



Forskningsbrief: Markante kønsforskelle i finansielle aktiviteter blandt unge

Af Jacob Ørmen,
Anne Mette Thorhauge og
Andreas Gregersen

15. November 2024

Opsummering

I dette forskningsbrief præsenterer vi foreløbige resultater fra en landsdækkende spørgeskemaundersøgelse om gaming og gambling blandt 10-25-årige danskere og fra en fokusgruppe-undersøgelse om finansiell ungdomskultur blandt unge i udskolingen og på ungdomsuddannelserne. En præcisering af metoderne kan findes sidst i dokumentet. Resultaterne peger på markante kønsforskelle, både hvad går investering bredt set, og holdninger til risikable og spekulative former for økonomisk adfærd, herunder krypto og gambling. Vi finder desuden en overraskende stor forekomst af *scams* og pyramidespil i danske børn og unges sociale og digitale netværk.

Vi finder at drengene er mere tilbøjelige til at investere, også i risikable og spekulative aktiver som for eksempel kryptovaluta; spørgeskemaet peger på at omtrent hver femte ung mand fra 22-25 år har handlet med kryptovaluta. Dette er centralt fordi det foregår på uregulerede markeder og ikke indgår i de generelle statistikker for finansielle aktiviteter. Samtidig er mændene, og især dem som handler med krypto, mere tilbøjelige til at bruge sociale medier som deres vigtigste informationskilde om investeringer. Omvendt stiller pigerne sig skeptiske overfor det attraktive i denne type investeringer, og i det omfang de investerer, benytter de i mindre grad sociale medier som informationskilde. De unge mænd er desuden mere tilbøjelige til at gamble end de unge kvinder, og udsagn fra fokusgrupperne indikerer at gambling forbindes med fest og "gang i den".

Normaliseringen af spekulative investeringer og gambling beror muligvis på et overlap mellem gaming, gambling og finansielle aktiviteter. Vi finder at kompetitive holdspillere er mere tilbøjelige til at bruge penge i spil og til at gamble, både med *lootboxes* og i form af 'skin-betting', dvs. gambling med genstande fra spil. Overpræsentationen af drenge blandt kompetitive holdspillere, peger på to tolkninger: køn er den afgørende faktor, eller fællesskabet omkring kompetitiv gaming normaliserer gambling og spekulativ investering.

Generelt finder vi en høj forekomst af respondenter, der er blevet *scammed* eller inviteret med i pyramidespil. Drengene bliver oftere søgt rekrutteret til *multilevel marketing* i stil med de investeringspyramidespil, som blandt andet DR og TV2 har dækket, selvom disse traditionelt har været målrettet kvinder. I sådanne pyramidespil indlejres svindel i sociale relationer, hvor de unge ikke bare svindler fremmede mennesker, men aktivt deltager i at svindle venner og familie, hvorved finansielle *scams* forplanter sig ud i de unges sociale netværk.

På tværs af spørgeskemaet og fokusgrupperne ser vi især unge drenge som potentielt udsatte for at indgå i en problematisk finansiell kultur, hvor gambling, højrisikable investeringer og udspekulerede *scams* opfattes som attraktive veje mod finansiell frihed og rigdom.

Forskningsbrief præsenterer de følgende hovedpointer:

1. [Gaming, gambling og finans er overlappende praksisser](#)
2. [Investering er en maskulin ungdomskultur](#)
3. [Venner, familie og sociale medier er vigtigere kilder til information og investeringer end traditionelle medier og bankrådgivere](#)
4. [Unge er både ofre for og medvirkende til digital svindel](#)

Hovedpointe #1: Gaming, gambling og finans er overlappende praksisser

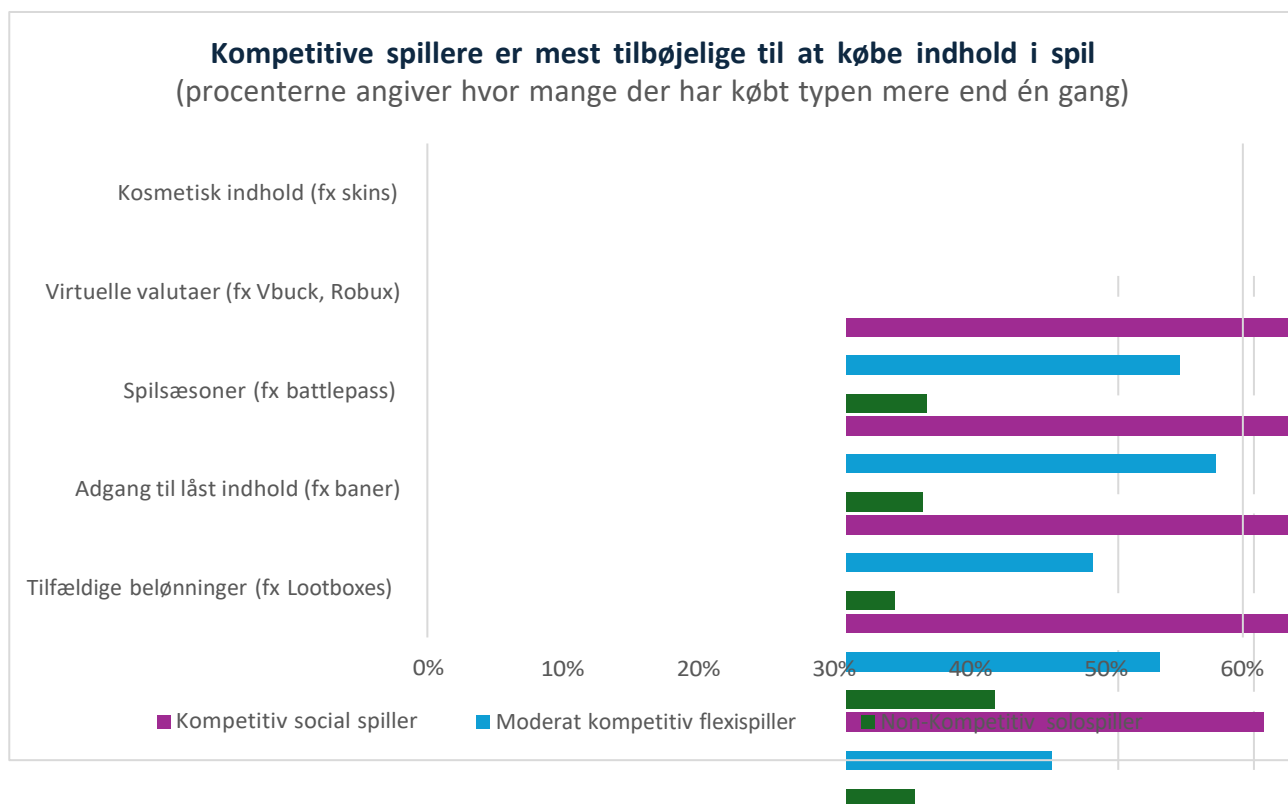
Computerspil er ikke bare computerspil: Der er stor forskel på om man konkurrerer mod andre eller spiller for sig selv. I spørgeskemaet har vi spurgt hvor ofte respondenterne spiller imod andre og hvor ofte de spiller i hold, og vi ser en tydelig sammenhæng. De som ofte spiller mod andre, spiller ofte i hold (kompetitive holdspillere), de som nogle gange spiller mod andre, spiller nogle gange i hold (moderat kompetitive flexspillere) og de som aldrig spiller imod andre og aldrig spiller i hold (non-kompetitive solospillere) De *kompetitive holdspillere* udgør mere end en fjerdedel af dem, der spiller, mens de to andre udgør lidt over en femtedel hver. Derudover er de *kompetitive holdspillere* fortrinsvis drenge, mens de *non-kompetitive solospillere* fortrinsvis er piger. Vores data indikerer at disse spillemønstre har stor forklaringskraft i forhold til gambling og finans.

