



Stockholm 2010-11-19

## Medlemskap IAB Sverige

IAB grundades 1996 i USA, 1998 i Europa och 2008 i Sverige - för att stödja och främja tillväxten av den europeiska digitala och interaktiva marknadsföringen.

Det finns 30 nationella IAB org. och partners över hela Europa och över 5500 medlemsföretag i Europa. IABs uppdrag är att främja, skydda och bevisa värdet av den digitala reklambranschen.

IAB jobbar för att främja tillväxten av interaktiv reklam genom partnerskap, kommunikation, aktiviteter som utbildning och forskning även att skydda industrins intressen.

Medlemsföretag omfattar annonsörer, större mediekoncerner, förläggare och portaler, kreativa byråer, forskningsföretag, advokatbyråer och teknik- och tjänsteleverantörer m fl.

IAB arbetar genom specialiserade kommittéer (Task Force) som arbetar med standarder och ”best practise”.

En mycket viktig uppgift för IAB är att skydda branschen från onödig och dåligt underbyggd lagstiftning som skulle begränsa tillväxten av onlineannonsering. IAB är branschens främsta företrädare till Europaparlamentet och kommissionen i Bryssel.

IAB sammanställer också statistik och rapporter runt den Europisk onlineannonsering (ex. Adex).

Charlotte Thür, är VD för IAB Sverige, från 1:a november 2010 på deltid och arbetar tillsammans med en operativ styrelse.

### Vad gör IAB Sverige

#### Task Force

**Interaktiv marknadsföring och digitala medier rymmer många olika frågor och intresseområden. Därför arbetar IAB Sverige med ett antal s.k. task forces som var och en fokuserar på sitt specialområde.**

En task force fungerar som en projektgrupp som bildas i syfte att leverera ett konkret resultat kring ett specifikt ämne eller fråga under en definierad tidsperiod. Då resultatet har levererats, upplöses task forcen.

Som medlem i IAB Sverige har du genom engagemang i en task force möjlighet att fokusera på just ditt specialintresse. Dels genom att fördjupa dina kunskaper och dels genom möjligheten att påverka inriktningen på task forcens arbete.

Om du vill engagera dig i någon av våra task forces är du välkommen att kontakta ordförande för respektive task force, eller vända dig till [Markus Klofelt](#), Taskforceansvarig i IAB styrelse.

## Frukostseminarier

IAB håller frukostseminarier. Där IAB bjuder in föredragshållare, en eller flera som under en timme pratar om aktuella ämnen som berör IAB eller ämnen som medlemmarna tycker är intressant. IAB har vid sina frukostseminarier alltid haft en bra diskussion runt ämnet.

**Planerade frukostseminarier under 2011 är: 23 feb, 20 april, 15 juni, 31 aug, 19 okt och 23 nov.**

## Ett större event per år

IAB Sverige hade ett större event 2010, där branschen bjöds in till en konferens med flera intressanta talare från både USA och Sverige. Bl a var David Moore styrelseordförande och grundare av 24/7 Real Media och ordförande för IAB USA här.

**IAB Sverige kommer att ha ett större event även under 2011 det preliminära datumet är 19 maj.**

## Rapporter, statistik och sammanställningar

Som medlem får man ta del av det material som kommer från Task Force grupperna. Men även det material som sammanställs i Europa som kan vara av intresse för Svenska marknaden. Som t ex guidelines, statistik (t ex årlig kartläggning av annonskakan online i Europa AdEx), även exempel på "Best practise" i Europa. Legala frågor är ett viktigt område för IAB.

## Nätverk

En mycket viktig roll som IAB har lokalt, är att vara den självklara knutpunkten för informations- och kunskapsutbyten.

IAB kommer t ex erbjuda mötesplatser för informella möten under 2011. Ett exempel kommer att vara innan **iBaren** på 1900 en gång i månaden.

IAB arbetar mycket nära IAB Europe som öppnar upp för ett internationellt nätverk, där man som medlem har access till alla de centrala och lokala IAB organisationerna i Europa.

## IAB Sveriges webbplats ([www.iabsverige.se](http://www.iabsverige.se))

IAB Sveriges webbplats är under uppbyggnad. Målet med hemsidan är att den ska ge matnyttig information om branschen och att den ska ge medlemmarna tillgång till medlemsinformation från IAB Sverige och övriga underlag från IAB org. i världen.

## IAB medlemslogotyp

Alla medlemmar har rätt att använda IAB Sveriges medlemslogotyp. Som kan t ex placeras på hemsidan, i mailsignaturen och annan marknadsföring runt medlemsföretaget.

