

PRESSEINFORMATION

Media-Saturn startet zweite Runde des Tech-Accelerators SPACELAB

- **SPACELAB sucht nun vor allem auch Start-up-Unternehmen aus den Bereichen FinTech, Internet-of-Things, Connected Home, AdTech und Mobile Commerce.**
- **Die Bewerbungsphase läuft bis Ende Mai.**
- **Start-ups können sich im Rahmen der „Media-Saturn & METRO Accelerator Roadshow powered by Pirate Summit“ in fünf Städten präsentieren.**
- **Das 20-wöchige Mentoringprogramm beginnt ab Juni.**

München, 04.05.2016 – Das SPACELAB von Media-Saturn geht in die nächste Runde: Im Rahmen des 2015 gegründeten Tech-Accelerators investiert Europas größter Consumer Electronics Retailer wieder in Start-up-Unternehmen entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette. Für die zweite Runde (Batch) des Programms wendet sich Media-Saturn nun auch an Unternehmer aus den Bereichen FinTech, Internet-of-Things, Connected Home, AdTech und Mobile Commerce.

„Die erste Runde unseres SPACELAB war ein voller Erfolg“, resümiert Martin Sinner, der als CEO der Electronics Online Group von Media-Saturn auch das SPACELAB verantwortet. „Vier Start-up-Unternehmen durchliefen bei uns in den vergangenen Monaten ein umfangreiches Mentoringprogramm und konnten gemeinsam mit Media-Saturn vielversprechende Pilotprojekte realisieren. Da alle vier Finalisten im Servicebereich angesiedelt waren, möchten wir für den kommenden Batch den Fokus mehr auf Themen wie Internet of Things, FinTech, Connected Home oder Mobile Commerce legen.“ Dementsprechend wurde auch das Spektrum an Partnern und Mentoren ausgeweitet. Hierzu zählen unter anderem

Daniel Skoda, Managing Partner des Programmatic Advertising Dienstleisters adlicious, und Dr. Martin Körner, Founder & CEO der Zertisa GmbH. Zu den neuen Partnerunternehmen des SPACELAB zählt unter anderem PayPal.

Bis Ende Mai können sich Start-ups online unter www.ms-spacelab.com bewerben. Darüber hinaus startet Ende Mai die „Media-Saturn & METRO Accelerator Roadshow powered by Pirate Summit“ durch fünf Städte, bei der sich interessierte Unternehmer direkt vor Ort in jeweils fünfminütigen Präsentationen vorstellen können (Termininformation folgt). Die Roadshow, bei der auch Keynotes auf dem Programm stehen werden, macht in Hamburg, Berlin, Wien, Köln und München Station. Damit ihre Bewerbung Erfolg hat, müssen die Start-ups mehr als nur eine gute Idee bieten: Voraussetzung für die Teilnahme am SPACELAB-Accelerator sind vielmehr ein vorzeigbares Produkt oder Geschäftsmodell (Minimum Viable Product), ein vollständiges Gründerteam und Relevanz für den Consumer-Electronics-Retail-Markt.

Nach Abschluss der Bewerbungsphase werden ab Anfang Juni rund 20 ausgewählte Bewerber bei den „Pre-Accelerator-Days“ in München in Workshops mit rund 100 Mentoren und Vertretern von Media-Saturn und von Partnerunternehmen genauer unter die Lupe genommen. Auf dieser Basis entscheiden das SPACELAB sowie die Partner und Mentoren gemeinsam mit den beteiligten Start-ups, welche Unternehmen letztlich in das Accelerator-Programm aufgenommen werden. Media-Saturn investiert finanziell in die ausgewählten Start-ups. Zudem ziehen sie ab Juni für einen Zeitraum von 20 Wochen in die Räume des SPACELAB in München ein. Dort werden sie in Workshops unter anderem in den Bereichen Marktforschung, Markenentwicklung und PR trainiert und können darüber hinaus mit Media-Saturn gemeinsame Pilotprojekte entwickeln sowie über langfristige Partnerschaften verhandeln. Das Programm schließt mit einem für Ende September geplanten Demo Day ab, an dem sich die teilnehmenden Unternehmen Investoren der Start-up-Szene präsentieren können.

Weitere Informationen zum SPACELAB, den Partnerunternehmen und Mentoren finden Sie auch unter www.ms-spacelab.com.

Über Media-Saturn

Media-Saturn ist Europas führendes digitales Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Die Unternehmensgruppe versteht sich als Partner, täglicher Begleiter und Navigator in der faszinierenden, aber immer komplexeren digitalen Welt. Media-Saturn geht mit seinem Portfolio an Formaten und Marken flexibel auf die Ansprüche unterschiedlicher Kundengruppen und Länder ein: Zum Unternehmen zählen die Marken Media Markt und Saturn, die ihre rund 1.000 stationären Märkte umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen. Zudem betreibt die Unternehmensgruppe reine Online-Anbieter wie redcoon und iBood sowie die digitale Entertainmentplattform JUKE. Die eigenen Marken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. Media-Saturn erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014/15 mit rund 65.000 Mitarbeitern in 15 Ländern einen Nettoumsatz von rund 22 Milliarden Euro und gehört mehrheitlich zur METRO AG. Weitere Informationen finden Sie unter www.media-saturn.com.

KONTAKT:

Media-Saturn Unternehmenskommunikation

Christian Bölling

Wankelstraße 5, D-85046 Ingolstadt

Tel: +49 (841) 634-1111

Fax: +49 (841) 634-2478

presse@media-saturn.com