

Paris, 6. Juli 2009

Hi-media gibt die Übernahme von AdLINK Media, dem Geschäftsbereich Display-Vermarktung der AdLINK Group bekannt und wird somit europäischer Marktführer im Bereich Online-Werbevermarktung und Micropayment

0. **Gesamtreichweite von mehr als 120 Millionen Nutzern in Europa für das gemeinsame Werbenetzwerk von Hi-media und AdLINK Media¹[1]**
1. **Für insgesamt mehr als 280.000 Kunden werden mittels ca. 20.000 Websites Werbedienstleistungen erbracht; mehr als 260.000 Kunden werden über Hi-media's Micropayment-Services bedient.**
2. **Übernahmepreis: 29,4 Millionen Euro, finanziert durch Hi-media-Aktien und Barmittel**
3. **Positive Auswirkungen werden bereits in 2010 erwartet**

Paris, 6. Juli 2009 – Die Online-Medien-Gruppe Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR) gibt die Unterzeichnung eines Vereinbarungsprotokolls am 6. Juli 2009 bezüglich der Übernahme der AdLINK Media, dem Display-Werbenetzwerk der AdLINK Internet Media AG, bekannt. Hi-media wird dadurch zum führenden Unternehmen Europas für die Monetarisierung von Internet-Nutzern.

Cyril Zimmermann, Gründer und CEO des Hi-media Konzerns, erklärt: „Mit der Übernahme von AdLINK Media wird Hi-media zu einem der größten Unternehmen auf dem europäischen Markt für Online-Werbenetzwerke. Seit einigen Jahren entwickeln wir ein einzigartiges Modell, wobei wir starke Synergien zwischen unserem Werbenetzwerk und unserer Micropayment-Plattform Allopass schaffen, deren Geschäftsentwicklung in Europa dank der Akquisition zunehmen wird. Diese konsolidierte Position erzeugt neue Synergien und wird für alle Websites des Werbenetzwerks von Vorteil sein, sowohl für die, die wir selbst betreiben, als auch für die unserer Partner im Vermarktungsportfolio. Aus diesem Anlass heißen wir zusammen mit IDI und BV Capital einen neuen großen Aktionär willkommen, die AdLINK Internet Media AG mit ca. 11% unseres Kapitals, deren Kompetenzen ein weiterer Gewinn bei der Verfolgung unserer Strategie und bei der

¹[1] Quelle: Comscore, Mai 2009 (Anzahl der verschiedenen Nutzer pro Monat)

Erreichung unserer Wachstums- und Rentabilitätsziele für die kommenden Jahre sein werden.“

Stephane Cordier, CEO der AdLINK Internet Media AG, erklärt: „Durch die Überführung von AdLINK Media, unserem Geschäftsbereich für Display-Marketing, in das Geschäftsmodell von Hi-media, und dadurch, dass wir ein Großaktionär der Hi-media Group werden, tragen wir zur Konsolidierung des Marktes bei. Zusätzlich werden wir von den bedeutenden Synergien profitieren, die sowohl aus den Größenvorteilen als auch durch Cross-Selling entstehen.“

1 – Konsolidierung des Online-Werbemarkts und Entstehung eines europäischen Marktführers

AdLINK Media ist der Spezialist für Display-Marketing innerhalb der AdLINK Group²[2]. Mit mehr als 4.000 internationalen, reichweitenstarken Premium-Websites gehört AdLINK Media zu den führenden Unternehmen für Display-Vermarktung in ganz Europa, und erreicht über 94 Millionen einzelne Nutzer pro Monat³. AdLINK Media hat Niederlassungen in mehreren Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Spanien und Italien).

