

SWEDMA



Årsberättelse

2011

VD kommenterar

UTVECKLING MED MEDLEMMAR I FOKUS

Den 1 december 2011 började jag som vd på SWEDMA. Jag är både oerhört stolt och glad över att ha fått förtroendet att arbeta för dig som är medlem. Tillsammans med dig, andra medlemmar och mina fantastiska kollegor på SWEDMA kommer jag att arbeta hårt och fokuserat för att främja utvecklingen av direkt kommunikation.

Mer nischat

2010 utvecklades starkt efter ett rekordsvagt 2009. BNP-tillväxten 2010 var hela 5,5 %, vilket ska jämföras med en minskning på 5,3 % under 2009. Återhämtningen fortsätter och 2011 ökade BNP med 3,9 %. Prognoserna framåt är fortsatt goda, ca 1 % för 2012.

Nu kanske du undrar varför jag skriver om utvecklingen av BNP? För att det självklart påverkar vår bransch och investeringarna i reklam i stor grad.

Enligt Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM, uppgick medieinvesteringarna 2011 till 32 miljarder kronor. Det är en ökning med 4,2 % jämfört med 2010. Prognosen för 2012 är nolltillväxt. Även om inte mediemarknaden uppvisar någon större tillväxt just nu får jag ändå känslan av att direktmarknadsföring tar allt större delar av kakan. Jag tycker att man tydligt kan se en trend där konsumenterna efterfrågar alltmer nischad personlig kommunikation, ja till och med kräver och förväntar det. Med den snabba tekniska utvecklingen har detta dessutom blivit möjligt i mycket större omfattning än förut.

Egenåtgärder och självreglering

Den enskilt viktigaste frågan för mig framöver är att säkerställa att vi har en väl fungerande marknad som bygger på självreglering och inte lagstiftning.

Vi ser allt oftare utspel från politiker och myndigheter, både i Sverige och i EU, som syftar till en hårdare lagstiftning på vår marknad – där den personliga integriteten får ett allt större utrymme.

Ett exempel på det är EU-förslaget om ett nytt dataskydd som riskerar att ge oss en helt ny lagstiftning kring personuppgifter. Går förslaget igenom i sin nuvarande form, innebär det bland annat stora begränsningar av hur vi får hantera våra kundregister och ger oss väsentligt försämrade möjligheter till målgruppsurval.

Ett annat exempel är SPAR – som är helt unikt i sitt slag. Hur EUs förslag påverkar SPAR vet vi ännu inte, däremot har vi redan sett en försämring i såväl service som tjänste-



SWEDMA ska vara det första valet för alla som arbetar med direktmarknadsföring, menar Eva-Lotta.

utbud sedan Skatteverket tog över ansvaret för drift och försäljning.

Vi lägger mycket kraft från SWEDMAs sida på att visa politiker på vad ogenomtänkta förslag får för konsekvens på arbetstillfällena och tillväxt.

Ett gemensamt SWEDMA

Jag vill ta det här tillfället i akt att tacka alla medlemmar, sponsorer för Guldnyckeln och inte minst mina fantastiska kollegor som varit med och bidragit till en positiv utveckling under 2011. Utan er finns det inget SWEDMA!

Glädjande är också att koncernen för 2011 redovisar ett positivt resultat, vilket framförallt härrör sig till Guldnyckeln och DMA-resan till Boston i bolaget SWEDMA AB.

Vi befinner oss i en härlig komplex tid och jag ser verkligen fram emot att som vd för SWEDMA möta framtiden tillsammans med dig och alla andra medlemmar.

Eva-Lotta Laurin

Eva-Lotta Laurin

Innehållsförteckning

Detta är SWEDMA	3	Nationella och internationella	
Organisationen	3	samarbeten och engagemang	8
Aktiviteter	4	Medlemmar	10
ADMA	4	Associerade	11
DM-nämnden	5		
Guldnyckeln	6		

Detta är SWEDMA

SWEDMA – *Swedish Direct Marketing Association* – är organisationen för företag och verksamheter som arbetar med direktmarknadsföring (dm). SWEDMA har sedan 1968 organiserat företag som tillhandahåller tjänster och produkter inom direktmarknadsföringsområdet.

En av SWEDMAs roller är att påvisa de konkreta resultat som direktmarknadsföring gång på gång uppvisar – det som alla reklam- och kommunikationsköpare har rätt att förvänta sig. Detta gör vi bland annat genom seminarier, utbildningar, lobbying och inte minst genom Guldnyckeln – DM-branschens stora årliga tävling i kreativ, strategisk och resultatinkädd marknadsföring.

