

AI OCH METAVERSE - VAD HÄNDER NU?

# METAVERSE

*Mayhem*

UNDERBARA  
MÖJLIGHETER  
OCH  
OERHÖRDA  
RISKER



LINDA U JOHANSSON

# Metaverse är dött. Hallå, vad händer just nu?

UTDRAG UR BOKEN METAVERSE MAYHEM – AI OCH METAVERSE, VAD HÄNDER NU, av Linda U Johansson

*“One of the things that I find most exciting about the metaverse is this is the next generation of the internet, but it’s focused on people. You can do anything that you can imagine with people in a virtual space, that you can’t necessarily do just over a video call or a phone call or in person.” Mark Zuckerberg*

Ni har inte glömt att ni är i 1997-års utveckling av Metaverse? Bra, då fortsätter vi. För om ni kommer ihåg internets utveckling så stormade det rejält i början. I slutet av 90-talet slogs det verkligen på stora trumman, internet var det stora heta! Yuppies (män med bakåtslickat hår som stressade fram bärandes på svarta portföljer och en stor mobiltelefon) pratade bara om internets framtid och investerarna hängde på. Internetbolag växte upp som svampar ur marken och företag skulle sälja både kläder, böcker och mat. Aktierna hos dessa nya internetföretag klättrade högt på Stockholmsbörsen – alla ville ha en del av kakan.

Tidigare, i den ”gamla” ekonomin värderades företag efter vinst och omsättning. I den ”nya ekonomin” som nu växte fram explosionsartat kunde plötsligt nya internetföretag som gjorde enorma förluster ändå värderas till många miljarder av marknaden. Så för att förklara detta skapades helt enkelt nya modeller där företagen bland annat värderades efter antalet anställda.

Men alla som vet sin historia vet att detta inte höll. Företag målade upp visioner och skapade innehåll men det var för tidigt – konsumenterna ville inte handla eller konsumera online ännu. ”Handla kläder på nätet? Nej, varför det? Det är ju jättekonstigt!” Det fanns varken kunder eller bra teknik ännu.

Den 6 mars 2000 gick historien in i en av de mest dramatiska dagarna på Stockholmsbörsen. Då sprack dotcom-bubblan, en period av extrem spekulation i tech- och internetrelaterade företag, vilket ledde till att börsen sjönk kraftigt. Denna händelse markerade början på en lång och smärtsam nedgång för många investerare och företag som var involverade i it-sektorn. Det skulle dröja över 900 dagar innan börsen återhämtade sig, men under den tiden försvann 70 procent av Stockholmsbörsens värde – vilket lämnade många företag och investerare i ekonomisk ruin.

Ett av de mest kända exemplen på förlorare under dotcom-bubblan var det svenska företaget Boo.com, en ambitiös e-handelsplattform för mode. Boo.com grundades 1998 och blev snabbt en symbol för internetboomen. Företaget brände igenom över en miljard kronor under sina två år av verksamhet, och när bubblan sprack gick Boo.com i konkurs i maj 2000.

Ett annat exempel på ett svenskt företag som drabbades av dotcom-krisen var Framfab, en digital konsultfirma som såg sin aktiekurs stiga astronomiskt under internetboomen. Framfab

hade vid toppen av bubblan ett börsvärde på över 30 miljarder kronor. Men när krisen slog till, sjönk Framfabs aktiekurs kraftigt och företaget tvingades genomföra omfattande nedskärningar och omstruktureringar.

När vi ser tillbaka på dotcom-bubblan tror jag vi alla lärde oss något av den. I själva verket var det en spekulationsbubbla som blåste upp visioner, snarare än att faktiskt handla om tekniken i sig. Många insåg att det krävs mer än bara en innovativ idé och en webbplats för att skapa ett framgångsrikt företag. Det behövs en hållbar affärsmodell, gedigen finansiell planering och en realistisk bedömning av marknadspotentialen.

