



NISCHOMRÅDE · KURERAD TRENDANALYS

Influencer marketing & creator economy

Analyserar trender och affärsmodeller inom influencer marknadsföring och den bredare kreatörsekonomin, med fokus på hur innehållsskapare monetiserar sitt digitala innehåll och samarbetar med varumärken.

UPPDATERAD 17 augusti 2026

● Mikro ● Makro ● Mega

12 —
PUBLICERADE
TRENDER

KORT SVAR

Det viktigaste i analysen

Influencer marketing skiftar från räckviddsfokus till **mätbar försäljning** och strikt regelefterlevnad. Varumärken bör prioritera **prestationsbaserade samarbeten** och industrialisera sin **compliance-process** för att möta kommande EU-krav.

01 Hur bör vi justera vår strategi för att öka ROI i våra influencer-kampanjer?

Flytta fokus från räckvidd till **spårbar försäljning** genom att integrera affiliate-modeller och arbeta med mikro-influencers. Använd plattformar för att **industrialisera produktionen av UGC** som driver direkt konvertering.

03 Hur bör vi prioritera investeringar i nya creator-marketingplattformar?

Prioritera plattformar som erbjuder både kampanjhantering och inbyggd attribution. Investera i verktyg som stödjer er **compliance-process** snarare än enbart influencer-register.

02 Vilka risker innebär den kommande Digital Fairness Act för vår nuvarande verksamhet?

Regleringen kan ställa högre krav på transparens vid personalisering och marknadsföring mot minderåriga. Ni riskerar sanktioner om ni inte har full kontroll över **reklammärkning och dokumentation** av alla kommersiella incitament.

04 Hur mäter vi bäst effekten av våra samarbeten med kreatörer?

Gå från räckviddsmått till **incrementality-tester och LTV-analys**. Kombinera A/B-tester med Marketing Mix Modeling (MMM) för att isolera den faktiska intäktsökningen per kreatör.

MIKROTREND

Specialiserade creator-marketingplattformar lockar nytt riskkapital

Nya plattformar försöker samla kampanjhantering, creatorrelationer och kommersiell aktivering i mer specialiserade produkter, snarare än att enbart fungera som influencerregister. Ett konkret tecken är att en ny creator economy-marknadsföringsplattform offentliggjorde en finansieringsrunda på 4 miljoner USD, vilket signalerar fortsatt investerarintresse men också hårdare krav på tydlig ROI.

Innovation

Digitalisering

Ekonomi

1 observation · senast 17 augusti 2026

Källor

01

creator economy
techcrunch.com

02

Influee - Crunchbase Company Profile & Funding
crunchbase.com

03

Parade's Cami Tellez announces new creator economy marketing platform, \$4M in funding | TechCrunch
techcrunch.com

MAKROTREND

Creator marketing kopplas ihop med affiliate och försäljningsbaserad attribution

Marknadsförare bygger i allt högre grad kampanjer där creators ersätts och utvärderas utifrån spårbar försäljning, inte enbart räckvidd eller engagemang. Företag behöver integrera rabattkoder, spårbara länkar, affiliateplattformar och first-, last-eller multi-touch-attribution med sina creatorprogram.

Affärsmodeller

Effektivisering

E-handel

1 observation · senast 17 augusti 2026

Källor

01 **Influencer Marketing Trender: Vad Varumärken Behöver ...**
influee.co

02 **Social media growth strategies for advertisers**
deloitte.com

03 **Predictions 2026: Smaller Players Emerge Through Cracks In Media's Triopoly**
forrester.com

MAKROTREND

Creator Commerce och prestationsbaserad Influencer Marketing

Influencer marketing utvecklas mot en 'creator commerce'-modell där influencers driver direkt försäljning via spårbara länkar och shoppable content. Varumärken behandlar nu samarbeten med kreatörer som en primär intäktskanal, med fokus på mätbar ROI och prestationsbaserad ersättning. Detta kräver att företag fokuserar på att samarbeta med mikro-och nano-influencers som har stark autenticitet och engagemang i specifika nischer.

