

Ämne: Programmatic Day, ny specialrapport från IRM, politisk annonsering, årets Trendseminarium – bland annat

Datum: torsdag 30 oktober 2025 kl. 10:39:01 centraleuropeisk normaltid

Från: IAB Sverige Nyhetsbrev

Till: Molly Olsson

IAB SWEDEN NEWS



● IAB Sweden Programmatic Day ●

På IAB Sweden Programmatic Day förra veckan samlades cirka 500 besökare för att ta del av innehåll på tre olika scener med totalt över 50 talare och panelister. Det blev en heldag inom det programmatiska området och vi fyllde Södra Teatern med energi från hela branschen. **Stort tack** till alla besökare, talare och sponsorer som tillsammans gjorde **Programmatic Day** till det vi ville! Nu finns allt innehåll från Stora Scen att se i efterhand. Några höjdpunkter från dagen:

☞ **Vad säger annonsörerna?**

Panel med **Volkswagen**, **Ica Banken** och **TUI**

 **Daniel Knapp, Chief Economist - IAB Europe**

State of Digital Advertising Market: Thriving in Uncertain Times

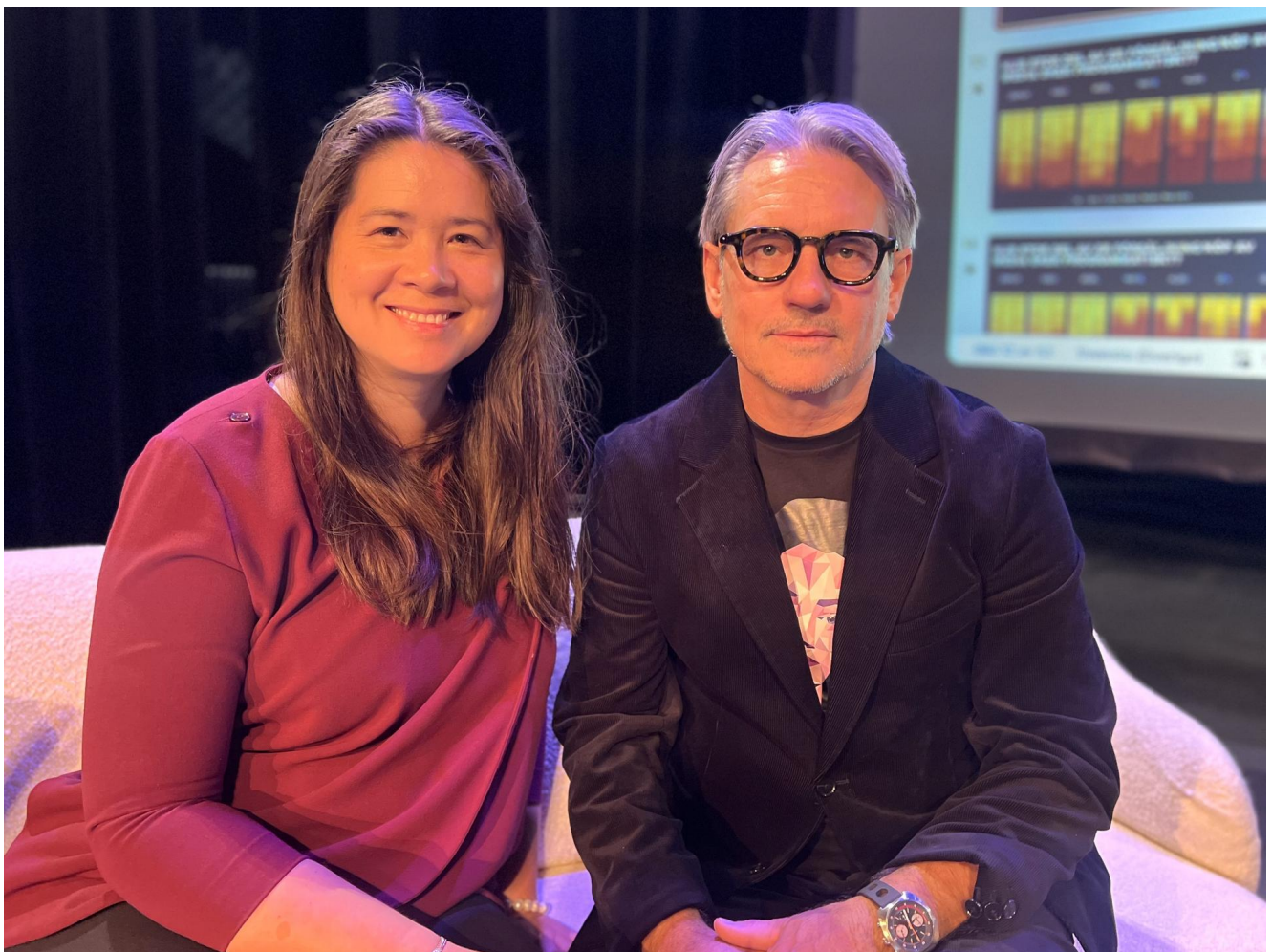
 **Liftarens guide till Programmatic**

– Ladda ner uppdaterade [Best Practice Guide Programmatisk Handel 10.0](#)

 **Task Force Programmatic – Business Intelligence Team**

Temperaturmätning på programmatiska handeln

Se hela programmet här



I år når programmatisk handel 5 miljarder SEK

På IAB Sweden Programmatic Day presenterade **Madeleine Thor**, vd på IRM, en helt ny rapport som tagits fram på uppdrag av IAB Sverige. Rapporten visar att programmatisk handel fortsätter öka och väntas nå annonsinvesteringar på **5 miljarder kronor i år**.

” Den programmatiska handeln fortsätter att växa och fler nya kanaler bryter ny mark. Helt tydligt är nu att vi har en mogen marknad för programmatisk handel, säger **Kenneth Danielsson**, vd IAB Sverige.

Läs mer & ladda ner här

Se Madeleines dragning



Nu går vi mot slutspurten av 2025