SWEDMA består av medlemsföretag och associerade medlemmar. Genom samverkan och genom att följa SWEDMAs affärs- och etikregler, upprätthålls och stärks förtroendet för direktmarknadsföringen.

MEDLEMMAR

SWEDMAs medlemmar är leverantörer av tjänster och produkter inom dm.

Med en bred bas av medlemsföretag som verkar inom olika delar av direktmarknadsföringsområdet innehar SWEDMA en unik position, och bidrar till att utvecklingen och investeringarna inom området ökar. En förteckning över SWEDMAs medlemmar finns på sista uppslaget.

ASSOCIERADE FÖRETAG

SWEDMAs associerade företag består av köpare av produkter och tjänster inom dm. En förteckning över SWEDMAs associerade företag finns på sista uppslaget.

KVALITETSSTÄMPEL

Ett medlemskap i SWEDMA är en kvalitetsstämpel. Medlemmarna får möjligheter till utbildning, rådgivning och marknadsföring samt fortlöpande branschinformation via SWEDMA.

SAMVERKAN

Inom ramen för olika specialforum samverkar medlemmar och associerade företag i frågor som är viktiga för direktmarknadsföringen och dess medier. SWEDMA är därmed den organisation genom vilken direktmarknadsföringens aktörer sätter framtidens agenda, både vad gäller kompetens och metoder.

UTVECKLING

SWEDMA bedriver ett framåtriktat arbete för att utveckla och upprätthålla seriositet, kvalitetsorientering och en hög etisk nivå inom direktmarknadsföringen. SWEDMA arbetar även aktivt med att påverka myndigheter och politiker för att fortsatt ha en marknad som bygger på fungerande självreglering och etiska riktlinjer.

SWEDMA bidrar även till utvecklingen av direktmarknadsföringen i ett europeiskt och internationellt perspektiv genom sitt arbete i FEDMA (*Federation of European Direct Marketing*) och IFDMA (*International Federation of Direct Marketing Associations*).

STYRELSE 2011

Staffan Settergren, Online Fulfillment Sverige AB, *ordf.*
Lars Waerland, PAR AB, *vice ordf.*
Ray Andersson, StroedeRalton AB
Ylva Andersson, Svensk Direktreklam
Susanne Hallberg, Bring CityMail Sweden AB
Stefan Lundström, Posten Meddelande AB
Anna Lööv, Kompass Advokat
Magnus Rimsby, Experian AB
Amanda Undin, Customer Clinic AB
Stina Örtbrant, Bonnierförlagen AB, *suppleant*

KANSLI 2011

VD: Mikael von Ekensteen/Eva-Lotta Laurin (*dec 2011*)
Chefsjurist: Axel Tandberg
Biträdande jurist: Sally Mohamad
Informationschef/projektledare Guldnyckeln: Marianne Lager
Kansli: MariAnne Rovide
Ekonomi: AB Y-revision

REVISORER

Bengt Beergrehn, auktoriserad revisor, Finnhammars Revisionsbyrå, och Urban Fredriksson, SCB Företagsregistret.

Revisorssuppleanter har under året varit auktoriserade revisorn Peter Olofsson, Finnhammars Revisionsbyrå, och Sven Luthman, ÖDM, Örebro Direkt Mailing AB.

VALNÄMND

Per Anders Prabert, mySafety Group AB
Rickard Ekström, Bonnierförlagen
Erik Grönberg, SDR Gruppen AB

LOKALER

SWEDMAs lokaler på Linnégatan 9-11 kan hyras av medlemmar och associerade. Under året har flera utnyttjat denna möjlighet.

KONTAKT

SWEDMA, Box 5185, 102 44 Stockholm
Besöksadress: Linnégatan 9-11, Stockholm
Telefon: 08 53 48 02 60. Fax: 08 53 48 02 61.
direkt@swedma.se • www.swedma.se



Aktiviteter 2011

RESA TILL DMA ANNUAL CONFERENCE

Under oktober varje år arrangerar SWEDMAs amerikanska systerorganisation The DMA den årliga händelse som lockar över 14 000 resenärer från hela världen för en veckas konferens, möten och det årliga Echo Awards. Platsen för arrangemanget alterneras mellan större städer i USA och 2011 var platsen Boston. Den svenska delegationen på 68 svenskar var rekordstor.