Vi kan också konstatera att även om det var mycket som var hype, är det viktigt att komma ihåg att många innovativa tekniker – från e-post till Google självt – härstammar från denna period. Flera svenska företag som Tradera och Bokus finns fortfarande kvar. Faktum är att synen på de första internetentreprenörerna var länge ganska negativ, men forskning från Handelshögskolan i Stockholm har bekräftat att personer och idéer från denna tid har varit avgörande för dagens framgångsrika techbolag.

## Är Metaverse en hype?

Den 6 mars 2023, tjugotre år exakt på dagen sedan dotcom-kraschen på börsen, läste jag på LinkedIn: Metaverse är dött! Jag fortsatte läsa, fick en flashback till 2000 och log lite. Min reaktion kanske låter konstig, men jag ska förklara den.

Metaverse har för många blivit ett hype-uttryck. Denna futuristiska tanke och idé har skapat betydande buzz på sociala medier och blivit ett av investerarnas största samtalsämne. Under de senaste åren har det skett betydande investeringar från riskkapitalister, ledande teknologiföretag och andra etablerade företag för att accelerera Metaverse. Under perioden januari 2022 till maj 2022 gjordes investeringar på mer än 120 miljarder amerikanska dollar i Metaverse – mer än dubbelt så mycket som under hela 2021. Detsamma hände i nordiska bolag, och som exempel kan jag nämna att Hiber, den Göteborgsbaserade sociala spelplattformen, fick 15 miljoner USD från EQT Ventures i juni 2021, medan finska VR-headsettillverkaren Varjo fick 54 miljoner USD i investeringar samma år.

Även företagen ville vara med i matchen. Hösten 2021 meddelade flera stora, globala bolag att de gjorde som Meta – de hade startat en avdelning där de utvecklade teknik och innehåll för Metaverse. Varje dag lanserades fler och fler varumärken sin närvaro i någon av Metaversevärldarna.

Försäljningen tog också fart av NFT:er (non fungible tokens – läs i kapitlet om Teknik så förklarar jag ytterligare vad det är). NFT är viktiga för monetiseringen av Metaverse och plötsligt ville alla köpa unika digitala kattungar eller apor. Men sedan blev det tyst. Människor började ifrågasätta försäljningen av NFT:er, vilket gjorde att den avstannade och minskade med 83 procent under 2022.

Sedan hände ytterligare en sak som plötsligt förändrade allt för Metaverse och som ryckte undan mattan rejält! ChatGPT lanserades i november 2022 och tog världen med storm. Det var märkligt att se, men som i ett trollslag var alla så kallade Metaverseexperter plötsligt AI-

experter! AI har nämligen ett kort i rockärmen – ChatGPT har övertrumpat Metaversehype genom att erbjuda ett mer användbart och omedelbart sätt att interagera med artificiell intelligens.

Slutligen, i början av 2023 gick både Microsoft och Meta ut och berättade att de nu väsentligt drog ned budgeten för sina utvecklingsteam gällande Metaverse. BOOM! Metaverse är dött! Eller?

Ni vill kanske veta varför jag log? För mig är ju detta bara dotcom-kraschen ännu en gång. Det är bra att vi inte agerar för hastigt på en hype. För förändring tar tid. Framtiden står inte mellan Metaverse ELLER AI – framtiden förutsätter en kombination av dem båda. Även om ChatGPT inte på något sätt har nått sin fulla potential är det redan en fungerande plattform. Från dag 1 förstod människor hur man skulle använda tekniken. Det är därför denna teknik spridit sig så snabbt!

## Utvecklingen är inte död

Metaverse är å andra sidan fortfarande i sin linda. Tekniken och hårdvaran är inte tillräckligt bra, men vad som är värre är att det även konceptuellt är ett grått område. Många frågar sig fortfarande vad det egentligen är. Med tanke på att ett fungerande Metaverse troligen ligger flera år bort är det naturligt att hype har sjunkit. Ingen vet heller riktigt hur Metaverse kommer vara, om det kommer vara en helt decentraliserad öppen värld att ströva omkring i och socialisera i, eller om det kommer vara en kommersialiserad, NFT- och kryptodominerad zon.