November och december är alltid tuffa månader. Alla mål ska uppnås, allt ska vara klart innan årsskiftet samtidigt som 2026 ska planeras. Det brukar betyda stressiga dagar och långa mörka kvällar. Det är också nu som möjligheterna skapas... nya mål, nya drömmar, nya berg som ska bestigas. Det är nån slags hatkärlek med den här tiden men jag tänker att vi ska försöka ta med oss några saker. Fortsätt ta ansvar, vi måste kunna lyckas samtidigt som vi tar ansvar. Ansvar för miljön, ansvar för sociala förhållanden i vår närhet och ansvar för att försöka följa lagar, standarder och det vi faktiskt vet är bra. Jag vill skicka pepp till er alla som vågar stå upp och skapa förändring till det positiva och ansvarsfulla.

IAB Sverige jobbar på, vi har precis avslutat ett mycket lyckat event på Södra Teatern. En heldag om programmatisk handel och många bra sessions om utveckling och ansvarstagande. Vi jobbar vidare med våra task force-grupper och vi jobbar dagligen mot att vi ska fortsätta kunna verka i ett ekosystem som fungerar. Vi lanserar i dagarna en uppdaterad guide för annonsmärkning inom content advertising tillsammans med TU och Sveriges Tidskrifter, en utbildning i influencer marketing och nya uppdaterade siffror på den programmatiska handelns utveckling. Och den 3 december hoppas jag att få se er

igen på vårt trendseminarium, 8 minutes!

Det är många veckor kvar på året och vi ska närvara på några europeiska och svenska events så jag hoppas vi ses i vimlet. För det är ändå mötet mellan oss som ger allra mest energi. Så andas för det kommer gå bra, du kommer hinna klart och nyårsdagen kommer att infalla precis som den gör varje år. Glöm inte bort att titta upp och ta vara på dagen, som kallas livet, på vägen dit!

Trendseminarium 8 Minutes

Självklart kommer vi avsluta året på samma sätt som vanligt! **Den 3 december är det dags för vårt trendseminarium** där våra talare får 8 minuter på scen för att dra sina trendspaningar inför nästa år. **Anmäl dig redan nu så ses vi där!**

När: 3 dec kl 14.45 – 16.45

Var: Playhouse Teater, Drottninggatan 71A,

Hur: På plats eller via länk

[Anmäl dig här](#)



Kolla i efterhand: Retail Media bortom hajpen

Under en eftermiddag fick vi ta del av branschens perspektiv på Retail Media. Det blev spännande panelsamtal, nordiska perspektiv och konkreta case som visade hur både retailers och annonsörer maximerar sin närvaro i det snabbt växande retail media-landskapet. Missade du seminariet? Tur att allt går att se i efterhand.