AdLINK Media (Display-Marketing): Wichtigste Zahlen (Stand: 31. März 2009)

(ungeprüfte Zahlen)

Umsatz (in Millionen €)	14,2
Mitarbeiter	192
Unique User pro Monat (in Millionen)	94,6
Seitenaufrufe pro Monat (in Milliarden)	10,6

Quelle: Quartalsbericht der AdLINK Group für das erste Quartal 2009, veröffentlicht am 17. April 2009

Angesichts der Wirtschaftskrise, die auf dem europäischen Markt für Internet-Werbung lastet, konzentrieren sich Werbekunden und Agenturen bei ihren Investitionen zunehmend auf die leistungsstärksten, umfassendsten und innovativsten Medien- und Werbenetzwerke. Als führendes europäisches Internet-Werbenetzwerk mit über 120 Millionen verschiedenen Nutzern aus 9 Ländern³[3] wird Hi-media in einer Position sein, um:

²[2] Die AdLINK AG gab 2008 einen Umsatz in Höhe von ca. 223 Millionen Euro und ein EBIT von 14 Millionen Euro bekannt (Quelle: AdLINK AG Pressemitteilung vom 24. März 2009)

³[3] Quelle: Comscore, Mai 2009

- . eine umfassende Abdeckung der Internetnutzer in Europa zu bieten
- . den Geschäftsumfang in Deutschland zu verdoppeln
- . Aktivitäten in den Niederlanden, Italien und Großbritannien aufzunehmen
- . thematische Vermarktungsumfelder in den Bereichen Unterhaltung, Frauen, Autos und B2B zu stärken

Diese Kombination wird einen starken Mehrwert schaffen und sollte durch den Zusammenschluss beider Unternehmen und dank der Größenvorteile Kostensynergien von rund 5 Millionen Euro erzeugen. Darüberhinaus sollte in einem Markt, in dem Stärke und Segmentierung entscheidende differenzierende Wettbewerbsvorteile darstellen, das neu entstandene Unternehmen von (a) einem Größenbonus und (b) dynamischen wirtschaftlichen Prozessen auf lokaler und europäischer Ebene profitieren.

Aufgrund des derzeitigen Konjunkturrückgangs im Online Werbemarkt ist der durch die Entstehung eines marktführenden Unternehmens geschaffene Wert sogar noch größer, so dass angesichts fundamentaler Stabilität des Mediums die Online-Werbung in den folgenden Jahren von hohen Wachstumsraten profitieren sollte:

- . das Internet ist in der Lage, Nutzer auf breiter Ebene zu verbinden
- . die Verweildauer pro Nutzer im Internet erhöht sich weiterhin deutlich
- . der Anteil vom Gesamtwerbudget, der für Onlinewerbung eingesetzt wird, ist in Relation zur Internet-Mediennutzung nach wie vor gering

2 – Starke Synergien für Publishing- und Micropayment-Aktivitäten

Abgesehen von den spezifischen Größenvorteilen bei den Vermarktungs-Aktivitäten wird sich diese Akquisition auch mit bedeutenden Synergien auf die weiteren Aktivitäten von Hi-media übertragen.

In Spanien und Belgien, wo der Unternehmensbereich Publishing (Betrieb und Entwicklung eigener Websites) der Hi-media Group insbesondere dank der hohen Reichweite von Fotolog seinen Schwerpunkt hat, wird die konsolidierte Position des Vermarktungsnetzwerks eine bessere Monetarisierung des gesamten Vermarktungsportfolios inklusive aller von Hi-media betriebenen Websites ermöglichen.

Die Übernahme von AdLINK Media sollte auch die Geschäftsentwicklung von Allopass insbesondere in Deutschland und Großbritannien beflügeln. Seit Jahren entwickelt Hi-media ein einzigartiges Modell, das starke Synergien zwischen den Werbenetzwerken und seiner Micropayment-Plattform Allopass schafft. Der Kundenstamm für diese beiden Aktivitäten bildet zunehmend positive Schnittmengen: Die Herausgeber von Inhalten und Anbieter von Dienstleistungen, die sich ursprünglich ausschließlich durch Werbung finanzierten, entwickeln kostenpflichtige Angebote und benötigen daher Micropayment-Lösungen. Bestehende Allopass-Kunden wiederum möchten ihre kostenpflichtigen Services mittels effizienter Marketingstrategien im Hi-media Netzwerk bewerben, um die

Anzahl ihrer Transaktionen zu steigern. Zur Umsetzung dieser Cross-Selling Möglichkeiten sind umfangreiche Kenntnisse des Werbemarkts, Know-how in Bezug auf den Betrieb und die Entwicklung von Websites sowie die Erfahrung der lokalen Teams ein wertvolles Kapital. In diesem Zusammenhang zielt die kürzlich erfolgte Einführung einer neuen Version der Plattform Allopass.com darauf ab, die notwendigen Funktionen bereitzustellen, um die Internationalisierung der Aktivitäten von Allopass zu beschleunigen - eine der wichtigen strategischen Richtungen der Gruppe.

