

PRESSMEDDELANDE från MMXI Nordic

STOCKHOLM 2000-09-20

MEDIA METRIX OCH JUPITER COMMUNICATIONS GÅR SAMMAN OCH BILDAR JUPITER MEDIA METRIX

Samgåendet skapar en världsledare på marknadsinformation för den nya ekonomin. Företaget listas under den nya börsbeteckningen JMXI.

Media Metrix, Inc. (NASDAQ: MMXI) och Jupiter Communications, Inc. (NASDAQ: JPTR) tillkännagav i dag att de fullföljer sitt planerade samgående och bildar Jupiter Media Metrix, som därmed blir världsledande på marknadsinformation för den nya ekonomin. Affären kan fullföljas sedan den godkännts av Jupiter Communications och Media Metrix aktieägare. På torsdag den 21 september 2000 börjar Jupiter Media Metrix handlas under sin nya beteckning JMXI på NASDAQ-börsen.

"Jupiter Media Metrix får en position där de kan omdefiniera marknaden för Internet-relaterade informationstjänster", säger Jupiter Media Metrix styrelseordförande och koncernchef Tod Johnson. "Genom att kombinera innovativa och marknadsledande produkter, tjänster, forskningsmetoder och människor i världsklass skapar vi en plattform som tillåter oss att öka takten i utvecklingen av nya produkter och tjänster, nå nya kunder och marknader samt snabbt stärka vår ledande ställning globalt."

"Vi skapar ett företag som inte liknar något annat", säger Jupiter Media Metrix verkställande direktör Gene DeRose. "Var för sig har våra båda företags branschledande undersökningsdata, vederhäftiga analyser och ledande branschevenemang satt standarden för innehållsrikedom, innovationsförmåga och idémässigt ledarskap. Tillsammans kompletterar våra företag och värdefulla varumärken varandra i en oslagbar resursportfölj till stöd för kundernas affärskritiska och strategiska beslut."

Jupiter Media Metrix kommer att organiseras kring sina kärnverksamheter: undersökningar, analyser, informationstjänster och evenemang samt en international division inriktad på företagets snabba globala expansion. Fem affärsenheter – Media Metrix, AdRelevance, Jupiter Research, Jupiter Events och Jupiter Media Metrix International – har inrättats med ansvar för dessa kärnverksamheter.

Jupiter Media Metrix har över 1 900 företag i hela världen som kunder, inklusive ledande reklambyråer, mediaföretag, e-handelsföretag, annonsörer, teknikföretag, finansinstitut och konsultföretag.

Det nya företaget får över 750 anställda i hela världen med huvudkontor i New York och verksamhet i Nord- och Sydamerika, Asien, Stilla Havet, Europa (via Jupiter MMXI Europe) och Mellanöstern.

Jupiter Media Metrix styrelse består av nio ledamöter, inklusive Tod Johnson och Gene DeRose samt tidigare styrelsemedlemmar i Jupiter och Media Metrix.

Enligt fusionsavtalet får Jupiter Communications aktieägare 0,946 stamaktier i Jupiter Media Metrix i utbyte mot varje aktie i Jupiter som de äger den 20 september 2000, dagen för samgåendet. Jupiters och Media Metrix aktieägare kommer att få information relaterad till utbytet av deras aktiebrev.

Om Jupiter Media Metrix

Jupiter Media Metrix, bildat genom sammanslagning av Jupiter Communications och Media Metrix, är världsledande på marknadsinformation för den nya ekonomin. Företaget erbjuder innovativa och uttömmande Internet-relaterade undersökningar, analyser, informationstjänster och evenemang som ger kundföretagen unika, globala resurser och skapar insikt och möjligheter till bra och lönsamma affärer på Internet. Jupiter Media Metrix erbjuder en bred portfölj med marknadsledande produkter, tjänster, forskningsmetoder och humankapital. Jupiter Media Metrix varumärken inkluderar Media Metrix, AdRelevance, Jupiter Research och Jupiter Events. Företagets huvudkontor ligger i New York och det är verksamt i Nord- och Sydamerika, Asien, Stilla Havet, Europa (via Jupiter MMXI Europe) och Mellanöstern. Besök oss gärna på www.jmm.com för mer information.

Prognostiserande uppgifter

Detta pressmeddelande innehåller uppgifter av prognostiserande art som avser framtida händelser eller framtida ekonomiska resultat för Jupiter Media Metrix, Inc. Investerare uppmanas beakta att dessa uppgifter bara är prognoser och att faktiska händelser eller resultat kan avvika avsevärt från de prognostiserade. Vid bedömning av dessa uppgifter bör investerare särskilt beakta olika faktorer som kan få faktiska händelser eller resultat att avvika avsevärt från vad som antyds av de prognostiserade uppgifterna, inklusive de frågor som tas upp i Jupiter Media Metrix rapporter och dokument som med jämna mellanrum lämnas in till den amerikanska Securities and Exchange Commission.