[Se seminariet här](#)

INTRODUKTIONSKURS: **THIS IS – RETAIL MEDIA**

Vill du lära dig mer om Retail Media?

Då har vi den perfekta kursen! På 1-2 timmar får du lära dig grunderna i retail media, vilka strategiska möjligheter som finns, annonstyper och format och framtidsspaningar. Oavsett om du arbetar inom marknadsföring, media, reklam eller ledning, ger denna kurs dig de verktyg du behöver för att lyckas i den snabbt växande retail media-världen.

[Läs mer här](#)

POLICYHÖRNAN

Med Jacob Dexe

Den svåra förenklingsagendan

Simplification är årets modeord i Bryssel. Sedan Draghi-rapporten publicerades förra

året och nya kommissionen anammat budskapet så dyker det upp i var och varannan rapport eller utredning från EU. I korthet handlar det om att hantera oron kring att EUs konkurrenskraft hotas av att det skapas för komplicerade regler på många områden. Men vad innebär det i praktiken? Konsumentorganisationer kallar det nedsättande för “avregleringsagendan” men i sedvanlig Brysselanda kan det lika gärna innebära fler regler.

För IAB och våra medlemmar ligger en fråga högre än de flesta - **kommer man våga förändra GDPR?** Det viskas i korridorerna om att flytta delar av cookie-reglerna från ePrivacy till GDPR, men hur det förslaget ska se ut och vad det får för konsekvenser är oklart. Har du förenklingsförslag eller vill veta mer? [Hör av dig!](#)

PREMIUM MEMBERS

GROUP
SHOWHEROES

adform

KANTAR

RTBHOUSE =

Index
Exchange
Available through **NETRIC**

**Bauer
Media
Group**

PubMatic

**forza
football**

yoc

theTradeDesk

4



Nya EU-regler om politisk reklam - plattformarna säger nej till annonsering

Från och med den 10 oktober i år gäller EU-förordningens regler om politisk reklam som

ställer krav på tydlig märkning, spårbarhet och begränsar hur personuppgifter får användas vid riktad politisk annonsering. I Sverige får Mediemyndigheten tillsynsansvar och IMY ansvar för personuppgiftsfrågor. Som följd av de nya reglerna har Meta och Google beslutat att stoppa politiska annonser i hela EU, eftersom de bedömer kraven som svåra att uppfylla. Meta går längst och inkluderar även breda samhällsfrågor som klimat, migration och sjukvård i sitt förbud. **Katarina Ladenfors** skriver mer om nyheten på vår hemsida.

Läs mer här



Nyheter från CommToAct

🧡 **Nu kan ni ansluta till CommToAct People!** Genom att ansluta visar ni att ert företag tar ansvar och vill vara med och forma framtidens marknads- och kommunikationsbransch.

CommToAct People samlar företag som vill ta ansvar för hur de leder, samarbetar och kommunicerar och som förstår att jämlikhet, välmående och mångfald är nycklar till mer lönsamma, trivsamma och attraktiva organisationer.

Läs mer här

💡 **Vi jobbar vidare med kompetenslyftet.** Maria Lavonius är projektledare för CommToAct Kompetenslyftet och jobbar med våra EU-finansierade utbildningar som vi kommer kunna erbjuda branschen under 2026. Mer information kommer så håll utkik i

våra kanaler.

Läs mer här

 **CommToTalk.** Vi har löpande webinarer på temat hållbarhet där vi lyfter olika perspektiv och case från branschen. Du kan se allt i efterhand här:

Läs mer här



Visa att ni är med och tar ansvar

IAB Sverige arbetar för ett fungerande ekosystem för digital annonsering och en viktig del i detta arbete är **Gold Standard** - vår certifiering som bygger på tre enkla mål: ***att minska annonsbedrägeri, förbättra den digitala reklamupplevelsen och öka varumärkessäkerheten/Brand Safety & Suitability.***

Plattformer, medier, publicister och adtech-bolag blir certifierade och får därmed ett bevis på att man har processer för ovan viktiga mål. **Missa inte att registrera er för att bli av de som kan visa upp att ni är med och tar ansvar för en fungerande bransch!**

Läs mer och registrera er här

INDUSTRY PARTNERS

BONNIER
NEWS



Meta

ALLER MEDIA
SWEDEN

Schibsted

Google

V2

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](#)!



FÖLJ OSS!



POWERED BY