KONSENSUSKONFERENS - SPAR

SWEDMA och riksdagsledamoten Staffan Anger (M) bjöd in valda delar av den svenska företags- och myndighetsvärlden för att gemensamt med Skatteverket diskutera nya SPAR vid en konsensuskonferens som hölls på Myntkabinetten i Stockholm. Syftet med dagen var att försöka identifiera områden där det råder samsyn om att det finns förbättringspotential. Konferensen samlade närmare ett femtiotal deltagare från såväl företag som myndigheter och organisationer.

Förutom konsensuskonferensen har SWEDMA arbetat mycket aktivt under hela 2011 för att förmå myndigheter och politiker att förstå hur förändringen av SPAR påverkar branschen i sin helhet.

WEBBPLATS

Under 2011 genomgick swedma.se en större omändring. En helt ny hemsida presenterades.

SOCIALA MEDIER

SWEDMA är aktivt i sociala medier via Facebook, www.facebook.com/swedma, och gillas av 186 andra FB-användare. På FB-sidan presenteras nyheter och annan relevant information. SWEDMA är även aktivt på LinkedIn och på Twitter, med id @swedishDMA.

INFORMATION

SWEDMAs e-nyhetsbrev skickas ut varje månad via e-post till medlemmar, associerade företag och andra dm-intresserade. Nyhetsbrevet presenterar bland annat information från SWEDMA, FEDMA, juridisk information och nyheter inom dm-området.

NÄTVERKANDE OCH UTBILDNINGAR

SWEDMA arbetar kontinuerligt med att skapa tillfällen för nätverkande och utbildning för medlemmar och associerade. Här är ett axplock av de arrangemang som hölls under 2011.

Följande har arrangerats av SWEDMA under 2011:

Utbildning: ADMA 2 tillfällen.

Utbildning: ADMA Brush-up

Årsmöte med föreläsning

Dmbar 4 tillfällen. Sponsorer: Experian, Reaktion, UC

Utbildning: På rätt sida om lagen

Utbildning: Marknadsföringslagen - MFL

Utbildning: Strategisk DM

Seminarium: Strategisk DM

Seminarium iPad – för vem och varför?

Gruppres: DMA Annual Conference i Boston

Konsensuskonferens om SPAR

Seminarium: Hur du tävlar i Guldnyckeln

Guldnyckeln

Krönikor i AGI

E-nyhetsbrev om dm varje månad

Under 2011 har vi aktivt på olika sätt samarbetat med:
AGI om utställning och föreläsningar på Time to Market.

DirektMedia inför Direktmediadagen

Cap & Design med seminariet Effekt direkt.

Dubblera och CRM-diplomutbildning

Berghs och RM-utbildningen

Digital Intelligence med What's a deal

DX9 Frukostseminarium x 2

Alfatell – frukostseminarium om Alfa Analytics

Bring och Dialogkonferensen



ADMA – AUKTORISERAD DM-ANSVARIG

ADMA är en utbildning som drivs av SWEDMA. Utbildningen vänder sig till dem som arbetar med dm på kvalificerad nivå och vill komplettera sina kunskaper.

De som arbetar med dm ställs dagligen inför situationer där det krävs medvetenhet och kunskap om de lagar och regler som gäller. Som dm-ansvariga måste de vara väl förtrogna med såväl de rättsregler som de etiska normer som påverkar direktmarknadsföringen. De ska kunna ansvara för att planerade dm-aktiviteter är förenliga med juridiken och etiken på framförallt den svenska marknaden, men också anpassad till förekommande EU-direktiv.

Under 2011 genomfördes två ADMA-utbildningar, en i april och en i oktober. Samtliga deltagare, totalt 19 stycken, klarade tentamen och är att anse som ADMA. Dessa är:

Marcus Bellmark

Therese Boström

Jan Brissman

Lisa Båsk Johansson

Martin Dunhoff

Ann-Charlotte Ekelund

Mikael Eklund

Sara Hamlin

Dan Gustafsson

Mikael Litzell

Torbjörn Lundin

Maria Neret

Marianne Nyman

Thomas Otterlund

Anna Rybecker

Johan Schiller

Martin Sundell

Oscar Wager

Karin Wittsell Heydl

Posten Meddelande AB

TMG-Stockholm

Lazzo DM-byrå

Posten Meddelande AB

Taberg Mediagroup

SPP Livförsäkring AB

UC AB

E.ON Försäljning Sverige AB

Folksam

Svensk Direktreklam

TMG-Stockholm

AB Lindex

Svenska Spel

Strålfors Svenska AB

mySafety AB

PAR AB

Posten Meddelande AB

Eniro 118118 AB

Sparbanken Öresund

PRESSNÄRVARO

Årets alla pressmeddelanden finns i SWEDMAs newsroom på MyNewsdesk, www.mynewsdesk.com/se/pressroom/swedma

Artiklar har publicerats främst i Dagens Media och AGI, men även i andra tidningar och nyhetssatjer.

