

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

**Datum:** måndag 11 mars 2024 kl. 15:32:48 centraleuropeisk normaltid

**Från:** IAB Sverige

**Till:** Molly Olsson

# IAB SWEDEN NEWS

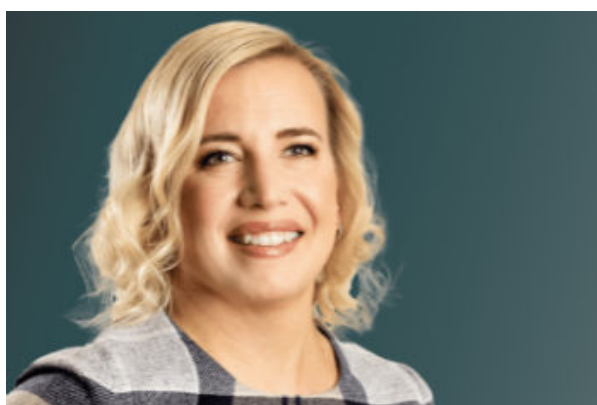


## Mixx Awards är tillbaka - här är alla nominerade!

Förra veckan hade vi nöjet att släppa alla nominerade till IAB Sveriges Mixx Awards 2024. Vi är otroligt glada att ha mottagit så många fantastiska bidrag till årets gala - ett nytt rekord!

Utforska de innovativa bidragen som tävlar om branschens mest prestigefyllda priser och säkra din biljett till Mixx Awards 2024 redan nu!

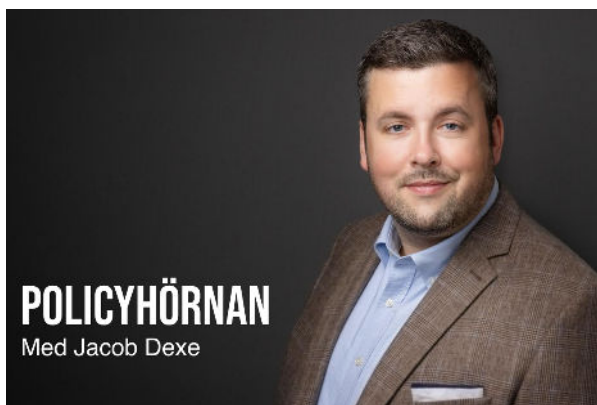
[Nominerade & biljetter här](#)



## Granskning från EU-kommissionen visar att många influencers inte reklammarkerar

EU-kommissionen har tillsammans med konsumentskyddsmyndigheter i 22 länder, däribland svenska Konsumentverket, granskat hur influencers efterlever kraven på reklammarkering i sociala medier. Totalt har närmare 600 inlägg granskats. Resultatet visade att 97 procent postade inlägg med kommersiellt innehåll, men bara en av fem redovisade systematiskt att det var reklam. De viktigaste sektorerna som berördes av granskningen var mode, livsstil, skönhet, mat, resor och fitness/sport.

Läs mer här



### Nyhet på sajten: Pågående regleringar

I såväl EU som på hemmaplan kommer det nu flera nya regler och lagar som gäller för digital marknadsföring, bland annat DSA, DMA, EMFA, Green Claims. Några är beslutade och ska implementeras, andra håller på att förhandlas och ytterligare andra är långt borta på horisonten. Samtliga kräver dock att branschen tillsammans jobbar för att ta ansvar och skapa ett fungerande annons ekosystem.

På en ny undersida på [iabsverige.se](https://iabsverige.se) har vi samlat information om samtliga pågående processer - såväl för den insatte som den nyfikna.

Vill du veta mer eller har förslag på annan information som borde komma upp? Hör gärna av dig till [Jacob Dexe](#).

Läs mer här



### CommToAct – Kommuniera hållbarhetsarbete på rätt sätt

Den 15 februari hade IAB Sverige i samarbete med CommToAct ett webinar om hållbar kommunikation

tillsammans med McDonald's och SB Insights som diskuterar och delar med sig av sitt hållbarhetsarbete i sin kommunikation, samt utmaningar och nya insikter för att bygga en långsiktig plan för en hållbar kommunikation.

En viktig del av McDonald's Sveriges insiktsarbete har varit att samarbeta tillsammans med SB Insight, och under webinarer ger de en introduktion om undersökningen "Sustainable Brand Index".

[Se webinarer här](#)



## Stora förändringar närmar sig när cookien försvinner

Inom bara några månader kommer cookien att försvinna, vilket betyder att man kommer behöva anpassa sig till en ny verklighet för hantering av data och digital marknadsföring.

IAB Sverige vill se till att alla medlemsföretag är fullt informerade om vad cookiedöden innebär och hur man arbetar för att möta dessa förändringar.

