

Ämne: Senaste nytt från IAB Sverige - för dig som jobbar inom digital marknadsföring

Datum: tisdag 4 april 2023 kl. 14:20:37 centraleuropeisk sommartid

Från: IAB Sverige

Till: Molly Olsson

SENASTE NYTT FRÅN IAB SVERIGE



Delta i global undersökning om inkludering, rättvisa, mångfald och mental hälsa

Nu genomförs den globala studien som undersöker mångfald och inkludering i marknad- och kommunikationsbranschen. I Sverige går IAB Sverige, Sveriges Annonörer, SWEDMA, KOMM, Sveriges Mediebyråer, SES, Yrigo, Berghs School of Communication och All of Us med stöd av Resumé samman i ett gemensamt upprop till alla anställda i branschen att svara på undersökningen. Totalt deltar 34 länder i studien. Ju fler som svarar, desto mer fullständig bild av vår bransch får vi. Och då kan vi tillsammans göra insatser som förbättrar vår arbetsvardag. Undersökningen pågår mellan 15 mars till 15 april.

[Svara på enkäten här](#)

Seminarium: Kan podd skapa kommersiella framgångar?

IAB Sverige och Sveriges Tidskrifter bjuder tillsammans in

till ett seminarium om podcast för att utforska denna möjlighet ut ett publicistiskt perspektiv. Under seminariet kommer en ny rapport från IRM att presenteras och vi kommer dessutom inspirera med case, bland annat från **Anna Careborg**, vd och chefredaktör på Svenska Dagbladet, som tillsammans med producent **Adam Svanell**, presenterar succén Dynastin och varför SvD valt att satsa på ljud.



📅 4 maj

🕒 08.30

📍 Filmstaden Sergel

[Anmäl dig här](#)



Följ samtalen om hållbarhet och digital annonsering

Passa på att lära dig mer om hållbarhet kopplat till digital marknadsföring av branschexperter. Nu har IAB Europe samlat ett flertal inspelningar från deras senaste webinar på temat.

[Läs mer här](#)

Definitioner om hållbarhet

IAB Europes Sustainability Standards Committee har på samma tema tagit fram definitioner om hållbar digital marknadsföring. Du hittar dem här:

[Läs mer här](#)

Undersökning: hållbarhet & makroekonomisk påverkan

Hjälp oss att förse den svenska marknaden ny information, trender och insikter. Vi genomför nu en undersökning för att ta reda på hur det makroekonomiska läget har påverkat digitala medieköp samt branschens kunskap om dess miljöpåverkan.

[Läs mer här](#)

Webinar: Nya tekniska lösningar som kan ersätta tredjepartskakor

Kallelse till IAB Sveriges årsstämma

📅 20 apr 🕒 11.00 📍 Digitalt

Anmäl dig här

📅 25 apr 🕒 11.30 📍 Vasagatan 11

Anmäl dig här

PREMIUM MEMBERS

Quantcast

TREKRONORMEDIA making science company

KANTAR

VERVE GROUP

SHOWHEROES GROUP

adform

BAUER MEDIA ▼



PubMatic

Magnite

RTBHOUSE =



ML
MarLaw

Uppdatering om cookie-banner

Efter NOYBs över 700 anmälningar gällande bristfälliga cookie-banners har den europeiska dataskyddsstyrelsen (EDPB) tillsatt en expertgrupp för att utreda hur minimum acceptable practice avseende cookie-banners bör utformas. Advokat **Katarina Ladenfors** har sammanfattat vad gruppen har kommit fram till.

Behöver du juridisk hjälp? Fråga advokaten!

Som medlemsföretag till IAB Sverige kan ni få juridiskt stöd i frågor rörande immaterialrätt, marknadsföringsrätt, avtalsrätt och dataskyddsfrågor av **Katarina Ladenfors**, advokat och partner på Advokatfirman MarLaw.

