

Ämne: EU-finansierad utbildning i hållbarhet, Online Video seminarium, MIxx Awards, uppdateringar från CommToAct och mer

Datum: tisdag 10 mars 2026 kl. 09:08:38 centraleuropeisk normaltid

Från: IAB Sverige Nyhetsbrev

Till: Molly Olsson

IAB SWEDEN NEWS



EU-finansierad utbildning i hållbarhet genom CommToAct!

Nu har ni en unik möjlighet att säkra att ert team har rätt kompetens inom hållbarhet och på så sätt skaffa er konkurrensfördelar. Vi är glada att kunna erbjuda våra medlemmar EU-finansierade utbildningar med ett marknadsvärde på ca 20 000 kr för endast en administrativ avgift på 295 kr per deltagare. Utbildningarna är speciellt framtagna för marknads- och kommunikationsbranschen och genomförs av välmeriterade utbildningspartners som **Stockholm Resilience Center** och **2050 Consulting** och **Christina Knight**. Projektet [Kompetenslyftet](#) drivs av CommToAct - ett initiativ startat av bland annat IAB Sverige.

”Att kunna erbjuda våra medlemmar den här möjligheten till kompetensutveckling är fantastiskt! Det finns ett glapp av kompetens i branschen och de som täpper till det först kommer att äga agendan. Se till att ta chansen att vara med och leda utvecklingen som framöver kommer att vara kritisk för både affären, samhället och planeten.”

Kenneth Danielsson, vd IAB Sverige.

[Läs mer här](#)

Seminarium: Unlocking Online Video

Vad är egentligen online video idag? Vilken roll har tech och AI framöver när det kommer till transparens och kreativitet? På OLV seminariet den 1 april guidar vi dig genom ett svårnavigerat videolandskap i ständig förändring. Lyssna b la till en paneldiskussion om vikten av transparens i ett mediaslag som tar allt mer av investeringarna i anspråk. Vi pratar även AI kopplat till video och dyker in i framtidsspaningar!

När: 1 april kl 15.00 – 16.30

Var: Playhouse Teater, Drottninggatan 71A,

Hur: På plats eller via länk

[Anmäl dig här](#)



Säkra er plats till Mixx Awards

Nu är biljettförsäljningen för Mixx Awards igång! Se till att säkra er plats i tid - Nalen brukar bli fullsatt! Mixx Awards är en kväll där vi samlas för att hylla och inspirera varandra med starka case från branschen. Under en helkväll med trerättersmiddag och underhållning kommer vi prisa branschens bästa kampanjer, innovationer, team och annonsmiljöer. En kväll att minnas för hela teamet!

[Säkra din plats här](#)



Channel Factory – ny Premium Member!

”

"Att bli Premium Member hos IAB Sverige är strategiskt viktigt för Channel Factory. Det positionerar oss inte bara som en aktiv marknadsaktör utan också som en meningsfull bidragsgivare till dess långsiktiga utveckling. Premiummedlemskapet gör att vi kan stödja IAB Sveriges pågående arbete med att stärka det svenska annonsekosystemet, driva högre standarder, större transparens och mer hållbar tillväxt.

Som ett företag fokuserat på ansvarsfull, AI-driven reklam delar vi IAB Sveriges uppdrag att ena, utbilda och påverka marknaden mot en mer ansvarsfull framtid. Genom premiummedlemskap bidrar vi aktivt till att forma branschstandarder, främja tankeledarskap och stödja initiativ som främjar en mer ansvarsfull och framtidssäkrad annonsmiljö i Sverige."

- **Anders Wallner**, Country Manager - Channel Factory

Om medlemskap hos IAB Sverige

Nya medlemmar



STEP
network

VANTAGEOOH



Influencer marketing under skärpt granskning – det här behöver branschen agera på nu

Konsumentverket har på uppdrag av regeringen publicerat en genomgripande rapport om marknadsföring via influencers. Rapporten slår fast att branschen trots år av tillsyn och information fortsatt brister på grundläggande punkter – och att ny EU-reglering är på väg. **Cecilia Torelm Tornberg**, advokat & partner på Advokatfirman **MarLaw**, skriver mer på vår sajt.

