

# Uppförandekod

Awins Uppförandekod innehåller ytterligare regler och riktlinjer för att hjälpa publicister att leverera högkvalitativa prestationer åt annonsörer i Awin-nätverket.

## Introduktion

Awins Uppförandekod riktar sig mot alla publicister i Awin-nätverket som levererar webbtrafik och kunder till annonsörer.

**Syftet med koden** är att uppnå följande:

### Förtroende

Behålla konsumenternas förtroende avseende reglering av annonsering och spårningstekniker på nätet

### Ärlighet

Se till att dina avtal och uppgörelser med annonsörer är transparenta och rättvisa

### Efterlevnad

Garanterat ett engagemang för internationellt erkända sociala standarder och, i synnerhet, de ståndpunkter som anges i den tyska lagen om tillbörlig aktsamhet i leveranskedjan

Koden innehåller praktiska riktlinjer för hur den ska efterlevas. Publicister måste följa dessa för att efterleva uppförandekoden, men att följa riktlinjerna är på intet sätt en garanti för att koden efterlevs.

Publicister måste fatta egna beslut om vilka åtgärder som bör vidtas för att efterleva koden. Dessa kan innefatta åtgärder utöver de som nämns här.

Denna Uppförandekod reflekterar Awins förväntningar gällande affiliatemarknadsföring i allmänhet. Ytterligare förväntningar kan gälla i vissa regioner, inom vissa branscher eller för vissa aktiviteter och dessa beskrivs i respektive uppförandekod och dokument för bästa praxis.

Het gaat hier met name om:

 [Nedladdningsbar programvara](#)

 [Rabattkodsannonsering](#)

 [Bästa praxis för cashback \(Storbritannien\)](#)

Dessutom ska de etiska standarderna följas i enlighet med [Awins uppförandekod för leverantörer](#), vilka kan ändras eller uppdateras av Awin efter eget gottfinnande efter meddelande till utgivaren.

## Uppföljning och tillämpning

Awins Partner Compliance-team arbetar tillsammans med Awins kontoansvariga, annonsörer, publicister och leverantörer från tredje part för att effektivt övervaka beteenden på nätverket och se till så att denna uppförandekod samt våra villkor efterlevs.

Vi strävar efter att upprätthålla ett gemensamt tillvägagångssätt för att lösa frågor och tvister kring aktiviteter, men aktiviteter som inte efterlever uppförandekoden kommer att resultera i allt från varningar och förlust av provision till kontofrysningar, kontoavstängningar och uteslutning ur nätverket.



# Uppförandekod

## Regler och riktlinjer

### Regel 1

Publicister ska proaktivt och transparent redogöra för alla sina reklamkampanjer och få annonsörens tillstånd för alla aktiviteter.

#### Riktlinjer

- 01 Publicister använder sin publicistprofil för att redogöra för och visa sina aktiviteter.
- 02 Publicister som är involverade i aktiviteter utanför sin egen registrerade kampanjsfär redogör för dessa direkt till annonsören.

### Regel 2

Publicister ska inte negativt påverka hur en annonsörs webbplats presterar, eller dess funktionalitet eller tillgänglighet.

#### Riktlinjer

- 01 Trafiken överskrider inte den volym som rimligen kan förväntas.
- 02 Om annonsören rapporterar om störningar eller negativ påverkan av något slag avslutar publicisten omedelbart all aktivitet.
- 03 Publicister använder sig inte av tekniker som ändrar designen eller påverkar funktionaliteten hos en annonsörs webbplats utan tillstånd från annonsören i fråga.

### Regel 3

Publicister måste vara verksamma på den geografiska plats och det säte som uppges.

#### Riktlinjer

- 01 På begäran tillhandahåller publicister ytterligare dokument för att verifiera platsen där de bedriver sin verksamhet och var företagets aktieägare är bosatta.

### Regel 4

Publicister ska endast tillhandahålla nedladdningsbar programvara som lever upp till godkänd standard.

#### Riktlinjer

- 01 All nedladdningsbar programvara som används av en publicist ska efterleva [IAB:s Uppförandekod](#) för nedladdningsbar programvara
- 02 Publicister skickar sin programvara för granskning av Awins Partner Compliance-team innan den används av annonsören.
- 03 Publicister använder endast nedladdningsbar programvara efter att annonsören godkänt denna.

### Regel 5

Publicister får inte ägna sig åt spam-aktiviteter av något slag.

#### Riktlinjer

- 01 Publicister använder inte tredjepartsplattformar eller sociala mediekkanaler i annonseringssyfte utan tillstånd från respektive ägare

### Regel 6

Publicister får inte publicera eller tillåta publicering av innehåll som är troligt att vanära publicistmarknadsföring, en annonsör eller dess respektive licensgivare eller licensinnehavare

#### Riktlinjer

- 01 Publicister säkerställer effektiv moderering av eventuell användargenererat innehåll som de låter publicera.
- 02 Publicister svarar omgående på kommunikation som initierats av annonsören eller dess respektive licensgivare eller licensinnehavare, som rör innehåll som är troligt att anses som ärekränkande.