För ytterligare information, kontakta:

Lars Björkman, VD MMXI Nordic, tel 08-507 430 10, mobil: 0708-20 69 59
e-mail: lars.bjorkman@mmxinordic.com

Arielle Dinard, Managing Director MMXI Europe, tel: +33 1 53 68 45 51,
mobil: +33 6 03 67 60 06
e-mail: adinard@mmxieurope.com

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på www.mmxinordic.com

Fakta om MMXI Nordic och MMXI Europe

MMXI Nordic (tidigare Sifo Interactive Media) var först i Sverige med att göra publikmätningar på Internet. Vi har levererat information till våra kunder om trafiken på enskilda sajter sedan november 1996, och om publiken på Internet sedan april 1998. Detta ger oss en unik möjlighet att leverera långtgående trender och analyser av utvecklingen över tid, både för trafiken och publiken på Internet. MMXI Nordic är en del av MMXI Europe, majoritetsägt dotterbolag till Media Metrix Inc.

MMXI Europe / Media Metrix Inc är det enda företag för publikmätningar på Internet som levererar tillförlitliga, globalt jämförbara data. MMXI Europe / Media Metrix är branschstandard för publikmätningar på Internet. MMXI Europe / Media Metrix mäter publiken på Internet i Australien, Danmark, Frankrike, Japan, Kanada, Storbritannien, Sverige, Tyskland och USA, och snart också för Italien och Spanien. Paneler i bl a Schweiz, Finland, Norge, Österrike, Holland, Ungern, Polen, Mexiko, Brasilien och Argentina planeras. Fakta från MMXI Europe / Media Metrix används av sajtägare, annonsörer, marknadsförare, mediaföretag, företag som bedriver e-handel, konsultföretag, finansföretag och investerare etc som behöver fatta strategiska beslut kring exempelvis annonsering, marknadsföring och investeringar.

MMXI Europe är majoritetsägt av Media Metrix Inc. Media Metrix Inc är pionjär och världsledande inom området publikmätningar på Internet. MMXI Europe och MediaMetrix Inc mäter tillsammans över 85% av världens Internetanvändare. Media Metrix Inc har mätt Internetanvändandet i USA sedan början av 1995, vilket innebär att man var först i världen med detta. Genom de metoder Media Metrix Inc utvecklat och den data man levererar är Media Metrix Inc / MMXI Europe branschstandard, och det självklara valet för noggranna och tillförlitliga mätningar på Internet. Media Metrix och Jupiter Communications har nyligen annonserat sitt samgående, och skapar därmed en unik position för globala mätningar och analyser på Internet. Det nya företaget – som kommer att heta Jupiter Media Metrix, blir först med att kombinera tillförlitliga data med marknadsanalyser, vilket kommer att omdefiniera begreppet undersökningar på Internet.

WEBBUNIVERSUM

MMXI Nordic genomför varje månad över 2 000 slumpmässiga telefonintervjuer för att ta reda på hur webbanvändandet ser ut i Sverige. Det stora antalet intervjuer, och kontinuiteten över tid (mätningen har genomförts sedan februari 1998) gör att våra siffror är mycket tillförlitliga och väl underbyggda. Antalet intervjuer medger också nedbrytning på ett stort antal undergrupper med bibehållen statistisk säkerhet.

RELEVANTKNOWLEDGE

RelevantKnowledge är en nationell publikmätning på webben (hushållspanel). Panelen består av 3 000 unika individer, som alla varit aktiva på nätet under den senaste månaden. Panelen är ett Webbuniversum i miniatyr. Dvs fördelningen på ålder, kön, region, plats för uppkoppling, webbanvändande etc är densamma i vår panel som för webbanvändandet i Sverige. Panelmedlemmarna använder en programvara som följer och noterar panelmedlemmarnas faktiska surfande. Med hjälp av denna metod kan svenska folkets surfvanor kartläggas. Fakta erhålls om antalet unika besökare, räckvidd och målgruppsbeskrivningar. Dessutom kan frekvensmått som genomsnittligt tillbringad tid samt antal dagar redovisas. Resultatet presenteras i en månatlig rapport, Webbrapporten. (En individ kan ha besökt en sajt en gång eller hundra gånger men räknas fortfarande som en unik besökare/individ på sajten under rapporteringsperioden).

NETCHECK

NETcheck är en tredjepartsrevision av trafiken på specifika webbplatser där fakta redovisas varje månad om en enskild sajts trafik. Vi använder oss av en sk "black-box-teknik", vilket innebär att en speciell revisionsdator placeras i anslutning till kundens webbserver. Kundservern och revisionsservern skapar båda varsin logg, dvs en ren listning av antalet besök. Dessa två loggfiler jämförs sedan och verifieras av en Webbrevisor. Bl a så räknas exempelvis sökrbotars/ agenters "besök" inte med i statistiken. Intern trafik, från webbplatsägaren själv, anställda etc räknas inte heller med i statistiken.

För mer information besök www.mmxinordic.com.