

# UK: IAB verabschiedet neue Leitlinie für Online-Couponing

✘ Der britische Online-Marketing-Verband IAB hat seinen Code of Conduct für Werbenetzwerke erneuert. Ziel der Leitlinie ist es, mehr Transparenz im Online-Couponing zu schaffen. In Großbritannien fließen 70 Prozent aller Budgets aus dem Performance-Marketing bereits in den Versand von Gutscheinen und Rabattcodes, so der Verband.

Gutschein und Rabatte zählen zu den Klassikern im Direkt-Marketing – online wie offline. Online nutzen viele Shopbetreiber Werbenetzwerke, um für ihre Couponing-Aktionen große Reichweiten zu erzielen.

Doch gibt es immer wieder schwarze Schafe, die beispielsweise abgelaufene oder irreführende Gutscheine im Netz verteilen. Die Neuauflage des [IAB Codes of Conducts](#) soll für mehr Transparenz und Kontrolle zwischen Affiliates und Publishern sorgen:

*The Code acts as a best practice framework seeking to achieve the following objectives:*

*Ensure fair dealings amongst businesses which make use of vouchers as an affiliate marketing model*

*Maintain consumer confidence in vouchers as a purchasing method*

*Provide advertisers with assurance of the channel's transparency and control*

Bei der neuen Leitlinie, es handelt sich bereits um die dritte Überarbeitung seit 2008, handelt es sich um eine freiwillige Selbstverpflichtung der Unternehmen, die Regularien einzuhalten.