Läs mer här

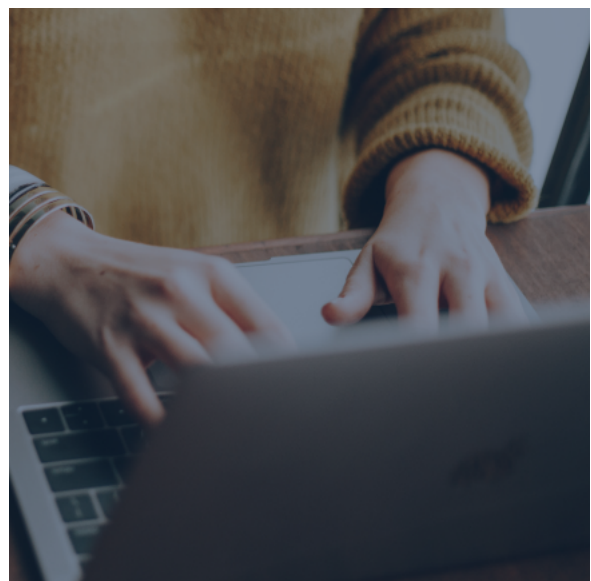
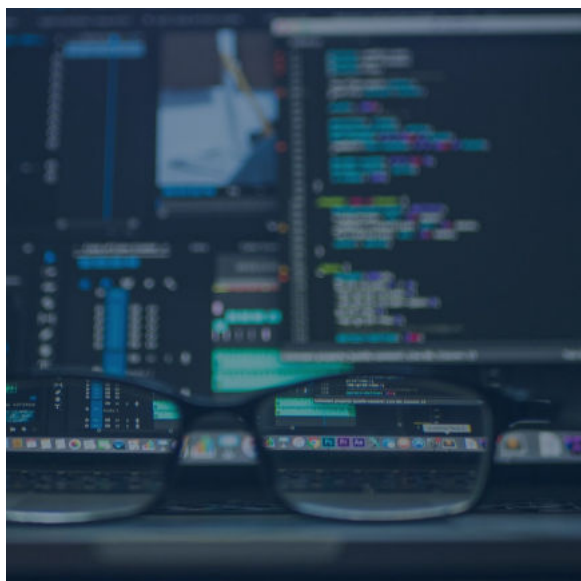
Läs mer här

Nya medlemmar



Addressing Addressability

Under tisdagsmorgonen bjöd vi tillsammans med task force Programmatic in till ett Up Talk med fokus på Addressability. Experter från **Verve Group, PubMatic, ID5, mediarithmics, Netric, Curamando & TV4** diskuterades heta ämnen och stora frågor som florerar i branschen. Hoppas ni som kom och lyssnade fick med er praktiska insikter att tillämpa på er addressability-strategi. **25 oktober** är det dags för vårt årliga [Programmatic Event](#) på Space Arena, skriv upp i kalendern redan nu!



Ökad transparens vid programmatiska köp

Den brittiska branschorganisationen ISBA släppte nyligen en spännande studie tillsammans med PwC. Undersökningen påvisar markanta förbättringar inom transparens och tydlighet kring programmatiska köp. Kort summerat nämns tre spännande findings:

- Datakvalitén och matchraten från dsp till ssp har femdubblats från 12% 2020 till 58% 2022.
- Man har lyckats minska den andel av budgeten som inte går att härleda från 17% 2020 till 3% 2022.
- Tiden att få in data har halverats från 18 till 9 månader.

[Läs mer här](#)

Dessa sajter bör annonsörer undvika

Rättighetsalliansen har tagit fram en lista på illegala tjänster som olovligen tillgängliggör stora mängder upphovsrättsskyddat material utan tillstånd från rättighetshavarna. IAB Sverige, Sveriges Annonsörer och Sveriges Mediebyråer är med och uppmanar seriösa annonsörer att undvika dessa sajter.

– IAB Sverige tycker det är viktigt att vara del av detta initiativ som hjälper annonsörer att ta ansvar för var de placerar sina pengar. Vi behöver hjälpas åt för att hindra den här typen av oseriösa aktörer att finansiera sin verksamhet, säger **Kenneth Danielsson**, vd, IAB Sverige.

[Läs mer här](#)

INDUSTRY PARTNERS



OM OSS

IAB, Interactive Advertising Bureau, är, den ledande världsorganisationen för onlinemarknadsföring. Landsfilialen IAB Sverige bildades 2008 för att samla landets intressenter inom digital marknadskommunikation. Vi är en oberoende och transparent medlemsorganisation.

FÖLJ OSS