GULDNYCKELN 2011

Den 24 mars 2011 genomfördes Guldnyckeln för 29e gången. De bästa direktmarknadsföringskampanjerna som genomförts under 2010 belönades.

Platsen för arrangemanget var Globen Annexet. Inför tävlingen 2011 togs nya guldstatyetter till vinnarna fram. Kreatör var Pascal Denis på Abakus.

SAMARBETEN MED OCH DELTAGANDE I ANDRA ORGANISATIONER

SWEDMA har under året deltagit i branschens Europaorganisation FEDMA, Internationella Handelskammarens svenska nationalkommitté (ICC), Näringslivets Delegation för Marknadsrätt (NDM), samt Reklamombudsmannen (Ro.). SWEDMAs jurist Axel Tandberg representerade även ICC Sverige vid ICCs Data Protection Task Forces möten.

UTTALANDEN

SWEDMA har under året lämnat synpunkter till Europeiska Kommissionen rörande deras så kallade *Comprehensive Strategy on Data Protection in the European Union*, ett arbetsdokument från Kommissionen om hur de eventuellt kunde tänka sig att revidera dataskyddsdirektivet (grunden till personuppgiftslagen). SWEDMA påpekade bland annat att den modell för samtycke som finns i Sverige fungerar väl och ifrågasatte varför den modellen skulle ändras.

Vidare påpekade SWEDMA att urval är en grundförutsättning för direktmarknadsföring och att de flesta privatpersonerna inte anser att det är något problem så länge urvalen sker i enlighet med lagstiftning. Kommissionen uppmanades istället för att illegalisera urvalet att se till att använda de lagar som finns för att tillse att de urval som görs, görs på korrekt sätt.

I december dök den första obekräftade informationen upp om Europeiska Kommissionens första utkast på en dataskyddsförordning. Utkastet innehöll ett antal punkter som hotade direktmarknadsföringen som helhet bland annat ett krav på aktivt, informerat och frivilligt samtycke för all sorts direktmarknadsföring i alla kanaler. SWEDMA påbörjade omgående ett påverkansarbete, bland annat via FEDMAs dataskyddsgrupp och möten med representanter för Justitiedepartementet.

NIX ADRESSERAT

SWEDMAs spärjtjänst NIX adresserat är en tjänst för konsumenter som inte önskar ta emot postalt distribuerad personadresserad reklam. Ett flertal företag har tecknat avtal med SWEDMA för att kunna utföra kontroller mot registret. Vid årsskiftet 2011 innehöll registret ca 115 000 namn.

NIX-TELEFON

På uppdrag av Föreningen NIX-Telefon förvaltas spärjtjänsten NIX-Telefon av SWEDMA. Uppdraget innefattar främst avtalshantering och distribution av spärregistret, information till konsumenter, företag och massmedia och ekonomisk förvaltning.

I januari 2011 innehöll registret 1 669 770 telefonnummer. Under året minskade antal registrerade nummer i spärregistret NIX-Telefon med cirka 47 500.

DM-NÄMNDEN

SWEDMA är huvudman för Etiska rådet för direktmarknadsföring (DM-nämnden). DM-nämnden följer direktmarknadsföringens utveckling, påtalar oacceptabla former av marknadsföring och bidrar till normbildning för framtida marknadsåtgärder. Nämnden är därmed ett exempel på näringslivets egenåtgärder för god marknadsetik.

Nämnden prövar ärenden som rör tillämpning av god marknadsetik. Nämnden avger också yttranden, håller överläggningar med myndigheter samt lämnar information i frågor som rör direktmarknadsföring.

Under 2011 inkom 925 ärenden till nämnden. Nämndens uttalanden publiceras på www.dm-namnden.org.

