

2023 Sveriged

Verksamhetsberättelse

Annonsö

# Sveriges Annonsörer

– tillsammans för ansvarsfull marknadsföring som skapar framgångsrika företag och verksamheter

Sveriges Annonsörer är en oberoende intresseorganisation som har funnits sedan 1924. Vi företräder Sveriges marknadsförare gemensamma intressen. Vi värnar om ansvarsfull marknadsföring och att företag och verksamheter ska få bästa möjliga effekt av sina marknadsinvesteringar. Vi visar vägen i en allt mer snabbföränderlig och komplex omvärld.

Vi driver flera viktiga branschinitiativ inom områdena effekt, transparens, ansvar och hållbarhet för att stödja och vägleda våra medlemmar. Vi driver flera olika nätverk, tar fram fakta i form av rapporter, bygger kunskap genom utbildningar och webinar i vår utbildningsplattform Campus Marketing. Vi vägleder genom guider, rekommendationer och rådgivning samt genom att skapa standards där vi certifierar hela branschen.

Tillsammans med våra medlemmar och andra branschaktörer skapar vi förutsättningar för marknadsföring som bidrar till framgångsrika och trovärdiga företag och verksamheter. Vi bygger ett ekosystem för hållbar marknadsföring anpassat för samtid och framtid – ett stabilt fundament som vilar på samverkan, ansvar och transparens.



# Vd har ordet

## 2023 – våra medlemmars kunskapsbehov har varit i fokus

Ett stort fokus under 2023 har varit att paketera och förtydliga vårt kunskapserbjudande. Vi har allt från faktabaserade artiklar, inspirerande webinar, e-learning för självstudier, individuella utbildningar, företagsutbildningar samt certifieringar av Sveriges Annonssörer standards i vår kunskapsbas. Att kunna bidra till våra medlemmars kunskapsresa – både för individen och teamet – är något av de viktigaste vi kan göra. Genom att skapa en utbildningsplattform som gör att våra medlemmar får möjlighet att växa, prata samma språk och jobba mot gemensamma mål är centralt i en snabbföränderlig värld där osäkerheten är relativt stor. Att vara en trygg kunskapspartner är ett strategiskt vägval för Sveriges Annonssörer och vi gör det nu framåt under konceptet Campus Marketing. Där har vi samlat alla våra kunskapsdelar så att varje medlem kan välja sin egen kunskapsresa. Vi har under 2023 erbjudit ett brett utbud av utbildningar, webinar och certifieringar för att stödja våra medlemmars kompetensutveckling och bidra till att stärka medlemmarnas kunskaper och färdigheter i en ständigt föränderlig bransch.

Vi har fortsatt att driva våra branschinitiativ kring de mest utmanande och viktigaste frågorna som rör varumärke och marknadskommunikation. Ett nytt branschöverskridande initiativ, som är drivs i samverkan med andra branschorganisationer, är CommToAct som lanserades i maj. CommToAct

fokuserar på frågan kring hur kommunikationsbranschen kan bidra till att nå vissa av FN:s globala mål genom gemensamma insatser i branschen. Namnet grundar sig i att kommunikation är en viktig del i förflyttningen till ett mer hållbart samhälle, och syftar till att hitta gemensamma lösningar för de som arbetar med marknadsföring och att bidra till miljömässig- och social hållbarhet. I samband med lanseringen lanserades två guider – ”De 6 principerna” för att minska risken för greenwashing och ”5 steg till effektiv hållbarhetskommunikation” för att minska risken för greenwashing. Vi har fortsatt att driva branschinitiativ inom områdena effekt, cross media measurement och brand safety (GARM Nordic).

Vi har också under året lanserat två nya nätverkskoncept för våra medlemmar - Members Camp och Marknadschefsnätverket. Members Camp är tillfällen då vi samlar våra medlemmar för att inspireras, fördjupa oss och utbyta erfarenheter inom relevanta ämnesområden. Under 2023 genomförde vi två Members Camp – ett i Stockholm och ett i Göteborg – under temat effekt. Marknadschefsnätverket är ett nätverk på årsbasis för de som arbetar som marknadschefer. Vi träffades fyra gånger under året och har diskuterat, reflekterat och utbytt erfarenheter kring frågor som marknadsavdelningens ansvarsområden, vilken roll marknadsavdelningen

har i företaget, hur jobbar vi med strategin, hur försvarar och argumenterar jag för min budget och hur bygger jag en bra arbetskultur.

Vi hade under 2023 två stora fysiska event – 100-watts galan i februari och EFFDay i september som blev en stor succé med höga betyg från deltagarna och slutsålt på biljetter. Vi var också närvarande på Cannes Lion, där vi deltog i paneler som handlade om marknadskommunikationens effekt, samt Almedalen där vi pratade om det branschgemensamma initiativet CommToAct. Vi har genomfört ett 40-tal webinar med höga betyg på innehållet.

Vår marknadsjuridiska expertis och rådgivning är mycket uppskattad av våra medlemmar och under året är det många olika marknadsrättsliga frågor som diskuterats med våra medlemmar – privacy och hur DSA och DMA kommer påverka framåt, prissättning och den nya lagstiftningen, miljö- och klimatpåståenden, reklamtävlingar, generativ AI för marknadsförare. Vi har bevakat utvecklingen av regulatoriska förslag från EU samt varit remissinstans i frågor som rör klimat-/miljöpåståenden (Green Claims), ett förslag om alternativ tvistelösning samt Konsumentverkets allmänna råd om marknadsföring av spel till konsumenter. Vårt marknadsjuridiska nätverk har också haft ett flertal uppskattade träffar under året.

**Hanna Riberdahl**  
Vd Sveriges Annonssörer

# Effektinitiativet



Effektinitiativet har nu varit i gång under fyra år och har skapat en bra bas med fakta och vägledning kring hur man skapar effekt och bevisar värdet av marknadskommunikation.

## Effektsystemet 2.0

Under hösten 2023 lanserade vi Effektsystemet 2.0 som är en uppdatering av Effektsystemet 1.0. Uppdateringarna är baserade på forskning och feedback från de närmare 2000 individer och 200 företag som vi har utbildat sedan lanseringen av Effektsystemet.

## Rapporter

Vi har släppt två nya rapporter inom Effektinitiativet som har varit mycket uppskattade av våra medlemmar och även av övriga i branschen. Den första handlar om marknadsorganisationens ansvar och roll – ”MarknadsAvdelningen ’23” - och har gjorts i samarbete Kapero. Rapporten släpptes i maj 2023 och har sedan dess laddats ner av många. Vi har dessutom genomfört webinar, haft med rapporten på EFFDay och i vårt marknadschefsnätverk. Den andra rapporten bygger på forskning av vår 100-watts databas som vi byggt upp via det standardiserade tävlingsformulär som lanserades 2020. Analyser och rapport görs av professor Niklas Bondesson i samarbete med NoA Consulting och rapporten är vår mest nedladdade rapport under 2023. I rapporten finns en tydlig vägledning med 6 tips för att skapa marknadskommunikation som ger effekt. Vi har också spelat in några mikrokurser kring ROI och Share of Search i Campus Marketing Online.



# Cross Media Measurement



Cross Media Measurement initiativet startades 2022 och syftar till att synliggöra problem som finns vad gäller medieköp idag, transparens och mätbarhet men även att jobba mot en framtida fungerande lösning.

Medielandskapet blir alltmer fragmenterat med en mängd olika kanaler och plattformar tillgängliga för annonsering. Men det är mycket svårt, rentav omöjligt, att få en enhetlig bild och jämförbarhet mellan de olika kanalerna. Det saknas en enhetlig standard och olika medier använder olika mätmetoder och definitioner. Dessutom skiljer sig tillförlitligheten då en del är verifierade av tredje part och andra är egenrapporterade.

Under 2023 har vi fortsatt att certifiera våra medlemmar och branschen i vår branschstandard för hur vi definierar de olika delarna i medieköpet, den s.k. Advertising Value Chain, som lanserades i slutet av 2022. Denna standard reder ut begreppen och förklarar på ett pedagogiskt sätt vad som är vad i annonsvärdekedjan. Totalt har över 750 personer gått utbildningen och vi har strax över 60 certifierade företag.

En annan viktig händelse under 2023 är att vi har startat i gång fas 2 av Cross Media Measurement initiativet. Fokus i fas 2 består av två delar, den första handlar om att skapa en standard för hur vi rapporterar medieköp. Vi har därför startat igång en förstudie där vi djupdyker och genomlyser i ett par av våra medlemmars medieköpsrapporter. Detta arbete kommer sedan under nästa år utgöra grunden för en större genomlysning och skapande av ny standard. Den andra delen handlar om hur vi säkrar transparens samt ordning och reda framåt baserat på dessa två standards.



# Ansvarsfull digital marknadsföring



Digitaliseringens framfart har gett marknadsförare många nya möjligheter – men också nya etiska utmaningar.