Affarsmodeller

Digitalisering

Konkurrens

2 observationer · senast 17 augusti 2026

Källor

01 Social Shopping 2025: Statistik & Trender för E-handeln
a1media.se

02 Influencer Marketing Trender: Vad Varumärken Behöver Veta 2026 | Influee
influee.co

03 Hur du monetiserar sociala medier: En roadmap för 2026
shortgenius.com

MAKROTREND

EU:s kommande Digital Fairness Act kan införa särskilda influencerkrav

EU-kommissionen planerar ett förslag till Digital Fairness Act under fjärde kvartalet 2026, med fokus på vilseledande influencer-marknadsföring, sårbarhetsbaserad personalisering, minderåriga och potentiellt AI-genererade eller retuscherade bilder. Företag som anlitar kreatörer bör redan nu bygga kampanjbriefar, avtal och granskningsrutiner som kan anpassas till skärpta och mer harmoniserade EU-krav.

Reglering

Politik

Konsumentbeteende

1 observation · senast 17 augusti 2026

Källor

01 **Regulating influencer marketing in the European Union**
europarl.europa.eu

02 **EUR-Lex - Ares(2025)11521347 - EN - EUR-Lex**
eur-lex.europa.eu

03 **Commission launches open consultation on the forthcoming Digital Fairness Act | Shaping Europe's digital future**
digital-strategy.ec.europa.eu

MAKROTREND

Ökad känslighet kring marknadsföring mot barn och unga påverkar targeting och innehållsdesign

Myndigheters fokus på barns sårbarhet i influencer-sammanhang leder till krav på uppdaterad targeting, tydligare disclosures och innehållsdesign som minskar exploaterande kommersiella signaler. Konkreta åtgärder: åldersgränsning/age-gating, anpassade kreativa riktlinjer för unga målgrupper och förhandsgranskning/audit innan publicering mot underåriga segment.

Reglering

Konsumentbeteende

5 observationer · senast 17 augusti 2026

Källor

01 Marknadsföring via influerare (Skriftlig fråga 2025/26:464 av Anna-Belle Strömberg (S)) | Sveriges riksdag
riksdagen.se

02 Regler för reklam och marknadsföring | Konsumentverket
konsumentverket.se

03 Rapport 2026:3 Marknadsföring via influencers | Publikationer - Konsumentverket
publikationer.konsumentverket.se

MIKROTREND

Regleringskraven breddas från sponsrade inlägg till alla kommersiella incitament

Kommersiellt innehåll ska identifieras som marknadsföring även när ersättningen består av produkter, tjänster, resor, provision, donationer eller betalning från plattformar. För företag och kreatörer innebär det behov av att registrera hela ersättningskedjan och bedöma disclosure-krav även för affiliateupplägg, gåvor, egna produkter och plattformsbaserad monetisering.

Reglering

Affarsmodeller

Ekonomi

1 observation · senast 17 augusti 2026

Källor

01	Influencers och reklamsamarbeten Skatteverket skatteverket.se
02	Marknadsföring via influencers rapport 2026-3 stpubshop.blob.core.windows.net
03	EUR-Lex - 52024XG03807 - EN - EUR-Lex eur-lex.europa.eu

MAKROTREND

Creator-ekonomin: fler micro/nano-creators och UGC som prioriterad kanal

Marknaden går mot många mindre, trovärdiga creators och ökande användning av UGC eftersom det ger hög trovärdighet och konverteringseffekt; företag måste implementera creator-partnerships, UGC-briefs och verifieringsverktyg för räckvidd/ROI. Konkret innebär detta att skapa långsiktiga creatoravtal, standardiserade leverans- och ersättningsmodeller (affiliate/kommission) samt rutin för rättighetslicensiering.

Affarsmodeller

Konsumentbeteende

7 observationer · senast 17 augusti 2026

Källor

01 Influencer Marketing Trender: Vad Varumärken Behöver Veta 2026 | Influee
influee.co

02 Influencers på den svenska mediemarknaden - Mediemyndigheten
mediemyndigheten.se

03 Influencer marketing slår rekord
dagensmedia.se

MIKROTREND

Mät- och attribution: från reach till LTV och experiment-baserad incrementality

Svag signal i marknaden visar ett skifte från impressions/mikromål mot mätning av ekonomiskt värde per följare (LTV, ARPU) och kombinationer av MMM och kampanj-A/B för att värdera influencers ROI. Bygg pipelines för eventdata + CDP och kör hybrid-experiment (kontrollerade A/B plus månads-MMM) för att kvantifiera incrementell intäkt per creator.