Flere af de mest populære kompetitive holdspil er 'free-to-play'. Det betyder at det er gratis at spille selve spillet, og indtægterne baserer sig på tilkøb, fx 'battlepasses' (sæsonpas) eller 'skins' (virtuelle genstande der ændrer spilkarakterens udseende). Fordi tilkøb er spiludbydernes centrale indtægt, er spillene designet med henblik på at drive dem i vejret. For eksempel gøres visse skins sjældne, så de kan sælges dyrere i spillets butik, eller spillerne kan handle skins med hinanden, så spiludbyderen kan tage en andel af de økonomiske transaktioner. I begge tilfælde bliver økonomiske transaktioner en integreret og naturlig del af det at spille, enten i form af virtuelt forbrug eller i form af decideret handel, spekulation og gambling. Computerspil er på den måde både genstand for økonomiske refleksioner, og en daglig praksis der overlapper med trading, gambling og finans.

I fokusgrupperne ser vi selv de yngste deltagere på 14-15 år gøre sig økonomiske overvejelser omkring deres computerspil. Skins omtales af en deltager som: *Det man bruger alle sin mors penge på*, mens en anden gør sig overvejelser omkring, hvordan kan forvalte sine penge i når man køber battlepasses:

Man kan jo sige at det er en investering, hvis man køber én gang 1000 V-bucks (...) så kan man ligesom igen og igen købe battlepass. [...] jeg tror man får flere V-bucks end man [skal betale for] battlepasses. Og til sidst kan du jo så købe et battlepas OG skins. Og så har man brugt 48kr i alt.

Deltageren forklarer her, at når man gennemfører et level i et battlepass, belønnes man både med skins og såkaldte v-bucks, og sparer man dem op i stedet for at bruge dem, kan man købe næste battlepass uden at spendere flere lomme penge. Computerspillet er med andre ord et sted hvor børn og unge forvalter deres lomme penge på forskellig vis. Vores survey peger desuden på en tydelig sammenhæng mellem spillemønstre og forbrug i spil, hvor kompetitive holdspillere er langt mere tilbøjelige til at bruge penge på forskelligt indhold:



I en af fokusgrupperne diskuteres det meget populære spil *Fortnite*. I *Fortnite* er det ikke muligt at handle skins indbyrdes, men der eksisterer til gengæld et omfattende gråt marked for spilkonti med tilhørende sjældne skins, hvorfor den prestige visse skins har i kraft af deres sjældenhed flere gange sidestilles med deres markedsværdi:

Dreng 1: *Så havde man lige sådan et mega sjældent skin, og så var man sådan, oh my god. Og så kommer det bare sådan tilbage i shoppen, og så sidder man bare "helt seriøst". Altså, så loader du ind i et game, og så er der sådan 80 spillere med det.*

Dreng 2: *Og så smadrer man sin skærm. Og hopper ud af vinduet.*

Interviewer: *Hvorfor er det irriterende?*

Dreng 3: *Fordi så mister man i hvert fald over en 150 kr.*

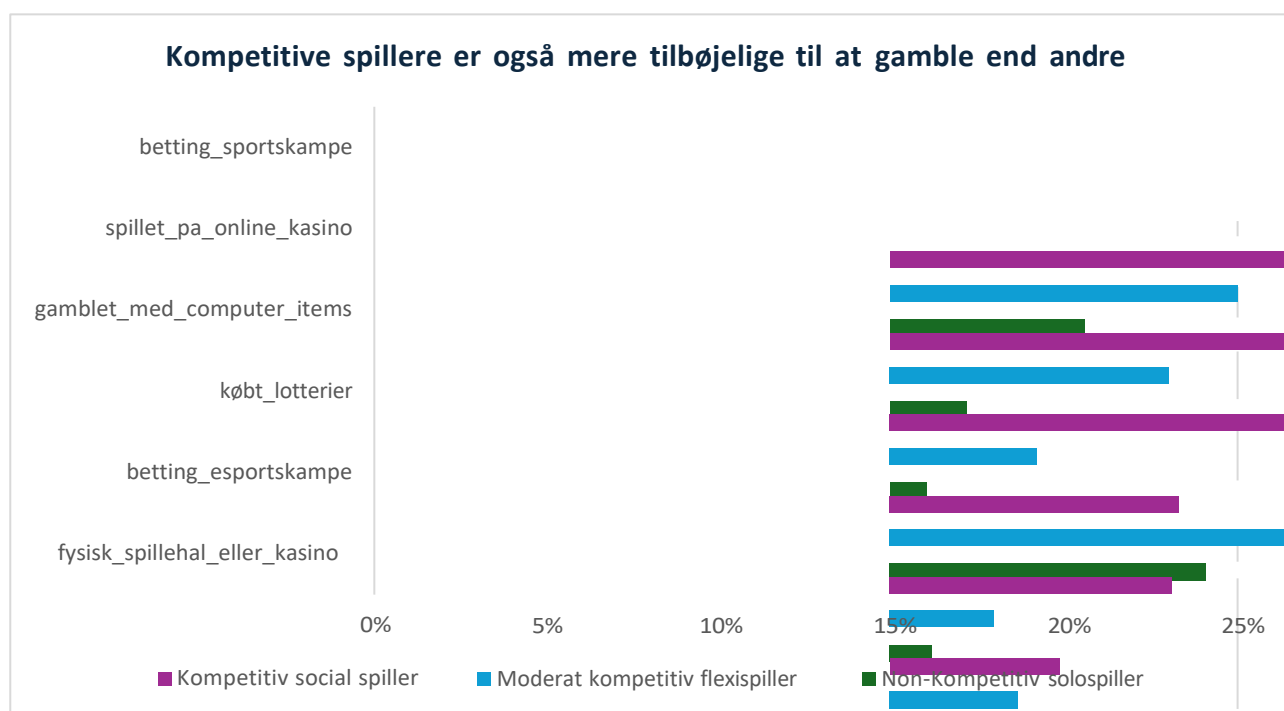
Selvom spillerne i den pågældende fokusgruppe tager afstand fra handel med spilkonti på grå markeder, er deres refleksioner over værdien af skins allerede formet af denne markedstænkning, hvor spillets virtuelle økonomier blandes sammen med 'rigtige' økonomier. I andre spil, som for eksempel *Counter-Strike*, kan skins mere uhindret handles på platformen Steam og på grå markeder, der bruger Steam som deres markedsinfrastruktur. På disse grå markeder kan skins omsættes til regulære penge, og her får skins en dobbelt status som eftertragtet genstand og spekulativ investering. De lidt ældre drenge på STX reflekterer for eksempel over, hvordan skins både kan være et sejt våben og en investering, omend en mindre valid en af slagsen:

Ung mand 1: *[H]vis du så samtidig sidder og bruger tid på spillet, fordi så får du både en eller anden nydelse ud fra at have et sejt våben og kunne sælge det senere til mere end du har købt det før. (...)*

Ung mand 2: *Det var bare fordi jeg tænker sådan, nogle gange køber man jo bare ting i spil. Og så er det bare lige et tilfælde, at det ligesom steg i pris. Så det er jo meget fedt. Men jeg ville ikke se det som sådan en valid investeringsmulighed.*

Ung mand 3: *Ja, det er jo derfor det er sådan lidt... Fordi der er jo tydeligvis ret mange, der har klaret det ret godt på det. Så det fungerer lidt ligesom [aktier]. Men i bund og grund er det måske lidt mere bare at gamble sine penge væk, fordi det er jo trods alt et virtuelt spil.*

Deltagerne omtaler handel med skins som at gamble sine penge væk, fordi skins i kraft af deres virtuelle karakter hurtigt kan miste deres værdi. På den måde sidestilles denne type trading ikke med 'rigtig' investering, men er ikke desto mindre en udbredt praksis, som figuren på forrige side også vidner om. Vi ser dog også i mere konkret forstand gambling med skins, som i kraft deres omsættelighed til penge kan bruges som indsats og gevinst på såkaldte skinbetting sites. Vores survey peger på, at denne form for gambling begynder allerede hos de 14-17årige kompetitive holdspillere og er næsten lige så udbredt som online kasinoer blandt de mandlige respondenter. Faktisk er kompetitive holdspillere mere tilbøjelige til at bruge penge på de fleste former for gambling med lotterier som den væsentligste undtagelse.



Vi finder endvidere markante kønsforskelle hvad gambling angår, både i forbindelse med fokusgrupper og survey. I en af drengegrupperne beskrives gambling 'som et kick' der bidrager til underholdning og fest. I en anden drengegruppe sidestilles gambling med 'party':

Ung mand 1: Og så har man opsparet, og så er der party og så er der gambling.

Ung mand 2: Fordi på lang sigt, ville du jo tjene mere på aktier.

(...)

Ung mand 3: Jeg vil sige, at party og gambling hænger lidt sammen.

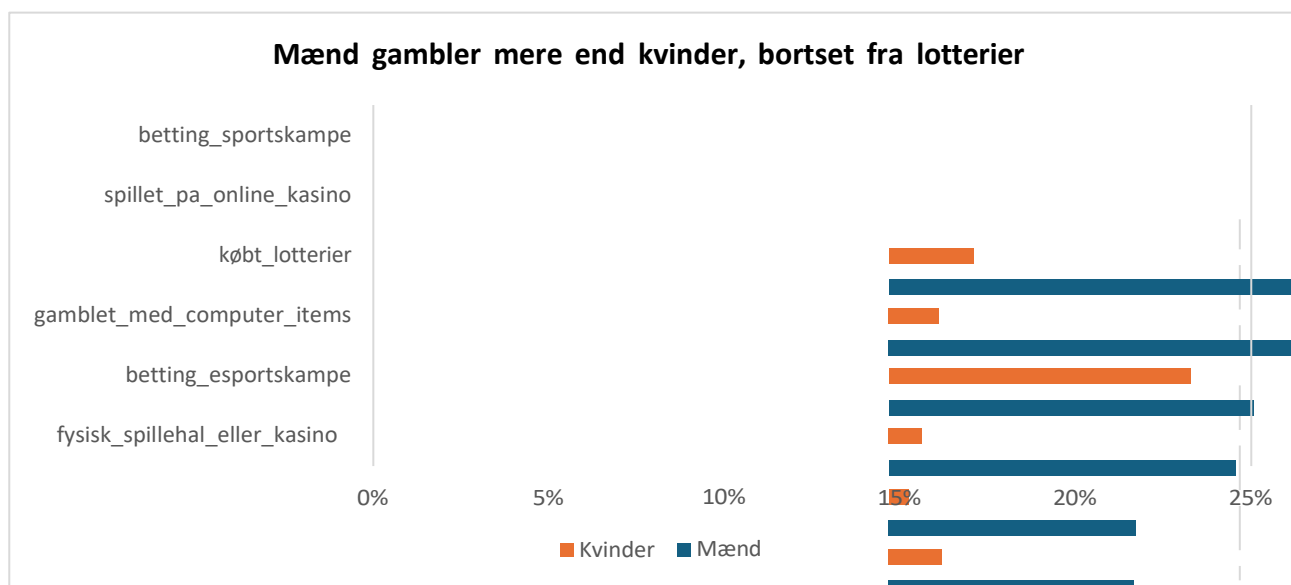
Pigerne stiller sig mere skeptiske overfor det nyttige i gambling:

Ung kvinde 1: Jeg tror også, grunden til, at gambling-hjemmesider ligger så langt nede er fordi, at det også er noget, der kan skabe en afhængighed. Men også for, at man bare kan miste pengene sådan her. Og så bitcoin. Jeg føler personligt, at det er meget ustabil. Og at man ikke ved nok om det.

Ung kvinde 2: Jeg er enig.

Ung kvinde 1: ... til at jeg vil gå ind i det.

