



Digital närkontakt

Svenskarnas syn på NFT

SAMSUNG

Ljus framtid för krypto och NFT om unga får bestämma

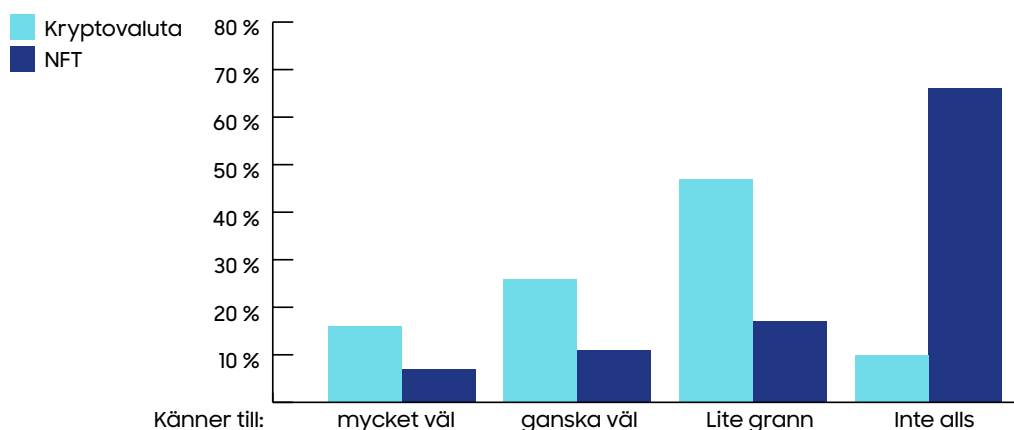
Efter att ett digitalt konstverk sålts på auktion för nära 600 miljoner dollar gick NFT, det vill säga non-fungible token, från något för de mest inbitna på nätet till en hel miljardindustri under 2021. Men vad är egentligen en NFT? I grund och botten handlar det om att vi nu kan tillskriva digitala objekt ett värde genom att göra dem unika. Det digitala konstverket tilldelas en token, det vill säga en unik kodsträng, som lagras i en blockkedja. När konstverket väl fått sin unika kod och blivit en NFT kan ingen annan än ägaren påverka ägarskapet vilket även ökar säkerheten gällande plagiat.

– NFT är här för att stanna. Även om kritikerna kan ha rätt kring att vi befinner oss i en NFT-bubbla just nu, är det tydligt för mig att det inte är en fluga. Frågor man kan ställa sig är, löser tekniken ett problem? Skapar tekniken ett värde? Finns det fler användningssområden för tekniken? Är svaret ja på samtliga frågor kan man med stor sannolikhet anta att tekniken kommer finnas kvar och fortsättas utvecklas, säger Oscar Nöjd, Head of Sales and Business på Samsung Electronics Nordic.

Dubbelt så många svenskar känner till kryptovaluta jämfört med NFT – stora skillnader mellan könen

Allting möjliggörs av blockkedjetekniken som är en förutsättning för handel med kryptovaluta. Blockkedjeteknik kan beskrivas som en decentraliserad datakedja där varje del i kedjan alltid har samma uppdaterade information. Varje händelse i kedjan, som att en bitcoin byter ägare, lagras genom att ett så kallat block läggs till. Händelsen uppdateras automatiskt hos samtliga i datakedjan och fördelen blir att alla då har tillgång till samma information och att informationen inte går att manipulera i efterhand. En lösning som av många anses vara det mest revolutionerande inom ekonomi på väldigt länge.

Vilka av följande tekniska termer/begrepp har du hört talas om/känner du till?

