



Stockholm 2011-05-31

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 men 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 Forces) 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 Europiska onlineannonseringen (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. (Legal, Mobile, Sök, Branding, Video och Standards & Mätningar)

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 kan ibland en task forcen upphöra och ombildas runt en annan fråga.

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 IABs 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: Legal, 23 feb rundbordsamtal gällande svensk lagstiftning runt användandet av cookies, Under hösten: Presentation av AdEx (Adspend) Försäljning online, Mobile, Försäljning och Branding (ev även Video).

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 andra stora event var den 19 maj 2011 på Skandiabiografen i Stockholm. Då hade vi bl a nöjet att ha professor [Jeffrey Cole](#) som huvudtalare från Center for the Digital Future. Amanda Rosenberg Utvecklingschef mobile i London och Christian Kamhaugen Hansen Global chef för sociala medier på SAS m fl.

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 av IAB Europe.

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** 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)

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.

Du får automatisk information via Facebook <http://www.facebook.com/iabsverige> och om du följer oss på Twitter

IAB medlemslogotyp

Alla medlemmar har rätt att använda IAB Sveriges medlemslogotyp.

Den kan t ex placeras på hemsidan, i mailsignaturen och annan marknadsföring runt medlemsföretaget.



Är ditt företag medlem?

De 100 första bolagen blir "founding member" av IAB Sverige.

Tycker du det finns viktiga frågor att driva för online-marknaden i Sverige?

Vill du vara med och påverka dess framtid?

Som medlem i IAB har du möjlighet att påverka framtiden.

Här kan du anmäla ditt medlemskap till medlem@iabsverige.se eller läs mer [här](#).

Det är IABs medlemmar som bygger en start organisation för online-marknadsföring i Sverige.

Med vänlig hälsning,

A handwritten signature in black ink that reads 'Charlotte Thür'.

Charlotte Thür

CEO/VD IAB Sverige

charlotte.thur@iabsverige.se

+46 (0)707-90 94 97