

'NFT's bieden merken nieuwe businessmodellen'

16-11-2021 08:56



De opkomst van non-fungible tokens (NFT's) maakt de contentmarkt potentieel interessant voor retailers en merken. Kopen wordt straks het nieuwe liken, zegt blockchainexpert en digital leader bij World Economic Forum Jan Scheele in het novembernummer van RetailTrends.

NFT's zijn onvervangbare, digitale objecten die soms al voor miljoenen verhandeld worden via blockchains. Retailers en merken experimenteren er nog mondjesmaat mee. Gucci slaagde er al eens in een digitale tas voor vierduizend euro te verkopen. "De jongste generatie kijkt totaal anders naar digitale waarde", verklaart Scheele. "Zij vinden het gewoon vet om een digitale tas te hebben en hebben daar duizenden euro's voor over."

NFT's kunnen de contentmarkt volgens Scheele tot een interessant verdienmodel voor merken maken. "Ik noem het *buying is the new liking*. Echte fans delen straks niet meer alleen een like uit, maar kopen een NFT." Dat hoeft volgens hem niet tot de luxemarkt beperkt te blijven. "Primark kan ook iets leuks doen met een NFT, waarom niet? Kijk eens hoeveel miljarden er worden besteed aan digitale zwaardjes in videogames. Dat komt echt niet allemaal van Gucci-klanten."

Naast Gucci experimenteren onder meer McDonald's en Nike met NFT's. De onvervangbare tokens zijn onderdeel van de bredere trend van tokenisatie. Volgens WEF staat over vijf jaar al tien procent van het wereldwijde BBP op de blockchain.

[Lees hier meer over de kansen van NFT's](#) voor retailers en merken. Nog geen member, [kijk dan hier](#).