Vad många inte idag förstår är att AI nu håller på att integreras och kommer vara en naturlig tillgång i Metaverse. Detta gör det ännu enklare att skapa objekt och hantera dataflöden, vilket innebär att Metaverse kommer bli ännu enklare att hantera och skapa värde.

När människor inte förstår skapas ett motstånd, precis som det gjordes när internet kom. Det är ett bekymmer att allmänheten fortfarande är förvirrad över vad "Metaverse" är och hur det kommer gagna samhället. Man skulle tro att detta skulle vara tydligt vid det här laget, men även enkla definitioner av Metaverse är svåra att hitta. Personligen tror jag förvirringen beror på att vi pratat för mycket om tekniken kring Metaverse.

Metaverse handlar inte om några specifika infrastrukturer. Istället handlar det om att förvandla hur vi människor upplever den digitala världen. Sedan datorernas gryning har digitalt innehåll i huvudsak nåtts genom platt media sedda i tredje person. I Metaverse kommer våra digitala liv alltmer att innebära att digitalt innehåll dyker upp runt omkring oss och upplevs i första person. Det kommer att påverka allt från hur vi arbetar, handlar och lär oss online till hur vi socialiserar och organiserar. Det är verkligen så enkelt. Metaverse är övergången från den digitala världen från platt innehåll till nya upplevelser – och tro mig, det är inte dött.

Vi ska inte vara rädda för tystnaden kring Metaverse, det kan mycket väl vara en bra sak. Mindre fokus på vad Metaverse kommer vara, kommer erbjuda ett välbehövligt andningsrum

för stora techföretag att konceptualisera och skapa verkligt värde. De kan fortsätta att utveckla VR och AR, samtidigt som de tyst flyttar Metaverse närmare verkligheten.

Så ja, även om ChatGPT och andra liknande AI-tjänster har stulit rampljuset från Metaverse så går vi nu in i en era där all teknik är sammanlänkad. AI kommer vara avgörande för Metaverse, det kommer hjälpa till att integrera olika teknologier som VR, AR och blockchains på ett sömlöst sätt. Det är en stor teknisk utmaning!

Utöver tekniska utmaningar finns det också kulturella och sociala frågor som måste hanteras för att Metaverse ska bli framgångsrikt. Det finns frågor om integritet, säkerhet, rättvisa och jämlikhet, liksom hur man kan skapa en virtuell värld som är öppen och inkluderande för alla. Det kommer jag prata mer om längre fram i boken. Men detta är frågor som tar tid att besvara, så därför är det också bra om det tar lite tid.

## Metaverse är en naturlig utveckling för oss

Enligt mig är förändringen mot Metaverse oundviklig. Varför då? Jo, för det finns i vårt DNA. Våra hjärnor har utvecklats för att förstå vår värld genom egna upplevelser. Det är så vi interagerar och upptäcker. Det är så vi lagrar minnen och skapar mentala modeller. Det är så vi skapar kunskap och utvecklar intuition. När vi tittar på en bild i en tidning eller läser en text har vi svårare att ta till oss informationen än om vi skulle uppleva den i verkligheten. Vi kan inte interagera med bilden eller texten och vi kan definitivt inte uppleva den som om vi var där. Det är en stor skillnad.