Nämnden bestod under 2011 av:

Per Eklund, ordförande

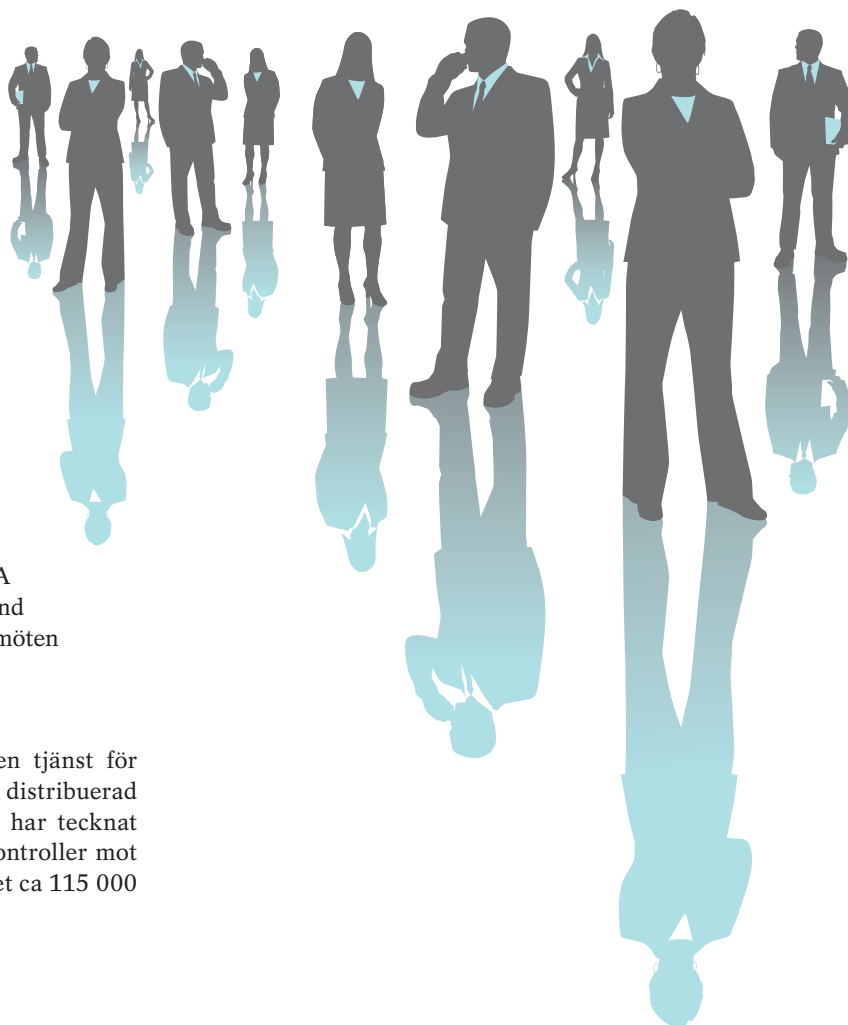
Jan Fager, Sveriges Marknadsförbund

Bo Lindell, Svensk Distanshandel

Clas-Fredric Lund, SWEDMA

Urban Ståhl, Föreningen NIX-Telefon

Eva-Marie Åkesson, SWEDMA



Guldnyckeln

Inför Guldnyckeln 2012 – då 2011 års bästa direktmarknadsföring belönas – påbörjades arbetet med att utveckla tävlingskategorierna för att låta tävlingen närma sig Cannes Lions Direct och, kanske främst, International Echo Awards. Arbetet slutfördes hösten 2011 och utgjorde underlaget för 2012 års tävling.

Vinnarna för 2011 års bästa dm belönades den 22 mars på Globen Annexet. Samtidigt firade Guldnyckeln dessutom 30 år.

VINNARNA I 2011 ÅRS BÄSTA DM ÄR:

Diamantnyckeln

Diamantnyckeln tilldelas den kampanj som fått flest jury-poäng oavsett kategori i hela tävlingen. Vinnaren av Diamantnyckeln har fått höga poäng i alla tre bedömningskriterierna strategi, kreativitet och resultat.

Årets Diamantnyckelvinnare: Framtidens skolkatalog, Borås Stad av Mecka

Motivering: Strategin att bygga kampanjen på en enkel insikt om målgruppens beteende visade sig ovanligt lyckosam. Juryn blev lika lycklig som målgruppen över den till synes självklara lösningen, den höga integrationen och det ovanligt goda resultatet. Lägg därtill ett gediget hantverk och vi har en värdig vinnare av Diamantnyckeln. Hatten av för kampanjen som tjuvkikar in i framtiden!