Och med dessa nya etiska utmaningar ställs också frågan vilket ansvar som vi varumärken kan och bör ta. Den negativa utvecklingen påverkar inte bara oss marknadsförare utan även konsumenterna och samhället i stort. I prioriterade och viktiga ämnen som privacy, annonsering kopplat till skadligt innehåll på sociala medieplattformar och marknadsföring mot särskilt utsatta och känsliga grupper, exempelvis barn, behövs också tydligare vägledande praxis och riktlinjer för hur vi varumärken tar ett större ansvar. Och generativ AI är ytterligare ett verktyg, med både möjligheter men också risker, som marknadsförare och varumärken behöver hantera på ett ansvarsfullt och etiskt sätt. Under 2023 har vi inom dessa områden fokuserat olika delar utifrån våra medlemmars behov.

Brand safety/brand suitability är viktiga frågor både globalt och lokalt. Under 2023 har vi fortsatt arbetet inom GARM Nordic (Global Alliance for Responsible Media) där vi fokuserar på att implementera det globala ramverket på de nordiska marknaderna. Vi har haft fördjupande webinarer med plattformarna för att förstå hur GARM används vid medieköp i just deras medier.

När det gäller privacy och dataetik är det framför allt de nya reglerna DSA (Digital Service Act) samt DMA (Digital Marketing Act) som varit i fokus. Vi har arbetat med att skapa underlag för att förstå hur dessa nya regleringar påverkar våra medlemmar och vi har informerat löpande kring dessa områden. Vi har också haft möten med plattformarna lokalt för att förstå hur de kommer tillämpa de nya reglerna och vad det innebär för våra medlemmar.

Generativ AI för marknadsförare är ett område som kommer få en stor påverkan framåt. Vi startade därför i slutet av året ett arbete med att dels ta fram vägledande principer kring etiska aspekter av användandet av AI i marknadsföringen men också olika utbildningsprogram inom området AI som kommer erbjudas under 2024.

Vi har även deltagit på WFAS regelbundna RAC-möten för att fånga upp vad som pågår inom området ansvarsfull marknadsföring mot barn.

# Nyheter 2023

Under året släppte vi två mycket uppskattade rapporter och lanserade Campus Marketing Företag.

## Kommunikation som ger effekt 2023

En uppföljning på 2022 års rapport med än mer data efter ytterligare en 100-wattstävling med många intressanta bidrag. Rapporten släpptes 12 september och laddades ner 761 gånger under 2023.

## MarknadsAvdelningen '23

I samarbete med Kapero släppte vi rapporten MarknadsAvdelningen '23. Den behandlar marknadsavdelningens roll och ansvar idag och viktiga förbättringsområden för framtidens marknadsavdelning.

Rapporten släpptes 31 maj och laddades ner 508 gånger under 2023.

## Campus Marketing Företag

Ytterligare en nyhet för året var Campus Marketings utbildningspaket för företag, skräddarsytt utifrån de behov och utmaningar som finns i marknadsorganisationen, med köparsidans perspektiv. En naturlig och uppskattad paketering baserad på erbjudandet inom Campus Marketing.



# Certifiering Effektsystemet

Att ha en gemensam definition för hur vi mäter effekt är en nödvändig förutsättning för att kunna skapa marknadskommunikation som ger effekt. Effektsystemet är en branschstandard som ska hjälpa medlemmar och deras partners att förstå hur deras marknadskommunikation fungerar genom att mäta rätt saker och på rätt sätt.

Nyhet!

I början av september 2023 lanserades Effektsystemet 2.0 samt en kortare uppgradering för redan certifierade.

Statistik för Effektcertifiering:

- 579 certifierade personer 2023, totalt drygt 1800 certifierade
- 32 Företagscertifieringar 2023, totalt 94 företagscertifieringar
- 6 öppna certifieringar via Zoom, totalt 185 deltagare
- 180 personer anmälda till "on-demand" digital effektcertifiering under 2023
- Under 2023 har 1000 personer deltagit på våra effektcertifieringar





# Certifiering Cross Media Measurement

Cross Media Measurement (CMM) certifieringen (startade november 2022) ger alla som köper, förmedlar och säljer annonsexponeringar ett gemensamt språk för vad som köps och levereras. Med en standard för köp och leveranser av annonser skapar vi en bättre och tydligare marknad med gemensamma definitioner och en vokabulär med en klar tydlighet där köpare, förmedlare av medier, kanaler och plattformar enas om köp och leveranser av annonser. Vi blir helt enkelt bättre medieköpare.

Statistik för certifiering Medieköp:

- 449 certifierade personer
- 18 Företagscertifieringar
- 3 öppna certifieringar via Zoom, totalt 71 deltagare
- 92 personer anmälda till "on-demand" digital CMM certifiering
- Under 2023 har drygt 600 personer deltagit på våra CMM certifieringar



# Campus Marketing

Campus Marketing har tagits fram genom en dialog med våra medlemmar för att möta behoven när det kommer till att framtidssäkra kompetensen i marknadsavdelningen.

Campus Marketing är uppbyggt för att hela teamet ska få ta del av ny kunskap varför alla lärarledda program även finns som mikrokurser. På så sätt kan några få djupgående kunskaper om ett ämne medan övriga i marketeamet går mikrokursen och får ta del av ämnet också men på en mer övergripande nivå.

## Program – Lärarledda utbildningar

Lärarledda utbildningar på plats i Sveriges Annonserers lokaler. Djupgående kunskap med både teoretiska och praktiska inslag. Digitala mikrokursen ingår för övriga i teamet.



## Online – Digital utbildningsplattform

Campus Marketing Online är en digital utbildningsplattform som innehåller närmare 30 kortare mikrokurser inom olika ämnen kopplade till framtidens marknadsföring. Nya mikrokurser fylls på löpande vilket gör att plattformen är levande och aktuell.

Vi har hör många positiva röster om Campus Marketing, användarna av Campus Marketing Online har varit mycket nöjda och vi har genomfört flertalet program under året samt tagit fram Campus Marketing Företag, en företagspaketering där företaget själv väljer teman.



*"Jag sökte en partner som kunde säkra hög kvalitet och som samtidigt redan hade lagt en grund i ett upplägg som både kunde ge bredd och spets inom olika områden. Sveriges Annonserer hade allt det!"*

*"Vi har fått ett otroligt positivt gensvar och intresse. Framför allt att det är så hög kvalitativ nivå på utbildningen och att man känner att vi verkligen satsar på våra talanger."*

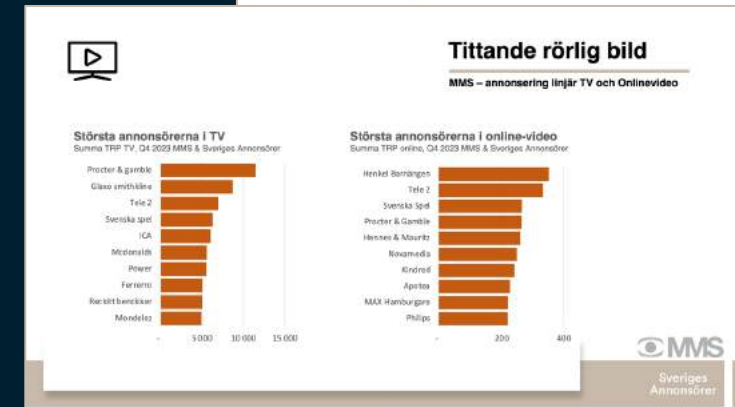
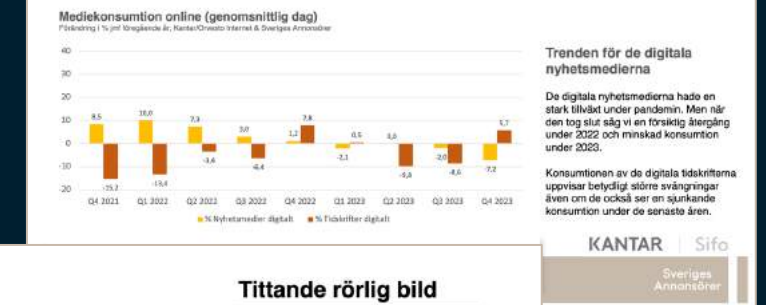
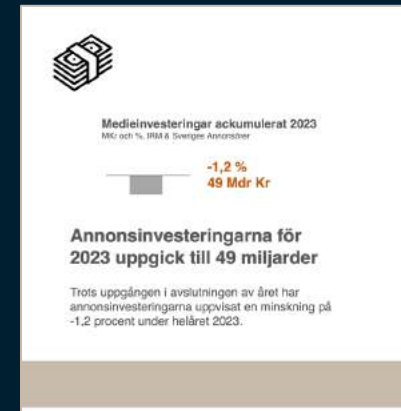
– **Gina Azaric**, marknadschef på Telia, om deras val att använda Campus Marketing för sin kompetenssatsning på marknadsavdelningen.

# Medietrender

## Medietrender – kvartalsrapport

Medietrender i Sverige var även under 2023 en av våra mest uppskattade rapporter, en av de mest nedladdade. Den finns medlemslöst på hemsidan för nedladdning av inloggade medlemmar.