När jag är ute och föreläser om Metaverse slår det aldrig fel. Innan föreläsningen kommer alltid en man fram till mig och vill prata lite. Ja, det är faktiskt alltid en man. Han säger att det ska bli så intressant att få höra min föreläsning om Metaverse. Han ser engagerad ut och plötsligt lägger han till: Vi kommer bli så förslappade i framtiden! Jag studerar mannen när han eldar upp sig ännu mer och hävdar att "vi kommer bli så feta när vi bara ligger där i soffan hela dagarna!". Dessutom brukar mannen hänvisa till olika filmer som handlar om en framtid där människor lever sina liv utan att lämna hemmet. Det tycker han verkar livsfarligt! Ett exempel är filmen *Surrogates* från 2009, där människor styr sina robotiska kopior och blir mer och mer beroende av dem. Som ett resultat blir de överviktiga och inaktiva.

Missförstå mig inte, jag uppskattar verkligen dessa män som kommer och berättar om sin fruktan för mig. De är verkligen rädda för en passiv mänsklig framtid! Jag uppskattar också detta inslag för jag tycker att det är lite komiskt. Komiskt för att dessa män borde lyfta blicken och se var vi är idag. Det är ironiskt för detta är redan en verklighet för många av oss redan idag, i och med användningen av sociala medier. Vi har blivit så beroende av våra smartphones att vi nästan glömmet bort att leva i stunden och uppleva världen omkring oss.

Låt oss titta på hur vi idag använder sociala medier. Jag kan själv erkänna att min mobil ibland känns fastklistrad på min handflata – så fort någon typ av väntetid dyker upp tar jag upp mobilen och skrollar bland mejl och sociala medie-flöden. På bussen, i kassakön i butiken, i hissen, vid rödljusen (NEJ, det skrev jag väl inte ändå ...) och under tiden potatisen kokar. Jag

står där helt passiv och glor på en rektangulär platta. Är det ett naturligt, mänskligt beteende? Om vi kisar, kan vi se urmänniskan i oss när vi står där och skrollar? Eller är så man betar sig när man är "förslappad"?

När jag diskuterar detta med kollegor och vänner får jag ofta höra att jag överdriver. De menar att jag faktiskt är social när jag bläddrar genom sociala medier och engagerar mig i andras liv. Men jag undrar om det verkligen är så. Jag vet inte om jag är så engagerad. Det kanske mer är ett tidsfördriv, det kanske är en sorts underhållning. Är det socialt att bara titta på och i bästa fall återkoppla med en "like"? Har vi inte redan blivit förslappade i någon mån, både fysiskt och socialt?

Det är dags att bryta detta beteende och inse att vi behöver en förändring, både i hur vi betar oss och i den teknik vi använder. Metaverse kommer erbjuda oss möjligheten att engagera oss mer aktivt och interaktivt i den digitala världen, men det är upp till oss som individer att förändra våra beteenden och prioritera vår egen hälsa och välmående. Jag tror att Metaverse kommer bidra till att vi interagerar mer med människor i vår verkliga värld och att vi kommer se varandra på ett tydligare sätt.

Så kom igen, vi vet ju alla att vi inte kommer försvinna in i den virtuella världen eller ha AR-glasögon påkopplade hela tiden. Vi kommer ta pauser precis som vi gör idag med internet, för annars kommer vi ju bli robotar utan någon som helst känsla. Vi kommer alltid ha en fot i den verkliga världen eftersom vi är sociala varelser. Vi behöver fortfarande känna människors närvaro, få kramar och uppleva de där små ögonblicken som gör livet värt att leva. Det är som att ha en favoritfilm eller serie – du vill titta på den om och om igen, men du behöver fortfarande gå till jobbet, träffa vänner och familj och leva ditt liv.