Telekom-, IT-, el-, olje- och bensinbolag

GULD: Fjärrkontrollsförenklaren, Viasat av ROI Division
SILVER: En lönsam julgåva, Bredbandsbolaget av IK Stockholm.
BRONS: Hantverkarkampanjen, 3 Företag av MRM Stockholm.

Finansiella produkter och tjänster samt försäkringar

GULD: Planera framtiden, SEB av MRM Stockholm/Storåkers McCann
SILVER: Brevet utan erbjudande, IF av MRM Stockholm
BRONS: Ta hand om kärleken, SEB av MRM Stockholm/Storåkers McCann

Samhällsservice, skolor samt ideella organisationer

GULD: Framtidens skolkatalog, Borås Stad av Mecka
SILVER: Inte för alla, Bonniers Konsthall av DDB Stockholm
BRONS: Hjälp barn att hitta hem, Röda Korset av Gadd och Naked

Produkttillverkning

GULD: Ariel Fashion Shoot, Procter & Gamble av Saatchi & Saatchi
SILVER: Darwin vs. Gutenberg, MittMedia Print av dos Santos & Thunholm

Publicering

GULD: Firmsafest med Arvingarna, Gröna Lund av Pool
SILVER: Återkomsten, Parks and Resorts av Pool

Detaljhandel

GULD: Sportkronan, Team Sportia av Welcom
SILVER: Bränn BH:n, Department and Stores (NK) av Garbergs
BRONS: Jakten på den rätta, Department and Stores (NK) av Garbergs

Övriga tjänster för konsumenter och företag

GULD: Pick n Play, Mc Donald's Sverige av DDB Stockholm
SILVER: Origamiarenan, Stockholm Glob Arenas av Pool
BRONS: FRAMGÅNGSKARTAN: E-HANDELSTESTET, Posten av Åkestam Holst

Analys- och resultatpriset

GULD: Analys på varje sida, Åhléns av Kaplan
SILVER: KappAhl – Vem vill byta klubb?, KappAhl av Smicker
BRONS: Bygg din Volvo – RM-versionen, Volvo Personvagnar av Smicker

Bästa kundlojalitetsprogram

GULD: Min Volvo – Mitt lojalitetsprogram, Volvo Personvagnar av Smicker
SILVER: ApoPlus: Recept på ett riktigt apotek, Apoteket AB av Kaplan
BRONS: Hemtex – Klubben för hjältar, Hemtex AB av Smicker

Kreativitetspriset

GULD: Inte för alla, Bonniers Konsthall av DDB Stockholm
SILVER: Ariel Fashion Shoot, Procter & Gamble Nordic av Saatchi & Saatchi Stockholm
BRONS: Couple Up to Buckle Up, Scandinavian Airlines SAS av Crispin Porter+Bogusky

Årets Art Director

GULD : NK Bränn BH'n: Art Director, Johan Wilde, Garbergs

Årets Copywriter

GULD: Kärlek på Folkoperan, Folkoperan: Copywriter, Stefan Pagreus, Lowe Brindfors

I följande huvudkategorier delades det inte ut några priser eftersom juryn inte funnit att tävlingsbidragen inte hade uppnått tillräckligt höga poäng:

- Fordon.
- Friskvård, sjukvård och hälsokost.
- Resor och transporter.

Folkets Nyckel gick till Framtidens skolkatalog, Borås Stad av Mecka.

Guldnyckeln finns på Facebook och har 514 fans, www.facebook.com/GuldnyckelnFans. Guldnyckeln finns även på LinkedIn och på Twitter, med id @guldnyckeln.

ETT SÄRSKILT STORT TACK TILL ALLA SPONSORER OCH PARTNERS TILL GULDNYCKELN 2012



ARRANGÖR
SWEDMA

BRUVESSPONSOR
IPAR

SPONSORER
bring

neolane



Svensk Skidförbundet

PARTNERS
algi

algi

BORG

DAGENS MEDIA

DirektMedia

GÄBO

MIX

**NIN
EVA
RDS**

shortcut MEDIA.

**STOCKHOLM
GLOBE ARENAS**

Nationella och internationella samarbeten och engagemang 2011

NIX ADRESSERAT

NIX adresserat syftar till att minska mängden icke begärd reklam via adresserad post för de konsumenter som genom att anmäla sig till spårregistret NIX adresserat tydligt motsatt sig att ta emot sådan reklam. SWEDMA äger och förvaltar NIX adresserat, som finansieras genom avgifter från de företag som använder registret.

