code of Conduct kan dus vereisen dat Publishers maatregelen nemen die aanvullend zijn op de beschreven richtlijnen.

Deze gedragscode weerspiegelt Awins verwachtingen van publishers met betrekking tot affiliate marketing

in het algemeen. Aanvullende verwachtingen kunnen van toepassing zijn op specifieke regio's, sectoren en activiteiten. Deze zijn uiteengezet in de betreffende gedragscodes en best practices.

Het gaat hier met name om:

 [Downloadable Software](#)

 [Couponmarketing](#)

 [Best practices voor cashbacksites \(UK\)](#)

Bovendien moeten de ethische normen voor leveranciers worden nageleefd in overeenstemming met [Gedragscode voor leveranciers van Awin](#), eventueel gewijzigd of bijgewerkt door Awin, naar eigen goeddunken na kennisgeving aan de publisher.

## Monitoring en handhaving

Het Awin Partner Compliance-team werkt samen met Awin-accountmanagers, adverteerders, publishers en externe leveranciers om op effectieve wijze gedrag in het netwerk te bewaken en naleving van deze Code of Conduct en onze Algemene Voorwaarden te bewerkstelligen.

Hoewel we ernaar streven om vraagstukken rond activiteiten altijd in gezamenlijkheid op te lossen, gelden voor niet-conforme activiteiten sancties

variërend van waarschuwingen en verbeurdverklaring van commissies tot opschorting van accounts, beëindiging van accounts en uitsluiting van het netwerk.



# Code of conduct

## Regels en richtlijnen

### Regel 1

Publishers vermelden alle promotionele activiteiten op proactieve wijze en verkrijgen goedkeuring voor hun activiteiten van de adverteerder.

#### Richtlijnen

- 01 Publishers geven op hun profielpagina openheid over al hun activiteiten.
- 02 Publishers die zich bezighouden met activiteiten buiten hun geregistreeerde promotieruimtes, maken deze activiteit(en) expliciet bekend aan de adverteerder.

### Regel 2

Publishers beïnvloeden de performance, functionaliteit of beschikbaarheid van adverteerderspagina's niet op negatieve wijze.

#### Richtlijnen

- 01 Het aangeleverde bezoekersverkeer overtreft niet de redelijke verwachtingen voor geleverde verkeersvolume
- 02 In het geval dat adverteerders een melding maken van verstoring of negatieve impact, staakt de publisher de activiteit onmiddellijk.
- 03 Publishers gebruiken geen technieken die het ontwerp wijzigen of de functionaliteit verstoren van een adverteerderspagina zonder expliciete toestemming van de adverteerder.

### Regel 3

Publishers accurately represent their location of business and residence.

#### Richtlijnen

- 01 Op verzoek verstrekken publishers aanvullende documenten ter verificatie van hun bedrijfslocatie en de verblijfplaats van aandeelhouders van hun bedrijf.

### Regel 4

Publishers maken alleen gebruik van downloadbare software die voldoet aan de geldende normen.

#### Richtlijnen

- 01 Alle door een publisher gebruikte downloadbare software voldoet aan de [IAB Code of Conduct](#) voor downloadbare software.
- 02 Publishers laten software door Awin Partner Compliance toetsen, voorafgaand aan het gebruik voor adverteerders
- 03 Publishers gebruiken alleen downloadbare software met uitdrukkelijke toestemming van de adverteerder

### Regel 5

Publishers houden zich niet bezig met spamactiviteiten.

#### Richtlijnen

- 01 Publishers gebruiken geen externe platforms of sociale media voor reclaimedoeleinden zonder toestemming van de eigenaar van de promotieruimte.

### Regel 6

Publishers onthouden zich van het publiceren of het toestaan van publicatie van content die waarschijnlijk publishermarketing, een adverteerder of een van de licentiegevers of licentiehouders van die adverteerder in diskrediet zou brengen.

#### Richtlijnen

- 01 Publishers zorgen voor effectief toezicht op door gebruikers gegenereerde content waarvan publicatie wordt toegestaan.
- 02 Publishers reageren onmiddellijk op elke mededeling van een adverteerder, of een licentiegever of licentiehouder van die adverteerder, over content die als lasterlijk kan worden beschouwd.

- 03 Publishers beschouwen de volgende voorbeelden van content nooit als gepast:

- ➔ Obscene of pornografische content
- ➔ Discriminerende content, in het bijzonder op grond van ras, nationaliteit, seksuele identiteit, handicap, religie of leeftijd
- ➔ Smadelijke en lasterlijke content
- ➔ Gewelddadige content of content die aanzet tot geweld
- ➔ Content die inbreuk maakt op intellectuele eigendomsrechten
- ➔ Content die in strijd is met de geldende wetgeving

### Regel 7

Publishers verrichten betaalde zoekmachinemarketing uitsluitend in overeenstemming met de geldende wetten en normen.

