

- **Die Aufsichtsbehörden gehen hart gegen Kryptowährungswerbung vor, da sie behaupten, dass sie das Risiko trivialisieren, das mit der Investition in digitale Vermögenswerte einhergeht.**
- **Singapur hat die extremsten Schritte unternommen, was dazu geführt hat, dass sogar BTC-Geldautomaten geschlossen wurden, aber Spanien, Großbritannien und andere gehen hart durch.**

Werbung ist eine Lebensader für jedes Unternehmen, sei es durch Mundpropaganda für lokale Unternehmen, durch Printmedien oder Fernsehwerbung. Im Zeitalter des Internets drehen sich Anzeigen meist um Websites von Google, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram oder Drittanbietern.

In der Werbewelt gibt es sogar ein Sprichwort, das zeigt, wie wichtig Werbung ist: „Sell the sizzle, not the steak“.

Aber für Kryptowährungsunternehmen ist Werbung zu einem Luxus geworden, der ihnen weltweit entzogen wird. „Sie können Ihre Bitcoin verkaufen, erzählen Sie den Leuten nur nichts davon“, scheint das Mantra zu sein, mit dem Regulierungsbehörden und einige Werbepattformen operieren.

Singapur, Spanien, Großbritannien - die Krypto-Werbung wird gelöscht

Der jüngste Eingriff in das Recht, für Bitcoin-Unternehmen zu werben, fand in Singapur statt. Die Zentralbank des Landes – die Monetary Authority of Singapore oder MAS – hat kürzlich neue herausgegeben **Richtlinien** für Krypto-Werbung. MAS verbot die Werbung für Kryptoprodukte an öffentlichen Orten. Diese reichen von Werbetafeln bis hin zu sozialen Medien in einer der bisher härtesten Razzien.

Das ist der Grund für das Verbot von Krypto-Werbung? – sie trivialisieren ein sehr riskantes Unterfangen.

Die MAS erklärte:

DPT-Dienstleister sollten den Handel mit DPTs nicht in einer Weise darstellen, die die hohen Risiken des Handels mit DPTs trivialisiert, und sollten ihre DPT-Dienste nicht in öffentlichen Bereichen in Singapur oder über andere Medien bewerben, die sich an die breite Öffentlichkeit in Singapur richten.

DPTs beziehen sich auf digitale Zahlungstoken oder einfach auf jede andere Kryptowährung. Börsen, Wallets, Broker und andere Bitcoin-Unternehmen dürfen nicht mehr in „öffentlichen Verkehrsmitteln, Veranstaltungsorten öffentlicher Verkehrsmittel, Rundfunkmedien oder Zeitschriften, Websites Dritter, Social-Media-Plattformen, öffentlichen Veranstaltungen oder Roadshows“ werben.

Bitcoin-Unternehmen können ihre Produkte jetzt nur noch über ihre offiziellen Social-Media-Konten bewerben, und selbst diese Beiträge müssen einigen Regeln entsprechen. Sie können auch keine Social-Media-Influencer verwenden, um ihre Produkte zu pushen.

Apropos Social-Media-Influencer: Spanien wirft einen genaueren Blick auf sie. Die Finanzdienstleistungsaufsichtsbehörde des Landes, bekannt als Comisión Nacional del Mercado de Valores, hat kürzlich verfügt, dass Influencer ihr eine Frist von zehn Tagen einhalten müssen, bevor sie für ein Kryptowährungsprodukt werben.

Wie CNF berichtete, müssen die Influencer auch eine Warnung in ihre Posts aufnehmen, die lautet:

Investitionen in Krypto-Assets sind nicht reguliert. Sie sind möglicherweise nicht für Privatanleger geeignet und der gesamte investierte Betrag kann verloren gehen.

In Großbritannien hat sich die Advertising Standards Agency auch mit Krypto-Werbung beschäftigt. Kürzlich kam es zu einem Streit mit einem der größten Fußballvereine des Landes, Arsenal, wegen einer angeblich irreführenden Krypto-Werbung. Arsenal hatte seine Fan-Token auf seiner eigenen Website und auf Social-Media-Konten beworben, aber die ASA **sagte** dass die Anzeige unverantwortlich war.

Arsenal musste die Anzeige entfernen und in Zukunft sehr deutlich machen, dass Fan-Token auch Krypto-Assets sind und „dass der Wert von Investitionen in Krypto-Assets variabel und Krypto-Assets unreguliert waren“.

Die ASA ist hart gegen Krypto-Unternehmen vorgegangen, darunter Crypto.com, von denen sie sagt, dass sie Menschen dazu ermutigt haben, Bitcoin mit Kreditkarten zu kaufen, und dabei Schulden gemacht haben. EToro, Luno, Coinbase Europe, Exmo Exchange, Coinburp und Payward waren einige der anderen Opfer.

Und jetzt mischt sich das Finanzministerium Ihrer Majestät ein. Kürzlich behauptete es, es beabsichtige, die Regeln für Krypto-Anzeigen zu verschärfen, um sicherzustellen, dass sie mit anderen finanziellen Vermögenswerten in Einklang bleiben.

Warum das Vorgehen gegen Krypto-Werbung?

Im Moment sind es die Aufsichtsbehörden, die gegen Krypto-Werbung vorgehen. In der Vergangenheit haben sich jedoch sogar Werbeplattformen gegen Krypto-Werbung gewandt.

Google, Facebook, Twitter und LinkedIn, um nur einige zu nennen, haben alle Krypto-Anzeigen ganz oder teilweise verboten. Sie würden später umkehren und die Verbote aufheben, als der Markt wuchs und zum Mainstream wurde. Einige, wie Facebook, haben sich sogar umgedreht und sind der gleichen Branche beigetreten, gegen die sie gekämpft haben. Wie CNF berichtete, arbeitet Facebook, jetzt bekannt als Meta, an der NFT-Integration. Der Social-Media-Riese hat auch sein Stablecoin-Projekt Diem.

Lesen Sie mehr: Meta arbeitet Berichten zufolge an NFT-Funktionen für Facebook und Instagram und soll außerdem einen Marktplatz eröffnen

Zugegeben, es gab mehrere betrügerische Krypto-Projekte, die Kunden durch Anzeigen angezogen haben. In der Ära der ICOs waren diese auf einem Allzeithoch, was die Technologiegiganten als Grund für das vollständige Verbot aller Krypto-Werbung anführten.

Die Lösung liegt jedoch nicht darin, das Kind mit dem Bade auszuschütten. Dieser Ansatz hat vielen legitimen Unternehmen, die einen echten Mehrwert bieten, geschadet, da ihnen der Zugang zu Werbepattformen verweigert wurde. Dies war der gleiche Ansatz, den einige Extremisten gewählt haben, die behaupteten, dass Krypto in seiner Gesamtheit verboten werden sollte, da Bitcoin in vielen Ransomware-Kampagnen verwendet wurde.

Der beste Ansatz ist, gegen die faulen Äpfel vorzugehen. Aufsichtsbehörden und sogar Plattformen wie Google und Facebook tun dies mit anderen Branchen. Zum Beispiel ist die Anzahl der betrügerischen FX-Unternehmen ziemlich hoch, wahrscheinlich sogar höher als bei Krypto. Der Ansatz, mit dem dies gehandhabt wird, berücksichtigt jedoch die Tatsache, dass es legitimere Projekte als Betrug gibt. Warum also nicht den gleichen Ansatz mit Kryptos verwenden?

Quelle: Crypto-News-Flash.com

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de