Effektivisering

Digitalisering

Ekonomi

15 observationer · senast 17 augusti 2026

Källor

01

Timeline for the Implementation of the EU AI Act | AI Act Service Desk
ai-act-service-desk.ec.europa.eu

02

IAB | Creator Economy Ad Spend to Reach \$37 Billion in 2025
iab.com

03

Influencermarknaden växer upp - Rapidus
rapidus.se

MIKROTREND

Skärpt tillsyn av influencer-marknadsföring – dokumentation och kontrakt måste stärkas

Svensk tillsyn (Konsumentverket, regeringsinitiativ) placerar fortsatt ansvar på annonsören för korrekt reklammärkning och spårbarhet i influencerkampanjer. Praktiskt: standardisera influenceravtal med reklammärkningskrav, spara godkännande- och betalningsbevis samt införa checklista och godkännandeprocess före publicering för att minska risk för sanktioner.

Reglering

Affarsmodeller

13 observationer · senast 17 augusti 2026

Källor

01

Influencers reklamlägg - regler för företag | Konsumentverket
konsumentverket.se

02

Kunskapen om hur immateriella tillgångar hanteras strategiskt ska höjas - Regeringen.se
regeringen.se

03

Marknadsföring via influerare (Svar på skriftlig fråga 2025/26:464 besvarad av Civilminister Erik Slottner (KD)) | Sveriges riksdag
riksdagen.se

MIKROTREND

UGC-produktion industrialiseras genom creator-marknadsplatser

Influee listar över 3 000 granskade svenska UGC-kreatörer och erbjuder briefanpassat videoinnehåll med leverans inom sju dagar. Det gör UGC mer tillgängligt och kortar produktionstiden, men ökar samtidigt behovet av kompetens inom briefskrivning, kreatörsurval, innehållskvalitet och rättighetsstyrning.

Affarsmodeller

Effektivisering

Digitalisering

1 observation · senast 17 augusti 2026

Källor

01

3.000+ UGC Creators from Sweden 🇸🇪
influee.co

MIKROTREND

Kreatörer blir entreprenörer: creator-owned IP och commerce expanderar

Kreatörer utvecklar egna produkter, varumärken och kommersiella kanaler (shoppable content, livestream commerce) för att monetarisera utanför plattformsekosystemen. Företag som samarbetar med kreatörer måste förhandla rättigheter/IP, erbjuda commerce-integrationer och utforma revenue-sharingmodeller som stöder långsiktiga partnerskap.

Affarsmodeller

E-handel

Innovation

6 observationer · senast 17 augusti 2026

Källor

01 **Fortsatt stora brister i marknadsföring som sker genom influencers** | Konsumentverket
konsumentverket.se

02 **Influencer Marketing Trender: Vad Varumärken Behöver Veta 2026**
influee.co

03 **The State of Creator Marketing Report 2025-2026**
creatoriq.com

MIKROTREND

Annonsörer måste bygga in compliance-ansvar i influenceravtal och kampanjprocesser

Företaget som anlitar en influencer har huvudansvar för marknadsföringen, medan influencern, byråer och andra mellanhänder samtidigt kan ha parallellt ansvar. Företag behöver därför standardisera avtalskrav, briefar, godkännandeprocesser och dokumentation av reklammarkeringar samt kunna följa upp publicerat innehåll.

Reglering

Kvalitet

Sakerhet

1 observation · senast 17 augusti 2026

Källor

01 **Influencers reklamintyg - regler för företag | Konsumentverket**
konsumentverket.se

02 **Influencer marketing under skärpt granskning**
iabsverige.se

03 **Influencer Marketing in Sweden**
rouse.com

OM ANALYSEN

Använd gärna analysen

Du får gärna skriva ut, dela och citera ur analysen. Använd insikterna i ert eget arbete, i presentationer och i samtal där de kan göra nytta.

DOKUMENTKÄLLA

<https://trendscope.se/influencer-marketing-creator-economy>

NÄR DU HÄNVISAR

Ange Trendscope som källa. I digitala sammanhang får du gärna länka tillbaka till dokumentkällan, så att läsaren kan hitta den senaste publicerade versionen och följa underlaget vidare.

KONTROLLERA VIKTIGA UPPGIFTER

Både människor och AI kan missa sammanhang, feltolka uppgifter eller återge en källa fel. Kontrollera därför originalkällan när en uppgift ska ligga till grund för beslut, publicering eller andra sammanhang där korrekthet är viktig.

AI-STÖD OCH MÄNSKLIG KURERING

Delar av källinsamlingen och bearbetningen har gjorts med AI-stöd. Urval, struktur och den publicerade analysen har granskats och kurerats redaktionellt av människor.

FÖRESLAGEN HÄNVISNING

Trendscope. “Influencer marketing & creator economy”.
Uppdaterad 17 augusti 2026.