Så oroa dig inte för att vi kommer försvinna in i den virtuella världen och glömma bort den verkliga världen. Vi kommer hitta en balans mellan de två, precis som att vi behöver både pizza och sallad i våra liv. Så, även om vi har spännande teknik omkring oss så är det ibland viktigt att ta en paus från det, träffa några vänner och insupa det verkliga livet. När det gäller fysisk aktivitet är det viktigt att vi inte underskattar oss själva och vårt behov av rörelse. Vi måste inse att ett balanserat liv innebär att vi både engagerar oss i den digitala världen och tar hand om våra kroppar genom regelbunden motion och hälsosamma vanor. Metaverse kommer inte ersätta vår fysiska verklighet, utan snarare komplettera den. Eftersom AR och VR bygger på upplevelse kommer det bli lättare och framförallt ännu roligare att motionera och röra på oss. Ena dagen kanske du är Indiana Jones som springer omkring i virtuella grottor för att leta efter skatter och andra dagen kanske du cyklar efter en AR-räv som du försöker komma i kapp. Vad jag inte tror är att denna teknik kommer göra oss stillasittande. Det är upp till oss att hitta en harmonisk balans mellan dessa två världar och inte låta oss bli helt uppslukade av den ena eller den andra.

## **Delaktighet stället för att betrakta**

Med Metaverse kommer vi delta i stället för att betrakta. Om vi idag står förstelnade och stirrar på en digital platta så kommer vi imorgon, i Metaverse, vara delaktiga på ett mer mänskligt och logiskt sätt. I Metaverse deltar du med kropp och själ i ett samarbete med andra människor. Det är det som är den stora skillnaden.

Kort sagt handlar Metaverse om att bättre ta vara på människans naturliga tillstånd och förmåga. Och hur vi bäst tar till oss kunskap genom upplevelser. Metaverse kommer vara mer anpassat till oss än någon tidigare teknologi någonsin varit.

Metaverse kommer hända. Den enda frågan är: Kommer det hända snart, eller kommer branschen falla tillbaka i en annan lång mörk vinter? Personligen är jag helt säker på att vintern inte är på väg. Jag ska berätta varför.

## **Bevis 1: Branschen är långt framme**

Metaverse drivs inte längre av startups och finansieras inte längre av riskkapital. Många av de största företagen i världen tävlar nu om att föra VR- och AR-produkter till den breda marknaden. Vissa säger att det här kommer utvecklas till en smal bransch riktad mot spel och underhållning, men jag tror att det kommer vara mycket bredare än så. Faktum är att jag, och många med mig, förutser att Metaverse vid början av 2030-talet kommer bli en central del av vardagen.

Skiftet har i viss mån redan börjat ske. It-bolaget Nagarro har i samarbete med Visual Sweden gjort en stor utredning för att se vilken påverkan Metaverse har för industribolagen i Sverige. De fann att det finns ett stort intresse och att företagen antingen redan har planerat eller kommer planera för Metaverse inom de närmaste två åren. Deras rapport heter "Reimagining Metaverse for Industrial Enterprises" och bygger på djupintervjuer med 52 individer från 37 olika bolag i Sverige.

I arbetet med boken har jag intervjuat Frederik Sahlin på Sagarro, som är affärsutvecklare för digitala lösningar inom industrin, om undersökningen samt hur han ser på utvecklingen inom Metaverse. Enligt undersökningen har grundläggande teknologier som Cloud, AI och IoT (Internet of Things) redan etablerats i många företag. Samtidigt visar undersökningen att andra Metaverseteknologier såsom AR/VR, 5G och blockchain håller på att etableras i företagen. Framför allt motiveras företagen att investera i Metaverse av tillväxt, konkurrensfördelar och utforskning av nya användningsområden. Strategiskt har cirka 66 procent av deltagarna i studien redan börjat identifiera potentiella användningsområden eller planerar att göra det inom de kommande två åren. Ungefär hälften av deltagarna planerar att investera i relevant teknologi inom de kommande två åren.

Företagen har indikerat att de kommer investera i implementeringar av digitala tvillingar av produkter eller processer, samarbeta och utbilda i virtuella världar samt integrera AI för att skapa nytt värde för sin affärsverksamhet. Dessa användningsområden riktar sig initialt till B2B-kunder, partners och anställda men även slutkunder. Denna rapport talar sitt tydliga språk – branschen har redan börjat arbeta mot ett skifte till Metaverse.