NIX-TELEFON

NIX-Telefon är ett system som motsvarar NIX Adresserat, men som i stället avser telefonen som kommunikationsmetod. NIX-Telefon ägs av föreningen NIX-Telefon som driver systemet utan vinstsyfte. Föreningen har uppdragit åt SWEDMA att ombesörja den löpande administrationen av NIX-Telefon. NIX-Telefon finansieras genom avgifter för kontroller mot spårregistret.

DM-NÄMNDEN

1990 tog SWEDMA initiativet till inrättandet av Etiska nämnden för direktmarknadsföring (DM-nämnden). Nämndens uppgift är att pröva ärenden som gäller tillämpningen av god etik på området direktmarknadsföring.

REKLAMOMBUDSMANNEN, RO.

Stiftelsen Reklamombudsmannen (RO) är näringslivets egenåtgärdskansli som verkar för effektiv självsanering av marknadskommunikation. ROs 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, och SWEDMAs jurist Axel Tandberg är ledamot i Reklamombudsmannens opinionsnämnd.

NDM, NÄRINGSLIVETS DELEGATION FÖR MARKNADSRÄTT

NDM är ett gemensamt organ för näringslivet med uppgiften att påverka och bedriva opinionsbildning i marknadsrättsliga frågor. SWEDMAs jurist Axel Tandberg är ledamot i NDMs styrelse.

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 marknadsekonomins 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.

SDH – SVENSK DISTANSHANDEL

Samtliga av Svensk Distanshandels medlemmar är automatiskt anslutna som associerade i SWEDMA. Svensk Distanshandel är branschförening för Sveriges distans- och e-handlare.

ICC, INTERNATIONELLA HANDELSKAMMAREN

ICC är näringslivets internationella samsamarbetsorgan och har bland annat till uppgift att främja en hög etisk standard inom industri, handel och andra näringsgrenar.

SWEDMA är aktivt inom ICC för att bland annat säkerställa att de etiska reglerna för direktmarknadsföring stämmer överens med SWEDMAs etiska regler. ICC är även en plattform för att lyfta frågor som berör näringslivet i sin helhet.

FEDMA, THE 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. FEDMAs syfte är att verka för att den legala miljön för direktmarknadsföringsföretag i Europa inte begränsar verksamhetens möjligheter. FEDMA verkar främst gentemot myndigheter och organisationer.

FEDMAs medlemmar är nationella branschorganisationer för direktmarknadsföring som företräder leverantörer, användare och media för direktmarknadsföring. FEDMA har också över 250 enskilda företag som medlemmar.

Direktmarknadsföringen inom EU omsätter över 40 miljarder euro och sysselsätter över 750 000 människor.

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.

IFDMA, INTERNATIONAL FEDERATION OF DIRECT MARKETING ASSOCIATIONS

IFDMA bildades 1995 i syfte att forma gemensamma mål för världens många olika direktmarknadsföringsorganisationer. IFDMAs globala konvention, i form av 10 riktlinjer, har accepterats av direktmarknadsföringsorganisationer i 29 länder.

DMA, DIRECT MARKETING ASSOCIATION

DMA är den amerikanska organisationen för direktmarknadsföring 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 direktmarknadsföring.

Medlemmar [Leverantörer av dm]

Abakus
ABC direkt
ActionBase Marketing Technology
Ad Lantic Media AB
Address Point AB
Advertise AB
Affärskreatörerna AB
Alfatell AB
Applicate AB
Attraction AB
augusti AB
Baby DM Scandinavia AB
Bisnode Informatics Sweden AB
Bisnode Venture & Development AB
Bong Sverige AB
Bring CityMail Sweden AB
Bring Dialogue AB
CCVattugatan3 AB
Compost Marketing
Customer Clinic AB
DAD Direct AB
Datadia AB
Digital Advertising Sweden AB
DirektMedia AB
DM Konsult AB
DMC, Direct Marketing Center
DrafftFCB
Dubblera AB
E-name
Edita Västra Aros AB
Effectris AB
Elanders Sverige AB
Emailvision Scandinavia
Eniro 118 118 AB
Experian AB
Flat Wallet AB
Gadd Direct AB
Global Mouth AB
GMC Software Technology ApS
IDG International Datagroup AB
IK Stockholm