#### Richtlijnen

- 01 Publishers voldoen aan de verwachtingen op het gebied van betaald zoeken die zijn weergegeven in de betreffende adverteerdersprofielen.
- 02 Publishers gebruiken bij hun activiteiten op het gebied van betaald zoeken geen termen die inbreuk maken op merken van derden.
- 03 Publishers handelen in overeenstemming met alle wetten van hun thuisland en het land waar respectievelijk de adverteerder en de consumentendoelgroep zich bevinden.
- 04 Publishers stellen Awin op de hoogte en leveren bewijs van eventuele overeenkomsten met een adverteerder over exclusiviteit of andere regelingen voor het gebruik van specifieke termen, waaronder branding, met betrekking tot hun activiteiten voor betaald zoeken.

# Code of conduct

## Regel 8

Publishers misleiden consumenten niet met hun reclameactiviteiten.

### Richtlijnen

- 01 Alle informatie die publishers aan consumenten verstrekken, is correct en actueel.
- 02 Publishers bezitten alle relevante licenties en registraties met betrekking tot hun producten. Voorbeelden van activiteiten die vaak specifieke licenties en registraties vereisen, zijn:
  - Financiële dienstverlening
  - Gezondheidszorg
- 03 Publishers beïnvloeden de browse-ervaring van de consument niet op een onverwachte of kwaadaardige manier.

## Regel 9

Publishers bieden transparantie over de bronnen van hun bezoekersverkeer en de omgeving waarin advertenties worden weergegeven.

### Richtlijnen

- 01 Publishers gebruiken HTTP-referrers die verwijzen naar de daadwerkelijke contentpagina waarvoor een advertentie werd vertoond.
- 02 Publishers houden zich niet bezig met activiteiten en technieken die een onjuiste voorstelling geven van de bronnen van hun bezoekersverkeer.

## Regel 10

Publishers misbruiken geen trackinglinks en adverteerdersmateriaal.

### Richtlijnen

- 01 Publishers zetten alleen tracking in via een trackinglink die wordt gebruikt voor clicktracking indien de gebruiker vrijwillig en opzettelijk interactie heeft gehad met het advertentiemedium of de trackinglink.
- 02 Publishers initiëren alleen tracking voor een specifieke adverteerder als de consument rechtstreeks interactie heeft gehad met het advertentiemedium voor deze adverteerder.
- 03 Als een overeenkomst met een adverteerder afwijkend gebruik van trackinglinks en adverteerdersmateriaal toestaat, dan verstrekken publishers op verzoek de schriftelijke bevestiging van deze overeenkomst aan Awin.

## Regel 11

Publishers die subnetwerken zijn, zijn verantwoordelijk voor en zien toe op de transparantie van de activiteiten van hun subpublishers.

### Richtlijnen

- 01 Subnetwerken zijn volledig verantwoordelijk voor de promotionele acties of nalatigheden van hun subpublishers, alsof die acties of nalatigheden hun eigen acties of nalatigheden waren. Elke overtreding van één van de regels van deze Code of Conduct door een subpublisher wordt behandeld als een overtreding begaan door het betreffende subnetwerk.
- 02 Bij het terug rapporteren van bezoekersverkeer en sales/leads aan het Awin-netwerk moeten subnetwerken de parameter Click Reference (clickref) gebruiken om de subpublisher en het URL-veld te identificeren, zodat Awin wordt geïnformeerd over de URL van de subpublisher die de sale/lead heeft genereerd.

- 03 Awin heeft volledige zeggenschap over alle subpublishers die adverteerders via een subnetwerk promoten en behoudt zich het recht voor om het promoten van Awins adverteerders door individuele subpublishers te schorsen of te blokkeren.

- 04 Sub-subnetwerkrelaties zijn niet toegestaan.

## Regel 12

Publishers werken volledig mee bij het oplossen van problemen en geschillen.

### Richtlijnen

- 01 Publishers reageren tijdig, nauwkeurig en volledig op verzoeken om informatie door Awin of adverteerders.
- 02 Publishers staken een activiteit onmiddellijk als Awin of een adverteerder hierom vraagt.

## Regel 13

Publishers handelen in de geest van deze Code of Conduct.

### Richtlijnen

- 01 Publishers houden zich aan de ethische normen voor leveranciers in overeenstemming met [Gedragscode voor leveranciers van Awin](#)
- 02 Publishers realiseren zich dat dit document niet uitputtend is en zullen niet handelen in strijd met de geest van de Code of Conduct.