Jag har även intervjuat Tomas Bendz, som är vd och medgrundare till företaget Around the Corner. Det är ett svenskt bolag som guidar företag till att upptäcka värdet med Metaverse. Tomas är även initiativtagare till The Metaverse Consortium, som är en gruppering av representanter från näringslivet som strävar efter att bredda debatten kring Metaverse som fenomen och industri.

Konsortiet vill kommunicera hur 3D-miljöer och Metaverse skapar förutsättningar för effektivitet och förbättrad digital kommunikation, interaktion, samarbete och för att driva mer hållbara, klimatsmarta företag och verksamheter. Grupperingen konkretiserar de operativa värden som skapas med Metaverse som verktyg. Vi som är medlemmar delar användningsområden och personliga erfarenheter från genomförda och implementerade Metaverseprojekt och det är tydligt att företagen i Sverige vill driva denna bransch framåt.

## **Bevis 2: Det finns människor som utvecklar Metaverse varje dag**

Det allra viktigaste beviset av dem alla finns kanske i ditt hem, i ett litet rum på andra våningen. De som aktivt utvecklar Metaverse just nu, idag, är dina barn! Jag brukar säga att Metaverse kanske inte är för mig. Jag kanske kommer ha en längre väg att gå för att ta till mig Metaverse än vad mina barn kommer ha. För barnen lever redan nu med ett Metaversebeteende.

Spelindustrin med våra barn och tonåringar i täten är de som aktivt driver utvecklingen av Metaverse. De skapar förändringen just nu! Kanske är din tioåring redan landlord i någon Metaversevärld? Det är våra barn som kommer tycka det är självklart med Metaverse framöver. De är nämligen redan vana vid fenomenet, eftersom spelplattformar har en lång historia av att bygga komplexa virtuella världar för att dra in och underhålla användare. Så många som 3,2 miljarder människor spelade någon typ av digitalt spel under 2022. De spenderade cirka 2 biljoner svenska kronor (det är alltså 2 tusen miljarder – helt galet mycket pengar!) Om vi även ser på utvecklingen när det gäller typiska VR-spel är ökningen enorm – 2022 var antalet spelare nästan 28 miljoner. Dessa personer ser det som självklart med Metaverse.

Pandemin förändrade spelindustrin genom att behovet av sociala kontakter ökade. Vi satt hemma men ville umgås. Så den digitala spelindustrin utvecklade möjligheter för spelarna att digitalt ansluta med varandra och olika liveevent blev mer och mer vanliga. Under covid-19 såg man även en våg av konsumenter som skapade sina egna virtuella världar i ett försök att replikera fysiska världar. Efter pandemin ser vi nu att de stora plattformarna investerar i en större känsla av närvaro och individualitet för att ytterligare sudda ut gränserna mellan virtuell och fysisk existens.

Och när det gäller sociala kontakter umgås ju våra barn och ungdomar på ett helt nytt sätt. Jag känner mig så gammal, för jag fattar inte! Hur kan man ha med sin kompis i telefonen utan att säga något? De är med varandra, men inte i samma rum, kanske inte ens i samma stad. De pluggar ihop och pratar bara spontant med varandra. Så det är redan ett faktum att yngre generationer i allt högre grad vänder sig till spelplattformar i stället för traditionella sociala mediekanalet för att få kontakt med sina vänner.



