

SWEDMA

SWEDISH DATA & MARKETING ASSOCIATION

Årsberättelse 2023



VD HAR ORDET

SWEDMA är en ideell förening som har till ändamål att verka för utveckling av den verksamhet som medlemmarna bedriver. Föreningen har i uppgift att företräda medlemmarna i gemensamma angelägenheter som beror och påverkar medlemsföretagen kring området datadriven marknadsföring. Syftet är att SWEDMA ska vara vägledande inom den datadrivna transformationen av marknadsföringen.

Föreningen har ett helägt dotterbolag, Swedma Service AB (org.nr:556331- 7378) som bland annat utför opinionsarbete, rådgivning, seminarier och utbildningar för SWEDMA:s medlemmar och nätverk

Inom Swedma Service bedrivs det löpande arbetet med att skapa och leverera medlemsnytta till alla medlemsbolag utifrån syftet att vara vägledande inom den datadrivna transformationen av marknadsföringen. Det görs genom tre tydliga fokusområden: opinion, rådgivning och engagemang.

Opinion – skapa de bästa marknadsförutsättningarna.

Påverkar lagstiftning, verkar för självreglering och påverkar opinionen för att skapa de bästa marknadsförutsättningarna

Rådgivning – vägleda i transformationen av den datadrivna marknadsföringen. Alltifrån juridisk rådgivning till hur den datadrivna marknadsföringen utvecklas i framtiden och vad det kräver för kunskap och kompetens

Engagemang – en naturlig nod och mötesplats för alla frågor som rör datadriven marknadsföring,

Skapar nätverk och utbyte av idéer, utbildar och inspirerar för att omvandla ambition och potential till innovation och konkreta affärsresultat

Under det gångna året har SWEDMA, en ledande kraft inom datadriven marknadsföring, fortsatt att stärka sin position som en vägledande aktör för sina medlemmars verksamheter. Genom vårt helägda dotterbolag, Swedma Service AB, har vi dedikerat oss åt att leverera ovärderlig medlemsnytta, inriktat på opinion, rådgivning och engagemang.

- **Medlemsutveckling och Evenemang**

Vi välkomnade 21 nya medlemmar, vilket stärker vår gemenskap och utökar vårt inflytande. Ett lyckat evenemang under 2023 var EFF Day, som samlade ca 350 deltagare. Ett event på At Six genomfört i ett samarbete med Sveriges Annonsörer och KOMM, ett lyckat exempel på branschsamverkan och kunskapsdelning.

- **Opinions- och Påverkansarbete**

Vårt opinionsarbete har varit särskilt aktivt, med fokus på att påverka lagstiftning och främja självreglering. Genom samarbeten på både nationell nivå och inom EU har vi svarat på ett antal remisser samt bidragit till utformningen av Green Claims, AI-Act och deltagit aktivt i hela den EU digitalpolitiska agendan, vilket understryker vårt åtagande att värna om integritet och etiska ramar för datadriven marknadsföring. SWEDMA ingår även i arbetsgruppen som reviderar och uppdaterar ICC koden för marknadsföring.

- **Utbildning och Rådgivning**

Utbildningsinsatserna har varit med särskilt fokus på Data Privacy Basic och CRM, vilket stärker våra medlemmars kompetenser inom kritiska områden. Vår juridiska rådgivning har fortsatt att vara en viktig resurs för medlemmarna, vilket bekräftar vår roll som en stödjande partner i komplexa juridiska landskap.

- **Nätverkande och Engagemang**

Genom 32 webinars och seminars har vi engagerat 1658 unika deltagare från 435 företag, vilket framhäver vår förmåga att samla branschen för lärande och utbyte. Våra initiativ skapandet av nätverksgrupper inom CRM, Martech, AI har ytterligare förstärkt vår plattform för samarbete och innovation. Den 10 maj höll vi årsmöte och välkomnade fem nya ledamöter varav en ny ordförande.

