

Visual Art köper Danmarks hetaste reklamlägen

Visual Art förvärvar City Media, Danmarks ledande bolag inom ”high impact media”, storformat för de mest eftertraktade reklamytorna i Danmark. Köpet är ett strategiskt förvärv för att bli störst på digital utomhusreklam och digital signage. Den danska marknaden för digital utomhusreklam är relativt omogen, vilket ger stora affärsmöjligheter.

- City Media är ett fantastiskt förvärv för oss och strategiskt passar det perfekt in i Visual Art-koncernen. Bolaget och personerna känns helt rätt för att vi tillsammans ska bli en av de största aktörerna i Danmark. Vi har under de senaste 20 åren lärt oss mycket om hur vi kan utveckla våra kunders affärer genom digital kommunikation och teknisk innovation, säger Andreas Lind, VD för Visual Art Group.

Visual Art är Sveriges ledande bolag inom digital utomhusreklam och digital signage med en omsättning på 300 miljoner kronor. Företaget är inne i en offensiv tillväxtfas för att bli störst i Norden år 2022, där köpet av City Media är en viktig pusselbit. Tidigare i år öppnade även Visual Art kontor i Oslo.

City Media har 80 procent av marknaden för high impact media (stora format inom utomhusreklam) och är bland de fyra största aktörerna på OOH-marknaden. City Media finns i Köpenhamn och Danmarks fyra största städer. Bolaget omsätter idag 40 miljoner kronor på analog och digital utomhusreklam samt trycktjänster.

- Det här är en perfect match för oss. Visual Art har digital spets, erfarenhet och en intressant kundportfölj som ger oss nya affärsmöjligheter. Vi får nu digitala muskler för att växla upp ytterligare på vår marknad, säger Pia Petersen, VD för City Media

Visual Art är strategisk partner till bland andra McDonalds, Kicks, ICA, Telia, 7-Eleven, Circle K för att utveckla koncept inom digital signage i butik och restaurang. Visual Art driver även Sveriges största nätverk för digital utomhusreklam med 26 miljoner kontakter varje vecka. Bland annonsörerna finns de flesta stora konsumentvarumärken som Nike, Volvo, Coca Cola, SAS, Spotify med flera. Sverige har kommit långt när det gäller digital reklam i butiker, affärer och köpcentrum samt inom DOOH, digital utomhusreklam på järnvägsstationer, gator och torg.

- Danmark är en sofistikerad och mogen konsumentmarknad, men den digitala utvecklingen i butik och utomhus har inte hunnit lika långt som i Sverige, vilket ger oss stora möjligheter att snabbt ta marknadsandelar, säger Andreas Lind.

Om Visual Art

Omsättning: 300 MSEK

Anställda/länder: 120 personer i 15 länder (Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland, USA m fl)

Antal skärmar/kontakter: Skapar innehåll och drifvar 20 000 skärmar över hela världen, når 26 miljoner kontakter varje vecka inom DOOH (nätverket för digital utomhusreklam)

VD: Andreas Lind

Kunder i urval: McDonalds, ICA, Circle K, 7-Eleven, Pressbyrå, Nacka Forum, Mall of Scandinavia

VISUALART

Visual Art är den enda aktören på den svenska marknaden som har ett erbjudande som sträcker sig från kreativ content-strategi och produktion till stabila, intelligenta system med full kontroll på vad som visas på kundernas samtliga skärmar.

De senaste 10 åren har branschen växt snabbt i Sverige. Visual Art har varit en viktig aktör för att etablera digitala nätverk som en naturlig del av företagets sälj och kommunikation. Visual Art har under många år samarbetat med flera av Sveriges största varumärken inom retail, fashion och telekom.

Inom DOOH driver Visual Art Sveriges största digitala nätverk med ensamrätt på Sveriges järnvägsstationer (avtal med Jernhusen Media) och flera avtal med Sveriges största fastighetsägare av gallerior och köpcentrum. I Stockholmsregionen tecknade nyligen Unibail-Rodamco, som äger bland andra Mall of Scandinavia och Nacka Forum, förnyat avtal för de kommande 10 åren. Den ovanligt långa avtalstiden är ett resultat av ett gott samarbete och förtroende för att Visual Art ligger längst fram i Sverige när det gäller affärsnytta inom digitala nätverk och digital signage.

OOH växer snabbast

Utomhusreklam (OOH) är tillsammans med Sök-annonsering den mediekategori i Sverige som ökar snabbast enligt Mediebyråbarometern 2017, med nästan 14 procents ökning under 2016.

Den svenska marknaden utnyttjar i hög utsträckning mediets fördelar som day parts (olika budskap tider delar på dagen), dynamiska data (användning av t ex väderdata för att sälja paraplyer vid regn etc) samt location based (anpassad reklam för den specifika platsen).

Om City Media

City Media har 20 års erfarenhet av den danska marknaden för utomhusreklam och har skapat koncept och kampanjer för varumärken som Coca Cola, Carlsberg, Nissan, Disney m fl. Bolaget har en god lönsamhet med upparbetade kundrelationer till stora varumärken samt de större mediebyråerna i Danmark. City Media omsätter 40 MSEK.

För mer/ytterligare information kontakta

Andreas, Lind, vd, Visual Art

Tel. +46 73-924 20 10

Andreas.lind@visualart.com

Pia Petersen, managing director, City Media

Tel: +45 21 279 781

pp@citymedia.dk

Carolinne Sjöstedt, Communications Manager, Visual Art

Tel. +46 70-756 44 48

Carolinne.sjostedt@visualart.com

Visual Art formar framtidens digitala kommunikation. Vi stärker våra kunders affär genom digital strategi, digital signage, mobila lösningar, animation och digital utomhusreklam. Sedan starten 1997, har Visual Art utvecklats till att bli en av de mest kompetenta digitala fullservicebyråerna i världen. Vi blandar teknisk expertis med innovation och kreativa talanger för att ge en helhetstjänst inom digital kommunikation på alla nivåer. Våra kontor finns i Sverige, Danmark, Norge, Tyskland och USA och vi är över 100 medarbetare. Vi driver idag 20 000 skärmar i 15 länder och växer. www.visualart.com