

## **BVDW Code of Conduct Affiliate Marketing für Publisher Stand 22. August 2013**

Die Unterzeichner des BVDW Code of Conduct (CoC) mit Regelungen für Affiliate-Marketing-Publisher verpflichten sich, in der Bewerbung von Partnerprogrammen mindestens die nachfolgend definierten Kriterien und Bedingungen einzuhalten. Durch Ergreifen geeigneter Maßnahmen soll die Qualität im Affiliate Marketing dauerhaft gestärkt sowie eine möglichst hohe Transparenz bei der Teilnahme in Partnerprogrammen erreicht werden. Das oberste Ziel dieser Festsetzung eines qualitativen Grundverständnisses und einer Verpflichtung zu den damit verbundenen Richtlinien ist, die Transparenz und nachhaltige Professionalisierung aller Beteiligten am Affiliate Marketing in Deutschland zu sichern.

### **I. Umfeldler/Werbemethoden**

Der Publisher akzeptiert generell keine Insertion nach deutschem Recht rechtswidriger Werbemethoden und stellt keine Seiten mit nach deutschem Recht rechtswidrigen (oder unsittlichen) Inhalten als Werbeplattform für Partnerprogramme zur Verfügung. Zur Verfügung gestellte Werbemittel, Hyperlinks und URLs werden unter Berücksichtigung des Spam-Verbots behandelt sowie nicht in einem Kontext platziert, der erkennbar die wirtschaftlichen Interessen von Netzwerken und/oder Advertisern gefährden könnte.

### **II. Cookies**

Es muss ein Werbemittelkontakt mit (durch Click oder View) dem Endnutzer stattfinden, um ein Cookie setzen zu dürfen.<sup>1</sup>

### **III. Adware, Toolbars, Widgets und weitere Software**

Die softwaregestützte Traffic-Generierung ist ein valides Publisher-Modell. Der Publisher akzeptiert aber keine softwaregestützten Modelle, bei denen der Endnutzer die Installation derselben nicht selbst bestimmen (keine Drive-by-Installation) und auch nicht wieder selbst deinstallieren kann bzw. die undokumentierte Funktionalitäten enthalten. Weiterhin darf die eigentliche Zielseite, auf die ein Endnutzer navigieren möchte, für den Nutzer nicht verändert werden. Wenn ein User eine Website aufruft (u.a. Type-In, Click auf Link), darf dieser Aufruf nur nach der Zustimmung des Users umgeleitet werden.

### **IV. Trafficbroker/Subnetzwerke**

Trafficbroker bzw. Subnetzwerke sind Publisher, die nicht nur den Traffic eigener Sites vermarkten, sondern auch den Traffic fremder Websites. Die Trafficbroker/Subnetzwerke verpflichten sich, die jeweils für das beworbene Partnerprogramm gültigen Bedingungen vollständig und an alle weiteren an der Bewerbung des Partnerprogramms beteiligte Publisher verbindlich weiterzugeben. Die Netzwerke sind angehalten, sofern notwendig mit diesen Publishern gesonderte Verträge abzuschließen, um eine Vereinbarkeit des gelieferten Traffics mit dem Code of Conduct zu gewährleisten.

### **V. Postview**

Postview-Kampagnen müssen durch den jeweiligen Advertiser bzw. dessen Agentur explizit beauftragt werden. Dies kann durch geeignete technische Maßnahmen bzw. Einstellungen im Account oder schriftliche Vereinbarungen erfolgen. Vereinbarte besondere Kriterien wie Post-View-Cookie-Laufzeit, Traffic Cappings, Ausschluss von Multi-Advertiser-Werbemitteln, ggf. zu verwendende besondere Tracking Links etc. werden schriftlich festgehalten oder durch technische Maßnahmen nachvollziehbar dokumentiert. Abweichungen von den Mindestanforderungen des Code of Conduct sind möglich, müssen jedoch immer schriftlich dokumentiert werden.

<sup>1</sup> 1 Vgl. OBA-Selbstregulierung unter [www.meine-cookies.org](http://www.meine-cookies.org)



## **Guidelines zur Durchführung von Postview-Kampagnen**

- ➔ Es dürfen nur für Postview zur Verfügung gestellte oder explizit dafür freigegebene Werbemittel verwendet werden.
- ➔ Die Mindestgröße jedes Werbemittels muss 234x60 (entspricht 14.040 Pixel) betragen, dies gilt entsprechend für die Fläche pro Werbeplatz in Multi-Advertiser-Werbemitteln.
- ➔ Die Anzahl der Werbeplätze pro Multi-Advertiser-Werbemittel ist auf drei Kampagnen begrenzt.
- ➔ Automatische Rotationen innerhalb eines Anzeigenplatzes und automatische Reloads zum Austausch des Werbemittels bzw. der in einem Multi-Advertiser-Werbemittel enthaltenden Advertiser sind nicht gestattet.
- ➔ Das Tracking Cookie, das zu einem Provisionsanspruch führen kann, darf nur für den angezeigten Advertiser und nach Sichtkontakt gesetzt werden.
- ➔ Reine Texte / Textlinks genügen nicht als Grundlage für Post-View-Vergütungen
- ➔ Textbanner müssen einen deutlichen grafischen Bezug auf den jeweiligen Advertiser und das beworbene Produkt haben und müssen die Mindestgröße erreichen (zulässig wäre z.B. eine Kombination aus Logo 120x60 und Angebotstext).
- ➔ Das Werbemittel muss klickbar sein und bei Klick auf das Angebot des beworbenen Advertiser weiterleiten (ein Advertiser, eine Landingpage).

## **VI. Weitere Modelle**

Für die Durchführung von weiteren, wie den unten aufgeführten Modellen gelten die jeweiligen genau definierten und mit entsprechender Vorlaufzeit kommunizierten Programmbedingungen des Advertiser:

- ➔ Search Engine Advertising (SEA/SEM)
- ➔ Gutschein-Marketing
- ➔ Werbung über Social Media
- ➔ Performance Display Advertising
- ➔ Retargeting
- ➔ Toolbars/Widgets und weitere Software
- ➔ Bonus-/Cashback-Systeme
- ➔ E-Mail Affiliates
- ➔ Mobile Marketing

Grundlegende Vertragsbestandteile der Zusammenarbeit mit Netzwerken und Agenturen wird konkret durch die jeweiligen programmspezifischen Teilnahmebedingungen geregelt und ist nicht Bestandteil dieser Selbstverpflichtung.



Hiermit erkläre(n) ich mich/wir uns bereit, die Einhaltung dieser Punkte dauerhaft und regelmäßig zu überprüfen. Wir verpflichten uns/ich verpflichte mich hiermit, bestehende Prozesse und Instrumente im Rahmen der wirtschaftlichen Vertretbarkeit einzusetzen und weiterzuentwickeln.

Unternehmen: \_\_\_\_\_  
Geschäftsführer: \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_  
Webseite/URL: \_\_\_\_\_

Mit dieser Unterschrift erkenne(n) ich/wir die Inhalte dieses Code of Conduct sowie die zugehörige Teilnahmebedingungen für mein/unser Unternehmen an und bestätige, dass ich/wir ein Publisher (natürliche oder juristische Person; Inhaber bzw. Betreiber digitaler Medien wie Webseiten, E-Mails, SMS, MMS) bin/sind, der verlinkte Werbeflächen zur Verfügung stellt, die an Advertiser weiter vermittelt werden können.

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift, Firmenstempel