- **Framtidsperspektiv**

SWEDMA har tillsammans med tre andra organisationer för sjätte året i rad tagit fram Martech report. Årets rapport baseras på över 500 respondenter från 10 europeiska marknader. Den belyser viktiga trender och gav insikter som är avgörande för våra medlemmars framtida strategier. Vi ser en positiv trend i investeringsviljan, vilket bådär gott för den fortsatta utvecklingen inom datadriven marknadsföring. SWEDMA står starka, redo att möta framtiden med engagemang och en fast beslutsamhet att fortsätta vara en ledande kraft för våra medlemmar och för den datadrivna marknadsföringen. Tillsammans har vi skapat en robust grund för innovation, tillväxt och framgång. Vi ser fram emot ytterligare ett år av utveckling, samarbete och framsteg.

HÖJDPUNKTER 2023

- 21 nya medlemmar anslöt sig
- Opinionsarbete och påverkansarbete i Sverige och i Bryssel
- Tätt samarbete med FEDMA och GDMA – mycket fokus på privacy frågor och framtagande av "Global Privacy Principles" såsom DSA, AI Act, och DMA
- Flertalet myndighetskontakter
- Svarat på flera remisser: Bidragit med expert till regeringens utredning om moderniserat konsumentskydd.
- Upprätthållit vår uppskattade juridiska rådgivning till medlemmarna
- Fortsatt hög aktivitet i samarbete med våra medlemmar:
 - 32 välbesökta webinar/seminar, totalt 1658 deltagare. Mycket fina betyg i utvärderingen där vi ser en NPS på 66 (2022 -NPS 64).
 - 2 Marketing & Privacy utbildningar med 13 certifierade deltagare
 - 3 Data Privacy Basic utbildningar
 - 1 st CRM loyalty utbildning
 - 1 st AI utbildning
- EFFDay 1 september – i bra samarbete med Sveriges Annonsörer och KOMM. Vi hade 370 anmälda och i stort sett ingen drop-out. Eventet fick mycket fina betyg i utvärderingen. *Helhetsbetyg av EFFDay 2023 (skala 1-10, där 10 är högst): 8,05
*Skulle du kunna tänka dig att delta på EFFDay nästa år: 87 %svarar ja
*Skulle du rekommendera EFFDay till en vän/kollega: 84 %svarar ja
- Vi höll ett hybrid-årsmöte och har välkomnat 5 st nya styrelseledamöter och en ny ordförande.
- Vi har ökat vår närvaro, innehåll och följare i sociala medier
- Ständig utveckling av självregleringen genom Nix-nämnden - bevakar din personliga integritet i marknadsföring
- Martech rapport 2023 – den sjätte rapporten som vi lanserat. Rapporten visar bland annat ett tydligt gap gällande behovet av kompetens och den brist av kompetens som är på marknaden. De företag med en ledningsgrupp som är involverade i Martechstrategin säger sig ha väsentligt mycket enklare att attrahera kompetens.

HÖJDPUNKTER 2023 FORT.

Koncernens nettoomsättning, rensad från interndebitering mellan bolagen, uppgick till 6 447 Tkr vilket är något lägre än budget och fg år. Tappet beror på att vi nådde inte upp till samma nivå gällande intäkter från utbildningsverksamheten. Resultatet efter finansiella poster och skatter är 307 Tkr, vilket är betydligt högre än förra året då vi investerade i ett nytt CRM-system.

Styrelsen har sedan förra årsmötet bestått av 6 st manliga ledamöter varav en är ordförande samt 3 st kvinnliga ledamöter.

Jag vill avslutningsvis passa på att tacka SWEDMA:s medarbetare för allt arbete med att leverera medlemsnytta och att ni under ett intensivt och osäkert år där många snabba beslut och flera "kursändringar" ändå fortsatte att leverera i högt tempo.

Jag vill också tacka styrelsen och välnämnd för intensivt arbete under 2023.

