



Pressmeddelande, Stockholm 2019-06-07

AdCityMedia erhåller media-order om 1,3 MSEK.

AdCityMedia AB ("AdCityMedia"), listat på Nasdaq First North, erhåller media-order om 1,3 MSEK från en aktör inom bilindustrin. Ordern kommer att avräknas under kvartal 2 år 2019.

Detta är den andra storordern som erhålls från en stor aktör inom bilindustrin under 2019, båda två om 1,3 MSEK, där första ordern avräknades under årets första kvartal. Kunden har valt att beställa vad som kallas "Rikspaketet", vilket inkluderar 98 stycken digitala skärmar utspridda längst landsvägar och order i Sverige. AdCityMedia har idag 154 digitala skärmar i Sverige, från Malmö stad till Åre vilket medför att AdCityMedia kan erbjuda bolag som vill ha stor spridning geografiskt och stor impact, vilket är starkt bidragande till att bolaget idag är marknadsledande inom utomhusreklam i Sverige.

"Vi valde för vår klients vägnar att satsa stort och brett för att få en hög impact som når så många bilägare som möjligt. Utomhusreklam längs vägar och citylägen är enligt oss ett perfekt media för att nå just bilägare och andra intressenter.", säger Projektledaren Daniel Lingenholm på Mindshare.

"Det är alltid glädjande med återkommande kunder, vilket många i dagsläget är. Vår kundnöjdhet är ett bevis på att AdCityMedia och teamet bakom är bland de vassaste på marknaden. Att vi dessutom kan erbjuda digitala skärmar över hela landet bidrar till vår ledande position inom utomhusreklam.", 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 juni 2019 kl. 09:00 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. Media har fyra huvudinriktningar; digitala storformatsskärmar, vepor, dagligvaruhandel samt billboards.

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 i sitt nätverk 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.