

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

Datum: onsdag 6 september 2023 kl. 15:15:17 centraleuropeisk sommartid

Från: IAB Sverige

Till: Molly Olsson

IAB SWEDEN NEWS



IAB Sverige anställer Public Affairs Manager

Under de senaste åren har regleringar och lagförslag om den digitala marknadsföringsbranschen blivit fler och IAB Sverige har i samband med detta intensifierat sitt näringspolitiska arbete. Nu tar vi nästa steg och anställer en Public Affairs Manager i **Jacob Dexe**, som senast kommer från forskningsinstitutet RISE. Jacob kommer bland annat bevaka pågående lagförslag som på olika sätt kan påverka våra medlemmar. Han kommer även föra en dialog med olika typer av beslutsfattare för att värna om branschens och våra medlemmars intressen.

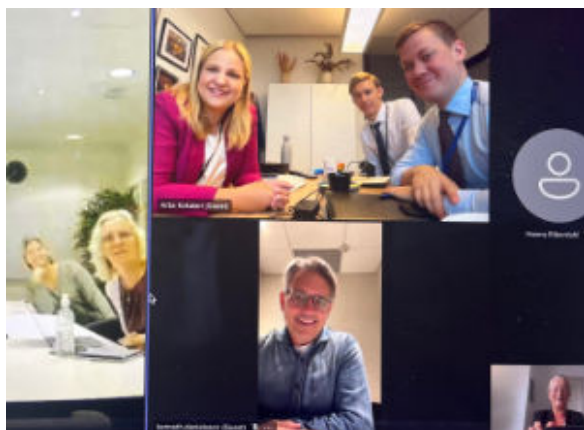
Digital marknadsföring är en förutsättning för ett öppet, tillgängligt, demokratiskt internet, och möjliggör en allmän tillgång till granskande nyheter, underhållning, digitala tjänster och annan samhällsviktig information. Genom att branschen själv tar ansvar för att all annonsering upprätthåller en hög etisk nivå säkerställer vi en dynamisk regellefterlevnad som håller takt med den teknologiska utvecklingen och ständigt föränderliga seder och vanor.



Digitala medieinvesteringar fortsätter växa

Digitala medieinvesteringar fortsätter växa trots en negativ totalmarknad. Det fick vi veta på vårt seminarium där **Madeleine Thor** från IRM presenterade siffrorna från 2022 års AdEx Benchmark Report som kartlägger digitala medieinvesteringar på 29 europeiska marknader. Dessutom gästades vi av **Christine Völcker** från Kantar som presenterade Kantar BrandZ som rankar de mest värdefulla svenska varumärkena.

Se i efterhand här



Möte med Arba Kokalari

Tillsammans med våra branschkollegor från Sveriges Mediebyråer, Sveriges Annonssörer och Sveriges Kommunikationsbyråer har vi pratat med EU-parlamentarikern **Arba Kokalari**. Under mötet berättade vi mer om vilka delar i direktivet vi är positiva till och vilka delar vi ser som problematiska för våra medlemmar.

Mer om rapporten här



IAB Sveriges remissvar på "Green Claims"

IAB Sverige har lämnat in ett remissvar till EU-kommissionens [förslag på direktiv om styrkande och kommunikation om uttalade miljöpåståenden \(Green Claims\)](#). Förslaget har som syfte att reglera användningen av miljöpåståenden och miljömärkningar i marknadskommunikation. IAB Sverige är positiva till direktivets övergripande mål - att säkerställa att miljö- och klimatpåståenden är väl underbyggda men vi uttrycker också en oro gällande den förhandsverifiering av miljöpåståenden som föreslås.

IAB SWEDEN PROGRAMMATIC EVENT

25 OKTOBER - SPACE ARENA

PRESENTERAS AV:



Åter tillåtet att behandla personuppgifter i USA?

Den 10 juli meddelade EU-kommissionen att organisationer och bolag från USA som är anslutna och certifierade enligt EU-US Data Privacy Framework ("DPF") anses erbjuda ett skydd likvärdigt det som ges inom EU avseende de registrerade och deras personuppgifter.

Katarina Ladenfors skriver mer om beslutet och vilka åtgärder som behöver vidtas från svenska verksamheter på vår hemsida.

Läs mer här

CommToAct

Webinar

28 sep | 09.00-10.00 | Digitalt

Anmäl dig här

Webinar: De sex principerna som hjälper dig att undvika greenhushing och greenwashing

Vi är många som oroar oss för klimatet och som vill bidra till den gröna omställningen, inte minst genom att marknadsföra produkter som är bättre för klimatet än vad andra är. Men hur får och kan vi kommunicera med miljöpåståenden på ett lagligt sätt och på ett sätt som gör att konsumenterna förstår våra miljöbudskap?