Målet är att ge en kortfattad sammanställning med de viktigaste siffrorna från mediemarknaden. Vi belyser faktorer som påverkar förändringar och vilka trender vi ser. Allt detta för att läsaren enkelt ska få ett underlag för vidare analyser och kunna sätta in egna marknadsinsatser i ett större sammanhang.




# Marknadsinsikter

Under 2023 fortsatte vi samarbetet med Carin Fredlund och hennes fördjupande verktyg för bättre marknadsinsikt. En gång i kvartalet publicerades nya intressanta och utvecklande artiklar på vår hemsida.

## Marknadsinsikter Podd

Under 2023 blev Marknadsinsikter även en podd i samarbete med vår partner Bauer Media och deras podd Vi Hörs! Marknadsinsikter blev som ett specialavsnitt av podden varje kvartal. Konzeptutvecklare Anki Berglund och försäljningsdirektör Johnny Strömgren från Bauer Media medverkade som programledare. De hade härliga samtal med Carin Fredlund. I varje avsnitt djupdyker vi i en av kvartalets artiklar och ibland bjuder vi in en gäst som figurerat i artikeln. Du hittar podden Vi Hörs! på [podplay.com](https://podplay.com).






**För Lantmännen är hållbarhet mer verkstad än snack**

Publicerad: 28 november 2023 | [Kunskap](#)


För kooperativet Lantmännen är hållbarhet en grund för framtidens lantbruk och basen för varumärkesbygget. Allmänheten litar på Lantmännen som idag också rankas som Sveriges mest meningsfulla varumärke.



**Att sätta ord på känslorna gör dem lättare att leva med**

Publicerad: 28 november 2023 | [Kunskap](#)


Bland FN:s 17 Globala mål i Agenda 2030 handlar delmål 3 om god hälsa och välbefinnande. Fysiskt och psykiskt. Det är oftast lättare att arbeta förebyggande med fysisk ohälsa än med psykisk. Det...



**Kreativitet måste bli en del av företagskulturen**

Publicerad: 13 september 2023 | [Kunskap](#)


När hela företaget förstår kreativitetens betydelse och använder samma terminologi och mätvärden, då kan verkliga framgångar uppstå. Det finns mängder av mätningar och studier som visat på kreativitetens betydelse för affärsframgångar. Marknadsinsikter har...



**EFFDay: Vad skapar effekt och vad betyder det, för företag och samhälle**

Publicerad: 13 september 2023 | [Kunskap](#)

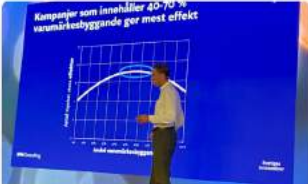
De mest framgångsrika företagen med de starkaste varumärkena har en hel del gemensamt. De har förstått att bygga och vårda sina varumärken under lång tid. Hur detta går till och vilka pusselbitar som...



**Vilka effekter ska man egentligen sträva efter?**

Publicerad: 13 september 2023 | [Kunskap](#)

Självklart vill man nå bra effekter med sin marknadsföring. Men vilka effekter menar man då? Uppfattningarna skiljer sig åt mellan företagen och även inom företagen. Vissa effekter, som många ser som framgångar, kanske...



**Recept för effekt**

Publicerad: 13 september 2023 | [Kunskap](#)

Effekt databasen kan ses som ett facit över vad som ger bäst effekt från marknadsinvesteringarna. Där finns kunskap och inspiration från dem som lyckats.

# Juridisk rådgivning

## Vad har hänt under 2023 på juristsidan?

Den marknadsjuridiska rådgivningen finns som stöd för medlemmarna på daglig basis genom att upplysa och ge råd om eventuella risker samt lösningar relaterade till marknadsföring och kommunikation. Rådgivningen spänner inom många olika ämnen men rör sig främst inom områdena marknadsföringsrätt, immaterialrätt, personuppgiftsfrågor och avtalsrätt. Många gånger handlar det om att vara ett bollplank för våra medlemmar. Rådgivningen innebär också att förmedla hur domstolar eller andra relevanta instanser behandlat och avgjort frågor samt utifrån detta göra bedömningar av marknadsföring och kommunikation enligt de gällande regelverken.

## Lagstiftning

Det kommer många lagstiftningsinitiativ från EU som berör marknadsförare på olika sätt. Ett område som vi lagt mycket fokus på under året är miljöpåståenden kopplat till marknadsföring där två lagstiftningspaket kommit från EU – Empowering consumers for the green transition och det så kallade Green Claims direktivet. Dessa har vi informerat om i nyhetsbrev, webinar, utbildningar och nätverk. Inom det branschgemensamma initiativet CommToAct planet har vi också tagit fram en guide med 6 principer för att hjälpa marknadsförare att undvika greenwash och green hush. Därutöver har vi följt och informerat om DSA – rättsakten om digitala tjänster och DMA – rättsakten om digitala marknader som båda syftar till att skapa ett säkrare digitalt utrymme där användarnas grundläggande rättigheter skyddas. Ytterligare ett område som haft mycket fokus är hur näringsidkare ska informera konsumenter vid prissänkningar utifrån den lagstiftning som trädde i kraft hösten 2022. Här har Konsumentverket gjort en tillsyn under senare delen av 2023 och det har därför kommit många frågor om detta där vi har kunnat vara behjälpliga.

## Utbildning & webinar

Våra utbildningar har fortsatt vara viktiga för att bistå våra medlemmar med att skapa ansvarsfull marknadsföring. Under det gångna året har den marknadsjuridiska utbildningen genomförts såväl under våren som hösten med uppdateringar och ett nytt fräscht utseende. Vi har även genomfört flera webinar, däribland ett inom ramen för CommToAct där vi gått igenom guiden med de 6 principerna för att undvika greenwash och greenhush. Inom juridiken har vi också ett uppskattat juristnätverk för våra medlemsorganisationers jurister där vi tillsammans pratar om aktuella och relevanta frågor. Under året har nätverket träffats tre gånger och diskuterat EU-rättslig utblick, miljöpåståenden och prisinformation.

Utöver ovanstående ingår vi i ICC:s marknadsföringskommitté liksom verkar inom NDM – Näringslivets delegation för marknadsrätt. Vi arbetar även med policyfrågor och deltar i arbetet som bedrivs inom World Federation of Advertisers (WFA).



Jakob Rönnerbäck & Ulrika Wendt  
Jurister

# 2023 i siffror



# EFFDay 2023

För fjärde gången arrangerade vi tillsammans med KOMM, Sveriges Mediebyråer och SWEDMA EFFDay, årets event gick av stapeln den 1 september på At Six i Stockholm.

Arvid Axland modererade och fick hela publiken på ca 350 personer att ställa sig upp och välkomna alla talare upp på scen. Mäktigt!

EFFDay var indelat i fem block:

- Nyckeln till att skapa hållbar effekt
- Ökad fragmentering – hur påverkas effekten?
- Starka varumärken skapar affärsvärde
- Uppmärksamhet skapar effekt
- Bättre balans med fokus på lönsamhet och tillväxt

Hur gick det?

Nästan 90 % av deltagarna skulle kunna tänka sig att delta på EFFDay igen och 85 % skulle rekommendera EFFDay till en vän/kollega. Helhetsbetyget blev 8,05 (max 10)

Stort tack till våra partners JCDecaux, Google, Scream, Adform, TikTok och Bonnier News Sales  
Utställarpartner: PostNord

Läs mer och se filmen om EFFDay på vår hemsida.



# EFFDay



# Sagt om EFFDay 2023



*”Kunskap & inspiration & socialt. Det är en nyttig dag att höra nya kunskaper och hur andra företag gör, tips vad man ska tänka på. Påminnelse om saker vi borde ta tag på”*

*”Bra upplägg och bra tempo med 15 min inkl. frågor, man hinner inte tröttna eller tappa fokus”*

*”Tråkigt nog kan jag inte komma på något jag velat ha mer alt mindre av. Det var kanonbra!”*

*”Mycket bra! Lagom långa talartider. Bra att ni satsar på ganska seriöst innehåll med substans och inte bara härliga case (som ofta bara blir skryt). Fortsätt så!”*

*”Intensivt, men bra att vi skulle stå upp när nya talare kom på scenen, och bra med långa pauser. Jag gillade även ni slängde in en komiker så att vi fick rensa hjärnan lite”*

**EFFDay**



# 100-wattaren 2023

100-wattaren är en tävling i mätbara resultat på kommunikationsinsatser. Tävlingen har arrangerats sedan 1990 och belönar kommunikation som fungerar, det vill säga kommunikation som gett bevisad effekt för uppdragsgivaren. 100-wattaren handlar om kommunikationsinsatser som skapar påvisbart värde genom att påverka målgruppens beteende, och därmed uppdragsgivarens verksamhet, i önskad riktning.