- 03 Publicister överväger aldrig att godkänna något av följande innehåll:

- ➔ Obscent eller pornografiskt innehåll
- ➔ Diskriminerande innehåll, framför allt grundat på etnicitet, nationalitet, sexuell läggning och identitet, funktionsnedsättning, religion eller ålder
- ➔ Smädligt och ärekränkande innehåll
- ➔ Våldsamt innehåll eller som uppmanar till våld
- ➔ Innehåll som bryter mot immaterialrätten
- ➔ Innehåll som bryter mot tillämpliga lagar

### Regel 7

Publicister får endast bedriva betald sökmarknadsföring enligt gällande lagar och standarder

#### Riktlinjer

- 01 Publicister följer de förväntningar som redogörs för i respektive annonsörsprofil.
- 02 Publicister använder sig inte av termer som bryter mot immateriella rättigheter för tredje part i sina betalda sökningar.
- 03 Publicister följer alla lagar och regler där de har sitt säte, där annonsören bedriver verksamhet samt i målgruppens bosättningsländer.
- 04 Publicister meddelar Awin och tillhandahåller kopior på eventuella avtal med annonsörer gällande exklusivitet eller andra arrangemang gällande särskilda termer, inklusive branding, inom den betalda sökningen.

# Uppförandekod

## Regel 8

Publicister får inte vilseleda konsumenter

### Riktlinjer

- 01 All information som tillhandahålls av publicister är korrekt och aktuell.
- 02 Publicister innehar relevanta licenser och produktregistreringar som krävs för programvara de använder. Exempel på aktiviteter som vanligtvis kräver specifika licenser och registreringar är:
  - Finansiella tjänster
  - Sjukvårdstjänster
- 03 Publicister påverkar inte konsumenters surfupplevelse på ett icke-förväntat eller illvilligt sätt.

## Regel 9

Publicister är transparenta gällande trafikällor och den miljö i vilken annonserna visas.

### Riktlinjer

- 01 Publicister använder sig av HTTP-hänvisare som visar den faktiska innehållssidan som en annons visades i relation till.
- 02 Publicister ägnar sig inte åt aktiviteter eller tekniker som förvränger trafikällorna.

## Regel 10

Publicister får inte missbruka spårningslänkar eller annonsörsmaterial.

### Riktlinjer

- 01 Publicister initierar endast spårning via en spårningslänk som används för klickspårning om användaren frivilligt och avsiktligt interagerade med annonsen eller spårningslänken.

- 02 Publicister initierar endast spårning för en specifik annonsör om konsumenten interagerade direkt med denna annonsörs annons.
- 03 Om ett avtal med en annonsör tillåter icke-standard användning av spårningslänkar och annonsmaterial ska publicisten kunna tillhandahålla Awin en skriftlig bekräftelse på detta avtal.

## Regel 11

Publicister i form av subnätverk är ansvariga för och ska säkerställa att deras anslutna publicisters aktiviteter är transparenta.

### Riktlinjer

- 01 Subnätverk kommer att hållas ansvariga för alla sina anslutna publicisters marknadsföringsaktiviteter och underlåtenheter precis som om dessa handlingar vore deras egna. Ett brott mot någon av dessa regler eller uppförandekoden från en publicists sida betraktas som om överträdelsen begåtts av subnätverket.
- 02 När subnätverk rapporterar trafik och försäljning till Awin-nätverket måste de använda klickreferensparametern (clickref) för att identifiera publicisten och webbadressen, detta för att informera Awin om den publicist-URL som drev försäljningen.
- 03 Awin har slutgiltig beslutsrätt över alla publicister som marknadsför annonsörer via ett subnätverk och förbehåller sig rätten att stänga av eller blockera individuella publicister från att marknadsföra Awin-annonser.
- 04 Inga relationer mellan sub-subnätverk tillåts.

## Regel 12

Publicister lovar att samarbeta fullt ut för att lösa eventuella problem och tvister.

### Riktlinjer

- 01 Publicister svarar på begäranden om information från Awin eller annonsören inom rimlig tid och på ett så korrekt och uttömmande sätt som möjligt.
- 02 Publicister avbryter omedelbart en aktivitet om Awin eller en annonsör ber om det.

## Regel 13

Publicister efterlever uppförandekodens anda.

### Riktlinjer

- 01 Publicister följer de etiska normerna för leverantörer i enlighet med [Awins uppförandekod för leverantörer](#)
- 02 Publicisterna är medvetna om att denna uppförandekod inte är heltäckande och använder sitt goda omdöme för att inte bryta mot andan i uppförandekoden.