# Barnens nya lekpark, Roblox

Ett av de vanligaste digitala ställena där våra barn håller till är på Roblox. Det kan anses vara ett Metaverse eftersom det är en virtuell värld där användare kan skapa egna spel, interagera med varandra och utforska olika miljöer och aktiviteter. Det är en sömlös virtuell värld där användarna kan interagera med varandra och objekt från alla delar av världen utan begränsningar. Roblox är alltså inte spel, utan en plattform för att spela massor av olika spel eller skapa egna spel – och det är det sistnämnda som är det som barnen gillar allra bäst. Enligt Roblox har över 50 miljoner spel skapats av användarna. Man spelar oftast tillsammans med andra spelare och det finns möjlighet att chatta, skicka meddelande, bli vän med och byta saker med andra spelare. Det finns också grupper man kan gå med i. Håll i dig nu – Roblox har 202 miljoner aktiva användare, varje månad. Det är ungefär lika många användare som Netflix har prenumeranter! Känner du ett barn som spelar Minecraft eller hänger i Roblox? Det är de som kommer tycka det är självklart med Metaverse framöver. Roblox är gratis, men det finns möjlighet att för riktiga pengar köpa spelets egen valuta Roblox och för dessa tokens kan man handla saker i spelet. Kring jul brukar jag fråga publiken jag då föreläser för om hur många som har barn som önskar sig digitala tillgångar i spel och då är det faktiskt många som räcker upp handen. Det är ingen överraskning att barns önskelistor numera går i linje med deras digitala livsstil. I stället för att önska sig den senaste cykeln eller en ny fotboll, är det nu digital valuta och digitala tillgångar i spel som står överst på listan. Tänk er att få höra: "Kära tomte, jag har varit snäll i år, kan jag få 5 000 robux, snälla?"

Man kan tydligt se när barnen spelar Roblox för utseendet är kantigt och enkelt. Så här ser det ut där ungdomarna är idag. Jag vet vad ni tänker. Varför är det så fult? VR idag är fortfarande tungt och enkelt uttryckt så är det allra tyngsta att visa runda former – därför är världarna ofta byggda med rektangulära former. Men där har jag en tanke – våra barn och ungdomar är uppväxta med perfekt animerade Disneyfilmer – de är vana vid Avatar och Jurassic Park. Varför accepterar de Roblox – som är superfult? Fundera gärna en stund på det. Jo, för det som de får i dessa världar är av högre värde än hur det ser ut. Roblox har blivit populärt för att det finns få begränsningar. De flesta spel har en tydlig "storyline" men det har inte Roblox. Man kan bygga precis vad och hur stort man vill. Eller så kan du spela ett spel som någon annan skapat. Här kommer även den sociala aspekten in – man samlar sina vänner och är tillsammans i dessa världar. Roblox är ett tydligt exempel på vad som är viktigt när det gäller Metaverse – det vill säga upplevelse, interaktion och gemenskap.

## Summering

Metaverse är en självklarhet. Såsom barnen använder internet idag har de redan lagt grunden för det beteende som Metaverse innehåller. Men det finns utmaningar som måste övervinnas innan Metaverse kan bli en verklig verklighet. Även om ChatGPT och andra AI-teknologier har skapat hajp runt sig själva på bekostnad av Metaverse, kommer utvecklingen av AI bara stärka möjligheterna för Metaverse. För att lyckas kommer det krävas ett nära samarbete och standardisering över tekniska och sociala områden, och det kommer ta tid och tålamod att nå dit.

För Metaverse är inte dött, det är en helt naturlig utveckling som sker just nu.



# Linda U Johansson

Expert Metaverse, Generativ AI och eCommerce

- Inspiration & Energi
- Exempel från företag
- Pedagogiska förklaringar
- Humor

Damer och herrar, låt mig presentera Linda U Johansson, en fängslande och inspirerande föreläsare som har förmågan att forma er syn på framtiden gällande generativ AI, eCommerce och Metaverse. Med över 25 års branscherfarenhet är Linda en av Sveriges främsta experter inom Metaverse och AI.

Linda är författaren till den första svenska boken om Metaverse, "**Metaverse Mayhem** - AI och Metaverse, vad händer nu?". Denna banbrytande bok ger en unik inblick i Metaverse-världen och utforskar kopplingarna mellan AI och Metaverse. Med sina insikter och analyser från boken tar Linda med sin publik som föreläsare på en spännande resa som ger en förståelse för vad som väntar oss i framtiden.

