



Pressmeddelande

Stockholm den 4 maj 2000

Mind AB till börsen

Styrelsen för Mind AB ("Mind") har ansökt om notering av bolagets aktier på O-listan vid OM Stockholmsbörsen i samband med att ett erbjudande riktats till allmänheten och institutioner om att förvärva aktier i bolaget. OM Stockholmsbörsens bolagskommitté har den 3 maj 2000 beslutat uppta Mind till notering på O-listan under förutsättning att spridningskravet för bolagets aktier uppfylls.

Erbjudandet kommer att beskrivas närmare i prospekt som offentliggörs omkring den 12 maj 2000. Anmälningstiden för allmänheten i Sverige beräknas löpa under perioden 17-29 maj 2000. Anbudsperioden för institutionella investerare beräknas löpa under perioden 17-30 maj 2000.

Försäljningspriset kommer att fastställas genom en form av anbudsförfarande bland institutionella investerare. Ett preliminärt intervall för försäljningspriset beräknas komma att offentliggöras den 12 maj 2000 och det slutliga försäljningspriset omkring den 31 maj 2000.

Alfred Berg Fondkommission AB är ledande emissionsinstitut för erbjudandet. EPO.com deltar i försäljningen till allmänheten.

Indikativ tidsplan

12 maj	Prospekt offentligt
17-29 maj	Anmälningssperiod allmänheten
17-30 maj	Anbudsperiod institutioner
31 maj	Slutligt försäljningspris offentliggörs
9 juni	Likviddag
13 juni	Beräknad första dag för notering på O-listan vid OM Stockholmsbörsen

För ytterligare information

Mind AB

Stefan Wigren, styrelsens ordförande, telefon 08-406 63 00
Jörgen Larsson, verkställande direktör, telefon 08-406 63 00
Maria Andark, investor relations, telefon 08-406 63 00

Alfred Berg Fondkommission AB

Peter de Jonge, telefon 08-723 58 00

Får ej publiceras i USA, Kanada, Australien eller Japan.

Mind AB

Mind är ett internetkonsultföretag som specialiserar sig på att utveckla och bygga portaler samt erbjuda tjänster kopplade till dessa. Mind bedriver för närvarande verksamhet i Sverige, Norge och Frankrike.

Affärsidé och mål

Mind strävar efter att vara en av de aktörer som når den lönsamma positionen som en fjärde generationens internetkonsult.

Minds affärsidé är att göra sina kunder marknadsledande i nätverksamhället genom tjänster baserade på affärskreativitet, ett upplevelsebaserat perspektiv och genomförandekraft. Mind prioriterar idag tillväxt och har som mål att bli ett av de ledande europeiska internetkonsultföretagen med en global ansats. Minds mål är också att ha en tillväxt överstigande 100 procent per år under de närmaste åren. När Minds marknad mognar är det styrelsens mål att bolaget skall uppnå en rörelsemarginal före goodwillavskrivningar om cirka 20 procent.

Tillväxtkraft

Mind har under 1999 och 2000 haft en betydande tillväxt, både organiskt och genom ett flertal förvärv. Under 1999 växte Mind från 60 personer vid ingången av året till 178 personer vid utgången, varav 17 tillkom genom förvärv. Per den 31 mars 2000 hade Mind 376 anställda, vilket motsvarar en ökning med 198 personer under 2000, varav 106 personer tillkom genom förvärv. Vid samma datum uppgick det totala antalet kontrakterade medarbetare till 437. Den organiska omsättningstillväxten i Mind uppgick 1999 till 135 procent.

Mind prioriterar en fortsatt stark tillväxt, såväl organisk som genom förvärv. Bolagets struktur och organisation är i sin helhet utformad för att främja tillväxt och möjliggör att affärskoncept, kompetens och erfarenheter kan överföras inom koncernen.

Portalkoncept

Mind fokuserar på ett kunderbjudande: att med hög förädlingsgrad utveckla och bygga portaler samt erbjuda tjänster kopplade till dessa. Strategisk rådgivning, förändringsledning, traffic management och support är exempel på kompletterande tjänster. Minds portalerbjudande har resulterat i många uppdrag och bygger på en samverkan mellan Minds fyra kompetensområden: Process, Människa, Design & Kommunikation samt Teknik. Denna samverkan skapar kreativa lösningar och den genomförandekraft som krävs för att realisera kundernas potential i nätverkssamhället.

Fokuseringen på portaler har givit Mind möjligheten att utveckla en strukturerad arbetsmetodik och att skapa återanvändbara komponenter för att generera ett högre förädlings- och kundvärde i varje uppdrag. Mind investerar också i plattformar och processer, som syftar till att skapa en teknikbas som kan appliceras på flera unika kundlösningar.

Mind tillämpar olika former av prissättning och betalning, beroende på uppdrag och på kundens preferenser. Löpande räkning är för närvarande den vanligaste avtalsformen såväl för branschen som för Mind, delägarskap och målrelaterad prissättning är alternativ som Mind avser att tillämpa i allt högre utsträckning.

Kunder

Minds mål är att inneha relationer med kunder som har ambitionen att bli marknadsledande på sina respektive marknader, internationellt såväl som lokalt. För att stärka kundrelationerna och för att säkerställa kvalitet och konkurrenskraft i leveranserna, fokuserar Mind på segmenten TIME (telekom, IT, media och underhållning), finans och försäkring, turism och transport samt nätverkspionjärer, dvs internetverksamheter baserade på nya affärsmodeller. Av denna strategi följer en bred och djup förståelse för de verksamheter som Minds kunder bedriver.

Bland Minds kunder finns stora etablerade företag som MeritaNordbanken, Kreditkassen, Telia, Ericsson, Nokia, European Leisure Group och SälenStjärnan, men också flera nystartade företag, framförallt inom segmentet nätverkspionjärer såsom Wideyes, Dressmart, Voice Magazine och Oppido.

Nyckeltal	Proforma 1998	Proforma 1999
Omsättning, Mkr	95,1	184,6
Antal årsanställda, genomsnitt	97	198
Antal anställda vid periodens utgång	136	279

Mind AB

Styrelsen