



Pressmeddelande

Stockholm, 6 oktober 2000

Mind har utvecklat och byggt Expedition: Robinsons webbplats

Mind har utvecklat och byggt portalen för säsongens omgång av TV-succén Expedition: Robinson. Mind gör uppdraget tillsammans med Webbtv och webbplatsen kommer att innehålla en rad nya funktioner jämfört med tidigare år. Tittarna kan efter varje avsnitt ta del av intervjuer och material som aldrig visas i TV-versionen. Portalen lanseras imorgon lördag i samband med att Robinson börjar för säsongen.

TV-succén Expedition: Robinson går nu in på sin fjärde säsong. Sedan premiären 1997 har antalet tittare ständigt ökat. De publika framgångarna har sporrat Sveriges Television att i år försöka erbjuda tittarna ännu mer än ett TV-program. Mind har utvecklat och byggt Expedition: Robinsons webbplats. Webbtv har filmat på plats och producerat allt det rörliga materialet på webbplatsen som tittarna kan se direkt efter programmets slut.

– Expedition: Robinsons webbplats skall vara mer än bara en faktasida för programmets tittare. Den skall kunna erbjuda intervjuer och andra interaktiva tjänster och ska vara den naturliga fortsättningen på det senaste avsnittet. Tanken är att serien ska pågå med ett TV-avsnitt i veckan och dygnet runt på Internet, säger Anna-Karin Knutsson, projektledare på Mind.

Förutom möjligheten att ta del av material som inte visats tidigare, kommer besökarna på den nya webbplatsen också att kunna chatta och ställa frågor om deltagarna.

– Att arbeta med SVT och deras portal för ett av Sveriges mest populära och uppmärksammade TV-program är naturligtvis en fantastisk utmaning. Vi har haft ett mycket bra samarbete med Webbtv som har producerat det rörliga materialet. Det är naturligtvis också roligt att vår satsning på TIME-segmentet ger resultat och visar sig ligga helt rätt i tiden, säger Jörgen Larsson, VD för Mind.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Jörgen Larsson, VD, Mind, tel. 0733-61 10 10

Pernilla Åström, SVT, tel. 08- 784 00 00

Besök gärna www.mind.com

Mind är en tredje generationens Internetkonsult som specialiserar sig på portaler i syfte att utveckla och förstärka sina kunders affärsverksamhet. Mind har idag cirka 500 anställda och är främst verksam inom segmenten TIME (telekom, IT, media och underhållning), finans och försäkring, turism och transport samt nätverkspionjärer (Internetverksamheter baserade på nya affärsmodeller). Några av Minds kunder är Ericsson, Göteborgs-Posten, Kreditkassen, MeritaNordbanken, Nokia, OM, Scandinavian Leisure Group, Telia och Unibank. Bolaget finns representerat i Sverige, Norge och Frankrike och är noterat på OM Stockholmsbörsens O-lista.