

Die britische Werbeaufsichtsbehörde erteilt der Kryptoindustrie Zurechtweisungen

Die britische Werbeaufsicht hat die Kryptoindustrie wegen weit verbreiteter Probleme mit irreführender und unverantwortlicher Werbung zur Rechenschaft gezogen und Urteile gegen mehrere der größten Unternehmen der Branche, darunter Coinbase und eToro, erlassen. Die Advertising Standards Authority hat am Mittwoch sieben Unternehmen formelle Rügen wegen Verstoßes gegen die Standards der britischen Anzeigenindustrie mit einer breiten Palette von Werbeaktionen veröffentlicht, von Online-Kampagnen bis hin zu Billigungen durch Social-Media-Influencer. Papa John's, die Pizzakette, die behauptet, den ersten Kauf in Bitcoin akzeptiert zu haben, geriet von der Regulierungsbehörde unter Beschuss, weil sie ihren Kunden 10 Pfund Bargeld in Form von Krypto-Token angeboten hatte. Die …

Die britische Werbeaufsicht hat die Kryptoindustrie wegen weit verbreiteter Probleme mit irreführender und unverantwortlicher Werbung zur Rechenschaft gezogen und Urteile gegen mehrere der größten Unternehmen der Branche, darunter Coinbase und eToro, erlassen.

Die Advertising Standards Authority hat am Mittwoch sieben Unternehmen formelle Rügen wegen Verstoßes gegen die Standards der britischen Anzeigenindustrie mit einer breiten Palette von Werbeaktionen veröffentlicht, von Online-Kampagnen bis hin zu Billigungen durch Social-Media-Influencer.

Papa John's, die Pizzakette, die behauptet, den ersten Kauf in Bitcoin akzeptiert zu haben, geriet von der Regulierungsbehörde unter Beschuss, weil sie ihren Kunden 10 Pfund Bargeld in Form von Krypto-Token angeboten hatte. Die ASA sagte, der Werbevertrag habe Investitionen in riskante Krypto-Assets trivialisiert.

Der Durchsetzungsschub der ASA kommt, nachdem die Agentur irreführendes Krypto-Marketing zur Priorität Alarmstufe Rot erklärt und versprochen hat, hart durchzugreifen.

Als wir Alarmstufe Rot sagten, meinten wir es ernst, sagte Miles Lockwood, Direktor für Beschwerden und Untersuchungen bei der ASA. Im Online-Bereich muss sich schnell etwas ändern.

Lockwood sagte, er gehe davon aus, dass sich die meisten Werbetreibenden an die Präzedenzfälle halten werden, die durch das Urteil festgelegt wurden, fügte jedoch hinzu, dass Unternehmen in normalerweise seltenen Fällen, in denen Unternehmen wiederholt die Regeln zur Schau stellen, an das Office of Fair Trading verwiesen werden können, was zu einer strafrechtlichen Verfolgung führen kann.

Untersuchungen der Financial Conduct Authority haben ergeben, dass nur eine Minderheit der Menschen digitale Münzen auf der Grundlage von Werbung kauft, aber sie neigen dazu, schlechtere Ergebnisse zu erzielen. Verbraucher, die sich durch Werbung überzeugen lassen, werden ihren Kauf viel eher bereuen, teilte die FCA im Juni mit.

Die ASA teilte der FT mit, sie habe bewusst eine Reihe von Fällen ausgewählt, um klare Standards für den sich schnell ändernden Sektor zu setzen, insbesondere in Bezug auf Online-Werbung.

Die Aufsichtsbehörde kritisierte Unternehmen dafür, dass sie Krypto-Investitionen als einfach und für jeden geeignet

darstellen, und sagte, dass Werbung die Realität widerspiegeln sollte, dass der Handel mit digitalen Vermögenswerten ausgereift und komplex ist und unerfahrene Privatanleger schmerzhaften Verlusten aussetzen könnte.