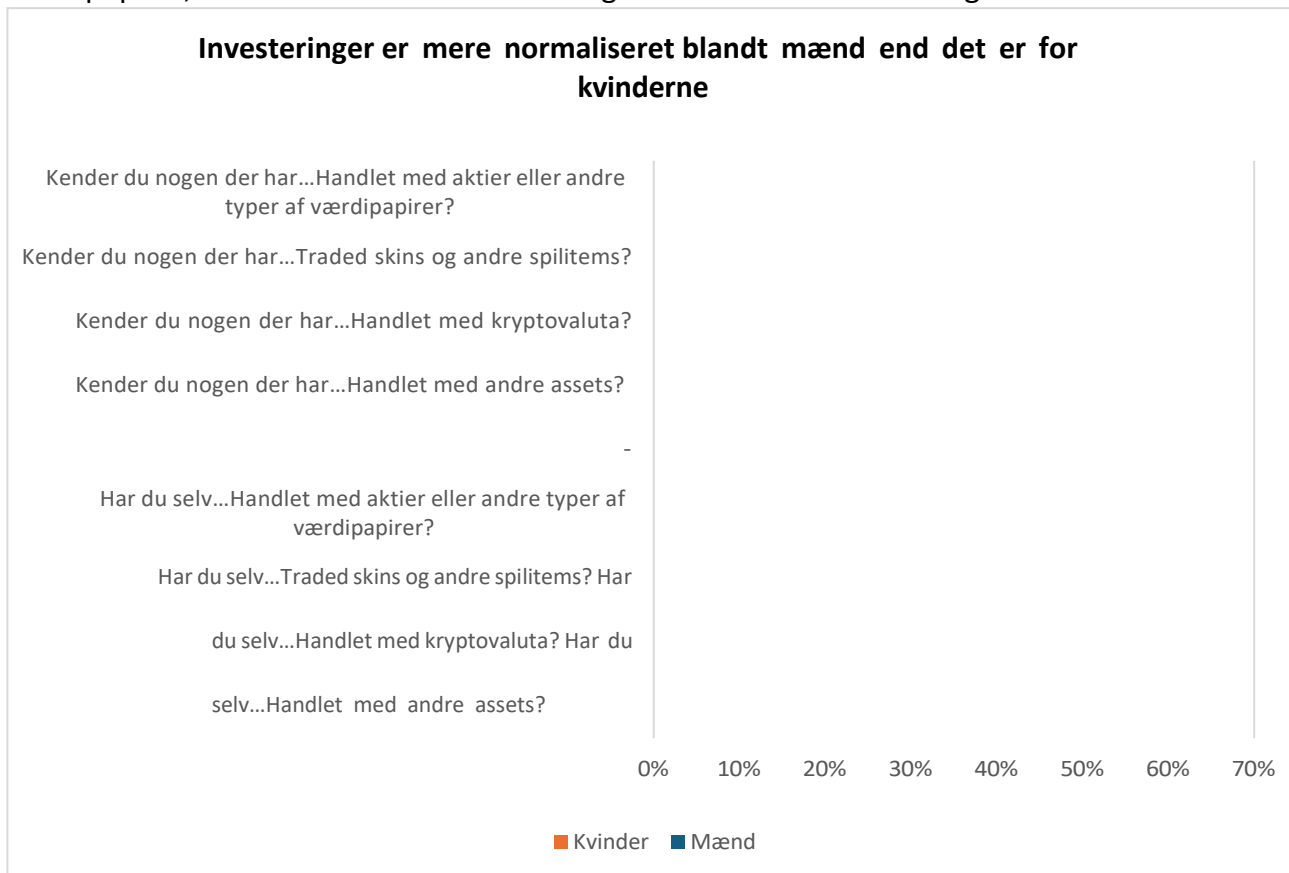
Disse kønsforskelle afspejles også i vores survey, hvor mænd er mere tilbøjelige til at gamble end kvinder, med lotterier som en central undtagelse:



Overlappet mellem gaming, gambling og finans samler sig omkring de kompetitive holdspillere, hvor vi samtidig ser en markant overrepræsentation af drenge og mænd. Det er svært at sige om sammenfaldet skyldes denne overrepræsentation eller om gambling omvendt normaliseres blandt drengene og mænd som i forlængelse af deres deltagelse i kompetitiv gaming. Under alle omstændigheder går de markante kønsforskelle igen i tilgange til investering mere overordnet se, som vi uddyber i hovedpointe#2 på næste side.

Hovedpointe #2: Investering er en maskulin ungdomskultur

En overordnet observation på tværs af spørgeskemaundersøgelse og fokusgrupper er at finansielle investeringer er mere udbredt og normaliseret blandt unge mænd end blandt kvinderne. Som figuren nedenfor viser, er mændene mere tilbøjelige til at kende nogen der investerer – om det er aktier, krypto, digitale objekter i computerspil eller andre aktiver – og de er samtidig mere tilbøjelige til at investere selv. Interessant nok kender næsten lige mange unge kvinder og mænd nogen der har handlet med aktier, obligationer, indeksfonde eller værdipapirer, men kvinderne investerer meget mindre end mændene gør.



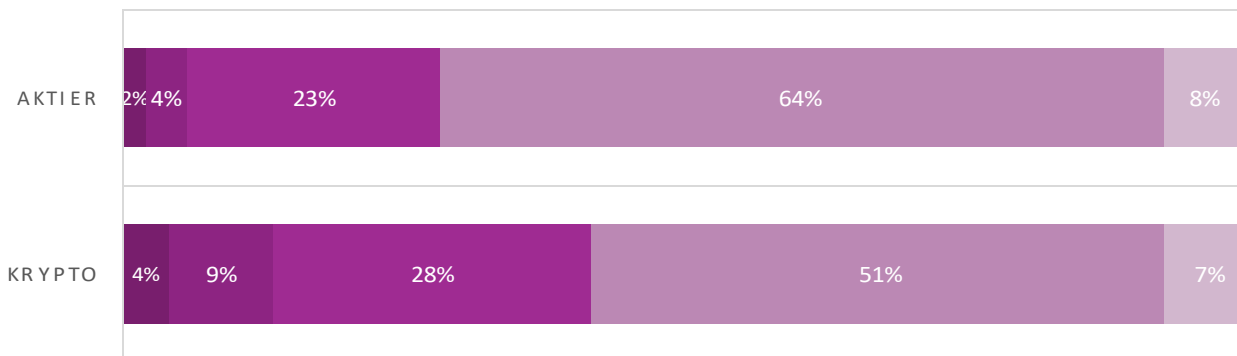
Hvis vi inddrager aldersgrupperne, kan vi se at den typiske krypto-investor er en mand i start-20erne (omtrent hver femte mand i 20erne har handlet krypto), hvorimod skins og spiliteme handles mest af teenagedrenge.

De forskellige finansielle aktiver handles også forskelligt hvad angår frekvens. I figuren nedenfor kan man se at krypto handles relativt ofte (41% handles dagligt, ugentlig eller månedligt), hvorimod aktier handles mindre ofte (ca 29% handles dagligt, ugentligt eller månedligt). Sidstnævnte indikerer en investeringstilgang, hvor pengene bliver placeret i aktiver over længere tid. Vi finder det særligt bekymrende at ca. 4% af kryptohandlerne er *daytraders*, der køber og sælger på daglig basis, da dette er [særdeles risikabelt og i de fleste situationer leder til økonomiske tab](#).

HVOR OFTE HANDLER FOLK AKTIER OG KRYPTO?

(% af dem som svarer at de har handlet med aktiverne)

■ Dagligt ■ Ugentligt ■ Månedligt ■ Sjældnere ■ Ved det ikke eller ønsker ikke at svare



En af årsagerne til forskellene i investeringspraksisser kan være forskel i finansiell selvtillid kønnene imellem som [international forskning også peger på](#) og som [især gælder for krypto](#). I fokusgrupperne udtrykker de kvindelige deltagere mindre tiltro til egne evner indenfor finansområdet: "Jeg tænker ikke, at der er nogen af os, der har nok styr på [investering]" og:

"jeg føler også lidt, at vi piger, vi er meget usikre, når vi træffer et valg i forhold til drenge. De er sådan, okay, jeg sætter mine penge i det her spil, og hvis jeg taber dem så er det sådan. Vi er piger er mere sådan nej, jeg tør ikke. Vi tænker mere sådan i ulemper-agtigt".

