



Pressmeddelande, Stockholm 2019-05-07

AdCityMedia uppskattar sitt medialager till över 1 miljard kr

AdCityMedia AB ("AdCityMedia"), listat på Nasdaq First North, har inför 2019 års första delårsrapport gjort en årlig revidering av sitt medialager, som nu uppskattas uppgå till över 1 000 MSEK.

Medialager vilket definieras av hundra procent införsäljning på samtliga ytor i AdCityMedias nätverk under ett år utan rabatterade priser. Efter revideringen bedöms medialagret uppgå till över 1 miljard kronor. Detta till följd av förvärvet av Prego Media AS samt nyetablerade egenägda mediatytor, men även av att vi nu valt att inkludera alla våra kontrakt med externa partners.

"Jag ser det som en enorm styrka att i tider där utomhusreklamen är ett av de medier där investeringarna ökar som mest kunna ha ett så pass stort medialager kontra omsättning. Detta visar naturligtvis på att vi har ett arbete att göra men även en potential för organisk tillväxt.", säger Anders Axelsson VD på AdCityMedia.

För mer information:

Anders Axelsson, VD

anders.a@adcitymedia.com

+46 8 535 28001

Bolagets aktie är listad på Nasdaq First North och Erik Penser Bank AB, tel. +46 8-463 83 00, certifiedadviser@penser.se är Bolagets Certified Adviser.

Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 7 maj 2019 kl. 08:00 CEST.

Kort om Bolaget:

AdCityMedia hjälper företag och varumärken att synas. Med sina två affärsområden *Media* och *Retail Tech* skapar AdCityMedia synlighet för budskap i utomhus- och inomhusmiljö som dagligen når hundratusentals människor.

Med 19 års erfarenhet från affärsområdet Media är Bolaget idag marknadsledande inom segmentet digital storformatsreklam i utomhusmiljö. Man har sedan 2015 femdubblat det säljbara mediautrymmet på digitala mediatytor i citylägen. Marknaden för utomhusreklam växer och övergången från analogt till digitalt sker i mycket snabb takt, där AdCityMedia varit en drivande kraft i digitaliseringen under flertalet år.

Inom affärsområdet Retail Tech är AdCityMedias mission att stärka upp livskraften inom retail när marknaden genomgår stora förändringar. Genom att hjälpa butiksägare att värdera sina egna mediamöjligheter, såväl på fasad som i butik, kan synligheten ökas, nya intäktsmöjligheter skapas och verksamheten utvecklas. Retail Tech har två huvudinriktningar: "Digital Signage" (digitala skärmar i butiksmiljö) och "Production" (analog storformatsreklam).

Framtiden är digital och i nuläget har AdCityMedia cirka 1 500 egna mediatytor samt över 4 500 digitala skärmar där Bolaget skapar strategi och driver innehåll och support åt sina kunder. Bolaget är innovativt och har tekniken och kompetensen som krävs för att ligga i framkant, vilket ger goda förutsättningar att ta tillvara på marknadens tillväxt.