Zum Kreis der Fälle gehörten auch Urteile gegen die Handels-App Luno und die Krypto-Börse Kraken. Ein früheres ASA-Urteil veranlasste Luno, seinen Werbekampagnen in den Londoner öffentlichen Verkehrsmitteln Risikohinweise hinzuzufügen.

In den von der ASA veröffentlichten Antworten machten mehrere der Firmen, darunter Luno, Fehler oder Versäumnisse Dritter für das Versäumnis verantwortlich, Risikowarnungen in die vom Watchdog herausgegriffenen Anzeigen aufzunehmen. Eine Reihe von Unternehmen gab an, dass sich die Behauptungen der Einfachheit auf ihre Dienstleistungen bezogen und nicht auf Krypto-Investitionen selbst.

Coinbase sagte, der Ausdruck einfach und leicht zu verwenden in einer seiner Anzeigen bezog sich nicht auf die Kryptowährung als Ganzes. . . aber auf ihre App verwiesen . Papa John's sagte, die Anzeigen machten keinen Kommentar zur Investition in Bitcoin und dass die Aktion einem Standard-Cashback-Angebot ähnelte.

Die ASA forderte Unternehmen auch auf, klarzustellen, dass Krypto-Assets in Großbritannien nicht reguliert sind, und Krypto-Käufer auf ihre Kapitalertragsteuerpflicht aufmerksam zu machen, da die breite Öffentlichkeit wahrscheinlich keine Kenntnis der Steuervorschriften hat.

eToro hat zusammen mit anderen Firmen die Erwartung zurückgedrängt, Steuerdetails aufzunehmen. In der Brokerage-App heißt es, dass es keine regulatorische Grundlage für die Anforderung gebe und dass sie nicht für traditionelle Finanzprodukte gilt, die von der FCA beaufsichtigt werden.

Die Werberegeln für die Kryptoindustrie könnten sich bald

ändern, da das britische Finanzministerium angekündigt hat, die Aufsicht der FCA vor Ende des Jahres auf einige Werbeaktionen für Krypto-Assets auszudehnen.

FCA-Chef Nikhil Rathi sagte letzte Woche vor den Abgeordneten des Finanzausschusses: Wir erwarten, dass wir einige neue Befugnisse in Bezug auf Finanzwerbung und Krypto-Assets erhalten.

Verbraucherfinanzierungsexperten haben gesagt, dass die aktuellen Regeln dringend modernisiert werden müssen und dass es eine verrückte Anomalie zwischen den strengen FCA-Regeln für traditionelle Finanzprodukte und den weniger spezialisierten ASA-Standards für riskante Krypto-Assets gibt.

Einige Gesetzgeber haben sich skeptisch geäußert, einfach mehr Kleingedrucktes zu Krypto-Haftungsausschlüssen hinzuzufügen. Die Abgeordnete Harriet Baldwin sagte, die Verwendung des Wortes Investition in Krypto-Risikowarnungen unterstütze die Idee, dass dies eine Investition ist und mit einem FTSE-100-Unternehmen oder einem Investmentfonds vergleichbar ist .

Anzeigen für Finanzprodukte, die von der FCA beaufsichtigt werden, müssen normalerweise zuvor von einer autorisierten Firma genehmigt werden, und Unternehmen können bei schwerwiegenden Verstößen gegen die Standards der Aufsichtsbehörde mit Geldstrafen belegt werden.

Die ASA sagte, sie werde im nächsten Jahr in einer Durchsetzungsmitteilung an die Branche umfassendere Leitlinien zur Krypto-Werbung festlegen. Die Regulierungsbehörde beabsichtigt, ihr hartes Durchgreifen auf Krypto-Assets wie nicht fungible Token und Fan-Token auszuweiten, eine Form der Kryptowährung, die ihren Benutzern Vorteile für die Mitgliedschaft bietet.

Quelle: **Financial Times**

Details

Besuchen Sie uns auf: krypto-news.at