Som kontrast er der flere steder i drengegrupperne, hvor deltagerne snakker om investeringer med større selvtillid og gå-på-mod. Som én af drengene formulerer det:

"Jeg ville mene, at man som ung skulle investere i lidt mere... Okay, nu siger jeg farlige aktier, som hopper lidt mere op og ned. Fordi at det, der... Altså hvis det nu skulle gå helt galt, så har man rigtig mange år til at gøre op for det."

Samtidig fremhæver nogle af pigerne hvordan investeringer traditionelt er "mere markedsført til mænd" og at det "har også altid været mænd, der har arbejdet på Wall Street". Som kontrast fremhæves behovet for positive rollemodeller målrettet kvinder:

Ung kvinde 1: Der er også det der med, at jeg synes i hvert fald, at det er lidt svært at komme ind på aktiemarkedet og få en forståelse for det. Især som kvinde. Hvis vi skulle snakke med drengene fra vores klasse om det, så kunne de godt begynde at gøre lidt grin med det, fordi vi ikke vidste noget om det. Men det er da heldigvis begyndt at komme mere... Hvad hedder det nu?

Ung kvinde 2: Det er blevet normaliseret.

Ung kvinde 1: Ja, og mere opsyn på, hvis det giver mening.

Interviewer: Ja, hvordan det?

Ung kvinde 1: Der er kommet bøger, og så er der kommet workshops, som jeg i hvert fald ser på Instagram og reklamer for.

Ung kvinde 2: Der er også bare generelt flere, der fortæller om det på sociale medier. Og dem, der laver det, tænker jo ikke på, om det er kvinder eller mænd, der sidder og ser det. Så de formidler jo bare viden, og så kan man selv finde det og prøve at forstå det.

I fokusgrupperne tillægger deltagerne også kryptovaluta meget forskellig værdi. Nogle associerer krypto med høj usikkerhed og klassificerer det som gambling, mens andre ser det som et lukrativt investeringsobjekt. I en gruppe forklarer en deltager, som er lidt ældre end de andre, hvordan han ser Bitcoin som investeringsmulighed, men en anden deltager ser det som snyderi:

Interviewer: Bitcoin. Ja. Hvor skal den ligge?

Ung mand 1: Altså, den vil jeg også ligge herovre [som en høj prioritet]. Det er kun fordi, jeg smider et par hundrede ind på den hver måned. noget eller andet måde på den. Så det er jo bare en opsparing.

Ung mand 2: Jeg synes jo, det er snyderi. Altså, det er min erfaring. Jeg køber ikke noget krypto, selvom jeg investerer ret meget.

Ung mand 1: Krypto er en god investering, specielt lige nu faktisk.

Ung mand 2: Der er vi uenige.

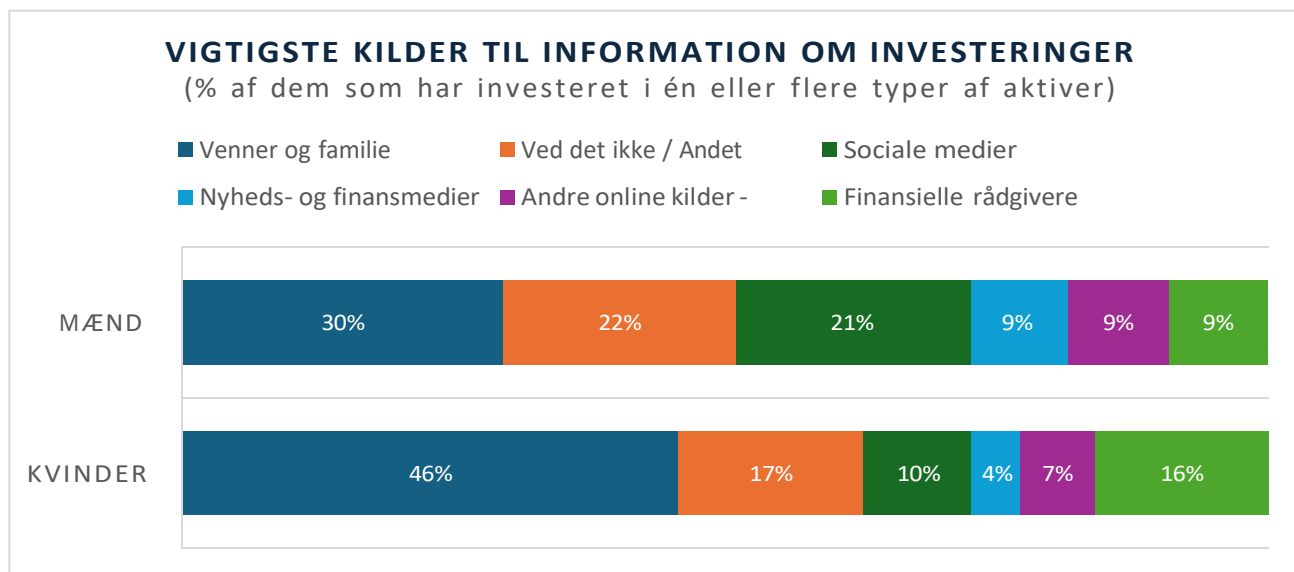
Derudover indikerer flere udsagn fra fokusgrupperne, at krypto ikke blot fungerer som spekulative aktiver, men også som metode til at konvertere værdien af spilitem til andre typer af værdi, for eksempel i 'skintrading' og 'skinbetting' (se hovedpointe 1):

Jeg tror... Jeg har ikke handlet med krypto, men jeg har overført krypto. For eksempel inden for de der skinbetting-ting. Det er jo... Det er jo ikke helt ulovligt, men der er nogle ting ved det, som godt kan være ulovlige. Så det de fleste websites gør, det er, at de bruger krypto til at overføre ind og ud. Så du kan overføre det som det så ville svare til, i bitcoin. Det ville du så overføre til den skinbetting hjemmeside.

