

PARTNER-COMPLIANCE-RICHTLINIEN

ALLES, WAS SIE WISSEN MÜSSEN, AUF EINEN BLICK | ZULETZT AKTUALISIERT IM AUGUST 2023

eToro ist die weltweit führende Social-Trading-Plattform, die Investitionen in verschiedene Assets und Produkte wie Aktien, ETFs und Kryptowährungen sowie den Handel von CFDs mit verschiedenen Basiswerten anbietet.

Um während unserer Partnerschaft eine erfolgreiche und gesetzeskonforme Präsenz zu schaffen und aufrechtzuerhalten, erwarten wir von allen Partnern, dass sie sich an alle Regeln und Richtlinien halten, die in Bezug auf die eToro Group, Ihre Aktivität und den von Ihnen gewählten Marketingkanal gelten.

Bitte lesen Sie sich die Hauptrichtlinien in Bezug auf die Vermarktung von eToro-Produkten und -Dienstleistungen unten durch und stellen Sie sicher, dass offene Fragen, mit Ihrem Partnerprogramm-Manager geklärt werden.

HAUPTRICHTLINIEN

- Alle unsere Partner müssen ihre Geschäfts- und Mitgliedschaftsaktivitäten im Einklang mit diesen Richtlinien und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen durchführen. Jeder Verstoß kann zur Beendigung der Partnerschaft führen.
- Alle Partner müssen ihren Wohnsitz in einem Land haben, in dem es eToro erlaubt ist, Geschäfte zu tätigen. Jegliche Kommunikation, die für Personen in anderen Ländern bestimmt ist oder diese erreichen könnte, unterliegt den jeweiligen lokalen Vorschriften und Bestimmungen, die beachtet werden müssen. Bitte teilen Sie Ihrem Partnerschaftsmanager alle geplanten Aktivitäten mit.
- Partner dürfen nur die offiziellen Marketingmaterialien von eToro verwenden, die in den Partner-Marketing-Tools innerhalb des Partnerportals zu finden sind.
- Alle Marketingmaterialien und/oder damit verbundenen Materialien, die vom Partner erstellt werden (z. B. Banner, Videos) oder alle wesentlichen Änderungen an den vom Partner genutzten Kanälen sollten vor der Veröffentlichung von eToro überprüft und genehmigt werden. Alle diesbezüglichen Anfragen sollten an Ihren Partnerschaftsmanager weitergeleitet werden.
- Partner dürfen für eToro nicht über andere Quellen werben als die, die vom Partnerschaftsmanager angegeben und genehmigt wurden. Jeder neue Kommunikationskanal muss vor seiner Nutzung bekanntgegeben werden. Traffic aus nicht genehmigten Quellen kann einen Verstoß gegen die Partnerschaftsvereinbarung darstellen und zur Beendigung der Partnerschaft führen. Alle diesbezüglichen Anfragen sollten an Ihren Partnerschaftsmanager weitergeleitet werden.
- Die Werbung für eToro auf unangemessenen Websites wie unter anderem Piraterie, Pornos, binären Optionen, Glücksspiel und Websites zum "schnellen Geldverdienen" ist strengstens verboten und führt zur Beendigung der Partnerschaft.
- Teilnahmeberechtigt an Werbeaktionen sind ausschließlich Personen über 18 Jahre.
- Gesetzliche Anforderungen können sich oft ohne Vorankündigung ändern. In diesem Fall müssen alle Werbematerialien oder -kanäle möglicherweise sofort aktualisiert werden. Bitte prüfen Sie den Newsletter regelmäßig auf Aktualisierungen und reagieren Sie entsprechend.