Inom initiativet CommToAct Planet har vi tagit fram en guide med sex principer för att hjälpa företag att landa rätt i miljökommunikationen. På webinarret den 28 september går vi igenom guiden och ger några praktiska exempel på hur du bör tänka.

Nya medlemmar

 entercard

 precis.

 raptor™



Ny guide om hållbarhet för digital annonsering

IAB Europe har släppt en ny hållbarhetsguide, **Guide to Improving Sustainable Business Decision-Making**, för att hjälpa företag inom digital marknadsföring att navigera genom det ständigt föränderliga landskapet av hållbarhet och ansvarsfulla affärspraxis. Guiden är skriven av medlemmar i IAB Europe's Sustainability Standards Committee och erbjuder värdefulla insikter och praktiska tips för att hjälpa organisationer att fatta mer informerade val när de strävar efter hållbarhet inom den digitala annonseringsindustrin.

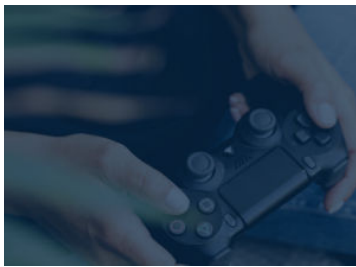
Ladda ner här



IMYs beslut om överföring av personuppgifter

Integritetsskyddsmyndigheten (IMY) har granskat hur fyra bolag överför personuppgifter till USA via Google Analytics och kommit fram till att de behöver sluta använda statistikverktyget. Granskningen har genomförts utifrån klagomål från organisationen NOYB och i ljuset av Schrems II. Beslutet meddelades den 3 juli 2023.

Läs mer här



Seminarium: Game On! – Engage your audience through gaming

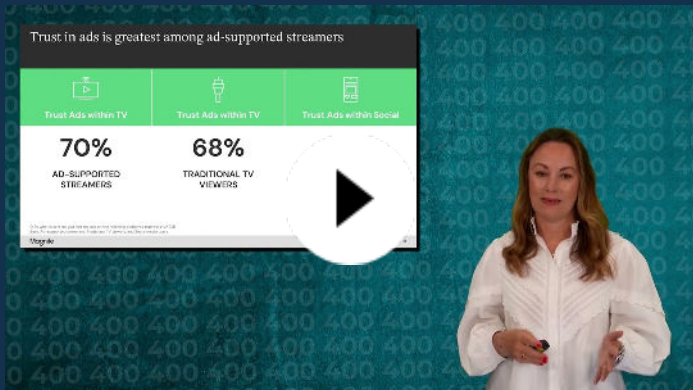
IAB Sveriges task force Gaming bjuder in till seminarium på Playhouse Teater med efterföljande mingel. Vi kommer att dyka in i flera spännande case, do's and don'ts inom gaming och diskutera vad som krävs för framgång inom gaming-industrin med en panel. Vi kommer dessutom presentera en färsk undersökning där vi kartlagt gaming på svenska marknaden.

[Anmäl dig här](#)

5 okt | 15.00-16.30 | Playhouse Teater

400 sekunder: Magnite - Natasha Westlund

I detta avsnitt av 400 sekunder bjöd vi in **Natasha Westlund**, Head of Nordics på Magnite. Vi får ta del av deras senaste undersökning om hur tittandet ändras från traditionellt till streaming TV. Undersökningen visar att streaming TV har en stark och trovärdig miljö för annonsörer att nå en bred målgrupp.



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

SHOWHEROES



adform

BAUER MEDIA

theTradeDesk

RTBHOUSE

Magnite

PubMatic



Djupdyk i sök: Uppdaterad sökguide på sajten



Kolla in rapporter från våra medlemmar

På vår hemsida samlar vi rapporter som tagits fram

Task Force Sök har nyligen genomfört en större uppdatering inom arbetsområdet för sök på IAB Sveriges sajt. Djupdyk inom SEO och SEM, utforska olika plattformar och uppföljningsmetoder samt AI-teknik inom sökmarknadsföring. Gruppen har dessutom utvecklat rekommendationer för pitchpresentationer. Du hittar allt under "Arbetsområden" på iabsverige.se.

Läs mer här

av våra medlemmar. Senast har vi en rapport från Verve Group som kan användas för att navigera bland de komplexa diskussionerna kring identitet. Du hittar alla rapporter under "Medlemskap" på iabsverige.se.

Läs mer här

INDUSTRY PARTNERS

Schibsted

V2

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