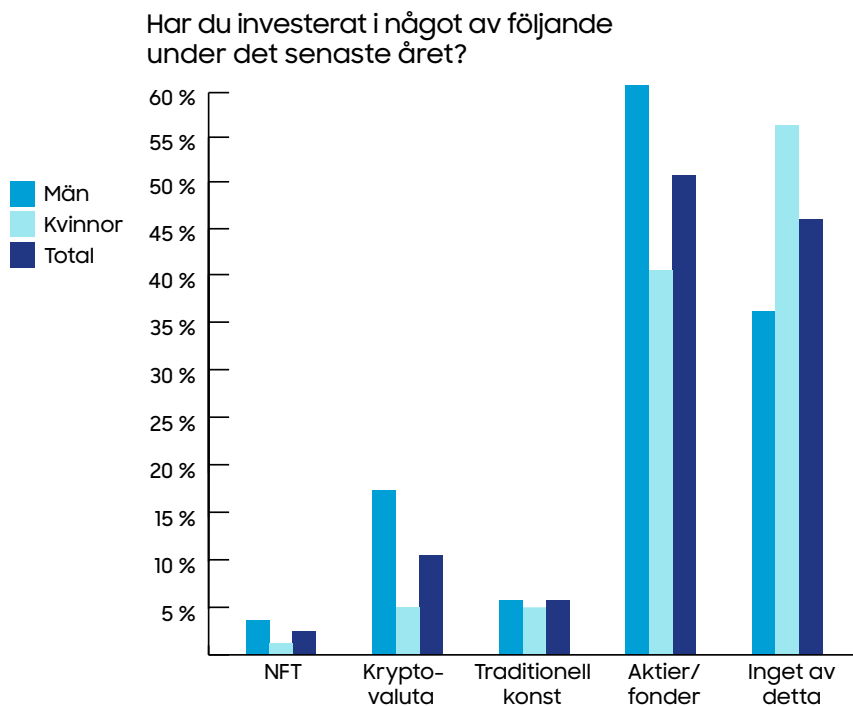


Krypto är det som flest svenskar verkat plockat upp från senaste tidens mediebevakning. Drygt dubbelt så många svenskar känner till krypto jämfört med NFT. Undersökningen visar att nio av tio svenskar säger sig känna till kryptovaluta, att jämföra med fyra av tio för NFT.

I undersökningen går det att se stora skillnader både mellan kön och åldersgrupper. 57 procent av männen säger sig väl känna till kryptovaluta, att jämföra med 28 procent för kvinnorna. För indelade åldersgrupper syns ännu större skillnader där kunskapen ligger hos de yngre. Nära sju av tio av alla 18 till 29-åringar i undersökningen säger sig väl känna till kryptovaluta, motsvarande siffra för alla 50 till 64-åringar är knappt var tredje (27 procent) och för 65 till 99-åringar är siffran nere på 23 procent.

Var tionde svensk har investerat i någon form av kryptovaluta

Var tionde svensk har enligt undersökningen investerat i någon form av kryptovaluta under det senaste året. På nedbrutna åldersgrupper går det att se att fjärde svensk i ålder 18 till 29 år har investerat i krypto. En siffra som blir lägre ju högre upp i åldrarna vi går. Fler män än kvinnor har investerat i krypto, 17 procent jämfört med 5 procent. Som investeringsform har krypto fortfarande en bra bit att gå om undersökningsresultatet exempelvis ställs mot svenskarnas intresse för aktier och fonder. Enligt resultatet från undersökning har varannan svensk investerat i aktier eller fonder under det senaste året. Även här står män och unga ut i jämförelse. Mer än hälften av männen säger sig ha investerat i aktier eller fonder under det senaste året jämfört med färre än var annan kvinna.





Oscar Nöjd är Innovation- och affärsutvecklingschef på Samsung Electronics Nordic och följer tekniktrender globalt och digitaliseringen på den svenska marknaden.

För NFT, som var ett väldigt omskrivet begrepp i media mot slutet av 2021 och början på 2022, ligger kunskapsnivåerna lägre över lag. 26 procent av männen känner väl till begreppet NFT men för kvinnor är siffran nere på 8 procent. För NFT har vi ännu större ålderskillnader. Nio av tio (94 procent) i gruppen 65 till 99 år säger sig inte alls känna till begreppet NFT att jämföra med 18 till 29-åringarna där tre av fyra säger sig känna till det enligt undersökningen.