- Tävlingen var öppen för inlämning mellan 20 september och 25 oktober
- Sju jurygrupper med tio erfarna branschpersoner i varje jurygrupp tog sig an alla inskickade bidrag. Stort tack till alla i juryn för ett fantastiskt arbete och engagemang
- Den 7 december offentliggjordes årets 70 nominerade bidrag i tio kategorier under välbesökt och förväntansfullt frukostevent hos vår partner Bauer Media
- Fem inspirerande nominerade bidrag berättade om sina bidrag på Summit Inspiration den 17 januari hos vår partner JCDecaux, drygt 100 anmälda och besökarna bjöds på massor av inspiration, frukost och franska nygräddade crêpes
- Galan i Blå hallen på Stadshuset i Stockholm den 8 februari leddes av Kristian Luuk och Daniel Hallberg
- Totalt delades 30 priser ut på galan. I toppen bland byråerna hittar vi NORD DDB Stockholm med 725 watt före Åkestam Holst NoA med 350 watt och Bold Scandinavia & Forsman & Bodenfors med vardera 175 watt. Flest watt bland varumärkena fick McDonald's med 275 watt och If Skadeförsäkringar, Lantmännen, Peab och Vattenfall med vardera 150 watt.
- Helhetsbetyget på årets 100-wattsgala blev fantastiska 8,80 (max 10), en ökning från 8,14 året innan.

Tack till våra partners 2023: JCDecaux, Bauer Media, Kantar Marketplace och YouTube.  
Produktionspartners: Awardly, Online Voices och TED Retorikbyrå

Mer information om 100-wattaren, alla vinnare och filmen från galan finns på [100wattaren.se](https://100wattaren.se)



# Nya medlemmar 2023

SodaStream

Pharmaxim

Lyko

Returpack

Hundstallet

JULA

Polestar

Destination Kalmar

Arkiv Digital AD AB

Ambea

Mälardalstrafik

NSP Gallus/KFC

Destination Uppsala

Grangården

# Medlemmar 2023

Actic Sverige AB  
 Adlibris AB  
 Advokatfirman Lindahl KB  
 AFA Försäkring  
 Akind Venture Ab  
 Alecta Pensionsförsäkring, ömsesidigt  
 Alfa Laval Corporate AB  
 Alfa Laval Nordic AB  
 Ambea Sverige AB  
 AMF Fastigheter  
 AMF Tjänstepension AB  
 Anora Sweden AB  
 Anticimex AB  
 Apotek Hjärtat  
 Apoteket  
 Arbetsförmedlingen  
 Arkiv Digital AD AB  
 Arla Foods AB  
 Arvid Nordquist HAB  
 Astarta Ital Sweden AB (Fiat)  
 A-Train AB/Arlanda Express  
 Attendo Sverige AB  
 Axfood AB  
 Axfood Snabbgross AB  
 Barilla Sverige AB  
 Barncancerfonden  
 Barnfonden  
 Bausch & Lomb Nordic AB  
 Beans in Cup AB  
 Besqab Projekt och Fastigheter AB

Betsson AB  
 Bilendi AB  
 Blocket - Schibsted  
 Blomsterlandet  
 BMI Sverige/Icopal AB  
 BMW Northern Europe AB  
 Bokhandelsgruppen I Sverige AB  
 Bonava AB (NCC Housing)  
 Bosch Rexroth AB  
 Brother Sverige  
 BSH Home Appliances AB  
 BWH Hotel Group Scandinavia  
 Byggmax AB  
 Bygma AB  
 CBRE Port 73 AB  
 Cementa AB  
 Centerpartiet  
 Charge Amps AB  
 Circle K Sverige AB  
 City Gross Sverige AB  
 Coca-Cola AB  
 Comfort-kedjan AB  
 Conaxess Trade  
 Conrad Elektronik Norden AB  
 Coop Sverige AB  
 CRC Industries AB  
 Credentia AB  
 Curamando AB  
 Cycleurope Sverige AB  
 Dala Kraft AB

Danske Bank  
 Delicato Bakverk AB  
 Demoskop AB  
 Derome AB  
 Destination Kalmar  
 Destination Uppsala  
 Di Luca & Di Luca AB  
 Doggy AB  
 Doz Apotek - Admenta Sweden AB  
 Dustin AB  
 E.ON Sverige AB  
 EasyPark AB  
 ECCO (Sweden) AB  
 Eckerö Linjen AB  
 Ecster AB  
 Edenred  
 Electrolux Hemprodukter AB  
 Elektroskandia Sverige AB  
 Elgiganten AB  
 ELON Group AB  
 Enertech AB  
 Enkla Elbolaget i Sverige AB  
 Epiroc Rock Drills AB  
 Espresso House  
 Esselte Sverige AB / Acco Brands  
 Essity Hygiene and Health AB  
 Estrella AB  
 Eurocard AB  
 Euroclear Sweden  
 Euromaster AB

Far AB  
 Fastighetsbyrå AB  
 Fastighetsägarna Service Stockholm AB  
 Fazer Bageri AB  
 Ferrero Scandinavia AB  
 Flinks Järn AB  
 Folksam  
 Folkspel Idell Förening  
 Folkuniversitetet  
 Fonus  
 Forex Bank AB  
 ForSea AB  
 Fotografiska Stockholm AB  
 Företagarna Sverige Service AB  
 Forsvarsmakten Högkvarteret  
 Försäkringskassan  
 Giva Sverige  
 Gleerups Utbildning AB  
 Goodyear Dunlop Tires Sweden AB  
 Grangården  
 Greenpeace Sverige  
 Gudrun Sjödén Design och Produktion AB  
 Gävle Energi AB  
 Göta Energi  
 Göteborg & Co  
 Göteborg Energi  
 Göteborgs Kyrkliga Stadsmission  
 H&M Hennes & Mauritz Sverige AB  
 Hammer & Hanborg AB  
 Handelsbanken AB

# Medlemmar forts.

Hankook Tire Sweden AB  
 Happy Homes Sverige  
 Haugen-gruppen AB  
 Hedin Mobility Group  
 HELP Försäkring Filial  
 Hemköpskedjan AB  
 Hemtex AB  
 Henkel Norden AB  
 HK Scan Sweden AB  
 Holmen AB  
 Holmen Paper AB  
 Holmen Skog AB  
 Holmen Timber AB  
 Hornbach Byggmarknad AB  
 Hoya Lens Sweden AB  
 HSB ProjektPartner AB  
 HSB Riksförbund  
 Hundstallet  
 Husman Hagberg AB  
 Husqvarna AB  
 ICA Banken AB  
 ICA Sverige AB  
 Iduna AB  
 Iggesund Paperboard AB  
 IKEA Svenska Försäljnings AB  
 InExchange Factorum AB  
 INGO / Circle K  
 Inyett (Visma)  
 Ipsos  
 JF Johanssons skor AB

JM AB  
 Jotex  
 JULA  
 Jämtkraft AB  
 Kantar Sifo AB  
 KappAhl Sverige AB  
 Kenvue, McNeil Sweden AB  
 Kesko Sverige  
 KG Knutsson AB  
 KIA Sweden AB  
 KPA Pensionsförsäkring AB  
 Kronans Droghandel Apotek AB  
 Kronfågel AB  
 Kry International AB  
 Krönleins Bryggeri AB  
 Kungliga Operan  
 Kungälv Energi AB  
 KW Bruun Autoimport AB  
 Käppalaförbundet  
 Lantmännen ek för  
 Ledarna  
 Lekolar AB  
 Leos AB  
 LeoVegas AB  
 Lernia AB  
 Lidl Sverige AB  
 Linas Matkasse  
 Lindex AB  
 Liseberg AB  
 Livförsäkringsaktiebolaget Skandia

Loopia AB  
 L'Oréal Sverige AB  
 Louwman Sverige AB  
 Lugerinc AB  
 Lyko Online AB  
 Läkarmissionen  
 Löfbergs Lila AB  
 Mastercard Sweden Services AB  
 Max Burgers AB  
 Mazda Motor Sverige AB  
 McDonalds  
 Mediamätning i Skandinavien AB (MMS)  
 Medley Holding AB  
 Mekonomen AB  
 Menigo  
 Merzell Commerce AB  
 Metsä Tissue AB  
 Midsona Sverige AB  
 Miele A  
 Mio AB  
 Moderna Museet  
 Mondelez Europe Services  
 Mälardalstrafik MÅLAB AB  
 Naturhistoriska riksmuseet  
 NCC Sverige AB  
 Nepa Sweden AB  
 Nespresso Sverige AB  
 Nibe AB  
 Nic. Christiansen Gruppen A/S  
 Nobia Svenska Kök AB

Nokian Tyres  
 Nordax Bank  
 Nordea Bank AB  
 Nordic Fast Food AB  
 Nordic Mornington Sweden AB / Klikki  
 Nordic Sugar AB  
 Nordiska Kompaniet AB  
 Nordlo Group  
 Norrmejerier ekon fören.  
 Novus Group International AB  
 NRG Pizza AB  
 NSP Gallus AB/ KFC  
 Nynas AB  
 O. Kavli AB  
 OBOS BBL AB  
 OK-Q8 AB  
 OLearys Trademark  
 Optik Smarteyes AB  
 Orkla Care AB  
 Orkla Confectionery & Snacks Sverige AB  
 Orkla Foods Sverige AB  
 Panduro Hobby  
 Parks & Resorts Scandinavia AB  
 Paul och Thom AB  
 Paulig Foods / fd Santa Maria AB  
 PayEx Holding AB  
 Pharmaxim AB  
 Philip Morris AB  
 Plan International Sverige Insamlingsstiftelse  
 Plantagen Sverige AB