Lindas framträdanden kombinerar insiktsfulla trender och hennes egen personliga resa, vilket lämnar publiken inspirerad med en ny vision av vad som väntar. Hon är känd för sin strategiska skicklighet inom e-handel, digitala trender och Metaverse, och har etablerat sig som en framåtblickande futurist som ständigt utmanar gränserna och omdefinierar möjligheterna.

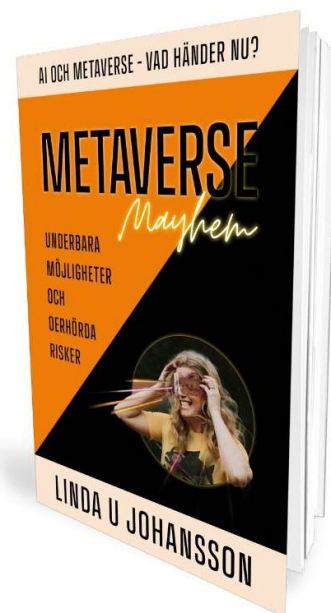
*Hon har nära till skratt och hennes klingande göteborgska glömmar man inte i första taget!*

Redan 1997 började Linda sin resa in i Virtual Reality, och sedan dess har hennes passion för denna transformerande teknologi bara växt sig starkare. Idag är hon stolt VD för Swedish Metaverse Center, ett institut som utbildar och certifierar ledare inom Immersive technologies.

Under sin imponerande karriär har Linda gjort enastående insatser inom e-handelsbranschen. Hon har spelat en avgörande roll i lanseringen av e-handelslösningar för företag som Volvo Cars och Lynk & Co, vilket visar på hennes djupa förståelse för branschen. Som tidigare VD för Knowit och Konsultchef på Sigma har Linda satt bestående avtryck inom IT-branschen i Sverige.

När Linda kliver upp på scenen kan du förvänta dig att bli utmanad och inspirerad. Med enastående förmåga att tänka utanför boxen uppmanar hon sin publik att söka kreativa lösningar och omfamna det okända. Hennes framträdanden genomsyras av humor, innovation och en touch av allvar när hon modigt tar sig an de mest aktuella ämnena i vår tid.

Är du redo att få en glimt av framtiden? Linda U Johansson är din guide.



*Linda är både sprudlande, entusiastisk och samtidigt djup grundad med mycket erfarenhet från IT-branschen som ger henne stor trovärdighet. Hon förklarar komplexa världar och affärsprocesser i Metaverse på ett lättförståeligt sätt så att man kan se både aktuella och framtida möjligheter med ny banbrytande teknik.*

## **Anna Amgren**

*NEA*

*På Kronans Apoteks årliga leverantörsträff gav Linda oss en enastående introduktion till nästa generations Internet; Metaverse! Våra tankar om en spännande framtid späckades på när vi fick lära oss mer om vad metaverse faktiskt är, var man börjar om man vill doppa tårna här och vilka företag som redan är där samt massa exempel på vad de gör? Allt detta och lite till levererades i en fräsch och rolig stil som höll publiken engagerad och underhållen. Gör en bra dag och boka Linda!*

**Linda Wakeham**

*Kronans Apotek*

*Superintressant, Linda var jätteengagerad, energisk och intressant!*

**Camilla Plahn**

*Svea Bank*

*Wow, Linda fick verkligen publiken att skratta och de fick något att tänka på! Jag kan verkligen rekommendera Linda som en inspirerande, rolig föreläsare!*

**Kevin Holmes**

*Etail Nordic*



## **Kontaktuppgifter**

[linda@lindajohansson.se](mailto:linda@lindajohansson.se)

[www.lindajohansson.se](http://www.lindajohansson.se)

Beställ boken här:

<https://www.lindajohansson.se/metaverse-mayhem-bok/>