

Durch das Durchgreifen von Anzeigen bleibt Krypto unversehrt

Werbung ist ein mächtiges Werkzeug. Die Macht der britischen Werbeaufsichtsbehörde ist weniger klar. Die Advertising Standards Authority geht erneut gegen Krypto vor. Das Problem ist, dass es sonst niemand in Großbritannien wirklich gibt. Die ASA hat am Mittwoch sieben Kryptounternehmen offiziell gerügt, weil sie gegen die Standards der Werbebranche verstoßen haben. Es hatte Unternehmen bereits Anfang Juli davor gewarnt, die Risiken von Investitionen in eine volatile Anlageklasse zu unterschätzen, Anleger in die Irre zu führen und Krypto zu verharmlosen. Papa Johns Werbeaktion, die Kunden auffordert, Pizza in Bitcoin im Wert von 10 Pfund zu verwandeln, geht dieser Warnung einige Monate …

Werbung ist ein mächtiges Werkzeug. Die Macht der britischen Werbeaufsichtsbehörde ist weniger klar.

Die Advertising Standards Authority geht erneut gegen Krypto vor. Das Problem ist, dass es sonst niemand in Großbritannien wirklich gibt.

Die ASA hat am Mittwoch sieben Kryptounternehmen offiziell gerügt, weil sie gegen die Standards der Werbebranche verstoßen haben. Es hatte Unternehmen bereits Anfang Juli davor gewarnt, die Risiken von Investitionen in eine volatile Anlageklasse zu unterschätzen, Anleger in die Irre zu führen und Krypto zu verharmlosen.

Papa Johns Werbeaktion, die Kunden auffordert, Pizza in Bitcoin

im Wert von 10 Pfund zu verwandeln , geht dieser Warnung einige Monate voraus. Alle anderen von der ASA veröffentlichten Urteile beziehen sich jedoch auf Anzeigen, die seit Mitte Juli veröffentlicht wurden.

Vielleicht waren die von Krypto-Werbetreibenden erwarteten Standards unklar, wie sich der CEO der App Luno beschwert hat. Die Urteile der ASA sollen helfen zu klären, was sie für akzeptabel hält.

Aber diese sind nicht die Anzeigen einer Branche läuft der Aufsichtsbehörden Angst. Es ist immer noch ein wilder Westen , was auch immer Unternehmen sagen, über den Wunsch zu erfüllen. Die Werbebranche Selbstregulierungsstelle kein Spezialist in komplexen Finanzdienstleistungen ist unwahrscheinlich, Angst in die Herzen der Unternehmen zu treffen. Es fehlt die Kraft direkt zu bestrafen, auch wenn es Wiederholungstäter zum Wettbewerb und Marktaufsichtsbehörde verweisen kann ernstere Sanktionen zu verhängen.

Es gibt viele schwierige Fragen, wie digitale Vermögenswerte reguliert werden sollen und wer dies tun sollte. Es ist nicht so einfach zu sagen eine Luno-Werbung von Anfang dieses Jahres zu übernehmen Wenn Sie Bitcoin in der U-Bahn sehen, ist es an der Zeit, zu regulieren.

Aber wenn Sie Bitcoin-Werbung in der U-Bahn sehen, ist es wahrscheinlich zumindest an der Zeit, dass die Finanzaufsicht sie reguliert.

Um fair zu sein, drängt die Financial Conduct Authority seit einiger Zeit auf die Zuständigkeit für Krypto-Werbeaktionen. Dies fällt derzeit meist nicht in den Aufgabenbereich der EZV. Staatliche Maßnahmen sind erforderlich, um den sogenannten Perimeter der FCA zu erweitern. Eine Konsultation des Finanzministeriums zu diesem Thema wurde vor mehr als einem Jahr abgeschlossen. In einer schnelllebigen Branche ist es

schwer zu sagen, dass die britische Regierung Schritt hält.

Es sollte jedoch klar sein, dass die Regulierung von Krypto-Werbung nicht ausreichen wird. Und eine Lehre aus den Bemühungen der ASA ist, dass es wichtig ist, die richtige Regulierungsbehörde auszuwählen, die die Verantwortung übernimmt.

Es gibt diejenigen, die argumentieren, dass Krypto als Investition zu bezeichnen, es mit einem Status würdigt, den es nicht verdient. Peter Hahn, emeritierter Professor für Wirtschaft und Finanzen und ehemaliger Berater der Prudential Regulation Authority, argumentierte in einem Brief an die Financial Times, dass es besser sei, Krypto wie Glücksspiele zu regulieren, nicht Investitionen.

Das Problem der FCA-Regulierung, die Krypto glaubwürdig macht und Verwirrung darüber stiftet, was abgedeckt ist und was nicht, ist eines, das der FCA sehr bewusst ist. Der scheidende Vorsitzende des Watchdog, Charles Randell, widmete im September eine Rede den Risiken einer token -Regulierung im wahrsten Sinne des Wortes. Die Erinnerung an den Minibond-Skandal um London Capital & Finance, bei dem die Anleger davon ausgingen, dass die FCA-Regulierung nicht nur für das Unternehmen, sondern auch für das von ihnen gekaufte Produkt galt, ist sowohl bei der Aufsichtsbehörde als auch bei der Bank of England, die jetzt von der ersteren geleitet wird, roh FCA-Chef.

Aber auch Krypto als Glücksspiel zu behandeln, ist keine zufriedenstellende Lösung. Ein unabhängiger Bericht über die Regulierung des zusammengebrochenen Wettunternehmens Football Index zeigte die Gefahren verschwommener Gerichtsbarkeitsgrenzen zwischen den Finanz- und Glücksspielwächtern auf. Der Bericht stellte fest, dass der Glücksspielkommission wichtige Teile des Geschäftsmodells der Fußballbörse nicht bekannt waren und dass die FCA langsam, inkonsistent und schlecht in der Kommunikation mit ihren

anderen Regulierungsbehörden war.

Binäre Optionen – schnelle Wetten auf Finanzmarktbewegungen – wurden vor fünf Jahren auch mit Glücksspielen verglichen. Erst als sie vom Zuständigkeitsbereich der Glücksspielkommission zur FCA verlegt wurden, wurden sie verboten.

Die eigenen Beweise der FCA sind, dass der Anteil der Anleger, die Krypto mit Glücksspielen gleichsetzen, sinkt. Ob es dem Finanzwächter gefällt oder nicht, Krypto hat eine Mainstream-Glaubwürdigkeit, die nicht weggewünscht werden kann. Die FCA wird eine größere Rolle übernehmen müssen. Koordinierte internationale Maßnahmen sind eindeutig erforderlich und die Kryptoregulierung ist zweifellos komplex. Aber es birgt Gefahren, sich auf nicht spezialisierte Aufsichtsbehörden zu verlassen, um das Chaos in der Zwischenzeit zu beseitigen.

cat.rutterpooley@ft.com

Quelle: **Financial Times**

Details

Besuchen Sie uns auf: krypto-news.at