# Medlemmar forts.

Polarn O. Pyret AB  
 Polestar  
 Polismyndigheten  
 PostNord Sverige AB  
 Power Sverige AB  
 Preem AB  
 Procter & Gamble Sverige AB  
 PUMA Nordic AB  
 Pågen AB  
 Ramboll Sverige AB  
 Returpack-Burk Svenska AB  
 RFSU AB  
 Riksbyggen  
 Riksteatern  
 Robert Bosch AB  
 Rodamco Sverige AB  
 Ronald McDonald Barnfond  
 Rädda Barnens Riksförbund  
 Saint-Gobain Sweden AB  
 Samhall AB  
 Samsung Electronics Nordic AB  
 Sandvik AB  
 SBAB Bank AB  
 Scandic Hotels AB  
 Scania CV AB  
 Scouterna  
 SEB  
 Sector Alarm AB  
 SFS Intec AB  
 Sickla Industrifastigheter

Siemens Energy AB  
 SIS, Svenska institutet för standarder  
 SJ AB  
 Skanska AB  
 Skanska Sverige AB  
 Skellefteå Kraft AB  
 Skruf Snus AB  
 Skånetrafiken  
 Smartphoto Nordic AB  
 Snusbolaget Norden AB  
 SodaStream Nordics AB  
 Sparbanken Tanum  
 Spendrups Bryggeri AB  
 SPP Pension och Försäkring AB  
 Spring Wine & Spirits AB  
 SSAB EMEA AB  
 SSF Stöldskyddsföreningen  
 St1 Sverige AB  
 Stadium Sverige AB  
 Statens historiska museer  
 Statens Maritima Museer  
 Stena Line Scandinavia AB  
 Stiftelsen Friends  
 Stiftelsen Hjärnfonden  
 Stiftelsen Håll Sverige Rent  
 Stockholm Gas AB  
 Stockholm Live AB  
 Stockholms Konserthusstiftelse  
 Stockholms Stadsmission  
 Stockholmsmässan AB

Storytel AB  
 Strängbetong AB  
 Swedavia AB  
 Swedbank AB  
 Swedish Match AB  
 Svensk Adressändring AB  
 Svensk e-identitet AB  
 Svensk Fastighetsförmedling AB  
 Svenska Fotbollförbundet  
 Svenska Golf förbundet  
 Svenska Kommunalarbetareförbundet  
 Svenska Kyrkan  
 Svenska Lottakåren  
 Svenska Lärarförbund AB  
 Svenska Möten ek. förening  
 Svenska Naturskyddsföreningen  
 Svenska Postkodlotteriet AB  
 Svenska Röda Korset Insamlingsenheten  
 Svenska Spel AB  
 Svenska Turistföreningen STF AB  
 Sverige för UNHCR Insamlingsstiftelse  
 Sveriges Bagare och Konditorer AB  
 Sveriges Radio Berwaldhallen AB  
 Sveriges Socialdemokratiska Arbetareparti  
 Synologen AB  
 Synoptik Sweden AB  
 Synsam Sweden AB  
 Södra Skogsägarna ek. förening  
 Tage Rejmes Bil AB  
 Taxi Stockholm 15 00 00 AB

Tele2 Sverige AB  
 Telenor Sverige AB  
 Telia Company AB  
 Testfakta Research Nordic AB  
 The Body Shop Svenska AB  
 The Walt Disney Company Nordic AB  
 Tikkurila Sverige AB  
 Toca Boca AB  
 Tom Tits Experiment AB  
 Toyota Sweden AB  
 Trafikförvaltningen, Region Stockholm  
 Transcom AB  
 Trav och Galopp AB ATG  
 Tre Sverige  
 Trygg-Hansa Försäkrings filial  
 TUI Sverige AB  
 Unilever Sverige AB  
 Unionen  
 Valio Sverige AB  
 Vattenfall AB  
 Waynes Coffee  
 Viking Line Skandinavien AB  
 Villeroy & Boch Gustavsberg AB  
 Willys AB  
 Ving SVE AB  
 Visa Europe  
 Visit Sweden AB  
 Visma Advantage  
 Visma Draftit  
 Visma Enterprise AB

# Medlemmar forts.

Visma Financial Solutions  
Visma Momentum Solutions AB  
Visma Proceedo  
Visma PubliTech  
Visma Software AB  
Visma Spcs AB  
Visma Talent Solution  
Volkswagen Group Sverige AB  
Volvo Car Sverige AB  
Volvo Construction Equipment (Europe & International)  
Vänsterpartiet  
Världsnaturfonden WWF  
Xtreme Insight AB  
Yamaha Motor  
ZetaDisplay AB  
Zoo Support Scandinavia AB  
Zound Industries International AB  
Åhléns AB  
Ålandsbanken Sverige AB  
ÖoB AB

# Årsredovisning 2023

Styrelsen för Sveriges Annonörer Ideell förening avger följande årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2023.  
Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Förvaltningsberättelse

Flerårsöversikt (Tkr)

<b>Koncernen</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Nettoomsättning	19 763	18 934	19 355	16 792	21 274
Resultat efter finansiella poster	-134	-242	-327	181	553
Balansomslutning	12 654	11 524	11 794	14 356	11 383
Soliditet (%)	61	68	68	58	72

<b>Moderbolaget</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Nettoomsättning	376	386	403	441	492
Resultat efter finansiella poster	19	14	1	30	29
Balansomslutning	6 051	6 033	6 023	6 029	6 011
Soliditet (%)	99	99	99	99	99

## Förändring av eget kapital

<b>Koncernen</b>	<b>2023-12-31</b>	<b>2022-12-31</b>	<b>2019</b>
Fritt eget kapital			
Belopp vid årets ingång	7 803	8 048	<b>15 851</b>
Årets resultat	-138	-246	-383
<b>Belopp vid årets utgång</b>	<b>7 665</b>	<b>7 802</b>	<b>15 468</b>

<b>Moderbolaget</b>	<b>2023-12-31</b>	<b>2022-12-31</b>	<b>2019</b>
Fritt eget kapital			
Belopp vid årets ingång	5 964	5 953	11 917
Årets resultat	15	11	26
<b>Belopp vid årets utgång</b>	<b>5 979</b>	<b>5 964</b>	<b>11 943</b>

## Förslag till vinstdisposition

Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel (kronor):

	5 963 356
årets vinst	14 777
	<b>5 978 133</b>

disponeras så att i ny räkning överföres	5 978 133
	<b>5 978 133</b>

Koncernens och moderbolagets resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkningar samt kassaflödesanalyser med noter.

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonsörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Koncernens Resultaträkning Tkr	Not	2023-01-01 -2023-12-31	2022-01-01 -2022-12-31
Nettoomsättning	2	19 763 <b>19 763</b>	18 934 <b>18 934</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Övriga externa kostnader	3	-8 843	-9 050
Personalkostnader	4	-11 008	-10 059
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-42 <b>-19 893</b>	-46 <b>-19 155</b>
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-130</b>	<b>-221</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>			
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	5	35	6
Räntekostnader och liknande resultatposter	6	-39	-27
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-134</b>	<b>-242</b>
<b>Resultat före skatt</b>		<b>-134</b>	<b>-242</b>
<b>Skatt på årets resultat</b>	7	<b>-4</b>	<b>-3</b>
<b>Årets resultat</b>		<b>-138</b>	<b>-245</b>



# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Koncernens  
Balansräkning  
Tkr

Not

2023-12-31

2022-12-31

## TILLGÅNGAR

### Anläggningstillgångar

#### Materiella anläggningstillgångar

Inventarier, verktyg och installationer

9

108

82

**108**

**82**

#### Finansiella anläggningstillgångar

Andra långfristiga värdepappersinnehav

10

64

64

Andra långfristiga fordringar

11

4 005

3 700

**4 069**

**3 764**

### Summa anläggningstillgångar

**4 177**

**3 846**

### Omsättningstillgångar

#### Kortfristiga fordringar

Kundfordringar

650

696

Aktuella skattefordringar

6

18

Övriga fordringar

1

394

Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

670

888

**1 327**

**1 996**

#### Kortfristiga placeringar

Övriga kortfristiga placeringar

12

997

997

**997**

**997**

Kassa och bank

6

153

4 685

### Summa omsättningstillgångar

**8 477**

**7 679**

## SUMMA TILLGÅNGAR

**12 654**

**11 525**

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Sveriges Annonörer Ideell förening  
Org.nr 802000-1528

Koncernens  
Balansräkning  
Tkr

Not

2023-12-31

2022-12-31

## EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital

Fritt eget kapital

Annat eget kapital inklusive årets resultat

**Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare**

7 665

7 803

**7 665**

**7 803**

**Summa eget kapital**

**7 665**

**7 803**

**Kortfristiga skulder**

Leverantörsskulder

1 018

642

Aktuella skatteskulder

7

3

Övriga skulder

585

440

Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

3 379

2 636

**4 989**

**3 722**

**SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER**

**12 654**

**11 525**

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Koncernens  
Kassaflödesanalys  
Tkr

Not  
2023-01-01  
-2023-12-31  
2022-01-01  
-2022-12-31

## Den löpande verksamheten

Resultat efter finansiella kostnader

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m.