Sist men inte minst ett stort tack till er alla medlemmar för fint samarbete under 2023. Tillsammans står vi starka och kraftfulla när vi fortsätter arbetet med att skapa optimala förutsättningar att verka inom datadriven kommunikation och marknadsföring.

Och jag önskar alla ett framgångsrikt 2024.

TACK!



Annette Tannerfeldt, VD SWEDMA



ORGANISATION

Styrelse:

Mikael von Ekensteen
Reaktion, ordförande

Karin Markstedt
Svensk Direktreklam, vice
ordförande

Sara Mundt Petersen
Hitta.se

Anna Parmström
Handelsbanken

Johan Blomström
Unionen

Einar Wahlbom
Citymail

Lars Pahlman
Nepa

Niklas Berger
Dun & Bradstreet

Jacob Sjönander
Triggerbee, suppleant

Revisorer:

Bengt Beergrehn, auk revisor
Finnhamnars Revisionsbyrå

Katarina Lindholm, auk revisor,
revisorssuppleant,
Finnhamnars Revisionsbyrå

Valnämnd:

Christel Hedin
Miltton, sammankallande

Max Stjernfeldt
InsightOne

Malin Wahlberg
Wiraya

Joachim Medalen
Seen

Kansli:

Annette Tannerfeldt, VD 2021

Mattias Grundström, jurist

MariAnne Rovide, administratör

Benny Bergenstråhle, medlem- och
partneransvarig

Kontakt:

Olof Palmes Gata 11,
111 37 Stockholm
Tel: +46 8 534 802 60
E-post: direkt@swedma.se

NATIONELLA & INTERNATIONELLA SAMARBETEN

RO., REKLAMOMBUDSMANNEN

Stiftelsen Reklamombudsmannen (Ro.) är näringslivets egenåtgärdskansli som verkar för effektiv självsanering av marknadskommunikation.

Ro. s uppgift är att arbeta förebyggande och preventivt för hög etisk nivå i all marknadsföring riktad mot i huvudsak den svenska marknaden. Korrekt, hederlig och laglig reklam ökar konsumenternas förtroende för annonsörerna och är en förutsättning för en välfungerande marknad. SWEDMA sitter i styrelsen för Ro.

NDM, NÄRINGSLIVETS DELEGATION FÖR MARKNADSRÄTT

NDM är ett gemensamt organ för 7 näringslivet med uppgiften att påverka och bedriva opinionsbildning i marknadsrättsliga frågor. SWEDMA:s roll inom NDM är att genom NDM kunna söka ett brett stöd för frågor som berör direktmarknadsföring och marknadsrätt, för att på så sätt kunna säkerställa att vi har näringslivet med oss.

IRM, INSTITUTET FÖR REKLAM- OCH MEDIESTATISTIK

IRM mäter och kartlägger kontinuerligt den svenska reklam- och mediemarknaden, genomför analyser och gör prognoser avseende reklammarknadens utveckling, sprider kunskaper om marknadens struktur och utveckling och förbättrar därigenom beslutsunderlaget för föreningsmedlemmar och kunder.

SVERIGES MARKNADSFÖRBUND

Sveriges Marknadsförbund har till syfte att värna om marknadsekonominns fortbestånd

och positiva utveckling. Det gör man genom att bidra till att marknadsföringen av varor och tjänster hålls på en hög nivå, såväl funktionellt som etiskt.

ICC, INTERNATIONELLA HANDELSKAMMAREN

ICC är näringslivets internationella samarbetsorgan och har bland annat till uppgift

att främja en hög etisk standard inom industri, handel och andra näringsgrenar. SWEDMA:s roll inom ICC är att tillse att ICC vidmakthåller de etiska reglerna inom direktmarknadsföringen och inte bortser från de specifika reglerna som gäller oss vid utformningen eller revideringen av nya regler. Dessutom är ICC även en bra plattform att söka stöd för bland en bred del av näringslivet när det sker legala förändringar inom Sverige eller EU, som exempelvis Eus förslag till en dataskyddsförordning.

