



SWE**DMA**

ÅRSBERÄTTELSE





SWEDMA

VD HAR ORDET

I en tid då teknik, data och regelverk utvecklas i allt snabbare takt, spelar SWEDMA en stor roll för att skapa trygghet, riktning och möjligheter för alla som verkar inom datadriven marknadsföring. Vår förening är inte bara en branschorganisation – tillsammans med våra medlemmar är vi en gemensam kraftsamling för ansvarstagande, innovation och framtidstro. Som ideell förening arbetar SWEDMA för att främja och utveckla den verksamhet våra medlemmar bedriver. Vi verkar i skärningspunkten mellan näringsliv, lagstiftning och teknik – där nya möjligheter ständigt möter nya krav.

Vår uppgift är att samla branschen, företräda medlemmarnas i gemensamma frågor och agera vägledande i den datadrivna ständiga transformationen av marknadskommunikation. Vi gör detta genom att bistå med expertis, skapa engagemang – och genom att bygga broar mellan teknik, etik och affär. I en värld där individens integritet måste respekteras samtidigt som företag behöver insikter för att vara relevanta, är SWEDMA möjliggöraren. Vår styrka ligger i det gemensamma. Tillsammans med våra medlemmar, samarbetspartners och kollegor i Sverige och Europa, driver vi frågor som rör både framtidens marknadsföring och dagens konkreta utmaningar.

Vi tror på att det är genom kunskap, självreglering och dialog vi skapar de bästa förutsättningarna för en fortsatt lönsam, hållbar marknadskommunikation. Vårt helägda dotterbolag, SWEDMA Service AB, är navet för den operativa verksamheten. All vår verksamhet – från påverkansarbete till utbildning och nätverk – utgår från tre tydliga fokusområden som skapar medlemsnytta;

OPINION – SKAPA DE BÄSTA MARKNADSFÖRUTSÄTTNINGARNA

Vi bevakar, påverkar och formar policy- och lagstiftningsprocesser som rör datadriven marknads kommunikation – både i Sverige och inom EU. Genom remissvar, expertinsatser och dialog med myndigheter, beslutsfattare och andra aktörer arbetar vi för att bygga ett hållbart, tydligt och innovativt ramverk där marknaden kan växa och konsumenters rättigheter respekteras. SWEDMA är också en stark röst för självreglering, med ett aktivt engagemang i bland annat ICC och NIXnämnden som drivs av SWEDMA kansliet.

RÅDGIVNING – VÄGLEDNING I EN KOMPLEX VERKLIGHET

Den datadrivna marknadsföringen befinner sig i ständig förändring. Därför erbjuder vi kvalificerad rådgivning inom bland annat GDPR, samtycken, direktmarknadsföring, AI och digital tillgänglighet.

Vår juridiska rådgivning är högt värderad av medlemmarna och hjälper företag att fatta rätt beslut, undvika fallgropar och utvecklas på ett ansvarsfullt sätt. Vi stöttar också i strategiska frågor kopplat till kompetens, teknik och framtidens kunddialog.

ENGAGEMANG – EN NOD FÖR NÄTVERK, INSPIRATION OCH KUNSKAPSDELNING

SWEDMA är en naturlig mötesplats för alla som arbetar med datadriven marknadsföring – oavsett roll, erfarenhet eller bolagets storlek. Genom seminarier, nätverksgrupper och utbildningar skapar vi utrymme för erfarenhetsutbyte, inspiration och lärande.

Vi driver också branschgemensamma initiativ, som CommToAct, och samlar olika perspektiv för att tillsammans skapa innovation, inkludering och affärsresultat. Tillväxt och medlemsengagemang Vi har fortsatt att växa – 20 nya medlemsföretag anslöt sig under 2024. Det är tredje året i rad med positiv medlemstillväxt, och ett bevis på att vårt erbjudande är relevant och efterfrågat.