Betald skatt

**Kassaflöde från den löpande verksamheten före  
förändringar av rörelsekapital**

## Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital

Förändring kundfordringar

Förändring av kortfristiga fordringar

Förändring leverantörsskulder

Förändring av kortfristiga skulder

**Kassaflöde från den löpande verksamheten**

## Investeringsverksamheten

Investeringar i materiella anläggningstillgångar

Försäljning av materiella anläggningstillgångar

Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

**Kassaflöde från investeringsverksamheten**

**Årets kassaflöde**

**Likvida medel vid årets början**

Likvida medel vid årets början

**Likvida medel vid årets slut**

-134 -242

42 46

-4 -7

**-96 -203**

45 172

585 370

376 -471

931 461

**1 841 328**

-69 -64

1 0

-305 0

**-373 -64**

**1 468 264**

4 685 4 421

**6 153 4 685**

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Moderbolagets Resultaträkning Tkr	Not	2023-01-01 -2023-12-31	2022-01-01 -2022-12-31
<b>Verksamhetens intäkter</b>			
Medlemsavgifter		376 <b>376</b>	386 <b>386</b>
<b>Verksamhetens kostnader</b>			
Övriga externa kostnader		-357 <b>-357</b>	-372 <b>-372</b>
<b>Verksamhetsresultat</b>		<b>19</b>	<b>14</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>19</b>	<b>14</b>
<b>Resultat före skatt</b>		<b>19</b>	<b>14</b>
Skatt	7	-4	-3
<b>Årets resultat</b>		<b>15</b>	<b>11</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Moderbolagets Balansräkning Tkr	Not	2023-12-31	2022-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	13, 14	4 750	4 750
Andra långfristiga värdepappersinnehav	10	2	2 4
		<b>752</b>	<b>4 752</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>4 752</b>	<b>4 752</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Fordringar hos koncernföretag		1 272	1 252
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		21	21
		<b>1 293</b>	<b>1 273</b>
<i>Kassa och bank</i>			
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>1 299</b>	<b>1 281</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>6 051</b>	<b>6 033</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonsörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Moderbolagets Balansräkning Tkr	Not	2023-12-31	2022-12-31
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
Balanserat kapital		5 963	5 953
Årets resultat		15	11
<b>Summa eget kapital</b>		<b>5 978</b>	<b>5 964</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Aktuella skatteskulder		7	3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		66	66
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>73</b>	<b>69</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>6 051</b>	<b>6 033</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

Moderbolagets Kassaflödesanalys Tkr	Not	2023-01-01 -2023-12-31	2022-01-01 -2022-12-31
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Resultat efter finansiella poster		19	14
Betald skatt		-4	-6
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>		<b>15</b>	<b>8</b>
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>			
Förändring av kortfristiga fordringar		-20	-16
Förändring av kortfristiga skulder		3	2
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>-2</b>	<b>-6</b>
<b>Årets kassaflöde</b>		<b>-2</b>	<b>-6</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>			
Likvida medel vid årets början		8	14
<b>Likvida medel vid årets slut</b>		<b>6</b>	<b>8</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Noter Tkr

### Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

#### Allmänna upplysningar

Årsredovisningen och koncernredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3). Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år.

#### Intäktsredovisning

Intäkter har tagits upp till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas och redovisas i den omfattning det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna kommer att tillgodogöras bolaget och intäkterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Inkomster från uppdrag på löpande räkning redovisas som intäkt i takt med att arbetet utförs och material levereras eller förbrukas innebärande att vinsten från uppdragen avräknas successivt.

Om det inte är sannolikt att betalning kommer att erhållas för belopp som redan har redovisats som intäkt redovisas det belopp som sannolikt inte kommer att erhållas som en kostnad.

I balansräkningen jämförs redovisade intäkter med de belopp som fakturerats beställaren under samma period. Om de fakturerade beloppen överstiger den redovisade intäkten utgör mellanskillnaden en skuld, vilken redovisas som fakturerad men ej upparbetad intäkt. Om intäkten överstiger de fakturerade beloppen utgör mellanskillnaden en fordran vilken redovisas som upparbetad men ej fakturerad intäkt.

#### Koncernredovisning

##### Konsolideringsmetod

Koncernredovisningen har upprättats enligt förvärvsmetoden. Detta innebär att förvärvade verksamheters identifierbara tillgångar och skulder redovisas till marknadsvärde enligt upprättad förvärvsanalys. Överstiger verksamhetens anskaffningsvärde det beräknade marknadsvärdet av de förväntade nettotillgångarna enligt förvärvsanalysen redovisas skillnaden som goodwill.

##### Dotterföretag

Koncernredovisningen omfattar, förutom moderföretaget, samtliga företag i vilka moderföretaget direkt eller indirekt har mer än 50 % av röstetalet eller på annat sätt innehar det bestämmande inflytandet och därmed har en rätt att utforma företagets finansiella och operativa strategier i syfte att erhålla ekonomiska fördelar.



# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Transaktioner mellan koncernföretag

Koncerninterna fordringar och skulder samt transaktioner mellan koncernföretag liksom orealiserade vinster elimineras i sin helhet. Orealiserade förluster elimineras också såvida inte transaktionen motsvarar ett nedskrivningsbehov.

Förändring av internvinst under räkenskapsåret har elimineras i koncernresultaträkningen.

## Redovisningsprinciper för enskilda balansposter

### Anläggningstillgångar

Immateriella och materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar.

Avskrivning sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde.

Följande avskrivningsprocent tillämpas:

### Immateriella anläggningstillgångar

Varumärken samt liknande rättigheter	20 %
--------------------------------------	------

### Materiella anläggningstillgångar

Inventarier, verktyg och installationer	20 %
---	------

### Leasingavtal

Då de ekonomiska risker och fördelar som är förknippade med de leasade tillgångarna har övergått till leasetagaren klassificeras avtalet som finansiell leasing. Vid det första redovisningstillfället redovisas en tillgång och skuld i balansräkningen. Vid efterföljande redovisningstillfällen fördelas minimileasingavgifterna på ränta och amortering av skulden enligt effektivräntemetoden. Ränta ska fördelas över leasingperioden genom att belasta varje räkenskapsår med ett belopp som motsvarar en fast räntesats för den under respektive räkenskapsår redovisade skulden. Variabla avgifter ska redovisas som kostnad det räkenskapsår utgifterna uppkommer.

Operationella leasingavtal redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Inkomstskatter

Total skatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Skatter redovisas i resultaträkningen, utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekter redovisas i eget kapital.

## Aktuell skatt

Aktuell skatt avser inkomstskatt för innevarande räkenskapsår samt den del av tidigare räkenskapsårs inkomstskatt som ännu inte redovisats. Aktuell skatt beräknas utifrån den skattesats som gäller per balansdagen.

## Uppskjuten skatt

Uppskjuten skatt är inkomstskatt som avser framtida räkenskapsår till följd av tidigare händelser. Redovisning sker enligt balansräkningsmetoden. Enligt denna metod redovisas uppskjutna skatteskulder och uppskjutna skattefordringar på temporära skillnader som uppstår mellan bokförda respektive skattemässiga värden för tillgångar och skulder samt för övriga skattemässiga avdrag eller underskott.

Uppskjutna skattefordringar nettoredovisas mot uppskjutna skatteskulder endast om de kan betalas med ett nettobelopp. Uppskjuten skatt beräknas utifrån gällande skattesats på balansdagen. Effekter av förändringar i gällande skattesatser resultatförs i den period förändringen lagstads. Uppskjuten skattefordran redovisas som finansiell anläggningstillgång och uppskjuten skatteskuld som avsättning.

Uppskjuten skattefordran avseende underskottsavdrag eller andra framtida skattemässiga avdrag redovisas i den omfattning det är sannolikt att avdragen kan avräknas mot framtida skattemässiga överskott.

På grund av sambandet mellan redovisning och beskattning särredovisas inte den uppskjutna skatteskulden som är hänförlig till obeskattade reserver.

## Nyckeltalsdefinitioner

### Nettoomsättning

Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.

### Resultat efter finansiella poster

Resultat efter finansiella intäkter och kostnader men före bokslutsdispositioner och skatter.

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonsörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Balansomslutning

Företagets samlade tillgångar.

## Soliditet (%)

Justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt) i procent av balansomslutning.

## Not 2 Nettoomsättning

### Koncernen

Nettoomsättningen per rörelsegren	2023	2022
Serviceintäkter	11 852	11 869
Konsulttjänster	132	684
100-wattaren	3 246	2 486
Utbildning	1 529	1 768
Barteravtal	50	0
Medlemsintäkter	376	386
Övriga intäkter	2 579	1 741
	<b>19 764</b>	<b>18 934</b>

## Not 3 Leasingavtal

### Koncernen

Under året har bolagets leasingavgifter inklusive hyra av lokal uppgått till 1 426 tkr.

