

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

**Datum:** fredag 16 juni 2023 kl. 10:39:39 centraleuropeisk sommartid

**Från:** IAB Sverige

**Till:** Molly Olsson

# IAB SWEDEN NEWS



## Podcast - ROI, myter & sanningar - titta i efterhand!

Nu kan du ta del av intressanta siffror, case och samtal från vårt seminarium om podcast. Flera kreatörer och experter diskuterade ROI, myter och sanningar om podcast. Den fullmatade eftermiddagen modererades av **Ida Höckerstrand** och **Sofie Hallberg** från Ångestpodden. Eftermiddagen innehöll både känslor och fakta om varför podcast är en given kanal att annonsera i.

[Se i efterhand här](#)



## Vi ses i Almedalen! torsdag 29 juni kl 15:00-18:00

Under rubriken "Kommunikationens roll i den hållbara omställningen" bjuder IAB Sverige, Sveriges Annonsörer, Sveriges Kommunikationsbyråer (KOMM), Sveriges Mediebyråer och SWEDMA tillsammans in till en



## Förändrar CTV landskapet för Online video?

Connected TV är på frammarsch, hur ser **landskapet ut?** I veckan som gick bjöd task force Online Video in till seminarium på temat CTV på Playhouse Teater med trevligt mingel efteråt. Missade du detta kan du se det i efterhand på vår Youtube-kanal!

eftermiddag med tre föreläsningar i Almedalen torsdag 29 juni. Hör intressanta talare tackla frågan om marknads- och kommunikationsbranschens ansvar för en inkluderande och hållbar framtid.

Se i efterhand här

Läs mer här



### Ny Task Force - Retail Media

Nu startar IAB Sverige en Task Force för Retail Media. I specialistgruppen sitter representanter från hela det digitala ekosystemet som kommer jobba för att ena, utbilda och påverka så att ekosystemet för Retail Media blir en trovärdig och fungerande kanal för både e-handlare och annonsörer. Retail Media är ett av de snabbast växande fälten inom digital marknadsföring och IAB Europe förutspår att kategorin kommer växa med nära 19 % under 2023. Redan 2026 förväntas Retail Media omsätta 25 miljarder euro.

Läs mer här

adex  
BENCHMARK  
2022  
STUDY  
MAY 2023

### Ökning av digitala annonsinvesteringar

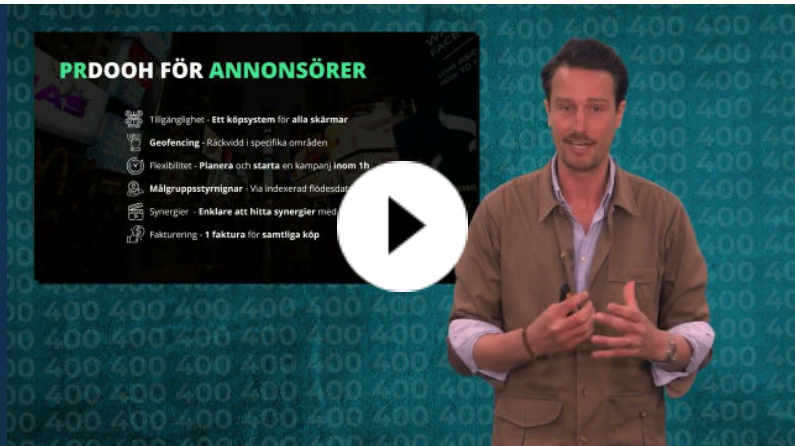
Nu är de första siffrorna från **IAB Europe AdEx Benchmark 2022** släppta. Undersökningen som mäter den digitala annonsmarknadens utveckling i hela Europa visar bland annat att investeringarna fortsätter öka och uppgick till ett värde av 86 miljarder euro 2022. Hela rapporten släpps i slutet av juni.

Missa inte vårt frukostseminarium den 24 augusti där vi är glada att återigen ha **Madeleine Thor**, vd på IRM, på plats som presenterar rapporten ur ett svenskt perspektiv. Anmäl dig redan idag!

Anmäl dig här

## 400 sekunder: Leads - Robin Flodén

I detta avsnitt av 400 sekunder bjöd vi in **Robin Flodén** på Leads som pratar om programmatisk DOOH där det händer mycket - hur fungerar det och vad är fördelarna med programmatiskt inom DOOH?



