

Spanien führt das europäische Vorgehen gegen Krypto-Werbeaktionen an

Spanien verhängt Beschränkungen für die Förderung von Kryptowährungen durch Influencer, da die europäischen Behörden Schwierigkeiten haben, den unregulierten Sektor in den Griff zu bekommen. In einer offensichtlichen

Premiere für die EU hat die nationale Wertpapiermarktkommission Spaniens die Befugnis erhalten, Krypto-Werbung zu regulieren. Die Maßnahmen, die am Montag im Amtsblatt des Landes veröffentlicht wurden, treten in einem Monat in Kraft. Sie verlangen von Influencern und ihren Sponsoren, dass sie die Behörden vorab über einige Posts informieren und vor den Risiken von Krypto warnen oder mit Geldstrafen rechnen müssen. Wir sind sehr gespannt, wie dies eine gewisse Ordnung in die Förderung von …

Spanien verhängt Beschränkungen für die Förderung von Kryptowährungen durch Influencer, da die europäischen Behörden Schwierigkeiten haben, den unregulierten Sektor in den Griff zu bekommen.

In einer offensichtlichen Premiere für die EU hat die nationale Wertpapiermarktkommission Spaniens die Befugnis erhalten, Krypto-Werbung zu regulieren.

Die Maßnahmen, die am Montag im Amtsblatt des Landes veröffentlicht wurden, treten in einem Monat in Kraft. Sie verlangen von Influencern und ihren Sponsoren, dass sie die Behörden vorab über einige Posts informieren und vor den Risiken von Krypto warnen oder mit Geldstrafen rechnen müssen.

Wir sind sehr gespannt, wie dies eine gewisse Ordnung in die Förderung von Krypto bringen wird, nicht nur durch traditionelle Medien, sondern auch durch Influencer , sagte Rodrigo Buenaventura, der Leiter des Watchdogs, in einem Interview mit der Financial Times.

Wenn Influencer nicht abgedeckt wären, gäbe es eine Hintertür, um die Regulierung zu umgehen. Das ist Neuland, für uns und für sie, und es wird Momente der Reibung geben, aber das passiert immer, wenn man Regeln für etwas einführt, das vorher nicht geregelt war.

Die neuen Befugnisse für den spanischen Wachhund kommen nach seinem Zusammenstoß im November auf Twitter mit der spanischen Fußballlegende Andrés Iniesta über seine bezahlte Werbung für Binance, die weltweit größte Kryptowährungsbörse, als die Kommission dem Weltmeister mitteilte, es sei seine Verantwortung, Anhänger über Kryptos zu informieren Risiken.

Vorgeschlagene EU-weite Vorschriften für den Sektor sind noch nicht vereinbart und versuchen nicht, die Regeln für Werbetreibende wie Influencer zu harmonisieren.

Infolgedessen versuchen Madrid und andere europäische Hauptstädte, die Förderung von Kryptoprodukten zumindest zu regulieren. Frankreich hat Ende letzten Jahres einer von seinem Finanzministerium beaufsichtigten Einheit die Aufgabe übertragen, Online-Krypto-Werbung zu untersuchen.

Ein französischer Reality-TV-Star wurde im Juli wegen irreführender Geschäftspraktiken mit einer Geldstrafe von 20.000 Euro belegt, nachdem er eine Anzeige für eine Bitcoin-Handelsseite auf Snapchat gepostet hatte.

Wie Spanien es jetzt getan hat, entscheiden sich andere Länder, nicht nur ein paar Jahre zu warten, bis die EU-Verordnung alles entscheidet, sondern Bereiche wie die Öffentlichkeitsarbeit zu übernehmen , sagte Buenaventura.

Nach den neuen spanischen Regeln müssen Influencer offenlegen, ob sie für die Förderung von Krypto entlohnt werden, sei es monetär oder anderweitig.

Wenn dies der Fall ist, wird die Aufsichtsbehörde verlangen, dass ihre Posts deutliche klare, ausgewogene, unparteiische und nicht irreführende Aussagen über die Risiken von Investitionen in Krypto und eine Warnung enthalten, dass Krypto-Investitionen nicht reguliert, potenziell ungeeignet für Kleinanleger sind und führen könnten zum Verlust des gesamten investierten Vermögens.

Influencer oder Outlets mit mehr als 100.000 Followern in Spanien müssen den Watchdog mit einer Frist von mindestens 10 Tagen über den Inhalt ihrer Krypto-Aktionen informieren. Bußgelder für die Nichteinhaltung könnten bis zu 300.000 betragen.

Die neuen spanischen Werberegeln gelten für Krypto-Gruppen selbst und für von ihnen beauftragte PR-Unternehmen sowie für Influencer.

Ein Beamter der Europäischen Kommission sagte, Brüssel habe keine grundsätzlichen Einwände gegen die Mitgliedstaaten, die vor dem Inkrafttreten des EU-Kryptoregimes genannt Mica regulieren, solange die Vorschriften auf nationaler und EU-Ebene kompatibel sind. Abhängig von der konkreten Situation müssen die Regeln möglicherweise angepasst werden, sobald Mica in Kraft tritt, fügte der Beamte hinzu.

Parallel dazu prüft das britische Finanzministerium einen Vorschlag zur Verschärfung der Regeln für Krypto-Werbung. Die neuen britischen Vorschriften würden wahrscheinlich eine vorherige Genehmigung von Krypto-Werbung durch ein von der Financial Conduct Authority autorisiertes Unternehmen erfordern, mit möglichen Bußgeldern für schwerwiegende Verstöße.

Quelle: **Financial Times**

Details

Besuchen Sie uns auf: krypto-news.at