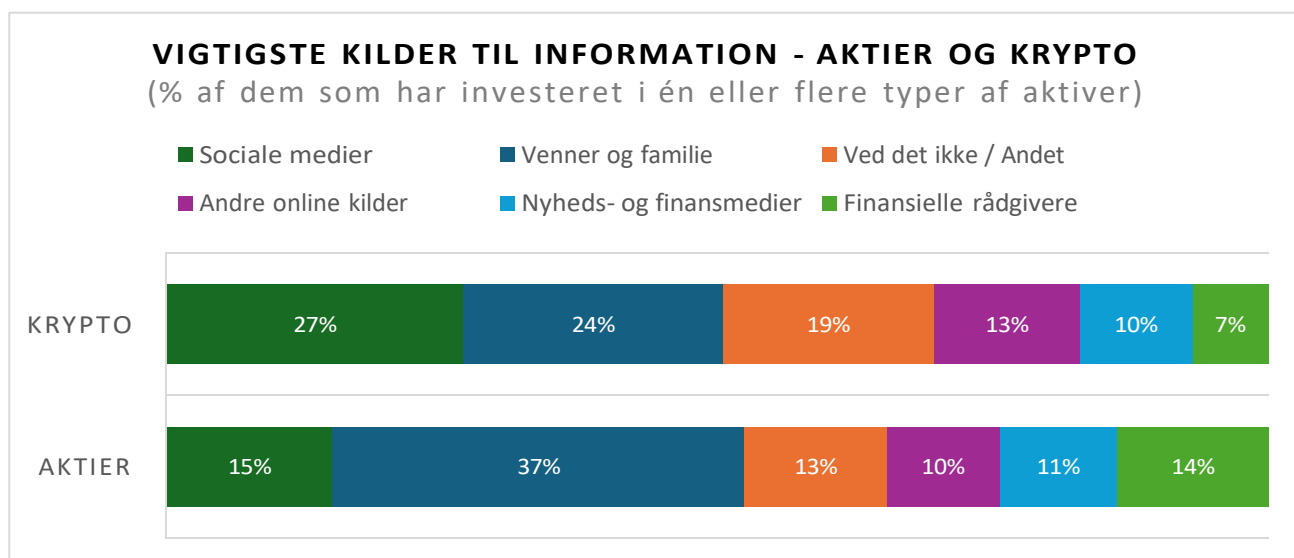
Det er vigtigt at bemærke at alle kan handle krypto – denne deltager er fx under 18 år – og Krypto derfor kan bruges ikke bare til kriminelle aktiviteter men også til uregulerede finansielle aktiviteter.

Hovedpointe #3: Venner, familie og sociale medier er vigtigere kilder end traditionelle medier og bankrådgivere

Udover at unge mænd generelt investerer mere og har større tillid til deres egen investeringsevner, er de også mere tilbøjelige til at hente deres informationer fra sociale medier, og i mindre grad fra traditionelle finansielle rådgivere. Figuren nedenfor viser vigtigste kilder til information for dem, der angiver af have investeret i en eller flere typer af aktiver og viser at venner of familie er den mest udbredte kilde til information. Desuden spiller sociale medier en central rolle, i særdeleshed for mændene. Bankrådgivere og andre etablerede autoriteter på finansområdet er mindre vigtige.



Vi finder desuden forskelle i informationskilder alt efter hvilken type aktiv, der investeres i, hvor sociale medier fylder relativt mere og traditionelle rådgivere fylder relativt mindre når det handler om krypto.



I fokusgrupperne bliver der tilsvarende sat spørgsmålstejn ved traditionelle finansielle rådgivere, som denne samtale fra en af grupperne vidner om. Drengene diskuterer om man skal bruge sin bank til investeringer eller selv håndtere dem:

Ung mand 1: Man kan vælge det der, hvor du lader banken gøre det helt, eller også kan du vælge at også selv have indflydelse på, hvad der skal investeres.

Ung mand 2: Jeg talte altså også med min bankrådgiver, og hun var ikke særlig klog inden for aktier. Hun vidste ikke, hvad sådan en ting som ETF var. Jeg har investeret i aktier i forholdsvis lang tid, så jeg har nogenlunde styr på det. Og man kunne bare mærke, at hun havde ikke rigtig styr på det, og hun stod og sagde, hvilke fonde der var okay at investere i. Og det var bare sådan... Jeg tror ikke, de ved så meget omkring, hvad de siger, de bankrådgivere.

I fokusgrupperne forholdt deltagerne sig også til forskellige typer investeringskurser udbudt af finansinfluencers, som har været synlige på sociale medier og i den offentlige debat på forskellig vis, fx Andrew Tates *Hustler's University*, Daniels pengetips, og Female Invest. I en pige-gruppe vurderede en deltager den slags kurser som et attraktivt tilbud for folk der ikke ved noget om investering på forhånd:

Ung kvinde: Altså Daniels Investeringskursus har jeg i hvert fald hørt ret meget om. Og jeg kender ikke så meget til de andre. Men han er meget sådan dedikeret og rigtig god til at fortælle og uddybe. Og så betaler man et eller andet, for så er der nogle Q&A's. Så man kan spørge ham om alt, inden for investeringen. Så det er ligesom at man bliver klædt på til at investere. Det er ikke fordi, at pengene vokser, vil man købe hans kursus. Ligesom hvis man vil have noget viden. Og jeg er ikke så meget inde over de andre [alternativer på bordet], så den tror jeg, jeg vil tage.

En del af de investeringsuniverser, som influencers og andre tilbyder på nettet, har et særligt fokus på at deltagerne kan forme fællesskaber og møde mentorer. Det kan virke tillukkende fordi det gør investeringer til en social praksis, som en deltager udtrykker det:

Ung mand: Det er faktisk et meget fedt fællesskab, fordi man bruger hinanden til at vokse og spare med hinanden og sådan nogle ting. Så det er en meget smart opsætning. Og så er det en forretning samtidig.

Samtidig trækker deltagerne generelt grænser mellem forskellige typer af kurser. Særligt interessant er pigernes refleksion over en virksomhed som Female Invest, der eksplicit henvender sig til kvinder, som mere attraktiv fordi den skaber et dedikeret feminint rum:

Ung kvinde: Der er også det der med, at jeg synes i hvert fald, at det er lidt svært at komme ind på aktiemarkedet og få en forståelse for det. Især som kvinde. Hvis vi skulle snakke med drengene fra vores klasse om det, så kunne de godt begynde at gøre lidt grin med det, fordi vi ikke vidste noget om det. Men det er da heldigvis begyndt at komme mere... [kurser, bøger, og sociale medie profiler målrettet kvinder].