[**Läs mer här**](#)



Reko content – reklamregler för influencers

Tillsammans med Reklamombudsmannen har vi lanserat en helt unik utbildning för influencers/kreatörer med syftet att **höja kompetensen om lagar och regler för marknadsföring i sociala medier**. Kursen innehåller bland annat regler för reklammärkning, vad som räknas som otillåten marknadsföring och principer för ansvarsfull marknadsföring. I längden hoppas vi att utbildningen ska leda till att fler känner sig trygga med vad som gäller och därmed tar ett **större ansvar med sin marknadsföring**.

Läs mer här



De är certifierade enligt Gold Standard 2.0

IAB Sveriges åtagande att bygga en hållbar framtid för digital reklam är förankrad i IAB Sweden Gold Standard. Gold Standard har tre enkla men grundläggande mål – att minska annonsbedrägeri, förbättra den digitala reklamupplevelsen och öka varumärkessäkerheten/Brand Safety & Suitability. [Här är alla certifierade](#) enligt Gold



Hur tillgängliga är ni?

Digital tillgänglighet är inte bara ett lagkrav. Det är också en möjlighet att förbättra kundupplevelsen, öka konverteringen och stärka varumärket. Samtidigt bidrar ni till ett mer inkluderande digitalt samhälle där fler kan ta del av era tjänster och erbjudanden.

CommToAct Digital Inclusion Award 2026 gör det enkelt att komma igång och ta första steget. Det enda ni behöver göra är att **ladda ner er kostnadsfria tillgänglighetsrapport** och svara på några ja/nej frågor om ert tillgänglighetsarbete.

Hämta rapporten redan idag



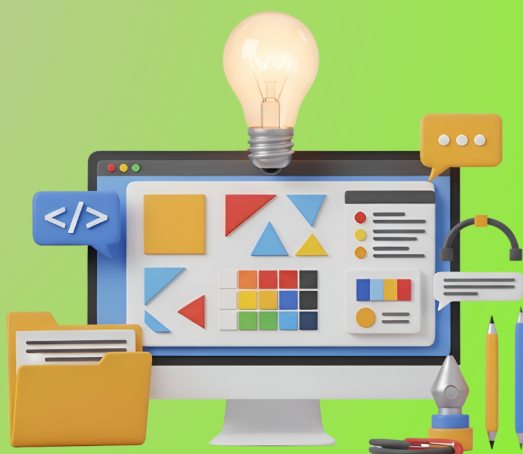
Bli certifierade inom Retail Media

När byråer och varumärken inte med säkerhet kan jämföra resultat minskar

investeringarna. Inte för att kampanjer misslyckas, utan för att rapporteringen inte kan verifieras i stor skala. IAB Europas **Retail Media Certification Program** är en oberoende, revisionsbaserad certifiering som verifierar att Retail Media-mätningar uppfyller de standarder som krävs för seriösa investeringsbeslut i media.

[Läs mer här](#)

Comm*To*Act



CommToAct: Att skapa tillgänglig UX-design

Den 17 mars kl 9-12 håller CommToAct en digital utbildning för dig som vill lära dig mer om hur tillgänglig UX-design bidrar till bättre användarupplevelser för fler – och hur tillgänglighet kan bli en naturlig del av hela design- och utvecklingsprocessen. Kursen syftar till att ge både kunskap och inspiration för att komma igång eller ta nästa steg i tillgänglighetsarbetet.

[Läs mer här](#)

Comm*To*Act

Motsatsen till enfald är mångfald.

Mångfald berikar, enfald kostar

Motsatsen till enfald är mångfald. Ändå är representationen i kommunikationsbranschen lägre än i samhället i stort. 21 % av Sveriges befolkning – 2,2 miljoner människor – är utrikes födda. I vår bransch är motsvarande siffra 15 %. Det är inte bara en inkluderingsfråga. Det är en affärsfråga. Kommunikationsbranschen lever på att förstå människor. Samtidigt uppger endast 24 % av utrikes födda att de känner sig inkluderade i reklam från svenska företag. Vår enfald gör oss irrelevanta och mindre lönsamma än vad vi skulle kunna vara med större mångfald och fler perspektiv runt bordet. **Nu vill vi att branschen tar ansvar!**

[Läs uppropet här](#)

PREMIUM MEMBERS



INDUSTRY PARTNERS



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

