

PRESSEINFORMATION

DIE ZWEITE RUNDE STEHT: 11 STARTUPS ZIEHEN IN DEN RETAILTECH HUB EIN

Immobilienentwickler Aachener Grundvermögen wird neuer Partner

München, 14.03.2018: Nachdem vergangene Woche mit dem kassenlosen „Saturn Express“ eines der ersten Pilotprojekte der ersten Runde des Retailtech Hubs live ging, startet ab dem 19. März die zweite Runde der Innovationsplattform, die gemeinsam mit dem Plug and Play Tech Center umgesetzt wird. Elf Unternehmen werden daran teilnehmen. Die Geschäftsmodelle der unter Hunderten von Bewerbern ausgewählten Gründer reichen von intelligenten Überwachungssystemen, die auf drohende Diebstähle bereits vor der Tat hinweisen, über Smart-Home-Lösungen bis hin zu cloudbasierten Logistiklösungen für „die letzte Meile“. Als Partner konnte MediaMarktSaturn neben der Schwarz Gruppe mit Lidl und Kaufland auch die Aachener Grundvermögen gewinnen.



„Der Retailtech Hub hat unheimlich schnell an Fahrt aufgenommen“, kommentiert Thorsten Marquardt, Managing Director des Retailtech Hubs. „Mit den Pilotprojekten und den neuen Startups werden wir uns fest als Innovationstreiber für den Handel insgesamt etablieren. Dabei freut es uns, dass wir nach der Schwarz Gruppe mit der Aachener Grundvermögen einen Partner aus dem Immobilienbereich gewinnen konnten.“ Aachener Grundvermögen ist als Eigentümer von

MediaMarktSaturn

Einzelhandelsflächen in deutschen und europäischen Fußgängerzonen rege an einer digitalisierten und kundenorientierten Gestaltung der urbanen Stadt interessiert. „Die Digitalisierung des stationären Einzelhandels ist in vollem Gang. Bald werden stationärer und Online-Handel ununterscheidbar zusammengewachsen sein. Als großer Eigentümer von Einzelhandelsimmobilien wollen wir vorne mit dabei sein“, so Dr. Frank Wenzel, Geschäftsführer des in Köln ansässigen Unternehmens.

Folgende Startups werden Teil des Retailtech Hubs:

2txt (www.2txt.de) automatisiert die Erstellung beratender und verkaufsfördernder E-Commerce-Texte. Die Software formuliert automatisiert und in höchster sprachlicher Qualität. Das Berliner Startup kombiniert dabei Methoden aus Linguistik, Informatik und künstlicher Intelligenz. Mit speziell entwickelten Algorithmen kann das System Bedeutung und Zusammenhänge aus Artikelstammdaten ableiten und diese Wort für Wort in hochwertige Produktbeschreibungen umsetzen. Die semantischen Modelle und Grammatiken sind wesentlich flexibler als herkömmliche Template-Lösungen und können damit deutlich skalierbarer und vielfältiger Texte generieren als vergleichbare Ansätze.

AiFi (www.aifi.io) bietet eine skalierbare und auf künstlicher Intelligenz basierende Lösung für einen Check-out ohne Kassen. Über eine spezielle Software und ein Kameranetz, bestehend aus ultrakompakten Handykameras, werden – sofern der Kunde dies wünscht – Einkäufe nachvollzogen. Sobald ein Produkt aus dem Regal genommen wird, wird dies im virtuellen Einkaufskorb des Kunden vermerkt und beim Verlassen des Geschäftes abgebucht.

Checkout Technologies (www.checkoutfree.it) arbeitet ebenfalls an einer Lösung für den kassenlosen Handel. Computer mit künstlicher Intelligenz erkennen über Kameras jeden Kunden, der dies wünscht, sowie automatisch anhand der Verpackung das gewählte Produkt. Der Gang zur Kasse entfällt somit, da das System bereits weiß, welcher Kunde welches Produkt aus dem Regal genommen hat. Die Bezahlung erfolgt automatisiert über Kundenkonten.

Commerce.AI (www.commerce.ai) analysiert Kundenbewertungen im Internet und unterstützt den Einkauf bei der Wahl des richtigen Produktes. Die Software basiert auf Deep Learning und ist somit sprachenunabhängig. Sie wertet neben Text- auch Audio- und Videorezensionen auf der Suche nach den beliebtesten Produkten aus. Der Handel kann so sein Produktportfolio fortgesetzt und verlässlich nachfrageorientiert optimieren.

free machines (www.free-machines.com) bietet eine auf künstlicher Intelligenz basierende Lösung für Mobile E-Commerce. Das System passt sich dem Nutzer individuell an und bringt den Kunden durch intelligente Algorithmen zwei- bis viermal schneller zum gewünschten Produkt. Die Lösung ist webbasiert und funktioniert auf sämtlichen mobilen Endgeräten ohne zusätzliche Installation. Die modulare Plattform lässt sich individuell auf die Bedürfnisse des Händlers anpassen. Der Kunde kann über eine Plattform auf sämtliche Händler seines Vertrauens zugreifen.

Heptasense (www.heptasense.com) ist eine auf künstlicher Intelligenz basierende Software zur Auswertung von Überwachungskameras. Die Software erkennt bereits vor dem Diebstahl verdächtige Verhaltensmuster und warnt das Sicherheitspersonal. Darüber hinaus kann die Software als Marketinginstrument benutzt werden, um das Verhalten der eigenen Kunden zu analysieren und besser vorherzusehen. Dabei setzt Heptasense auf die bestehende Infrastruktur mit Sicherheitskameras und benötigt, außer einem Rechner mit der Software, keine zusätzliche Hardware.

