Binance sagt, Fußballer Andrés Iniesta wurde für Twitter-Post bezahlt

Fußballer Andrés Iniesta wurde von Binance für den Werbe-Tweet bezahlt, der eine Gegenreaktion der spanischen Finanzaufsichtsbehörde auslöste, aber der Deal wurde aufgrund eines ȣMissverständnissesȣ nicht bekannt gegeben, teilte die Kryptobörse mit. Der Tweet von Iniesta war einer von vier Posts prominenter Fußballspieler, die Binance als ȣTeil einer Influencer-Kampagneȣ gesponsert hatte. Spaniens Nationale Wertpapiermarktkommission antwortete auf den Post des WM-Stars Anfang dieser Woche auf Twitter, um ihn daran zu erinnern, dass ȣKryptoassets als nicht regulierte Produkte einige relevante Risiken bergenȣ. Spaniens Finanzaufsichtsbehörde ist eine von mehreren nationalen Aufsichtsbehörden, die sich besorgt über Prominente und Influencer geäußert haben, die risikoreiche digitale Assets …

Fußballer Andrés Iniesta wurde von Binance für den Werbe-Tweet bezahlt, der eine Gegenreaktion der spanischen Finanzaufsichtsbehörde auslöste, aber der Deal wurde aufgrund eines ȣMissverständnissesȣ nicht bekannt gegeben, teilte die Kryptobörse mit.

Der Tweet von Iniesta war einer von vier Posts prominenter Fußballspieler, die Binance als ȣTeil einer Influencer-Kampagneȣ gesponsert hatte. Spaniens Nationale Wertpapiermarktkommission antwortete auf den Post des WM-Stars Anfang dieser Woche auf Twitter, um ihn daran zu erinnern, dass ȣKryptoassets als nicht regulierte Produkte einige relevante Risiken bergenȣ.

Spaniens Finanzaufsichtsbehörde ist eine von mehreren nationalen Aufsichtsbehörden, die sich besorgt über Prominente und Influencer geäußert haben, die risikoreiche digitale Assets in sozialen Medien fördern.

ڎWas wir den Influencern, Prominenten und allen anderen sagen, ist ڊBitte passen Sie auf, Sie empfehlen im Gegenzug für Geld Investitionen in nicht regulierte Produkte, die zusätzliche Risiken bergen [the] öffentlichڌڋ, sagte die spanische Regulierungsbehörde auf eine Anfrage der Financial Times zu ihrem Tweet an Iniesta.

Binance sagte, dass es grundsätzlich beabsichtigt, dass alle gesponserten Beiträge offengelegt werden. ڎDer Beitrag wurde aufgrund eines Missverständnisses zwischen Binance und . nicht mit #Ad markiert [Iniestaڋs] Mannschaftڌ, hieß es.

Tweets von Raúl Jiménez, der für den Premier-League-Klub Wolverhampton Wanderers spielt, dem kolumbianischen Spieler James Rodríguez und dem Stürmer von Atlético Madrid, Luis Suárez, erschienen alle ohne Offenlegung, dass Binance für die Billigung bezahlt hatte, was der Austausch auch auf Missverständnisse zurückführte.

Suárez gab die ڎbezahlte Partnerschaftڌ in einem Instagram-Post bekannt, während Rodríguez und Iniesta in ihren Posts im Meta-eigenen Bilder-Sharing-Netzwerk keinen Hinweis auf den Sponsoring-Deal gaben.

Ein Twitter-Post von Luis Suárez, der für Binance wirbt © Twitter

Iniesta lehnte eine Stellungnahme ab. Die anderen Fußballer reagierten nicht auf Anfragen nach Kommentaren.

Die Posts der vier Sportstars, die zusammen 64 Millionen Twitter-

Follower haben, kommen zu einer Zeit, in der Regulierungsbehörden und Verbrauchergruppen zunehmend besorgt sind über das Maß an Transparenz, das Influencer in ihren Geschäftsbeziehungen bieten.

Die European Advertising Standards Alliance, die die Werbebranche bei der Selbstregulierung berät, sagt in ihrer ȣBest-Practice-Empfehlung für Influencer-Marketingȣ, dass die Erkennbarkeit kommerzieller Beiträge ȣein Eckpfeiler verantwortungsvoller Werbungȣ ist.

Thera Adam, Co-Leiterin für globales geistiges Eigentum bei der Anwaltskanzlei Eversheds Sutherland, sagte, dass ȣdie meistenȣ EU-Gerichtsbarkeiten Offenlegungsvorschriften eingeführt hätten, dass jedoch Anzeigenstandards auf nationaler Ebene mit einigen Unterschieden innerhalb des Blocks umgesetzt würden.

Die britische Behörde für Werbestandards hat im März eine Warnung an Influencer im Allgemeinen herausgegeben, nachdem sie nach den nationalen Vorschriften eine ȣinakzeptableȣ und ȣweit verbreitete Nichtoffenlegung von Werbungȣ festgestellt hatte.

Watchdogs haben auch Bedenken hinsichtlich der Verbreitung von Online-Inhalten geäußert, die während der Pandemie riskante Anlage- und Handelsideen fördern.

Nikhil Rathi, Chief Executive der Financial Conduct Authority, sagte in einer Rede in diesem Sommer, dass ȣnicht rechenschaftspflichtige Social-Media-Influencerȣ eine Rolle bei der Förderung risikoreicher Investitionen wie Krypto- und spekulative Aktienwetten gespielt haben, insbesondere bei jüngeren Anlegern.

Anthony Morrow, Mitbegründer der Finanzberatungsgruppe OpenMoney, sagte, dass die Hinwendung zu Social Media für Kunden, die keine andere Quelle für Finanzberatung haben, ȣwie der Wilde Westen der Investitionenȣ sei.

Untersuchungen der Investmentplattform Hargreaves Lansdown ergaben, dass die Mehrheit der Händler im Alter zwischen 18 und 34 Jahren soziale Medien für Anlageideen durchforstete.

Quelle: Financial Times

Details

Besuchen Sie uns auf: krypto-news.at