



Startupbootcamp: Turbo für kreative Geschäftsideen

Startupbootcamp: Turbo für kreative Geschäftsideen

Stuttgart/Berlin. Ab sofort haben die zehn Finalisten von Startupbootcamp - einem Programm zur Unterstützung junger Unternehmen - neunzig Tage lang Zeit, ihre innovativen Projektideen, Geschäftsmodelle und Produkte zu den Themen Mobility, Connectivity und Big Data mit Leben zu füllen. Nach drei Monaten werden die Ergebnisse dann vor potenziellen Investoren präsentiert. Mercedes-Benz ist neben Bosch und HDI Sponsor des diesjährigen Programms in Berlin. Ein Netzwerk aus Experten, Mentoren und Ehemaligen steht den jungen Kreativen während der gesamten Zeit mit Rat und Tat zur Seite.
Startupbootcamp macht es sich seit 2010 zur Aufgabe, gemeinsam mit Partnern aus der Wirtschaft junge Start-ups weltweit zu unterstützen. Das sogenannte Accelerator-Programm findet einmal jährlich in vier europäischen Städten und im israelischen Haifa statt. Herzstück von Startupbootcamp ist ein Netzwerk von Mentoren aus unterschiedlichsten Branchen, die den Unternehmensgründern ihre Expertise, ihre Erfahrung und - besonders wichtig - ihre Zeit zur Verfügung stellen.
Aus zahlreichen Bewerbungen durften im Vorfeld zwanzig Teams bei den "Selection Days" vor Mentoren, Experten und Partnern ihre Projekte präsentieren. Die zehn vielversprechendsten Start-ups wurden ausgewählt und haben nun drei Monate lang Zeit, intensiv an ihren Business-Plänen zu feilen. Die Teams ziehen für den Zeitraum in die Hauptstadt; gemeinsame Büroräume in Berlin-Kreuzberg und eine Anschubfinanzierung von jeweils 15.000 Euro gehören ebenfalls zur Starthilfe. Außerdem stehen den Teilnehmern Freiminuten für die 1.200 smarts vom offiziellen Mobilitätpartner car2go in Berlin zur Verfügung.
Das diesjährige Programm von Startupbootcamp in Berlin befasst sich mit "Mobility", "Connectivity" und "Big Data". Die veränderten Anforderungen der Gesellschaft an Mobilität, die vielen Möglichkeiten der Interkonnektivität durch die steigende Anzahl internetfähiger Geräte sowie die daraus entstehende Herausforderung, bislang ungekannte Datenmengen zu bewältigen - das alles sind Themen, die Lösungen für die Zukunft fordern und Chancen für neue Geschäftsideen eröffnen.
Eines der ausgewählten Start-ups ist "High-Mobility". Das Team aus Estland und Schweden arbeitet an einer Technologie, mit der Smartphones oder Tablets via Bluetooth Einstellungen an Infotainment-Systemen von Autos ermöglichen. Damit lässt sich beispielsweise die Position der Spiegel verändern, der Reifendruck messen oder die Temperatur im Fahrzeug regulieren. Das amerikanische Startup "1SDK" beschäftigt sich mit der Integration vielfältiger Zahlungsmethoden von verschiedenen App-Stores über ein zentrales Software Development Kit. "Avuxi" aus Spanien und Finnland analysiert für eine Smartphone-App die Geodaten aus zahlreichen sozialen Netzwerken und zeigt sie auf Landkarten als eine Art Wärmebild an. Je nach sozialer Interaktion werden belebte Plätze wie Hotels oder Restaurants rot eingefärbt, weniger genutzte Orte bleiben gelb oder grün. Dieses Projekt befindet sich bereits in einer öffentlichen Testphase.
Das große Finale von Startupbootcamp ist der "Investor Demo Day" am 06. November in Berlin. Hier können die Start-ups noch einmal die Chance nutzen, sich und ihre Ideen vor hunderten Business Angels zu präsentieren. 70 Prozent der Startupbootcamp Alumni konnten nach dem Programm erfolgreich Geschäftspartner für ihre Ideen gewinnen.

Daimler AG
70546 Stuttgart
Deutschland
Telefon: +49 (711) 17 0
Telefax: +49 711 17 22244
Mail: dialog@daimler.com
URL: <http://www.daimlerchrysler.de>

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

ehemals DaimlerChrysler AGDaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine ? und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.