MediaMarktSaturn

LightnTec (www.lightntec.com) stellt ultradünne LED-Folien für In- und Outdoor-Werbeflächen her. Jede einzelne LED auf der Kunststoff-Folie lässt sich individuell ansteuern, womit auch Bewegtbild auf großen Flächen dargestellt werden kann. Die Folien sind rund 90 Prozent leichter als herkömmliche LED-Bildschirme und lassen sich mit einer Schere oder einem Messer beliebig zurechtschneiden und individuell anpassen, ohne dass sie ihre Funktion verlieren. Die entwickelte Licht- und Bildschirmfolie erreicht Leuchtdichten von bis zu 5.000 Candela pro Quadratmeter.

SMARTMILE (www.de.smartmile.rocks) optimiert durch Cloud-Computing und eigenen Paketstationen die letzte Meile zum Kunden in der Logistikkette. SMARTMILE-Paketstationen stehen allen Lieferdiensten und lokalen Händlern mit Click & Collect offen und ermöglichen sogar den Versand von frankierten Paketen oder Retouren. Der Wocheneinkauf kommt per Kurier vom Supermarkt um die Ecke und die letzten Onlinebestellungen mit unterschiedlichen Lieferdiensten? Alles kein Problem: Der Kunde wird per App über die Anlieferung und das dazugehörige Abholfach informiert und holt die Waren einfach an der Paketbox ab, wann immer er möchte. Dabei kann er auch noch selbst frankierte Pakete oder Retouren aufgeben.

ThingOS (www.thingos.io) vernetzt über eine zentrale Schnittstelle sämtliche IoT-Geräte und IoT-Standards. Egal ob Smart Home oder Industrie 4.0: ThingOS übersetzt Befehle in alle gängigen IoT-Standards und ermöglicht so eine nahtlose Kommunikation auch zwischen Geräten, die ursprünglich nicht für eine gemeinsame Kommunikation ausgelegt waren. Der Handel kann so sämtliche netzwerkfähigen Geräte, wie Kassensysteme, elektronische Preisschilder, Anzeigetafeln oder Roboter, zentral steuern und untereinander kommunizieren lassen.

Vayyar (www.vayyar.com) startete 2011 mit der Entwicklung einer effektiveren und kostengünstigeren Methode zur Untersuchung von Brustkrebs. Das Ergebnis ist eine auf Funkwellen basierende Lösung, die detaillierte 3D-Bilder auch durch Wände und andere Materialien hindurch erstellen kann. Mit den Sensoren können so Regalbestände gemessen oder Kundenbewegungen auf Verkaufsflächen getrackt werden. Aufgrund der geringen Größe und der Fähigkeit, gewisse Materialien zu durchdringen, können die Sensoren hinter Blenden und Abdeckungen unscheinbar im Interieur integriert werden. Im Gegensatz zu Röntgenstrahlen geht von dieser Technologie keinerlei Gefahr für den Menschen aus.

ZigZag Global (www.zigzag.global) bietet Händlern eine Lösung für Retouren an. Das Unternehmen wickelt über eine zentrale Plattform die Rücksendungen ab und arbeitet dabei mit einem Netzwerk aus 200 Lagern und 50 Lieferdiensten in 130 Ländern zusammen. Der Kunde erhält über ein vom Händler individuell gestaltetes Front-End Zugang zum Retourportal und kann dort die gewünschte Retourenlösung, wie zum Beispiel die Wahl der Abholung oder des Lieferdienstes, wählen. Über ein Backend mit SaaS-Anbindung behält der Händler den Überblick über die Abwicklung und entscheidet dort, was mit der Rücksendung geschehen soll. So besteht beispielsweise die Möglichkeit defekte Produkte direkt zu Werkstätten oder zum Recycling weiterzuleiten.

Über den Retailtech Hub

Der Retailtech Hub startete im August 2017 und wird von der MediaMarktSaturn Retail Group in Kooperation mit dem Plug and Play Tech Center aus dem Silicon Valley sowie den Partnern Schwarz Gruppe mit Lidl und Kaufland und Aachener Grundvermögen ermöglicht. Die Teilnehmer jeder Runde, der so genannten Batch, durchlaufen ein dreimonatiges Programm mit verschiedenen Fokuswochen, in denen sie mit den Mentoren des Programms arbeiten und an Workshops, u. a. zu HR, Marketing, Funding, Business Development und Operations, teilnehmen. Wichtigstes Ziel ist dabei, ein gemeinsames Pilotprojekt mit einem der Unternehmenspartner durchzuführen, in dessen Rahmen die Innovationen direkt auf technische Umsetzbarkeit und die Wirkung auf den Kunden

MediaMarktSaturn

getestet werden. Am Ende der drei Monate steht ein Demo-Day – hier präsentieren sich die Startups den Entscheidungsträgern der Partnerunternehmen, sowie Plug and Play und zahlreichen Investoren und Stakeholdern der Startup-Szene.

Über die MediaMarktSaturn Retail Group

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Die Unternehmensgruppe versteht sich als Partner, täglicher Begleiter und Navigator in der immer digitaler werdenden Welt. MediaMarktSaturn geht mit seinem Portfolio an Formaten und Marken flexibel auf die Ansprüche unterschiedlicher Kundengruppen und Länder ein: Zum Unternehmen zählen die Marken MediaMarkt 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 Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. MediaMarktSaturn erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2016/17 mit rund 65.000 Mitarbeitern in 15 Ländern einen Nettoumsatz von rund 22 Milliarden Euro und gehört mehrheitlich zur CECONOMY AG.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Christian Bölling

Corporate Communications

MediaMarktSaturn

Retail Group

Tel. +49 (841) 634-3320

boelling@mediamarktsaturn.com

www.mediamarktsaturn.com