3 – Rahmenbedingungen der Übernahme

AdLINK Media wird mit 29,4 Millionen Euro bewertet und ohne Barmittel und ohne Schulden an Hi-media übertragen.

Gemäß den Bedingungen des Vereinbarungsprotokolls beträgt der Preis für diese Übernahme:

- . 3.940.000 neu geschaffene Aktien als Preis für einen Teil der Aktien von AdLINK Media
- . 795.000 vorhandene Aktien, die zur Zeit von der Hi-media Group gehalten werden, für die verbleibenden Aktien von AdLINK Media
- . Eine aufgeschobene Zahlung in Form eines Vendor Loan in Höhe von 12,2 Millionen Euro.

Der Vendor Loan endet am 30. Juni 2011 und hat einen Zinssatz in Höhe von 3,7% für die ersten 12 Monate der Laufzeit und einen Zinssatz in Höhe von 5% für die Folgelaufzeit. Die Rückzahlung des Vendor Loan erfolgt am Ende der Laufzeit. Für die Aktien, die die AdLINK AG nach der Übernahme hält, gilt eine Lock-Up-Frist von einem Jahr.^{4[4]}

Der Geschäftsvorgang wird einen starken Mehrwert schaffen. In den letzten Jahren hat AdLINK Media EBITDA-Margen von 0,5% bis 3,6% erzielt^{5[5]}, aber es besteht ein Potential für eine bedeutende Verbesserung der Margen des zusammengeschlossenen Unternehmens. Unter Berücksichtigung der Kostensynergien von rund 5 Millionen Euro für das Gesamtjahr sollte die Transaktion bereits 2010 besonders ertragreich sein.

Nach erfolgter Übernahme wird Hi-media dank der erwarteten Pro-Forma-Finanzplanschreibung der Gruppe seine Flexibilität für andere finanzielle Schachzüge beibehalten. In jedem Fall ist es das Ziel von Hi-media, ein Nettoverschuldungs-/EBITDA-Verhältnis von weniger als 2,5x einzuhalten. Die Gruppe hat außerdem eine Verpflichtungserklärung von der AdLINK Internet Media erhalten, im Verhältnis zu ihren Anteilen jede Kapitalerhöhung zu zeichnen, zu der sich Hi-media entscheiden könnte. Falls eine solche Kapitalerhöhung zu einem Zeitpunkt vorgenommen wird, bei dem der

^{4[4]} Diese Lock-Up-Frist endet, falls ein öffentliches Angebot einer dritten Partei für Hi-media vorliegt, oder falls Hi-media sein Kapital drastisch verändert oder mit einem anderen Unternehmen fusioniert. Außerdem ist AdLINK während der nächsten beiden Jahre nicht berechtigt, seinen Anteilbesitz über die Grenze von 21% hinaus zu erhöhen.

^{5[5]} Quelle: Pro-Forma-Daten aus internen Berichtssammlungen der AdLINK-Group (ungeprüft)

Aktienpreis unter €3,63 liegt, verpflichtet sich AdLINK Internet Media, einen Betrag von 12,2 Millionen Euro zu einem Aktienpreis von €3,63 pro Aktie zu zeichnen. Die Erfüllung dieser Verpflichtung, die maximal 22 Monate dauert, ist optional und liegt allein im Ermessen von Hi-media.

Zum Ende dieser Transaktion wird AdLINK Internet Media AG mit 10,7% des Kapitals ein Großaktionär der Hi-media Group werden, zusammen mit IDI und BV Capital, und wird sich in ihren unternehmerischen Aktivitäten auf die Vermarktung von Domain-Namen (SEDO) und Affiliate Marketing (Affilinet) konzentrieren.