Framtida leasingavgifter, för icke uppsägningsbara leasingavtal, förfaller till betalning enligt följande:

	2023	2022
Inom ett år	1 074	1 370
Senare än ett år men inom fem år	850	437
	<b>1 924</b>	<b>1 807</b>

Inga väsentliga leasingavgifter för icke uppsägningsbara leasingavtal förekommer varför samtliga leasingavtal hanteras som operationella. Största delen avser hyreskontrakt lokal.

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Not 4

### Anställda och personalkostnader

#### Koncernen

Medelantalet anställda	2023	2022
Kvinnor	8	7
Män	2	2
	<b>10</b>	<b>9</b>
<b>Löner och andra ersättningar</b>		
Löner och andra ersättningar	6 926	6 264
	<b>6 926</b>	<b>6 264</b>
<b>Sociala kostnader</b>		
Pensionskostnader	1 089	1 106
Sociala avgifter enligt lag och avtal	2 484	2 280
	<b>3 573</b>	<b>3 386</b>
<b>Totala löner, ersättningar, sociala kostnader och pensionskostnader</b>	<b>10 499</b>	<b>9 650</b>

## Not 5

### Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter Koncernen

	2023	2022
Övriga ränteintäkter	35	6
	<b>35</b>	<b>6</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonsörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Not 6 Räntekostnader och liknande resultatposter Koncernen

	2023	2022
Övriga räntekostnader	0	-9
Övriga finansiella kostnader	-38	-18
<b>Valutakursförluster</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>
	<b>-39</b>	<b>-27</b>

## Not 7 Aktuell och uppskjuten skatt Koncernen

	2023	2022
<b>Skatt på årets resultat</b>		
<b>Aktuell skatt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Totalt redovisad skatt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## Avstämning av effektiv skatt

	Procent	2023 Belopp	Procent	2022 Belopp
Redovisat resultat före skatt		-138		-246
Skatt enligt gällande skattesats	28		51	
Ej avdragsgilla kostnader	-15,45	-21	-7,52	-18
Ej skattepliktiga intäkter	0,54	1	0,54	1
Skattemässiga justeringar	-0,59	-1	-0,36	-1
Underskottsavdrag vars skattevärde ej redovisas som tillgång	54,69	75	17,42	43
Under året utnyttjande av tidigare års underskottsavdrag vars skattevärde ej redovisats som tillgång	-59,79	-82	-30,67	-75
<b>Redovisad effektiv skatt</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonsörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Moderbolaget

	2023	2022
<b>Skatt på årets resultat</b>		
Aktuell skatt	-4	-3
<b>Totalt redovisad skatt</b>	<b>-4</b>	<b>-3</b>

## Avstämning av effektiv skatt

	Procent	2023 Belopp	Procent	2022 Belopp
<b>Redovisat resultat före skatt</b>		<b>19</b>		<b>14</b>
Skatt enligt gällande skattesats 20,60	-4	20,60	-3	
Ej avdragsgilla kostnader	0,00	0	0,00	0
Justering avseende skatter för föregående år	0,00	0	0,50	0
<b>Redovisad effektiv skatt</b>	<b>20,60</b>	<b>-4</b>	<b>21,10</b>	<b>-3</b>

## Not 8 Varumärken samt liknande rättigheter Koncernen

	2023-12-31	2022-12-31
Ingående anskaffningsvärden	1 475	1 475
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 475	1 475
<b>Ingående avskrivningar</b>	<b>-1 475</b>	<b>-1 475</b>
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-1 475</b>	<b>-1 475</b>
<b>Utgående redovisat värde</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Not 9 Inventarier, verktyg och installationer Koncernen

	2023-12-31	2022-12-31
Ingående anskaffningsvärden	2 774	2 711
Inköp	70	64
Försäljningar/utrangeringar	-2 675	0
<b>Utgående ackumulerade anskaffningsvärden</b>	<b>169</b>	<b>2 775</b>
Ingående avskrivningar	-2 693	-2 646
Försäljningar/utrangeringar	2 674	0
Årets avskrivningar	- 42	-46
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-61</b>	<b>-2 692</b>
<b>Utgående redovisat värde</b>	<b>108</b>	<b>83</b>

## Not 10 Andra långfristiga värdepappersinnehav Koncernen

	2023-12-31	2022-12-31
Ingående anskaffningsvärden	64	64
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	64	64
<b>Utgående redovisat värde</b>	<b>64</b>	<b>64</b>

Outdoor AB, 30 aktier

Näringslivets Delegation för Marknadsrätt, 25 aktier

Mediamätning i Skandinavien MMS AB, 100 aktier

# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Moderbolaget

	2023-12-31	2022-12-31
Ingående anskaffningsvärden	2	2
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2	2

**Utgående redovisat värde** 2 2

Näringslivets Delegation för Marknadsrätt, 25 aktier

## Not 11 Andra långfristiga fordringar Koncernen

	2023-12-31	2022-12-31
Ingående anskaffningsvärden	3 700	3 700
Tillkommande fordringar	305	0
<b>Utgående ackumulerade anskaffningsvärden</b>	<b>4 005</b>	<b>3 700</b>

**Utgående redovisat värde** 4 005 3 700

## Not 12 Aktier och andelar Koncernen

### Namn

	Bokfört värde	Marknadsvärde
Noterade aktier och andelar, anläggningstillgång	997	1 068
	<b>997</b>	<b>1 068</b>



# Årsredovisning 2023

Sveriges Annonörer Ideell förening Org.nr 802000-1528

## Not 13 Specifikation andelar i koncernföretag Moderbolaget

Namn	Kapitalandel	Rösträttsandel	Antal andelar	Bokfört värde
Sveriges Annonörer AB	100	100	2 500	4 750 4 750

## Not 14 Andelar i koncernföretag Moderbolaget

	2023-12-31	2022-12-31
Ingående anskaffningsvärden	4 750	4 750
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	4 750	4 750
<b>Utgående redovisat värde</b>	<b>4 750</b>	<b>4 750</b>

## Not 15 Väsentliga händelser efter räkenskapsårets slut Koncernen

Vi fortsätter arbetet med att inom ramen för initiativen presentera fakta, skapa vägledning i form av standards och rekommendationer och utbilda våra medlemmar och övriga i branschen. Vi kommer också lansera nya former av nätverkande för våra medlemmar.

## Not 16 Ställda säkerheter Koncernen

	2023-12-31	2022-12-31
Företagsinteckning	500	500
Bankmedel	0	764
	<b>500</b>	<b>1 264</b>

# Stadgar

## § 1. Föreningens ändamål

Sveriges Annonssörer är en sammanslutning av i Sverige verksamma företag, organisationer och myndigheter som på olika sätt investerar i marknadskommunikation och som verkar inom och/eller riktar sig till den svenska marknaden. Föreningen har till ändamål att främja utvecklingen av effektiv marknadskommunikation samt att tillvarata, representera och stärka medlemmarnas intressen genom information, förhandling, utbildning och rådgivning.

## § 2. Föreningens säte

Föreningen har sitt säte i Stockholm och dess verksamhet leds av en styrelse. Bildas lokalavdelningar av föreningen, kan dessa välja egna lokalstyrelser, vilka ska sortera under föreningens huvudstyrelse.

## § 3. Medlemskap

Som medlem av föreningen kan inväljas varje välrenommerat verksamt företag, organisation eller myndighet, som på olika sätt investerar i marknadskommunikation och som verkar inom och/eller riktar sig till den svenska marknaden eller på annat sätt för egen del gör bruk av denna marknadskommunikation.

Företag, organisationer eller myndighet som har sin huvudsakliga näring från annonsintäkter eller är verksam som kommunikationskonsult, inom området marknadsföring och reklam, inte kan väljas in som medlem.

Det ankommer på styrelsen att besluta om andra former än fullt medlemskap ska accepteras. Ansökan om medlemskap ska skriftligen insändas till föreningens styrelse och blir föremål för behandling inom denna. Sökande vinner inträde i föreningen om vid omröstning minst 3/4 av de avgivna rösterna är bifallande, vilket även gäller andra former än fullt medlemskap.

## § 4. Medlemskapets upphörande

Medlemskap upphör antingen genom utträde eller genom uteslutning.

Utträde sker efter skriftlig anmälan till styrelsen senast den 31 december det år vid vars slut man önskar utträda. Avgången ur föreningen sker därefter vid samma års utgång. Samma förfarande gäller medlemskap i av föreningen etablerade sektioner, erfagrupper eller liknande till vilken särskild avgift erlägges.

Medlem som icke fullgör sina skyldigheter mot föreningen eller av föreningen bildat Servicebolag, kan med omedelbar verkan uteslutas ur föreningen.