Infodata AB
INGO
Itesco AB
JMS Mediasystem AB
Kaplan RM
Kompass Advokat AB
Kontaktinfo AB
Lazzo DM-byrå
Lentus AB
Link Mobility
Mail Direct Sweden AB
Maze Media
mBlox Northern Europe AB
Mobiento
Mogul AB
MRM Starsky
Netoptions Sweden AB
Nordengren Ett AB
Nordic Netproducts AB
ONE Media Holding AB
OneAlyze Sweden AB
Online Fulfillment Sverige AB
PAR AB
Parajett AB
Posten Meddelande AB
Posten Åland
Reaktion i Norden AB
ReklamLogistik i Sverige AB
Reklamservice AB
Relation & Brand AB
Relevant Information Sverige AB
ROI Division AB
Ruter AB
SCA Graphic Sundsvall AB
SCB, Företagsregistret
Smicker AB
StreamStone AB
StroedeRalton Helsingborg
StroedeRalton Kungsbacka
StroedeRalton Stockholm
Strålfors Svenska AB
Svensk Adressändring AB
Svensk Direktreklam AB
TMG Sthlm AB
Trackster KB
Tryck & Rit Huss Wallin AB
UC AB
UNIQ Dialog i Malmö AB
Web Power Scandinavia AB
Wunderman
XMC Sverige AB (Spready)
Åkesson Advice AB
ÖDM, Örebro Direkt Mailing AB

*Uttaget ur medlembasen är gjort
2012-04-16*



Associerade [Köpare av dm]

A-Lotterierna AB
ACE European Group Ltd
Akademibokhandelsgruppen
Aller Media AB
AMF Pension
AOn Sweden AB
Apollo Kuoni Scandinavia AB
Aura Light International AB
Barnens Bokklubb AB
Bokklubben Svalan
Bonnier AB
Bonnierförlagen AB
Boxer TV access AB
Cancerfonden
Chartis Europe
Confex Sverige AB
Dagens Nyheter, AB
Damm Förlag AB
Danske Bank Sverige AB
DG Communications
Diakonia
E.ON Försäljning Sverige AB
EFI AB
Egmont Kärnan AB/Comics
Entercard Sverige AB
Entertaining Play Ltd (Gamesys)
Folksam
Forma Magazines AB
Fujicolor Sverige filial
Företagslitteratur i Sverige AB
Förlaget Harlequin AB
GE Money Bank AB
Göteborgs-Postens Nya AB
Högskolan i Borås
IBC Euroforum
If Skadeförsäkringar AB
IKANO Bank
IMP Nordic AB
IOGT-NTO / Miljonlotteriet
Kuponginlösen AB
LD Marknadsassistans AB
Lindex AB
Linea
Länsförsäkringar AB
Marginalen AB
MEC Sweden
Mediabolaget Promedia i Mellansve-
rige AB
MedMera Bank AB
MindShare Sweden AB
Mittuniversitetet
mySafety AB
Nordea Bank AB (Publ)
Nordnet AB
Norstedts Bokklubbar
Presentkakan i Göteborg AB
Radiotjänst i Kiruna AB
Resurs Holding AB
Riksgälden
Sandviks Förlag AB
SBM Fordonsmärkning AB
SEB
SJ AB
Skattebetalarnas Förening
SPP Livförsäkring AB
Stabenfeldt AB
Svensk Byggtjänst, AB
Svenska Dagbladets AB & Co, Han-
delsbolaget
Svenska PostkodLotteriet/Novame-
dia
Svenska Röda Korset
Svenska Spel
Svenskt Militärhistoriskt Bibliotek
Sveriges Bostadsfinansieringsaktiebo-
lag, SBAB (publ)
Sveriges Marknadsförbund Service
AB
Talentum Media AB
Telenor Sverige AB
Telge Energi Försäljning AB
TeliaSonera Sverige AB
Tompla Scandinavia AB
Trygg-Hansa
Unionen
Wasa Kredit
Vattenfall AB
Ventelo
Villaägarnas Riksförbund
Witre AB

*Uttaget ur medlembasen är gjort
2012-04-16*





SWEDMA

Sedan 1968 intresseorganisationen för företag och verksamheter som arbetar med direktmarknadsföring.
Box 5185, 102 44 Stockholm. Besök: Linnégatan 9-11. 08 53 48 02 60. direkt@swedma.se. www.swedma.se