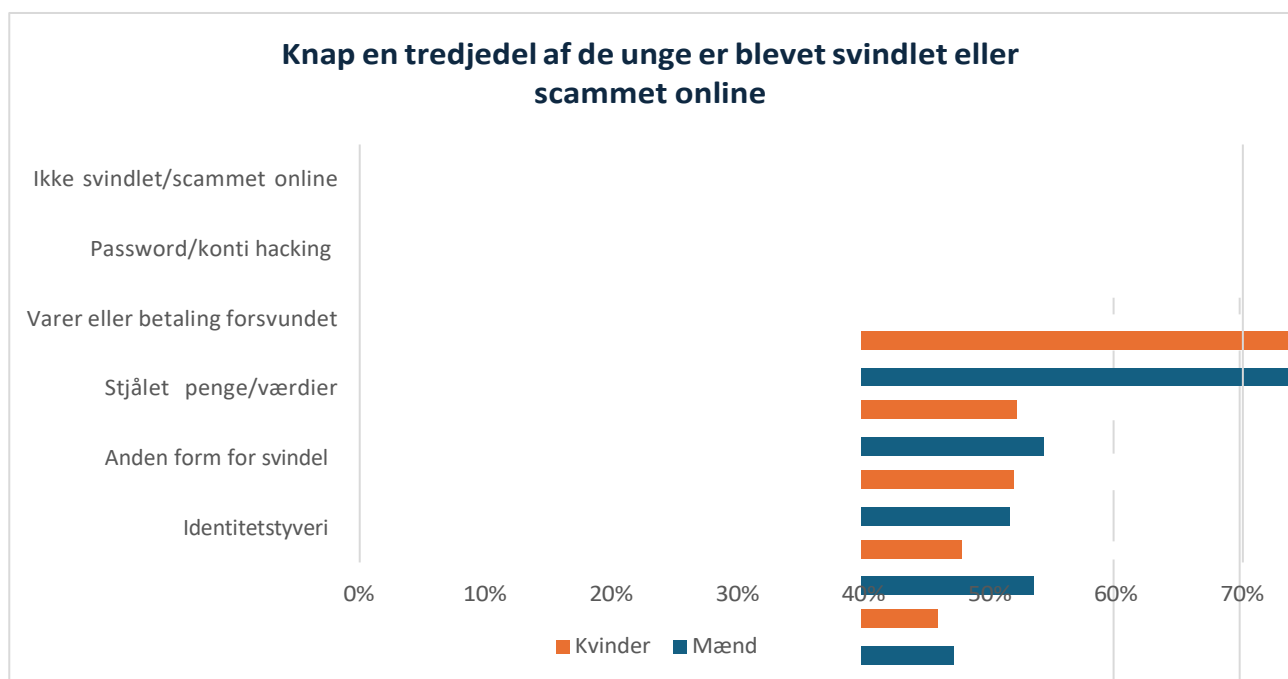
De sociale netværk kommer ikke lige så naturligt op i samtalen og det er derfor mere sporadisk om og hvornår deltagerne kommer ind på det. Men her er et eksempel på hvordan to af pigerne ser familie og venner som vigtige resurser i beslutningsprocessen på grund af den tryghed og åbenhed som de nære relationer kan tilbyde:

Ung kvinde 1: Jeg føler, at folk omkring mig har rigtig styr på det, fordi det er ikke noget, man lægger skjul på. Det tror jeg ikke. Altså, jeg tror bare, at det er et åbent emne, hvor alle ligesom deltager og er åbne omkring, hvad det er, de gør med deres penge. Og så tror jeg bare, at det, ja, det vil jeg sagtens gøre.

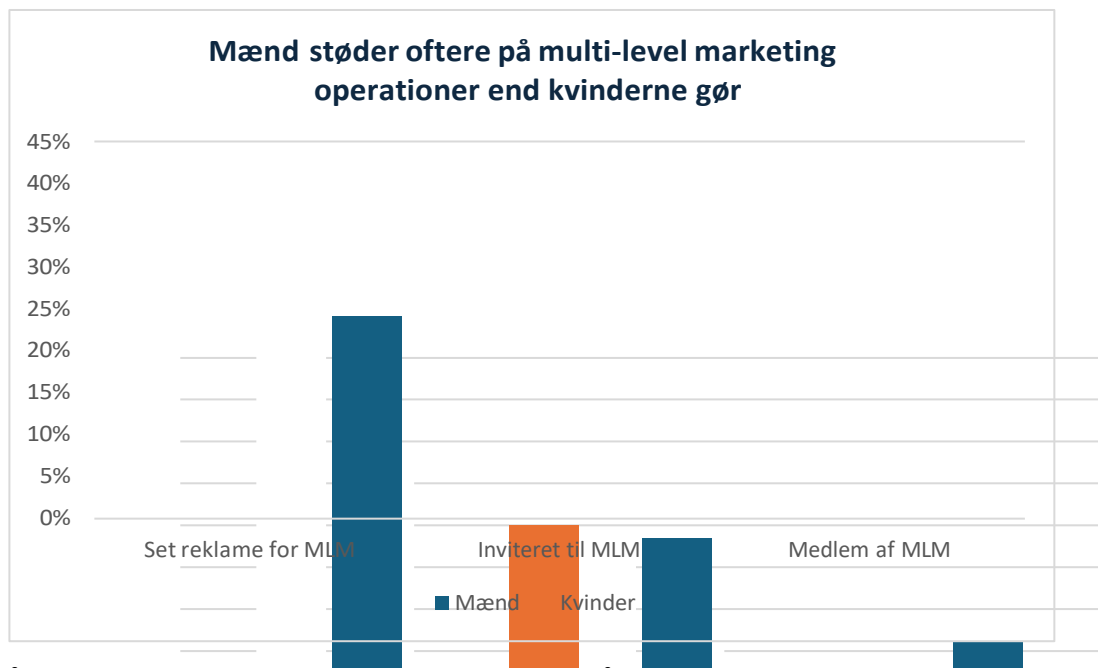
Ung kvinde 2: Jeg føler, at det er sådan en virkelig, altså sådan en åbent emne, man kan snakke om, fordi man lærer også af hinanden. Det er jo f.eks. "hvorfør har du investeret i Netflix", f.eks. hvorfor har du ikke investeret i noget andet. Så man lærer af hinanden. Så det er godt at få snakket om det.

Hovedpointe #4: Unge er både ofre for og medvirkende til digital svindel

Undersøgelser fra blandt andet [Det Kriminalpræventive Råd](#) viser, at digital svindel er stigende i Danmark. Internationalt set bliver danskerne, pga. vores høje grad af digitalisering og tillid, oftere udsat for international svindel som fx [falske webshops](#). I spørgeskemaet spurgte vi ind til forskellige typer af digital svindel. Som man kan se i figuren nedenfor, er det en relativt stor andel af de unge som har oplevet at blive svindlet online (lidt mindre end en tredjedel) og det er stort set ligeligt fordelt på tværs af køn, også i de forskellige former for svindel. På tværs af aldersgrupper er de 18-25-årige mest udsatte, hvor omtrent halvdelen (44%) har oplevet at blive svindlet online. Der er ikke nogen nævneværdige forskelle på tværs af indkomstgrupper eller social baggrund (mors/fars uddannelsesniveau), hvilket peger på at digital svindel ikke blot er et problem for særligt socialt udsatte, men et generelt ungdomsproblem - også på tværs af køn.



Ifølge [Finans Danmark](#) er investeringssvindel i kraftig stigning og det samlede beløb danskerne svindles for er på vej mod en fordobling fra 2023 til 2024. Både [Tjekdet](#), [TV2](#) og [DR](#) har dokumenteret hvordan forskellige typer af investeringssvindel – fra traditionelle pyramidespil til netværk af falske websites – har franarret danskerne millionbeløb. Nogle unge deltager desværre også i aktiviteter hvor de svindler hinanden, fx ved at rekruttere andre til multi-level marketingsnetværk eller pyramidespil. Her lover den som rekrutterer de potentielle deltagere et økonomiske udbytte ved at deltage i netværket, typisk i form af provenu fra salg af produkter eller services. I realiteten tjenes langt de fleste penge gennem rekruttering af nye medlemmer.