AKTIV SCEN- OCH PRESSNÄRVARO

Ett av våra mål för året har varit att öka vår synlighet – och det har vi lyckats med. SWEDMA har varit synliga i branschpress, omnämnts som expertkälla och syns på en rad viktiga scener. Vi har deltagit i allt från Resumés Martechdag, EFF Day, Sales & Marketing Expo, till Almedalen och specialistdagar som Delphis GDPR-dag och CDP Day. Det stärker vår position som branschens röst.

EVENEMANG OCH UTBILDNINGAR

Totalt har vi genomfört 45 seminarier och webinarier med 2 059 unika deltagare från 435 företag. Våra utbildningar har varit efterfrågade – vi genomförde 16 tillfällen inom bl.a. Data Privacy, AI, GA4, CSRD och digital inkludering. Utvärderingarna visar fortsatt mycket högt betyg, med ett NPS på 66.

KUNSKAPSDELNING OCH INSIKTER

För sjunde året i rad publicerade vi Martech-rapporten, denna gång med över 2 800 respondenter från 10 europeiska marknader. Rapporten visar att AI driver investeringar framåt, men att kompetensbrist är ett växande hinder – något vi kommer adressera vidare under 2025.

PÅVERKANSARBETE OCH POLICYUTVECKLING

Vi har lämnat flera remissvar, deltagit i utredningar kring ett moderniserat konsumentskydd och haft löpande kontakt med både myndigheter och riksdagen. SWEDMA har också ett nära samarbete med FEDMA och GDMA, och deltar aktivt i arbetet med EU:s digitalpolitiska lagstiftning: DSA, DMA, DA och AI Act.

SJÄLVREGLERING OCH ETIK

Genom vårt ansvar för NIX-nämnden fortsätter vi att utveckla självregleringen och stärka konsumentskyddet inom marknadskommunikation. Arbetet är en viktig del av vår strävan att förena af

EKONOMI OCH ORGANISATION

Koncernens nettoomsättning, rensad från interdebitering mellan bolagen, uppgick till 6 725 Tkr vilket är något lägre än budget men något högre än fg år. Tappet beror på att vi når upp till den budgeterade nivån gällande intäkter från utbildningsverksamheten. Resultatet efter finansiella poster och skatter är 452 Tkr, vilket är högre än fg år.

Under våren tackade vi av vår uppskattade kollega Marianne Rovide, som efter drygt 26 års trogen tjänst lämnade SWEDMA. Mariannes långa engagemang och djupa kunskap har varit ovärderlig för både medlemmar och kollegor, och vi är henne innerligt tacksamma för hennes insatser genom åren.

I samband med detta fick vi också möjlighet att stärka kansliet med ny kompetens inom marknadskommunikation. Den 4 mars 2024 välkomnade vi Minna Torstensson till teamet – en rekrytering som bidrar till att ytterligare professionalisera vår synlighet, vårt medlemserbjudande och vårt kommunikationsarbete framåt. Styrelsen har sedan förra årsmötet bestått av 4 manliga ledamöter varav en är ordförande samt 4 kvinnliga ledamöter samt 1 kvinnlig suppleant.

FRAMÅT TILLSAMMANS

2024 har varit ett år av aktivitet, förändring och framsteg. Vi har stärkt vår närvaro, byggt nya nätverk, vässat vårt erbjudande och fortsatt att vara en stark, samlande kraft för branschens utveckling.

Jag vill rikta ett varmt tack till alla medarbetare på SWEDMA för ert hårda arbete, ert engagemang och er professionalism.

Tack också till styrelsen och valnämnden för ert viktiga stöd och samarbete – och till alla våra medlemmar: ert förtroende är grunden för allt vi gör. Tillsammans står vi starka inför framtiden.

Vi går in i 2025 med tydlig riktning, stor energi och fortsatt ambition att forma en bransch som är både effektiv, etisk och inkluderande. Och jag önskar alla ett framgångsrikt 2025.

STORT TACK!

