

# SWEDMA

SWEDISH DATA & MARKETING ASSOCIATION

**Årsberättelse 2022**



## 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

### **Väsentliga händelser under räkenskapsåret.**

Året startade med en ny VD, Annette Tannerfeldt där de första månaderna gick till att sätta in Annette i verksamheten och dess fokusområden. Vi har genomfört 22 webinar tillsammans med våra medlemmar med mycket högt NPS-utfall samt ett större event, EFFDay, tillsammans med våra branschkollegor och även det fick ett mycket fint betyg i utvärderingen. Under året har vi även fokuserat på ett antal interna processer som mynnat ut i att SWEDMA har investerat för framtiden i en ny hemsida samt ett nytt CRM system.

2022 var också ett bra år för vår utbildningsverksamhet. Förutom våra öppna utbildningar genomförde vi ett flertal företagsanpassade utbildningar både inom CRM och Marketing & Privacy området.

### **Händelser efter räkenskapsårets utgång**

Vi liksom många andra organisationer märker av en ökad försiktighet hos våra medlemmar och andra intressenter i att investera i exempelvis utbildningar. Vi upplever även att i en tid där företagen håller igen på resurser får befintlig personal mer att göra och mindre tid att engagera sig i nätverk etcetera.

Vi hade ett par utbildningar som var inplanerade och budgeterade som vi har fått skjuta på framtiden.



# HÖJDPUNKTER 2022

- 15 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 EPR, DSA 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:
    - 22 välbesökta webinars/seminar, totalt 1046 deltagare. Mycket fina betyg i utvärderingen där vi ser en NPS på 64 (2021 -NPS 60).
    - 2 Marketing & Privacy utbildningar med 20 certifierade deltagare
    - 2 företagsanpassade Privacy utbildningar
    - 4 st CRM diplomutbildningar, varav två var företagsanpassade.
  - NYHET 2022 – Privacy Basic. En ny grundutbildning inom privacyområdet som ingår i medlemskapet. Under 2022
- genomförde vi den vid fyra tillfällen med totalt ca 300 deltagare.
- EFFDay 2 september – i bra samarbete med Sveriges Annonörer och KOMM. Vi hade 329 anmälda och i stort sett ingen drop-out. Eventet fick mycket fina betyg i utvärderingen. \*Helhetsbetyg av EFFDay 2022 (skala 1-10, där 10 är högst): 8,6  
\*Skulle du kunna tänka dig att delta på EFFDay nästa år: 98 % svarar ja  
\*Skulle du rekommendera EFFDay till en vän/kollega: 92 % svarar ja
  - Vi höll ett hybrid-årsmöte och har välkomnat 2 st nya styrelseledamöter?
  - 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 2022 – femte rapporten som vi lanserat. Rapporten visar ett tydligt trendbrott. Då teknik och data har varit de prioriterade dimensionerna ser vi tydligt att Sverige har halkat efter Europa och behöver fokusera på kompetens och processer i sitt Martecharbete.

# HÖJDPUNKTER 2022 FORT.

Koncernens nettoomsättning, rensad från interndebitering mellan bolagen, uppgick till 7 078 Tkr vilket är något högre än budget och föregående år, vi överträffade förväntningarna gällande intäkter från utbildningsverksamheten. Resultatet efter finansiella poster och skatter är -22 Tkr, vilket är lägre än förra året. Det lägre resultatet är på grund av de investeringar verksamheten har gjort i ny webb samt nytt CRM-system.

Styrelsen har sedan förra årsmötet bestått av 6 (5) st kvinnliga ledamöter varav en är ordförande samt 4st manliga 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" fortsatte att leverera i högt tempo.

Jag vill också tacka styrelsen och välnämnd för intensivt arbete under 2022.

Sist men inte minst ett stort tack till er alla medlemmar för fint samarbete under 2022. 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 2023.

TACK!



**Annette Tannerfeldt, VD SWEDMA**



# ORGANISATION

## Styrelse:

**Marie Bratani-Olsson**  
Migma AB, ordförande

**Jessica Read**  
Dun & Bradstreet, vice  
ordförande

**Lena Dahlbom**  
Contribum

**Kristin Bernardsson (avgick juni  
2022)**  
Kombispiel

**Johanna Åberg**  
ATG

**Einar Wahlbom**  
Citymail

**Lars Pahlman**  
Nepa

**Karin Markstedt**  
Svensk Direktreklam

**Matthias Evelönn**  
Klarna

**Johan Blomström**  
Unionen, suppleant

## Valnämnd:

**Christel Hedin**  
Miltton, sammankallande

**Jörgen Sandahl**  
Santander

**Mikael von Ekensteen**  
Reaktion

## Kansli:

**Annette Tannerfeldt, VD 2021**

**Mattias Grundström, jurist**

**MariAnne Rovide, administratör**

**Benny Bergenstråhle, medlem-  
och partneransvarig**

## Kontakt:

Klara Östra Kyrkogata 2 B  
Tel: +46 8 534 802 60  
E-inlägg: direkt@swedma.se

## Revisorer

**Bengt Beergrehn, auk revisor**  
Finnhamnars Revisionsbyrå

**Peter Olofsson, auk revisor,**  
revisorssuppleant,  
Finnhamnars Revisionsbyrå

## 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 2022

21Grams AB  
2Entertain  
AB Trav & Galopp, ATG  
Abby World  
Adamello AB  
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  
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  
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  
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  
Fortum Markets AB  
Frontwalker Stockholm AB  
Förlaget Harlequin AB/HarperCollins Nordic  
Försvarsmakten  
Gothia Kompetens  
Göteborgs-Postens Nya AB  
Hallandsposten  
HI3g Access AB (Tre)  
Hjärnfonden, Stiftelsen  
Hjärt-Lungfonden  
Hyresgästföreningen Plus AB  
Hyresgästföreningen Region Stockholm  
Hyresgästföreningen Riksförbundet  
ICA Banken  
ICA Försäkring

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

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  
Symplicity 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  
V-TAB AB  
Wunderman  
Västtrafik AB  
Åhléns AB  
Åke Nyberg Projekt

# SWEDMA

SWEDISH DATA & MARKETING ASSOCIATION