- Vermeiden Sie Marketingtaktiken, die ungesetzlich oder unethisch sind oder als unseriös empfunden werden könnten, wie z. B. Nachahmungen oder Fälschungen. Ihr Marketing muss genau/sachlich, fair und transparent sein. Beispiele für inakzeptable Taktiken sind unter anderem die Beantwortung von Know Your Customer-Anfragen (KYC), die Möglichkeit zu schaffen sich als jemand anderer auszugeben oder Betrug zu begehen sowie andere fragwürdige Marketingtaktiken, die dazu dienen Traffic zu generieren.

PARTNER-MARKETING-GRUNDSÄTZE

Bei der Werbung für eToro muss der Partner sicherstellen, dass jegliche Kommunikation, Werbung und das Marketing in Bezug auf die von eToro angebotenen Produkte und Dienstleistungen fair, verständlich und nicht irreführend ist.

Ist es fair?

Oft wird in Beiträgen behauptet, wie gut ein Produkt oder eine Dienstleistung ist. Solange solche Behauptungen überprüft werden können, sind sie für den Kunden nicht irreführend.

Folgendes sollten Sie nicht tun:

- Irreführende Überschriften verwenden (z. B. beste südkoreanische Krypto-Plattform – dies ist irreführend, weil wir kein SK-Broker sind und keine Lizenz für Geschäfte in SK haben);
- Unfaire Vergleiche oder Aussagen: z. B.: Vergleichen Sie die Leistung von Tesla mit dem Preisanstieg von Silber? Wenn ja, warum? Gibt es einen Zusammenhang zwischen ihnen? Wenn dies nicht der Fall ist, dürfen Sie die Instrumente nicht vergleichen.

Folgendes sollten Sie tun:

- Achten Sie auf eine ausgewogene Werbung: Betonen Sie nicht den potenziellen Nutzen, ohne angemessen auf relevante Risiken oder Einschränkungen hinzuweisen;
- Weisen Sie an exponierter Stelle auf die Risiken eines Produkts oder einer Dienstleistung hin.

Ist das verständlich?

Verständliche Werbeaktionen sind leicht lesbar (oder hörbar) und verwenden eine Sprache, die nicht schwer zu verstehen oder zu interpretieren ist.

Folgendes sollten Sie nicht tun:

- Umgangssprache oder eine zu komplexe oder technische Sprache verwenden, die den Kunden von den wichtigsten Informationen ablenken könnte.

Folgendes sollten Sie tun:

- Heben Sie wichtige Informationen deutlicher hervor; einschließlich Gebühren und Kosten, Nutzungsbedingungen und mögliche Risiken oder Einschränkungen im Zusammenhang mit dem Produkt oder der Dienstleistung;
- Verwenden Sie gut lesbare Schrifttypen in angemessener Größe;
- Wenn Sie Soziale Medien nutzen, legen Sie Ihren Partnerstatus offen und stellen Sie sicher, dass Ihr Beitrag eindeutig als Werbung erkennbar ist. Dies kann so einfach sein wie die Einfügung eines Hinweises wie #Ad #Anzeige

Ist es irreführend?

Wenn etwas weder verständlich noch fair ist, besteht die Gefahr, dass es einen Kunden zu einer Kaufentscheidung verleitet.

Folgendes sollten Sie nicht tun:

- Veraltete Informationen oder Materialien verwenden.

Folgendes sollten Sie tun:

- Für jedes beworbene Produkt die richtigen Risiko-Warnungen angeben.

IRREFÜHRENDE AUSSAGEN

Diese Aussagen betreffen alle visuellen und schriftlichen Bilder, die eingesetzt werden, um falsche Vorstellungen zu erwecken (z. B. schnelle Autos und Luxusjachten), und umfassen unter anderem:

- sich als Fondsmanager ausgeben; Geben Sie sich niemals als Mitarbeiter von eToro
- aus und geben Sie keine nicht lizenzierten Ratschläge oder Anlageempfehlungen
- Keine Gebühren oder kostenlos (andere Gebühren fallen an);
- Gefälschte Promi-Empfehlungen; unbefugte Nutzung von Bildern oder Zitaten von Prominenten; Unrealistische Erwartungen: zum Beispiel „Gewinne alle 60 Sekunden eine Rendite von bis zu 85 %“; Verwendung des Namens der Regulierungsbehörde als Marketinginstrument
- Aussagen, die das Investieren trivialisieren: "Einfach, schnell Geld verdienen" oder „Kopieren Sie die besten Trader und Sie werden Gewinne machen“, "Beginnen Sie jetzt Ihre Karriere als Trader“

INGESCHRÄNKTE LÄNDER & PRODUKTE

Einige der Produkte und Dienstleistungen von eToro können in den Ländern, in denen Sie werben möchten, eingeschränkt sein, daher ist die Vermarktung verboten.

In keinem Fall darf der Partner Marketing- oder Werbeaktivitäten in Bezug auf eToro in einem Gebiet, Standort, Territorium oder einer Gerichtsbarkeit innerhalb eines eingeschränkten Landes durchführen. Dies sollte besonders berücksichtigt werden.

Länderspezifische Einschränkungen entnehmen Sie bitte dieser Liste, produktspezifische Einschränkungen dieser Liste. Bitte besprechen Sie Ihre geplanten Aktivitäten mit Ihrem Partnerschaftsmanager.

MARKETING IN DEN USA

Aufgrund der regulatorischen Anforderungen in den USA ist für die Werbung für Aktien und ETFs eine besondere Genehmigung erforderlich, bevor diese Instrumente erwähnt werden dürfen. Optionen können zwar als ein in den USA angebotenes Asset erwähnt werden, sollten aber nicht speziell beworben werden.

Bei der Werbung in verschiedenen Rechtsordnungen muss der Partner klarstellen, was in den USA nicht verfügbar ist. Außerdem sollten Partner davon absehen, spezielle Assets oder Strategien zu erwähnen.

RISIKOWARNUNGEN

Risikowarnungen sind ein wichtiger und untrennbarer Bestandteil des Marketings und werden benötigt, um sicherzustellen, dass sich die Verbraucher der potenziellen Risiken bewusst sind, die mit eToro-Produkten und -Dienstleistungen verbunden sind.

Dies sind die Richtlinien von eToro in Bezug auf Risikowarnungen in Marketing-Aktionen:

- Der Risikohinweis sollte an gut sichtbarer Stelle platziert werden, damit die Verbraucher ihn leicht lesen und verstehen können. Dies kann durch die Verwendung einer gut lesbaren Schriftgröße, fett gesetzt und mit Textkästen versehen, erreicht werden, und es muss sichergestellt werden, dass der Risikohinweis sich in der Nähe der Handlungsaufforderung befindet. Darüber hinaus sollten Risikohinweise sowohl am Anfang als auch am Ende von Videoinhalten eingebaut werden oder während der gesamten Laufzeit des Videos zu sehen sein.
- Der Risikohinweis sollte den regulatorischen Anforderungen entsprechen, die je nach

Rechtsordnung und Art des beworbenen Finanzprodukts oder der beworbenen Dienstleistung unterschiedlich sein können.

Es ist wichtig, sich über diese Anforderungen auf dem Laufenden zu halten, um ihre Einhaltung zu gewährleisten.

Auf dieser Seite finden Sie weitere Informationen darüber, welche Risikowarnungen wann verwendet werden sollten.

HOLEN SIE SICH UNTERSTÜTZUNG!

Sollten Sie weitere Unterstützung benötigen, zögern Sie nicht, sich an Ihren Partnermanager zu wenden, der Ihnen gerne helfen wird.

Wir möchten Ihnen für Ihre Mitarbeit danken und hoffen, dass wir allen unseren Partnern den bestmöglichen Service bieten können!

Beachten Sie bitte, dass dieses Dokument von Zeit zu Zeit geändert werden kann, um neue betriebliche und/oder neue/geänderte gesetzliche Anforderungen aufzunehmen/zu berücksichtigen.