FEDMA, FEDERATION OF EUROPEAN DIRECT AND INTERACTIVE MARKETING

SWEDMA är medlem i den europeiska organisationen för direktmarknadsföring, FEDMA. FEDMA är en intresseorganisation för europeiska nationella branschorganisationer på direktmarknadsföringens område.

FEDMA:s syfte är att verka för att den legala miljön för direktmarknadsföringsföretag i

Europa inte begränsar verksamhetens möjligheter. FEDMA verkar främst gentemot myndigheter och organisationer. FEDMA:s medlemmar är nationella branschorganisationer för direktmarknadsföring som företräder leverantörer, användare

och media för direktmarknadsföring. FEDMA har också över 250 enskilda företag som medlemmar. FEDMA spelar en central roll i bevakningen särskilt av utvecklingen inom EU och är pådrivande i regelutvecklingen för att främja en effektiv direktmarknadsföring som respekterar mottagarnas berättigade intressen.

GDMA, GLOBAL DMA

SWEDMA är medlem i den globala organisationen för datadriven marknadsföring, GDMA. GDMA är en intresseorganisation som representerar, stödjer och förener marknadsföringsorganisationer från hela världen som fokuserar på datadriven marknadsföring.

GDMA:s tillhandahåller sina medlemsorganisationer och marknadsförare information om globala trender och knowhow om datadriven marknadsföring och reklam inom alla sektorer, discipliner och kanaler.

ANA DATAMARKNADSFÖRING & ANALYS

ANA Data Marketing & Analytics är den amerikanska organisationen för datadriven marknadsföring och har bland annat till syfte att verka såväl nationellt som internationellt för sina medlemmar gentemot myndigheter och organisationer samt att befrämja utbytet av information mellan medlemmar inom området data och marketing.



MEDLEMSFÖRETAG 2023

21Grams AB
2Entertain
AB Trav & Galopp, ATG
Abby World Adamello AB
Agria Djurförsäkringar
AIG Europe Limited
AJ Produkter AB
Akademibokhandeln AB
Akademikerförsäkring
Albinsson & Sjöberg, Förlags AB
AMF Pension
Avaus
Baltasar Kommunikation AB
Barncancerfonden
Bisnode AB
Bisnode Sverige AB
Bizwell
Bliwa Livförsäkring, ömsesidigt
Bokus AB
Bonnier Local Media
Bonnier Magazine & Brands
Bonnier News AB
Bonnierförlagen AB
Bonniers Bokklubb
Bookyourdata.com
Bosch Rexroth AB
BRIS - Barnens Rätt i Samhället
BWH Hotel Group
Checkbiz AB
Chefakademin
City Gross Sverige AB/Bergendahls Food AB
CityMail AB
ClearOn AB
Collector Bank
Coloplast AB
Colorama
Com Hem AB
Contribum AB
Coop Sverige AB
Creative Marketing Nordic
DAD Direct AB
Dagens Industri AB
Dagens Media
Dagens Nyheter, AB
Danske Bank Sverige AB
Delphi
Digital Brain Nordic
DNB Bank
Dun & Bradstreet/Bisnode Sverige AB
E.ON Energilösningar AB
Easyfairs Nordic
Ecster AB
eGentic GmbH
Egmont Story House AB
Ekopost
Elite Hotels of Sweden AB
Ellos Group Sweden AB
Eniro Sverige AB
Entercard Sverige AB Exportkreditnämnden
EKN
Falkenberg Graphic Media AB
Fastighetsbyrån AB, Swedbank
Fisk & Co BI CRM AB
Forex
Fortum Markets AB
Frontwalker Stockholm AB
Förlaget Harlequin AB/HarperCollins Nordic
Försvarmakten
Gothia Kompetens
Göteborgs-Postens Nya AB
Hallandsposten
HI3g Access AB (Tre)
Hitta.se
Hjärnfonden, Stiftelsen
Hjärt-Lungfonden
Hyresgästföreningen Plus AB
Hyresgästföreningen Region Stockholm
Hyresgästföreningen Riksförbundet
ICA Banken
ICA Försäkring

