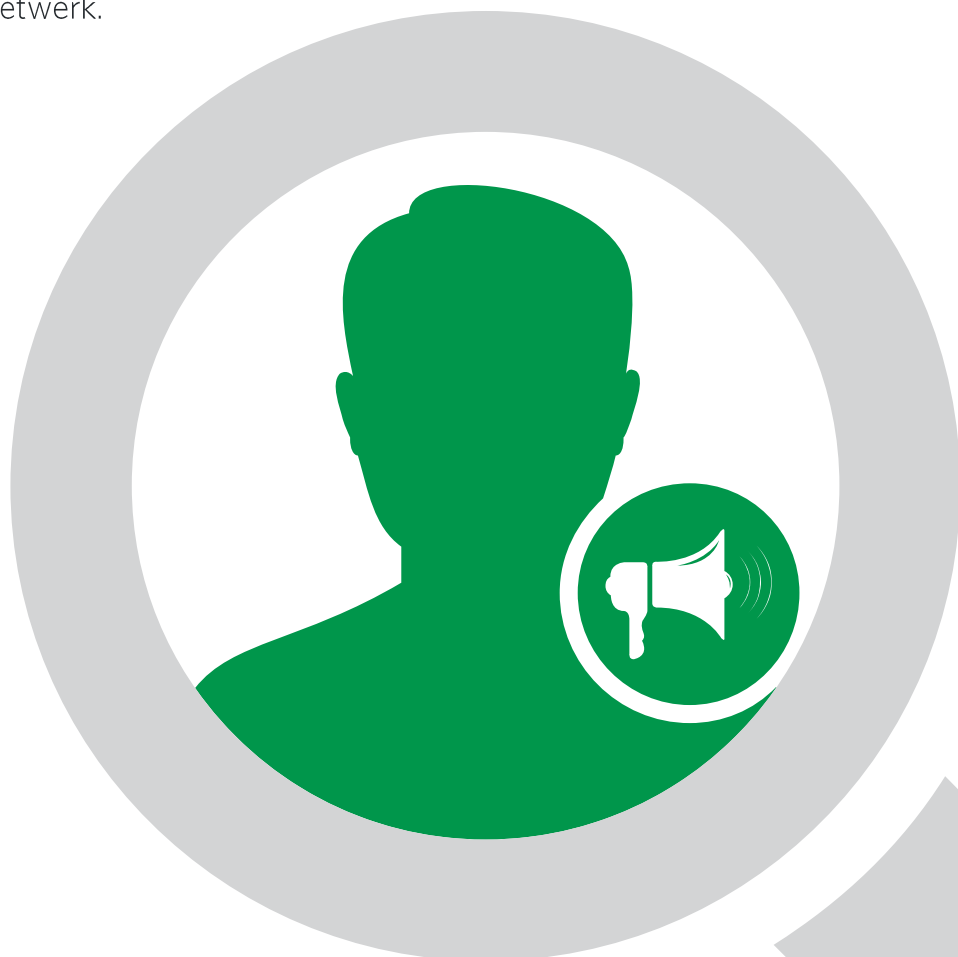




Awin

Code of Conduct

De Awin Code of Conduct biedt aanvullende regels en richtlijnen om publishers te helpen hoogwaardige performance 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 websiteverkeer en consumenten leveren aan adverteerders.

De Code of Conduct streeft de volgende doelstellingen na:

Vertrouwen

Het vertrouwen van de consument behouden in de regulering van online reclame- en meettechnologieën

Eerlijkheid

Voor eerlijke handelsbetrekkingen tussen publishers en adverteerders zorgen

De Code of Conduct bevat praktische begeleiding hoe te voldoen aan de regels. Publishers dienen deze richtlijnen te volgen om te voldoen aan de Code of Conduct, maar het volgen van de richtlijnen garandeert niet dat de Code of Conduct wordt nageleefd.

Publishers dienen zelf te bepalen welke maatregelen moeten worden genomen om aan de Code of Conduct te voldoen. Derhalve kan het voldoen aan de Code of Conduct vereisen dat publishers extra maatregelen dienen te nemen naast de aangereikte, beschreven richtlijnen.

Deze code weerspiegelt Awins verwachtingen van publishers met betrekking tot algemene affiliate marketingactiviteiten. Aanvullende verwachtingen kunnen van toepassing zijn op specifieke regio's, industrieën en activiteiten en zijn uiteengezet in hun Code of Conducts en Best-Practice documenten.

Hier gaat het met name om:



[Downloadbare software](#)



[Coupon Advertising](#)



[Cashback Best Practice \(UK\)](#)

Monitoring en Handhaving

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

Hoewel wij streven naar een gezamenlijke aanpak voor het oplossen van vraagstukken rond activiteiten, zullen niet-conforme activiteiten geconfronteerd worden met sancties variërend van waarschuwingen en beslaglegging van commissies tot opschorting van accounts, beëindiging van accounts en netwerkverboden.

Regels en Richtlijnen

Regel 1

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

Richtlijnen

1. Publishers gebruiken de publisher profielpagina om al hun activiteiten te vermelden.
2. Publishers die zich bezighouden met activiteiten buiten hun geregistreerde promotieruimten maken deze activiteit expliciet bekend aan de adverteerder.

Regel 2

Publishers beïnvloeden de performance, functionaliteit of beschikbaarheid van de adverteederspagina niet op negatieve wijze.