Medlem, som vid upprepade tillfällen använder sig av vilseledande eller på annat sätt otillbörlig reklam eller information eller i övrigt handlar på ett sätt som antingen strider mot föreningens stadgar eller kan vara menligt för föreningens anseende, kan uteslutas ur föreningen. Beslut om uteslutning av medlem träffas av styrelsen. För sådant beslut fordras att detta biträdes av minst 3/4 av de närvarande. Avgången ur föreningen vid uteslutning sker omedelbart i och med att beslutet fattats.

Medlem som utträder eller uteslutas har förverkat rätten till sin andel av föreningens tillgångar.

## § 5. Avgifter

Varje medlem i föreningen erlägger en årsavgift, som vid ordinarie föreningssammanträde fastställs för nästkommande verksamhetsår.

Medlem erlägger dessutom en serviceavgift till Sveriges Annonssörers Aktiebolag. Denna ersättning fastställs av bolagets styrelse efter samråd med föreningens styrelse. Serviceavgiften ska liksom medlemsavgiften erläggas årsvis i förskott och vara inbetald senast 30 dagar efter fakturans mottagande.

I den mån fastställda avgifter och ersättningar visar sig otillräckliga för täckande av kostnaderna för verksamheten äger föreningen att uttaga extra avgift, som för berört verksamhetsår får bestämmas till högst hälften av den enligt ovan fastställda serviceavgiften.

## § 6. Styrelsen

Föreningens angelägenheter handhas av en styrelse, vilken inklusive ordföranden och verkställande direktören ska bestå av lägst sex och högst 23 ledamöter.

I detta antal ska ingå ordförandena i eventuellt bildade lokalavdelningar. Styrelsen väljes av ordinarie föreningssammanträde till halva antalet för en tid av två år och den återstående hälften vid påföljande ordinarie föreningssammanträde, likaledes för en tid av två år. I den händelse en styrelseledamot avgår under pågående mandatperiod kan fyllnadsval ske för en tid av ett år. Lokalavdelningarnas ordförande väljes på två år. Föreningens ordförande, som tillika ska vara styrelsens ordförande, utses på ordinarie föreningssammanträde för en tid av två år. Styrelsen utser inom sig två vice ordföranden för en tid, som styrelsen beslutar.

Styrelsen sammanträder på kallelse av ordföranden eller vid förfall för denne av en av de vice ordförandena eller då minst fem av styrelsens ledamöter så begär. Styrelsen ska sammanträda minst fyra gånger årligen. I kallelse till styrelsesammanträde ska lämnas uppgift om de ärenden som ska behandlas på sammanträdet. Styrelsen är beslutsför när minst fem ledamöter är närvarande. Beslut i styrelsen fattas med enkel majoritet, där ej annorlunda stadgas. Vid lika röstetal har ordföranden utslagsröst. Omröstning sker öppet, där ej någon begär sluten omröstning.

Det åligger styrelsen:

- att avgöra frågor om medlemskap,
- att avgiva utlåtanden över inkomna förslag,
- att vidtaga åtgärder för främjande av föreningens ändamål,
- att ansvara för föreningens medel samt låta föra föreningens räkenskaper, vilka ska avslutas per den 31 december,
- att avge förvaltningsberättelse med balansräkning samt vinst- och förlusträkning och dessutom utarbeta budgetförslag,
- att anställa verkställande direktör.

# Stadgar

## § 7. Arbetets organisation

Föreningens angelägenheter handhas mellan styrelsens sammanträden av presidiet, som förutom av ordföranden består av de två vice ordförandena samt verkställandedirektören. Föreningens löpande arbete handlägges dels allmänt genom verkställande direktören och till dennes förfogande stående sekretariat och dels ifråga om speciella uppgifter av särskilda sektioner, utskott eller kommittéer.

Styrelsen kan dessutom tillsätta de funktioner som behövs i övrigt för handläggande av föreningens angelägenheter. Vid föreningens, styrelsens och presidiets sammanträden ska föras protokoll.

## § 8. Firmateckning

Styrelsens firma tecknas av den eller dem, som styrelsen därtill utser. För föreningens förbindelser ansvarar endast dess tillgångar.

## § 9. Verkställande ledning

Styrelsen utser avlönad verkställande direktör, vilken åligger att i enlighet med föreningens och styrelsens beslut leda föreningens verksamhet.

Till verkställande direktören lämnade uppgifter eller upplysningar ska, där vederbörande medlem så begär, av verkställande direktören eller annan på föreningens sekretariat behandlas konfidentiellt och får sålunda icke delgivas styrelseledamot eller annan föreningsmedlem.

Styrelsen utser även i förekommande fall ställföreträdare för verkställande direktören.

## § 10. Revision

För varje kalenderår ska vederbörligen avslutade räkenskaper med tillhörande handlingar och protokoll jämte styrelsens förvaltningsberättelse senast före utgången av februari månad nästpåföljande år överlämnas till revisorerna för granskning. Revisorerna ska senast den 20 mars avgiva skriftligt utlåtande över granskningen och bestämt tillstyrka eller avstyrka ansvarsfrihet för styrelsen.

## § 11. Sammanträden

Ordinarie föreningssammanträde hålles varje år senast före maj månads utgång på ställe, som styrelsen bestämmer.

Extra sammanträde hålles, då styrelsen anser sådant behövligt, eller om minst tio av föreningens medlemmar så påfordrar. Kallelse till sammanträde ska skriftligen tillställas medlemmarna minst åtta dagar före ordinarie sammanträde samt minst två dagar före extra sammanträde. I kallelse ska de ärenden angivas, som ska förekomma på sammanträdet.

## § 12. Dagordning vid ordinarie föreningssammanträde

Vid ordinarie föreningssammanträde ska nedanstående dagordning iakttagas:

1. Sammanträdet öppnas.
2. Val av ordförande för mötet.
3. Upprättande av förteckning över de närvarande.
4. Val av två justeringsmän att jämte ordföranden justera dagens protokoll.
5. Fråga om sammanträdet tillkommit efter stadgeenlig kallelse.
6. Förvaltnings- och revisionsberättelse för nästföregående verksamhetsår.
7. Fastställande av resultat- och balansräkning.
8. Fråga om ansvarsfrihet för styrelsen.
9. Fastställande av avgifter.
10. Fastställande av antalet styrelseledamöter.
11. Val av styrelse.
12. Val av ordförande i föreningen.
13. Val av två revisorer och två revisorssuppleanter.
14. Val av valnämnd enligt § 13.
15. Eventuellt övriga frågor.

## § 13. Valnämnd

Inom föreningen ska utses en valnämnd på tre personer. Två av dessa väljes vid ordinarie föreningssammanträde. Föreningssstyrelsen utser en ledamot, som ska fungera såsom ordförande i valnämnden.

## § 14. Röstning

Vid föreningssammanträde äger varje medlem en röst. Skulle flera representanter för ett och samma medlemsföretag vara närvarande, äger de deltaga i diskussionen men endast en representant, som själv tecknar firman eller behörigen befullmäktigats, äger utöva rösträtt. All omröstning – såväl på föreningssammanträden som i styrelsen – sker öppet, såvitt icke någon närvarande röstberättigad påfordrar omröstning med slutna sedlar. Röstning får ske genom fullmakt, dock med högst fyra fullmakter per medlem.

Som föreningens respektive styrelsens beslut gäller den mening för vilken de flesta rösterna avgivits. Undantag härifrån stadgas i §§ 3, 4 och 15. Vid lika röstetal har fungerande ordföranden utslagsröst utom vid slutna omröstning, då avgörande sker medelst lottning.

## § 15. Stadgeändring och föreningens upplösning

För ändring av dessa stadgar eller föreningens upplösning kräves samstämmiga beslut i två på varandra följande sammanträden, varav det ena ska vara ordinarie. Det andra sammanträdet ska hållas minst en, högst tre månader efter det första, eller utgöras av nästkommande ordinarie föreningssammanträde och besluten ska biträdas av minst tre fjärdedelar av de röstande. Upplöses föreningen ska vid det sammanträde upplösningen definitivt fastställas även beslutas huru föreningens tillgångar ska disponeras.

# Styrelse



Eva Ernfors  
Dustin



Fredrik Kullberg  
ICA



Gina Azaric  
Telia



Hanna Riberdahl  
Vd



Josefin Lundmark  
Trygg-Hansa



Kristoffer Stenqvist  
Kry



Karolina Åhs Karlsson  
Elgiganten



Peter Jannerö  
Dometic



Robert Arvidsson  
Liseberg



Staffan Ekstam  
McDonald's



Stina Liljekvist  
Skandia



Stina Sandell  
Holmen

# Medarbetare



Anna Eklund  
Controller



Anna Walestad  
Medlemsansvarig



Hanna Riberdahl  
Vd



Jakob Rönnerbäck  
Jurist



Peter Mackhé  
Medieexpert



Matilda Nordfeldt  
Ansvarig  
Marknadskommunikation



Stina Melin  
Marknadschef



Susanne Nygren  
Medlemskoordinator



Ulrika Strallhofer  
Eventansvarig



Ulrika Wendt  
Jurist



Anställda per 231231

# Sveriges Annonsörer

[sverigesannonser.se](https://sverigesannonser.se)