ICA Sverige AB
Idédata Marketing AB
IDG International Datagroup AB
If Skadeförsäkring AB
Infobip Sweden AB
INGO
Insight Events Sweden AB
InsightOne Nordic AB
InTime International AB
JM Sandberg AB
Jotex AB
Kapita Invest
Kiwano Relation AB
Kombispiel i Sverige AB
Kommunal
KPA AB
Kronans Apotek AB
Kvinna till Kvinna, Insamlingsstiftelsen
Landshypotek Bank AB (publ)
Ledarna
LD Marknadsassistans AB
Life Europe AB
Lindex AB
Link Mobility
Live Expo
Livförsäkringsbolaget Skandia
LoyaltyFactory AB
LRF AB
LRF Media AB
Läkare Utan Gränser
Länsförsäkringar AB
Länsförsäkringar Göteborg och Bohuslän AB
Lärofortbildning AB
Market & Media Malmö AB
MarketHype Sweden AB
Marknadsinformation Analys MIA AB
Marknadsinformation i Sverige AB
MAX Burgers AB
Max Gustafsson Management
Mbriq
Moodscores
Consulting AB
MedMera Bank AB
MetaForce AB
Migma AB
Miljonlotteriet
Miltton Insights
Miltton Sweden AB
Mobajl AB
Mockfjärds Fönster AB
Moodscores AB
Moderamen Consulting AB
mySafety Försäkringar AB
mySafety Oy
Nepa AB
NetOnNet AB
Next one Technology AB
Nordic Choice Hotels
Nordic Family Group AB
Nordic Lottery
Nordiska Kompaniet, NK
NutraQ
Ny Teknik Group Sverige AB
Oculos
Odyssey AB
Parajett AB
Pixel
PostNord AB
PostNord Strålfors AB
Preem AB
Prenax
Presentkakan i Göteborg AB
Prospect Nordic AB
ProToSell AB
Qualifio
Questback
Quickchannel
Raymond Media AB
Reaktion i Sverige AB
Recordinate
Regi Research & Strategi AB
ReklamLogistik i Sverige AB
Relation & Brand AB
RÅx Marknadssupport AB
Sandviks Förlag AB
Santander Consumer Bank
SAS
SAS Institute AB
SBAB Karlstad
SBAB Stockholm

Scandic Hotels AB
Scribill
SEB AB
SEEN.io
Sellforte Oy
SIFU AB
SJ AB
Skattebetalarnas Förening Smicker
AB
Solid Försäkringar
Spend & Help
Stampen Lokala Medier AB
Stockholms Stadsmission
Stockholmsmässan AB
Story House Egmont
Svea Bank AB
Swedbank AB
Svedea AB
Svensk Adressändring AB
Svensk Direktreklam AB
Svenska PostkodLotteriet/Novamedia
Svenska Röda Korset
Svenskt Militärhistoriskt Bibliotek
Sveriges Marknadsförbund
Simplify Technologies AB
Syna AB
Tandberg & Partners
Tele2 Sverige AB
Telenor Sverige AB
Telia Sverige AB
TMG Push AB
Triggerbee AB
Trygg-Hansa
TUI Sverige AB
UC AB
UC Affärsfakta AB
UC Affärsinformation AB
UNICEF Sverige AB
Unionen
Uppsala Konsert & Kongress
Valitive AB
Webpower Scandinavia AB
Verbum
Villaägarnas Riksförbund
Wiraya Solutions AB
Vision

Wunderman
Västtrafik AB
Åhléns AB
Åke Nyberg Projekt

SWEDMA

SWEDISH DATA & MARKETING ASSOCIATION