

Fußballvereine sind Influencer und müssen ihre Krypto-Verbindungen abbrechen

Im November unterzeichnete Manchester City FC eine seltsame Marketingpartnerschaft: mit 3Key, einem Kryptounternehmen. Es gab verständlicherweise Fragen. Zuerst natürlich: Warum? Zweitens, kurz darauf: Wer? Die Begründung der Stadt wurde in toten Augen prosaiert: Stephan Cieplik, einer der Vertriebsleiter des Clubs, sagte, sie seien aufgeregt, mit 3Key auf ihrem Weg zusammenzuarbeiten, um die Benutzererfahrung der Handelsanalyse für dezentralisierte Finanzen (DeFi) durch die Kraft des Fußballs zu vereinfachen . . . Kaum Jahrgang Roy der Rover Sachen. Details waren jedoch nicht zu finden: 3Key lehnte es ab, Fragen zu Standort, Personal oder Unternehmensregistrierung zu beantworten. Eine Woche später ein Update: Manchester City fährt jetzt …

Im November unterzeichnete Manchester City FC eine seltsame Marketingpartnerschaft: mit 3Key, einem Kryptounternehmen. Es gab verständlicherweise Fragen. Zuerst natürlich: Warum? Zweitens, kurz darauf: Wer?

Die Begründung der Stadt wurde in toten Augen prosaiert: Stephan Cieplik, einer der Vertriebsleiter des Clubs, sagte, sie seien aufgeregt, mit 3Key auf ihrem Weg zusammenzuarbeiten, um die Benutzererfahrung der Handelsanalyse für dezentralisierte Finanzen (DeFi) durch die Kraft des Fußballs zu vereinfachen . . . Kaum Jahrgang *Roy der Rover* Sachen.

Details waren jedoch nicht zu finden: 3Key lehnte es ab, Fragen

zu Standort, Personal oder Unternehmensregistrierung zu beantworten.

Eine Woche später ein Update: Manchester City führt jetzt weitere Untersuchungen zu 3Key Technologies durch und die Partnerschaft wurde ausgesetzt, bis alle diese Anfragen zufriedenstellend gelöst sind.

Eine ziemlich seltsame Episode – aber dann ist seltsame Krypto zu einem Merkmal des Fußballs geworden. An diesem Wochenende, als ich vor dem Fernseher wichtige Recherchen durchführte, wurde ich aufgefordert, Fan-Tokens zu kaufen, einem Krypto-Banking-Dienst und einer Börse beizutreten, wo mir Krypto-Derivate angeboten wurden und ich die Möglichkeit hatte, Kredite aufzunehmen, um in Krypto zu investieren. Sie müssen kein Krypto-Skeptiker sein, um sich Sorgen darüber zu machen, wohin unbedarfte Investoren geschickt werden.

Eine Partnerschaft mit Southampton FC hat dazu geführt, dass der Club für learncrypto.com wirbt – eine Krypto-Site, die sich an Neophyten richtet. Die häufig gestellten Fragen von Learncrypto argumentieren, dass sich Bitcoin nicht in einer Blase befinden kann, da der aktuelle Preis höher ist als ein vorheriges Hoch. Es *kann nicht* sei eine Blase, argumentiert sie, denn man kann einen geplatzten Ballon nicht wieder aufblasen .

Clubs müssen mehr Verantwortung für diese Partnerschaften übernehmen. Als Martin Calladine, Autor von *Das hässliche Spiel* formuliert es so, dass Fans einen Teil ihres Urteilsvermögens an die kaufmännische Abteilung ihres Teams auslagern. Und das ist gefährlich, wenn Vereine unregulierte Produkte ohne Verbraucherschutz unterstützen.

Es mag für Fans etwas doof klingen, aber es ist oft viel schneller und einfacher, Vorschriften zu beheben, als menschliches Verhalten zu ändern. Clubs haben eine andere soziale Rolle als andere Unternehmen, und erst letzten Monat gab es einen konkreten Indikator dafür, dass die Regierung eher zustimmt.

Als Chelsea-Eigentümer Roman Abramovich mit Sanktionen belegt wurde, durfte der Verein unter anderem deshalb weiterbetrieben werden, weil es sich um ein kulturelles und soziales Gut handelt.

Eine kürzlich von Tracey Crouch, der ehemaligen Sportministerin, geleitete Überprüfung des Fußballs hat eine neue Regulierungsbehörde vorgeschlagen, gerade weil Vereine eine breitere soziale Bedeutung haben. Beamte des Kulturministeriums haben auch die beunruhigende Beziehung zwischen Krypto und Sport entdeckt. Es überrascht nicht, dass Clubs über die Aussicht auf einen mächtigen, invasiven Aufseher besorgt sind.

Wenn ich versuchen würde, ein Versehen abzuwehren, würde ich damit beginnen, zu zeigen, dass ich mir der Notwendigkeit bewusst bin, meinen Einfluss verantwortungsvoll auszuüben. Schritt eins: Hör auf, meine Fans in einen finanziell gefährlichen Sektor zu ermutigen.

Natürlich gibt es im Fußball auch viel Spielgeld – und das ist auch beunruhigend. Das Glücksspiel ist jedoch viel stärker reguliert, und seine Rolle im Fußball wird aus mehreren Richtungen unter die Lupe genommen – und die Regeln werden verschärft. Es wird den Spielern auch klar gemacht, dass Glücksspiel – wie heißt das Wort? *Glücksspiel*.

Das ist bei Krypto nicht immer klar. Am Montag äußerte Andrew Rhodes, der Geschäftsführer der Glücksspielkommission, seine Besorgnis darüber, dass Krypto mit der Rede von Investition und Handel einhergeht, jedoch ohne die Sicherheitsvorkehrungen oder Standards, die diese Begriffe mit sich bringen sollten Sie .

Er sagte, das Verlustmuster unterscheide sich oft von anderen Arten des Glücksspiels. Die Menschen bauen ihre Investition in das von ihnen gewählte Krypto-Asset im Laufe der Zeit auf und hoffen auf Wachstum. Ein Wertverfall kann sie auslöschen:

Wenn der Schaden eintritt, kann er sofort und katastrophal sein, mit wenig oder gar keinem Rückgriff.

Sich von dem einfachen Krypto-Marketing-Cash zu lösen, wird natürlich für viele Fußball-Manager schwer zu verkaufen sein. Aber wenn sich nichts ändert, droht ein finanzielles Desaster für die Fans und ein PR-Desaster für die Vereine. Klubs werden beschuldigt. Und am Ende könnte ihnen ein noch härterer Atemregler im Nacken sitzen.

chris.cook@ft.com

Quelle: **Financial Times**

Details

Besuchen Sie uns auf: krypto-news.at