"Att siffrorna visar att vi har låg kännedom i Norden kring begreppet NFT är inget som förvånar mig. Hade vi ställt samma fråga om kryptovaluta för tio år sedan hade vi sett liknande siffror"

Oscar Nöjd, Innovationschef, Samsung Electronics Nordic

Resultatet från undersökningen visar att tre gånger så många svenskar har investerat i traditionell konst (6 procent av alla svenskar) jämfört med NFT (2 procent av alla svenskar) under det senaste året. Men intresset för NFT ökar. Nästa år uppger 6 procent av alla svenskar att de kommer investera i NFT:er. Ett intresse som tycks öka ju längre ner i åldersgrupperna vi kommer. 2021 hade 8 procent av respondenterna i åldersgruppen 18 till 29 år investerat i NFT. En siffra som enligt undersökningen kommer att öka till 17 procent under det kommande året.

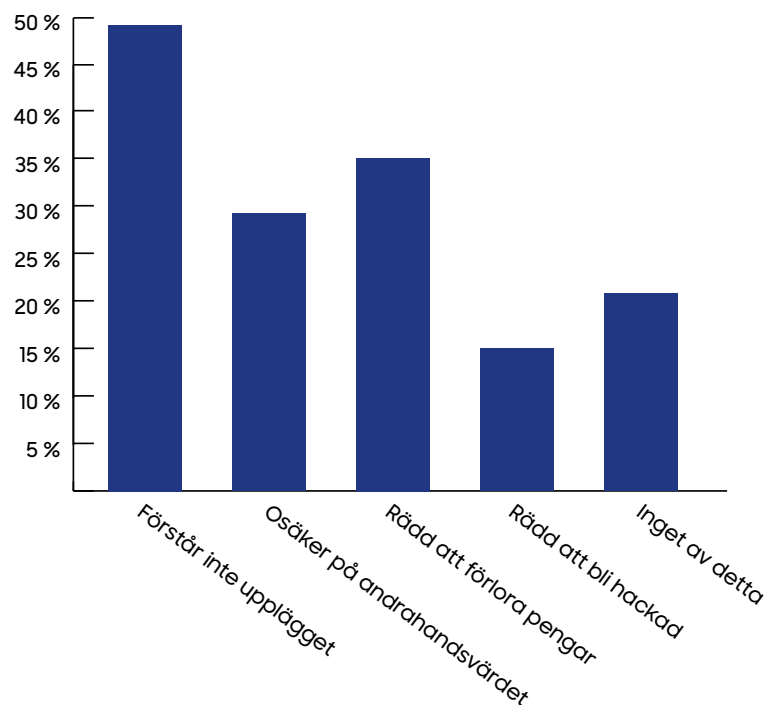
– Att siffrorna visar att vi har låg kännedom i Norden kring begreppet NFT är inget som förvånar mig. Hade vi ställt samma fråga om kryptovaluta för tio år sedan hade vi sett liknande siffror. NFT är ett nytt begrepp, även om användningen av tekniken har funnits tillgänglig i flera år så har den digitala konsten satt begreppet i ett sammanhang som låtit oss debattera ämnet under den senaste tiden, säger Oscar Nöjd.

Två stora anledningar som enligt undersökningsresultatet håller svenskarna borta från att investera i NFT är låg kunskap och rädslan att förlora pengar. På frågan om vilka risker som de ser med NFT svarar 48 procent att de inte förstår upplägget och 35 procent att de är rädda att förlora pengar.

Rädslan att förlora pengar håller många borta från att investera i NFT

Kopplat till de sistnämnda är också osäkerheten kring andrahandsvärdet (29 procent) för en NFT. Här ser vi en markant skillnad mellan män och kvinnor. 36 procent av alla män ser osäkerhet kring andrahandsvärdet som den största riskfaktorn jämfört med 23 procent av kvinnorna.

