



## BVDW Code of Conduct Affiliate Marketing, Ergänzung Couponing

Stand 07. FEBRUAR 2026

Die Unterzeichner des BVDW Code of Conduct (CoC) Ergänzung Couponing mit Regelungen für Affiliate-Marketing-Publisher verpflichten sich, mindestens die nachfolgend definierten Kriterien und Bedingungen einzuhalten. Daher wurden im BVDW intensive Gespräche geführt, um die missbräuchliche Verwendung von Gutscheinen im Affiliate Marketing zu regulieren. Zielsetzung ist es, durch Ergreifen geeigneter Maßnahmen die hohe Traffic-Qualität im Affiliate Marketing dauerhaft zu gewährleisten und auszubauen.

Ein weiteres Ziel ist es, eine möglichst hohe Transparenz für den Advertiser bezüglich der Arbeitsweisen und Methoden der seriösen Gutschein-Publisher zu erreichen. Der Code of Conduct gilt für alle Werbepartner, die Gutscheine verwenden, um darüber Besucher und Kunden für den Advertiser im Rahmen eines Affiliate-Marketing-Programms, zu gewinnen.

### Mit dem Code of Conduct Couponing soll erreicht werden:

- a) Das Vertrauen der Verbraucher bei der Verwendung von Online-Gutscheinen aufrechtzuhalten und
- b) einen fairen Umgang zwischen den Unternehmen, die Gutscheine im Affiliate Marketing verwenden, zu gewährleisten.

### Der Code of Conduct Couponing gibt folgende Richtlinien vor:

1. Kennzeichnung von Gutscheinen
  - a. Der Publisher gewährleistet, dass alle beworbene Gutscheincodes und Angebote, deutlich, vollständig und korrekt kommuniziert werden, bevor der Endverbraucher aufgefordert wird einen Klick durchzuführen, um dadurch ein Cookie zu setzen. Die Verbraucher dürfen durch die Bewerbung von Gutscheinen nicht durch falsche oder unvollständige Versprechungen irregeführt werden.
  - b. Abgelaufene Aktionen und Codes dürfen nur angezeigt werden, wenn sie unmissverständlich als abgelaufen gekennzeichnet sind.
2. Exklusivität von Gutscheinen
  - a. Publisher dürfen keine eindeutig als exklusiv gekennzeichnete Codes von anderen Publishern kopieren und publizieren, ohne deren Genehmigung oder die des Advertisers. Außerdem dürfen keine Gutscheine als exklusiv markiert werden, wenn diese es nicht auch explizit sind.
3. Aktualität und Qualität von Gutscheinen
  - a. Wenn ein Gutschein ein Ablaufdatum hat, muss dieses eindeutig vom Publisher kommuniziert werden.
  - b. Gutscheine müssen immer auf dem neuesten Stand gehalten werden. Publisher gewährleisten, dass die beworbenen Gutscheine einwandfrei funktionieren.
4. Bewerbung von Gutscheinen
  - a. Das Verwenden von nicht existierenden Angeboten als „Lockvogel“ in Ad-Texten (inkl. SERPs) ist nicht erlaubt.
  - b. Abgelaufene Aktionen und Codes dürfen nicht aktiv beworben werden.
  - c. Gutscheine dürfen nicht durch Cookie-Dropping oder iFrame beworben werden, mit dem Zweck dadurch ein Forced Cookie zu setzen.
  - d. Publisher dürfen keine Gutscheine über unerlaubtes oder unabgestimmtes SEA Brand Bidding auf die Advertiser Brand bewerben.

## 5. Reaktionszeiten und Änderungen von Gutscheinen

- a. Publisher müssen eine schnelle Reaktionszeit auf Anforderungen der Advertiser während der üblichen Bürozeiten sicherstellen. Die Umsetzung soll Zeitnah erfolgen, in der Regel innerhalb von Stunden.
- b. Publisher müssen nach Absprache mit dem Advertiser User Generated Content löschen.
- c. Wenn Advertiser deutlich kommunizieren, dass die Bewerbung von kanalübergreifenden Codes nicht erwünscht ist, wird dies vom Publisher bis auf Widerruf permanent eingehalten.

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 zugehörigen Teilnahmebedingungen der Selbstverpflichtungen der Unit Affiliate Marketing des BVDW für mein/unser Unternehmen an und bestätige(n), 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/stellen, die an Advertiser weiter vermittelt werden können.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift,Firmenstempel