Läs mer om hur vår task force **Post 3rd Party Cookies** jobbar med frågan och hur vi kan hjälpa dig i det digitala ekosystemet. Där kan du även prenumerera på gruppens nyhetsbrev, **P3PC News**, för att få de senaste uppdateringarna kring utfasningen.

[Läs mer här](#)

---

## PREMIUM MEMBERS

---

Quantcast | NETRIC | Index<sup>7</sup> Exchange | KANTAR | VERVE GROUP | SHOWHEROES GROUP | theTradeDesk

BAUER MEDIA | RTBHOUSE | PubMatic | 4 | TREKRONORMEDIA | a making science company | adform

---



## Ny kollega till Team IAB Sverige!

Vi välkomnar **Medina Adilova** som vårt senaste tillskott till teamet! Medina har börjat som vikarierande kommunikatör på IAB Sverige till årsskiftet. Hon ansluter sig till oss med erfarenhet från sin tidigare roll som Marketing Manager på Schibsted Marketing Services.

---

## Nya medlemmar

**ETARGET**

Cityreklam

invibes

---



## Missade du vårt seminarium? Influencer Marketing – Vägen till ansvarsfull framgång

Om du missade IAB Sveriges senaste seminarium om Influencer Marketing kan du se det i efterhand på vår YouTube-kanal.

[Se seminariet här](#)



## IAB Europe Brand Safety Poll 2024 – Vill vill ha dina synpunkter!

För 5 år sedan lanserade IAB Europe sin "Brand Safety Poll" för att undersöka hur branschen hanterar frågor kring **varumärkessäkerhet**.

I vår årliga undersökning är vårt mål att kartlägga branschens framsteg, få insikt i vilka verktyg du anser vara mest effektiva för att hantera detta problem och identifiera vilka kanaler som behöver förstärkas för att adressera frågor kring varumärkessäkerhet.

Vi vill gärna ha dina synpunkter om varumärkessäkerhet, delta i IAB Europas årliga Brand Safety undersökning och vinn ett presentkort från Amazon värde 200 Euro, sista dagen att fylla i enkäten är den **15 mars**.

[Till undersökningen](#)



## EU-domstolen klargör att IAB Europa har delansvar för personuppgiftshantering i TCF

I en domstolsprocess mellan Belgiska dataskyddsmyndigheten APD och IAB Europa har EU-domstolen nu klargjort hur personuppgiftshantering i TC-strings inom TCF bör klassificeras, och vilket ansvar IAB Europa har för behandling av eventuella personuppgifter.

- **Domstolen fastslår att så kallade "TC Strings"** (digitala preferenssignaler) kan räknas som personuppgifter, och IAB Europa kan anses ha tillgång till sådana uppgifter.
- **IAB Europe kan under vissa förutsättningar betraktas** som gemensamt personuppgiftsansvarig med deltagare i TCF-ramverket (Transparency & Consent Framework), till exempel om IAB Europa påverkar efterföljande databehandling.
- **Belgiska marknadsdomstolen kommer nu att återuppta** sin granskning av ärendet, och IAB Europe kommer inom kort att publicera en mer djupgående analys av beslutet.

[Läs mer här](#)



## Ny hållbarhetsrapport från IAB Europe

IAB Europes hållbarhetsutskott, **Sustainability Standards Committee**, har för andra året i rad tagit fram rapporten **State of Readiness – Sustainability in Digital Advertising Report 2024**, där man presenterar nya siffror och insikter om den digitala marknadsföringsbranschens hållbarhetsarbete.

### Tre viktiga key findings från IAB Europas hållbarhetsrapport:

- **Hållbarhet är prioriterat:** Hållbarhetsfrågor ses fortfarande som en nyckelutmaning för den digitala annonsbranschen under 2024. Respondenterna ser det som lika viktigt som cookielös riktad reklam och mätning för företag.
- **Drivkrafter för hållbarhet:** Företags samhällsansvar, förväntningar från kunder, och efterlevnad av gällande lagstiftning ses som de huvudsakliga drivkrafterna för företags engagemang i hållbarhetsfrågor.
- **48 procent av respondenterna arbetar med etiskt/hållbart medial.**

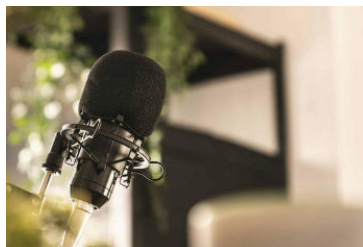
[Läs mer här](#)

---

## Save the date: Podcast & Audio seminarium

Markera den 29 maj i kalendern för vårt kommande seminarium där vi kommer att utforska podcastvärlden! Mer information om agenda kommer närmre seminariedagen.

29 maj | 15.00 - 16.30 | Playhouse Teater



## 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