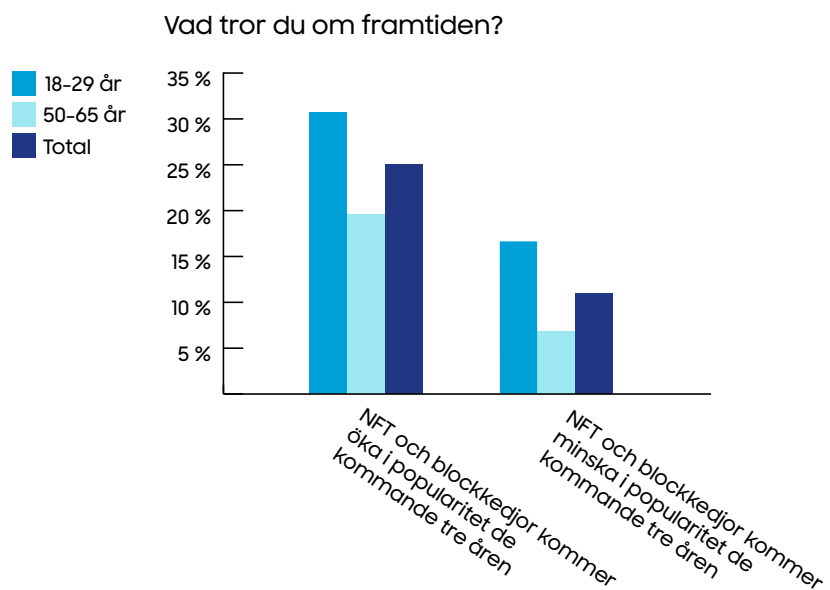
Vilka risker ser du med att investera i NFT?



NFT och världen kring blockkedjor är nytt för många svenskar. Men intresset finns där och kommer enligt undersökningen att öka. En fjärdedel av alla svenskar tror att NFT och blockkedjor kommer öka i popularitet under de kommande tre åren, jämfört med var tionde svensk (11 procent) som spår en minskning.

Var fjärde svensk tror att NFT och blockkedjor kommer öka i popularitet - unga mest positiva

Män är mest positiva (31 procent) jämfört med kvinnor (19 procent). Och bryter vi ner åldersgrupperna är det unga, 18 till 29 år, som är mest positiva till utvecklingen de kommande tre åren. Över hälften tror på en ökning i popularitet för NFT och blockkedjor, jämfört med enbart 11 procent av alla i gruppen 50 till 65 år.





Antropologen Katarina Graffman, som i flera undersökningar har studerat teknik och förändringar i beteende menar att det finns en skillnad i intresse och agerande.

– Allt tyder på att NFT kommer att ha en fortsatt stor inverkan på samhället och ekonomin men vad vi kan se i undersökningen är det fortfarande få som känner till begreppet. Det som oroar mig är risken att stora samhällsgrupper hamnar i ett ekonomiskt utanförskap, speciellt när vi tittar på kunskapsglappet mellan åldersgrupper och kön, säger Katarina Graffman.