Richtlijnen

1. Het geleverde websiteverkeer overtreft niet de redelijke verwachtingen van geleverde verkeervolumes.
2. In het geval adverteeders melding maken van inmenging of negatieve impact, dan stopt de publisher de activiteit onmiddellijk.
3. Publishers gebruiken geen technieken die het ontwerp wijzigen of de functionaliteit verstoren van een adverteederspagina zonder expliciete toestemming van de adverteerder.

Regel 3

Publishers geven nauwkeurig hun bedrijfslocatie en woonplaats weer.

Richtlijnen

1. Op verzoek verstrekken publishers aanvullende documenten om hun bedrijfslocatie en woonplaats van aandeelhouders te verifiëren.

Regel 4

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

Richtlijnen

1. Elke downloadbare software in dienst van een publisher, voldoet aan de IAB Code of Conduct voor downloadbare software. (https://www.iabuk.com/sites/default/files/IAB%20Performance%20Marketing%20Council%20-%20Downloadable%20Software%20Code%20of%20Conduct%20%28May%202015%29_2.pdf)
2. Publishers leveren software aan Awin partner compliance voor toetsing, voorafgaand aan het gebruik voor adverteeders.
3. Publishers gebruiken alleen downloadbare software met uitdrukkelijke toestemming van de adverteerder.

Regel 5

Publishers houden zich niet bezig met "Spam"-activiteiten.

Richtlijnen

1. Publishers gebruiken geen externe (third-party) platformen of social media aanwezigheid voor reclamedoeleinden zonder toestemming van de eigenaar van de ruimte.

Regel 6

Publishers publiceren niet of staan geen publicatie toe van enige content die waarschijnlijk publisher marketing, een adverteerder of een van de licentiegevers of licentiehouders van die adverteerder in diskrediet kan brengen.

Richtlijnen

1. Publishers zorgen voor effectieve gematigdheid van door gebruikers gegenereerde content die wordt toegestaan om te worden gepubliceerd.
2. Publishers reageren onmiddellijk op elke communicatie die is uitgegeven door een adverteerder, of door een licentiegever of licentiehouders van die adverteerder, die betrekking heeft op content die waarschijnlijk als aanstotelijk kan worden beschouwd.
3. Publishers beschouwen de volgende voorbeelden van content nooit als gepast:

<ul style="list-style-type: none">• Content die inbreuk maakt op intellectuele eigendomsrechten	<ul style="list-style-type: none">• Discriminerende content, vooral op basis van ras, nationaliteit, seksuele identiteit, handicap, religie of leeftijd
<ul style="list-style-type: none">• Lasterlijke of aanstotelijke content	<ul style="list-style-type: none">• Gewelddadige content of content die aanzet tot geweld
<ul style="list-style-type: none">• Obscene of pornografische content	<ul style="list-style-type: none">• Content die in strijd is met de geldende wetgeving

Regel 7

Publishers houden zich alleen bezig met Paid Search Marketing in overeenstemming met de geldende wetten en normen.

Richtlijnen

1. Publishers houden zich aan de paid search verwachtingen die zijn weergegeven in de desbetreffende adverteerderprofielen.
2. Publishers gebruiken geen termen die inbreuk maken op de paid search activiteiten van merken van derden.
3. Publishers beschouwen alle wetten van hun land van herkomst, het vestigingsland van de adverteerder en het land waar de consumentdoelgroep zich bevindt, van toepassing.
4. Publishers stellen Awin op de hoogte van en zorgen voor bewijs van eventuele overeenkomsten met een adverteerder met betrekking tot exclusiviteit of andere regelingen met betrekking tot het gebruik van specifieke termen, waaronder branding, binnen paid search activiteiten.

Regel 8

Publishers misleiden consumenten niet in hun reclameactiviteiten.

Richtlijnen

1. Alle informatie die publishers verstrekken aan consumenten is correct en actueel.
2. Publishers bezitten alle relevante licenties en registraties met betrekking tot hun producten. Voorbeelden van activiteiten die vaak specifieke licenties en registraties vereisen, zijn:



3. Publishers beïnvloeden de browse-ervaring van de consument niet op een onverwachte of schadelijke manier.

Regel 9

Publishers bieden transparantie over (website)verkeersbronnen en de omgeving waarin advertenties worden weergegeven.

Richtlijnen

1. Publishers gebruiken HTTP Referrers die de daadwerkelijke content pagina aangeven waarvoor een advertentie was vertoond.
2. Publishers houden zich niet bezig met activiteiten en technieken die (website)verkeersbronnen verkeerd representeren.

Regel 10

Publishers misbruiken geen trackinglinks en materiaal van adverteerders.

Richtlijnen

1. Publishers zetten alleen tracking in via een trackinglink die wordt gebruikt voor clicktracking als de gebruiker vrijwillig en opzettelijk interactie heeft gehad met de ad media of trackinglink.
2. Publishers initiëren alleen tracking voor een specifieke adverteerder als de consument rechtstreeks interactie heeft gehad met ad media voor deze adverteerder.
3. Als een overeenkomst met een adverteerder het gebruik van niet-standaard trackinglinks en adverteerdersmateriaal toestaat, dan verstrekken publishers op verzoek de schriftelijke bevestiging van deze overeenkomst aan Awin.

Regel 11

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

Richtlijnen

1. Publishers reageren tijdig, nauwkeurig en volledig op verzoeken om informatie door Awin of adverteerders.
2. Publishers stoppen een activiteit onmiddellijk als Awin of een adverteerder hierom vraagt.

Regel 12

Publishers zijn in overeenstemming met de strekking van deze Code of Conduct.

Richtlijnen

1. Publishers realiseren zich dat deze Code of Conduct niet uitputtend is en zij zullen niet in strijd zijn met de strekking van de Code of Conduct.