Das deutsche Unternehmen hat außerdem den Wunsch geäußert, ein Aufsichtsratsmandat zu erhalten. Daher wird bei der nächsten Hauptversammlung mit einstimmiger Unterstützung des Managements und Aufsichtsrats von Hi-media vorgeschlagen werden, Norbert Lang, den stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats der AdLINK Internet Media und Finanzchef von United Internet zum Mitglied des Aufsichtsrats zu ernennen.

Cyril Zimmermann fügte hinzu: „Ich freue mich über die Vorteile, die aus der Unterstützung durch die AdLINK Internet Media AG (einem Mitglied der United Internet Group) als neuem Aktionär und Aufsichtsrat entstehen. Dieses führende Unternehmen in der Internetlandschaft kann unsere Entwicklung auf diesem wichtigen europäischen Markt weiter vorantreiben.“

Zum Zwecke der Übernahme wurden vom Präsidenten des Handelsgerichts in Paris zwei unabhängige Sachverständige ernannt, Thierry Bellot und Serge Anouchian, die für die derzeitigen Aktionäre von Hi-media die Fairness der contribution valuation und des genannten Umtauschverhältnisses beurteilen. Das Ergebnis ihres Berichts wird nach Abschluss des Geschäftsvorgangs bekanntgegeben.

Die Übernahme sollte bis Ende August 2009 rechtswirksam abgeschlossen sein und ist unter der Voraussetzung rechtskräftig, dass die Reorganisation vollzogen ist (d.h. Zusammenführung aller Mediaeinheiten unter einem Dach).

Diese Pressemitteilung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Hi-Media-Aktien dar. Wenn Sie weitere Informationen über Hi-Media erhalten möchten, besuchen Sie bitte unsere Website www.hi-media.com. Diese Pressemitteilung kann einige zukunftsgerichtete Aussagen enthalten. Obwohl Hi-Media der Ansicht ist, dass diese Aussagen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Mitteilung auf begründeten Annahmen basieren, unterliegen sie ihrer Natur nach Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen könnten, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von denen unterscheiden, die in diesen Aussagen angegeben oder vorausgesagt werden. Hi-Media agiert in einer sich ständig verändernden Umgebung, und es treten laufend neue Risiken auf. Hi-Media übernimmt keine Verpflichtung und lehnt ausdrücklich jede Verpflichtung ab, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder zu revidieren, sei es, um neue Informationen oder zukünftige Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, oder zu anderen Zwecken.

Über die Hi-media-Gruppe:

Hi-media, die Online-Medien-Gruppe, ist mit monatlich über 50 Millionen Unique User auf ihren konzerneigenen Websites einer der führenden Internet-Publisher der Welt. Hi-media ist außerdem ein führendes europäisches Unternehmen für Online-Werbung und

elektronischen Zahlungsverkehr. Das Geschäftsmodell beruht daher auf zwei unterschiedliche Einnahmequellen: Online-Werbung über das Vermarktungsnetzwerk, Hi-media Network, und die Monetarisierung von Online-Inhalten über ihre Micropayment-Plattform Allopass. Die Gruppe, die in 6 europäischen Ländern, China, den USA und Brasilien tätig ist, beschäftigt über 370 Mitarbeiter und verbuchte 2008 Umsätze in Höhe von 135 Millionen Euro. Das Unternehmen ist seit seiner Gründung im Jahr 1996 unabhängig und seit dem Jahr 2000 an der Euronext Eurolist Paris (Eurolist C) börsennotiert. Desweiteren ist es in den Indizes SBF 250, CAC IT und CAC Small 90 enthalten. ISIN-Code: FR0000075988. Hi-media ist für FCPI qualifiziert, da es das OSEO-Prädikat „innovatives Unternehmen“ erhalten hat.

Website: www.hi-media.com

Finanzkommunikation

Umsätze zweites Quartal 2009: am 21. Juli 2009, nach Marktschluss

Ergebnis im ersten Halbjahr 2009: am 31. August 2009, vor Marktöffnung.

Investorenkontakt:

Cyril Zimmermann

President und CEO

David Bernard

Chief Operating Officer

Tel.: (33) 1 73 03 89 00,

Fax: (33) 1 73 03 89 54

E-Mail: infofin@hi-media.com

Medienkontakt

Sebastian Boppert

Hopscotch Europe in One

0049-511-260 98 22 41

sboppert@hopscotch.eu