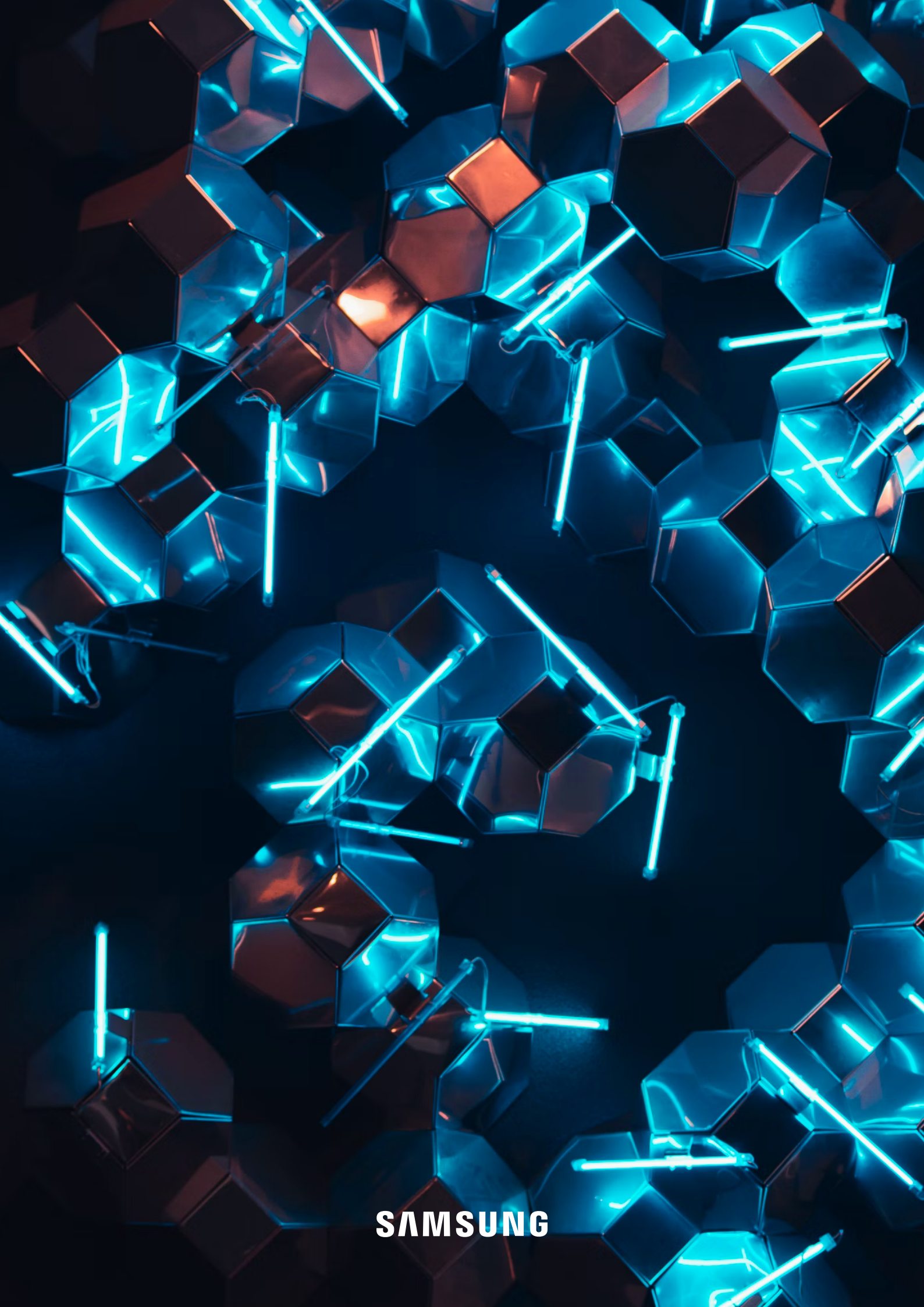
”När den sociala upplevelsen ökar, så ökar även intresset för de områden som till en början kan upplevas som tråkigare.”

Vad det gäller skillnader mellan män och kvinnor anser Katarina Graffman att det i sig inte är förvånande att män är lite före när det handlar om digital teknik, till exempel inom gaming och finansiella tjänster, medan kvinnor ofta är tidigare när det handlar om teknik som omfattar sociala digitala tjänster.

– Det blir spännande att se om det är de sociala tjänsterna och upplevelserna inom NFT som kommer få de finansiella tjänsterna att växa. Så har det fungerat med mycket av tidigare digital teknik, det vill säga när den sociala upplevelsen ökar, så ökar även intresset för de områden som till en början kan upplevas som tråkigare, säger Katarina Graffman.

Om undersökningen

Data är insamlad av Norstat på uppdrag av Samsung. Insamlingen av data är gjord genom 4043 webbintervjuer med riksrepresentativa urval av befolkningen 18 till 99 år i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Antalet svarande från Sverige var 1011. Undersökningen genomfördes under perioden 15-26 januari 2022.



SAMSUNG