ANNETTE TANNERFELDT, VD SWEDMA



STYRELSE

MIKAEL VON EKENSTEEN, REAKTION – ORDFÖRANDE
KARIN MARKSTEDT, SVENSK DIREKTREKLAM – VICE ORDFÖRANDE
SARA MUNDT PETERSEN, TUI
ANNA PARMSTRÖM, HANDELSBANKEN
JOHAN BLOMSTRÖM, UNIONEN
AGNES HAMMARSTRAND, ADVOKATFIRMAN DELPHI
NIKLAS BERGER, DUN & BRADSTREET
JACOB SJÖNANDER, TRIGGERBEE
ANNIKA GRUMERT KLANG, OCULOS – SUPPLEANT

REVISORER

BENGT BEERGREHN, AUK REVISOR FINNHAMNARS REVISIONSBYRÅ
KATARINA LINDHOLM, AUK REVISOR, REVISORSSUPPLEANT, FINNHAMNARS
REVISIONSBYRÅ

VALNÄMND

MAX STJERNFELDT INSIGHT ONE, SAMMANKALLANDE
MALIN WAHLBERG, WIRAYA
JOACHIM MEDALEN, SEEN

KANSLI

ANNETTE TANNERFELDT, VD
MATTIAS GRUNDSTRÖM, CHEFSJURIST
MARIANNE ROVIDE, ADMINISTRATÖR
BENNY BERGENSTRÄHLE, MEDLEM- OCH PARTNERANSVARIG
MINNA TORSTENSSON, MARKNADSKOMMUNIKATÖR

NATIONELLA & INTERNATIONELLA SAMARBETEN

RO. – REKLAMOMBUDSMANNEN

Stiftelsen Reklamombudsmannen (Ro.) är näringslivets egenåtgärdskansli som verkar för effektiv självansering av marknads kommunikation.

Ro:s uppgift är att arbeta förebyggande och för en hög etisk nivå i all marknadsföring riktad mot 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 näringslivet med uppgiften att påverka och bedriva opinionsbildning i marknadsrättsliga frågor.

SWEDMA:s roll inom NDM är att söka brett stöd för frågor som rör direktmarknadsföring och marknadsrätt – för att säkerställa att hela näringslivet står bakom

IRM – INSTITUTET FÖR REKLAM- OCH MEDIESTATISTIK

IRM mäter och analyserar kontinuerligt den svenska reklam- och mediemarknaden.

De genomför prognoser, kartlägger utveckling och sprider kunskap – vilket ger ett förbättrat beslutsunderlag för medlemmar och kunder.

Sveriges Marknadsförbund

Förbundet arbetar för att värna marknadsekonomins fortbestånd och positiva utveckling.

Detta görs genom att bidra till att marknadsföring håller hög funktionell och etisk standard.

ICC – INTERNATIONELLA HANDELSKAMMAREN

ICC är näringslivets globala samarbetsorgan och främjar hög etisk standard inom industri och handel.

SWEDMA verkar inom ICC för att säkerställa att de etiska reglerna inom direktmarknadsföring beaktas vid revidering av internationella riktlinjer.

ICC är även en viktig plattform vid legala förändringar inom Sverige och EU – som exempelvis dataskyddsförordningen (GDPR).

FEDMA – FEDERATION OF EUROPEAN DIRECT AND INTERACTIVE MARKETING

SWEDMA är medlem i FEDMA, som är en europeisk intresseorganisation för direktmarknadsföring. FEDMA representerar nationella branschorganisationer samt över 250 enskilda företag.

Syftet är att påverka lagstiftningen i Europa så att den inte begränsar möjligheterna för direktmarknadsföring, och att verka för en effektiv, etisk bransch.

GDMA – GLOBAL DMA

SWEDMA är medlem i GDMA, den globala organisationen för datadriven marknadsföring. GDMA förenar organisationer världen över och delar kunskap, trender och insikter inom alla sektorer, discipliner och kanaler av datadriven marknadsföring.

ANA DATA MARKETING & ANALYTICS

ANA är den amerikanska branschorganisationen för datadriven marknadsföring.

Organisationen verkar både nationellt och internationellt gentemot myndigheter och andra aktörer, samt främjar kunskapsutbyte mellan sina medlemmar inom data och marknadsföring.