*I 400 sekunder bjuder IAB Sverige in våra medlemmar att på 400 sekunder berätta om allt från en spännande trend, omvärldsspaning eller rapport som är intressant för branschen.*

## PREMIUM MEMBERS

Quantcast

TREKRONORMEDIA

a making science  
company

KANTAR

VERVE  
GROUP

GROUP  
SHOWHEROES



adform

BAUER MEDIA

theTradeDesk

RTBHOUSE

Magnite

PubMatic



### Lär dig mer om CommToAct och greenwashing och greenhushing

CommToAct Planet är ett initiativ för att utbilda, inspirera och påskynda kommunikations-och marknadsbranschen att bidra till klimatomställningen. Förra veckan hade vi ett webinar där vi informerade initiativet och om hur ett företag ansluter till CommToAct Planet. Dessutom presenterades nya siffror från Novus som bland annat visar att 66 % av konsumenterna anser att fler företag bör visa hur de påverkar klimatet. Samtidigt som över 50 % tror att företag ofta medvetet vill vilseleda konsumenten när de



### Spaning från Task Force Programmatic: Är programmatic lösningen för Disneys vikande abonnemangssiffror?

Det amerikanska nöjesbolaget Walt Disney presenterade nyligen sin rapport för andra kvartalet.

Trots ökade intäkter tappade bolaget 4 miljoner betalande användare för Disney+. Bolaget lyckades dock minska förlusterna rejält genom att intäkterna från den reklamfinansierade versionen av Disney+ börjat ta fart. Disney avancerar och fokuserar mer och mer på att skala sin programmatiska



använder olika klimatbegrepp i sin kommunikation. **Kaj Török** från Max Burgers berättade dessutom om hur de jobbar med hållbarhet och hur de kommunicerar arbetet. Se webinarer i efterhand [här!](#)

erbjudande – idag köper över en tredjedel av Disneys annonsörer automatiserat.

Läs mer här

Mer om CommToAct

## Nya medlemmar

 theTradeDesk

Danske Bank

## Nu lanseras TCF 2.2

För att fortsätta hjälpa det digitala ekosystemet att följa de krav som finns i ePrivacy-direktivet och GDPR har styrgruppen för Transparency & Consent Framework (TCF) godkänt iterationer till ramverket. Ständig utveckling av rättspraxis och riktlinjer från dataskyddsmyndigheter (DPA) ställer ännu högre krav på marknadsaktörer när det gäller dataskydd, och Transparency & Consent Framework 2.2 (TCF v2.2) medför meningsfulla förändringar i ett försök att bättre möta tillsynsmyndigheternas förväntningar och slutanvändarnas behov.



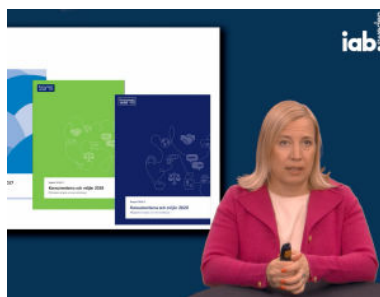
TCF 2.2 innebär en rad uppdateringar för både policy och teknik. Bland annat handlar det om vilken information som ska ges slutanvändaren, borttagning av den rättsliga grunden för "legitimt intresse" och krav på att underlätta återkallande av samtycke. För mer information kan du se IAB Europes inspelade webinarer för [publicister](#), [plattformar](#) och [CMPs](#).

Läs mer här



## IAB enas i gemensamt åtagande för en hållbar industri

IAB Sverige och 18 andra nationella IAB-organisationer har signerat ett nytt europeiskt gemensamt åtagande om hållbarhet. Avtalet, som är skapat av IAB Europe, visar behovet och viljan att skapa ett gemensamt och konsekvent tillvägagångssätt att mäta branschens koldioxidutsläpp. På lokal nivå samarbetar



## Snabbutbilda dig i vad som gäller för miljöpåståenden i marknadsföring

Lyssna på [Katarina Ladenfors](#), advokat och partner på [Advokatfirman MarLaw](#), som berättar om vilken spelplan vi har att förhålla oss till och vad som är på gång legalt när det gäller miljöpåståenden i marknadsföring. Med den här filmen får du på under 20 minuter en inblick i området och hjälp att



## Följ oss på LinkedIn!

Missa inte något från oss på IAB Sverige! Följ oss på LinkedIn för att ta del av det senaste som händer inom digital marknadsföring och information om alla våra events och nytt material från våra Task Force-grupper.

Följ oss här

IAB Sverige med andra  
branschorganisationer i  
[CommToAct Planet](#).

Läs mer här

kommunicera miljöpåståenden på  
rätt sätt!

Se filmen här

## INDUSTRY PARTNERS

Schibsted

VO2

Meta

TikTok

ALLER MEDIA  
SWEDEN

Google

BONNIER  
News

### OM OSS

IAB Sverige samlar landets intressenter inom digital  
marknadskommunikation. Vi verkar som en oberoende,  
transparent och icke vinstdrivande medlemsorganisation som  
arbetar för att maximera värdet för branschen utifrån de  
resurser och förtroende som medlemmarna ger oss.  
Ditt engagemang är viktigt för att vi ska kunna fortsätta främja  
kunskap och skapa riktlinjer, standards och verktyg för  
dagens online-marknadsföring.

Inga fler utskick? Avregistrera dig [här](#)!

iab.  
sweden

FÖLJ OSS!



POWERED BY CRM  
SERVICE