Selvom få selv er medlem af den slags operationer, så er de aktive medlemmer meget synlige i de unges miljøer, fordi de rekrutterer igennem sociale netværk på skoler og uddannelsesinstitutioner og ofte deler indhold på sociale medier. For gruppedeltagerne kender godt til disse pyramidespil og har oplevet at andre elever har forsøgt at rekruttere dem. Her nævnes f.eks. NBA Scandinavia, som er det MLM-pyramidespil som [DR Kontant](#) har dækket:

Ung kvinde 1: Okay. Fordi der er noget, som HHX'erne går rigtig meget op i. Jeg kan ikke huske, hvad det hedder. Et eller andet NBA. Not Broke Anymore.

Interviewer: Ja, Never Broke Again. Dem har vi godt stødt på.

Ung kvinde 1: Som er virkelig aggressiv med deres måde at prøve at få folk til at blive en del af det. Fordi "Du kan blive så rig af det og blive entreprenør", men de har ikke nogen beviser for, at de rent faktisk tjener penge på det.

Interviewer: Rækker de ud til jer?

Ung kvinde 2: Ja.

Ung kvinde 3: Ja, det er sådan "Hej, jeg så dig lige på mit feed. Jeg tænkte, du godt kunne lide det her".

Ung kvinde 1: Og så afviser man dem. Og så skriver de en lang besked igen. Jamen det du skriver er ikke rigtigt. Blablabla.

Interviewer: Er der mest drenge, der er inde i det der NBA?

Ung kvinde 1: Ja. Men der er også en fra din klasse, en pige, der er med til at...

Ung kvinde 4: Ja, hun er også på...

I en anden gruppe er en af deltagerne aktivt medlem af en mere traditionel multi-level-marketing operation, hvor man tjener penge på at sælge fysiske produkter og rekruttere andre som sælgere:

Altså. Jeg ved lidt om network marketing. Og igen, det kommer an på, hvordan du... Jeg er selv medlem af et selskab, der hedder [anonymiseret]. Som laver nogle produkter, Aloe vera produkter, som jeg

sælger videre. Og det er jo også et pyramidespil. Så det ved jeg.. at ud fra hvad du ligger af tid i det, får du også tilbage.

Denne deltager gentager et klassisk budskab fra multi-level marketing operationer, nemlig at dit udbytte afhænger af din egen indsats snarere end din position i pyramide-hierarkiet (Ørmen, Gregersen, Thorhauge & Petersen, *under udgivelse*); desto tidligere man kommer ind i et pyramidespil desto større er chancen for at tjene penge eller bare få sin egen investering tilbage. Forskningen peger på at langt de færreste deltagere i MLMer tjener nogen penge overhovedet; i nogle eksempler [under 5% af deltagerne](#).

Selvom alle kan blive ofre for svindel, så er der forskelle i hvor meget de fortællinger som MLMer og andre *scams* bygger på appellerer til folk. For unge med adgang til sociale og økonomiske resurser gennem familie og netværk er andre investeringer mere attraktive, mens unge med relativt få midler at investere og et mindre økonomisk stærkt socialt netværk kan *scams* og pyramidespil virke tillokkende, netop fordi de lover hurtige og (i forhold til indskud) store fortjenester. Der er simpelthen forskel på hvilket bord man som ung bliver inviteret med til: det med den rige tante der kan hjælpe én i gang på boligmarkedet eller det med den opportunistisk fætter der vil have dig med om bord hans det nyeste investeringspåfund.

Kort om projekterne og forskningsmetoderne

Fokusgruppe-undersøgelsen er finansieret af [Dronning Marys Center](#) ved Københavns Universitet i projektet [Finansiell Ungdomskultur](#). I projektet som løb fra efteråret 2023 til efteråret 2024 blev der foretaget **8 fokusgrupper** med unge gamere og **elever på ungdomsuddannelser i Københavnsområdet**. Alle grupper har været naturlige (dvs. deltagerne kender hinanden på forhånd fra en klasse/gruppe) og de er kønsopdelte for at kunne skabe et trygt rum for deltagerne og for at belyse kønsforskelle i investeringspraksisser klart. De er desuden foretaget i forskellige områder omkring København der varierer på socioøkonomiske karakteristika, fra Nordsjælland til Vestegnen, for at kunne belyse den sociale dimension. Grupperne har varieret mellem 7 og 4 deltagere (41 i alt) og aldersspændet er fra 14-38 år (hvor langt størstedelen er mellem 16 og 19 år gamle).

Fokusgrupperne er generelt struktureret og organiseret omkring 2-3 øvelser, som er designet til at få deltagerne til at forholde sig til forskellige forbrugs- og investeringsmuligheder og holde dem op imod hinanden i en fælles diskussion.

- **Øvelse 1:** Hvis du havde 20.000 kr. hvad ville du så vælge at bruge det på? Prioritér en række muligheder (eksempler på forbrug, materielle og oplevelser, og investeringer)
- **Øvelse 2:** "Pegeøvelse" med fokus på forskellige former for investering og risikovillighed; nu skal de få pengene til at vokse → ingen forbrugsmuligheder på bordet
- **Øvelse 2 (Gamer-grupperne):** Hvad "tæller" som penge og hvad tæller ikke som penge
- **Øvelse 3:** *Øvelse om de unges fremtidsperspektiver*

Udover fokusgrupperne har vi i projektet Finansiell Ungdomskultur foretaget et dybdegående case-study af et dansk MLM, inkl. observationsnoter fra et fysisk MLM event i København

- Noter fra MLM rekrutteringssamtale (30 min.)
- Diverse materiale fra et dansk investerings MLM (samme som de to forrige): fuld kopi af hjemmeside (ikke online mere), sociale medie posts (mange også fjernet igen), dokumentation for interaktion mellem forskningsassistent og MLM recruter.

Spørgeskemaundersøgelsen er finansieret af [Dansk Ludomanikomite](#) i forbindelse med projektet [Gamblified game mechanics in Danish children and young people's gaming](#), der adresserer sammenhængen mellem 10-25-åriges gaming- og gambling-adfærd i Danmark. Projektet løber fra 2024-2025 og dataindsamlingen gennemføres i to trin med henblik på at undersøge sammenhængen mellem 'lootboxes' og gambling-relateret adfærd over tid. Data indsamles på grundlag af en randomiseret stikprøve fra CPR-registret og er vægtet med udgangspunkt i centrale registervariable for at skabe den størst mulige generaliserbarhed til den danske population af 10-25-årige. De data, der rapporteres i denne forskningsbrief stammer fra første trin, der blev gennemført i maj og juni 2024. Den samlede stikprøve var på 15300, hvoraf 5103 besvarede undersøgelsen, og 4771 gav en fuld besvarelse, hvilket giver en endelig svarprocent på 31%. Foruden selve besvarelserne inkluderer datasættet registervariable i form af familieindkomst, mors uddannelsesniveau, fars uddannelsesniveau og mors tilknytning til arbejdsmarkedet.