MEDLEMSFÖRETAG 2024

21GRAMS AB
ZENTERTAIN
AB TRAV & GALOPP, ATG
ABBY WORLD
ADAMELLO AB
AGRIA DJURFÖRSÄKRINGAR
AIG EUROPE LIMITED
AJ PRODUKTER AB
AKADEMIBOKHANDELN AB
AKADEMIKRFÖRSÄKRING
ALBINSSON & SJÖBERG, FÖRLAGS AB
AMF PENSION
AVALUS
BALTASAR KOMMUNIKATION AB
BEET
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
BRIS - BARNENS RÄTT I SAMHÄLLET
BWH HOTEL GROUP
CHECKBIZ AB
CHEFAKADEMIN
CITY GROSS SVERIGE AB/BERGENDAHL'S 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
DANSKE BANK SVERIGE AB
DELPHI
DIDRIKSONS RETAIL AB
DIFFER SVERIGE HOLDING AB
DIGITAL BRAIN NORDIC DNB BANK
DUN & BRADSTREET/BISNODE SVERIGE AB
E.ON ENERGIÖSNINGAR AB
EASYFAIRS NORDIC
EC-STER AB
EGMONT STORY HOUSE AB
EKOPOST
ELITE HOTELS OF SWEDEN AB
ELLOS GROUP SWEDEN AB
EMARKABLE
ENIRO SVERIGE AB
ENTERCARD SVERIGE AB
EXPORTKREDITNÄMNDEN EKN
FASTER MOBILE ENGAGEMENT SWEDEN AB
FASTIGHETSBYRÅN AB
FISK & CO BI CRM AB
FOLKSAM ÖMSESIDIG SAKFÖRSÄKRING
FOREX
FRONTWALKER STOCKHOLM AB
FUNKA.COM
FÖRLAGET HARLEQUIN AB/HARPERCOLLINS NORDIC
FÖRSVARSMAKTEN
GOODFEED AB
GOTHIA KOMPETENS
GÖTEBORGS ENERGI AB
GÖTEBORGS-POSTENS NYA AB
HALLANDSPOSTEN
HANDELSBANKEN AB
H3G ACCESS AB (TRE)
HITTA.SE
HJÄRNFONDEN, STIFTELSEN
HJÄRT-LUNGFONDEN
HYRESGÄSTFÖRENINGEN PLUS AB
HYRESGÄSTFÖRENINGEN REGION STOCKHOLM
HYRESGÄSTFÖRENINGEN RIKSFÖRBUNDET
ICA BANKEN
ICA FÖRSÄKRING
ICA SVERIGE AB

-
- SMICKER AB
 - SOLID FÖRSÄKRINGAR
 - SPEND & HELP
 - STAMPEN LOKALA MEDIER AB
 - STOCKHOLMS STADSMISSION
 - STOCKHOLMSMÄSSAN AB
 - STORY HOUSE EGMONT
 - SVEA BANK AB
 - SVEDEA AB
 - SVENSK ADRESSÄNDRING AB
 - SVENSK DIREKTREKLAM AB
 - SVENSK FORDONSBAS AB
 - SVENSKA LOTTERIER & INSAMLINGAR AB
 - SVENSKA POSTKODLOTTERIET/NOVAMEDIA
 - SVENSKA RÖDA KORSET
 - SVERIGES MARKNADSFÖRBUND
 - SWEDBANK AB
 - SYMPLIFY TECHNOLOGIES AB
 - SYNA AB
 - TANDBERG&PARTNERS
 - TELE2 SVERIGE AB
 - TELENOR SVERIGE AB
 - TELIA SVERIGE AB
 - TMG PUSH AB
 - TRICKLE 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
 - VATTENFALL AB
 - VERBUM
 - VILLAAGARNAS RIKSFÖRBUND
 - VISION
 - VÄSTTRAFIK AB
 - WEBPOWER SCANDINAVIA AB
 - WGP-WEB GUIDE PARTNER
 - WIRAYA SOLUTIONS AB
 - ÅKE NYBERG PROJEKT

HÖJDPUNKTER FRÅN ÅRET



HÖJDPUNKTER FRÅN ÅRET

