

Mountain View in Unterföhring

von **Stefan Sutor** am **24. Juli 2014**

Starthilfe und Coaching für Startup-Teams: Das Accelerator-Programm von ProSiebenSat.1 nutzt die in der Firmengruppe vorhandene Kompetenz, um junge Unternehmen zu unterstützen und an sich zu binden. Beim Demo Day in Unterföhring wurden die Startups der dritten Runde vorgestellt.

Von der Dachterrasse der Medienallee 4 in Unterföhring blickt man über die Zweckbauten des TV-Konzerns ProSiebenSat.1 hinweg in die Berge der bayerischen Voralpen. Daher der Name „Eventarena Mountain View“. Vielleicht träumten im Juli viele der Präsentatoren beim Demo Day des ProSiebenSat.1-Accelerators von Mountain View in Kalifornien, dem Sitz von Google und vielen anderen Tech- und Medienfirmen. Denn die Startups aus dem Accelerator stehen gerade erst am Anfang ihrer Firmenkarriere. Sie haben ein dreimonatiges Coaching- und Mentoringprogramm durchlaufen und werden nach so viel Hege und Pflege wieder in die freie Wildbahn entlassen: auf der Suche nach neuen Investoren, Kunden und vor der Überprüfung ihres Geschäftsmodells in der realen Welt.

Ende 2012 startete ProSiebenSat.1 den Accelerator in Unterföhring. Am 1. April 2014 ist die dritte Runde in die Büros auf dem Mediacampus eingezogen, der Auswahlprozess für die nächste Runde läuft gerade. Die ausgewählten Teams erhalten 25 000 € Unterstützung, für drei Monate kostenlose Büroräume und vor allem viele Coaching- und Mentoring-Sessions mit Mitgliedern des Accelerator-Teams oder aus der ganzen Fernsehfamilie. 20 Startups hat P7S1 mittlerweile schon im Portfolio: Firmen, an denen die Fernsehgruppe fünf Prozent der Gesellschaftsanteile hält.

Zu den Leistungen gehört auch eine Wildcard für den Seven Ventures Pitch Day. Dabei kann sich die neue Company im Wettbewerb mit vielen anderen Firmen um einen Werbeetat von insgesamt sieben Millionen Euro bewerben. Der Sieger bekommt davon vier Millionen. Nicht gerade wenig für ein Startup, das gerade dabei ist, ein neues Business- oder Geschäftsmodell zu etablieren. Die Aussicht auf TV-Werbung lockte bislang vor allem Startups in den Accelerator, die von dieser Unterstützung besonders profitieren: Firmen, die sich an den Endkunden wenden und durch Fernsehwerbung schnell wachsen könnten. Allerdings waren die Accelerator-Companies bisher noch nicht unter den Auserwählten des Pitches.

Dennoch kann der P7S1 Accelerator schon schöne Erfolge vorweisen. Ampido zum Beispiel ist eine der führenden Parkplatz-Apps, Eyeglass24 ist auf dem Weg, Marktführer zu werden, und get2play hat mit seinem Online-Programm das Lernen von Musikinstrumenten erleichtert. Das Portfolio enthält nicht nur E-Commerce-Companies, sondern auch B2B-Anbieter oder – das ist natürlich besonders naheliegend – Startups, die mit Medieninhalten oder Medientechnik zu tun haben.

Nach drei Monaten auf dem ProSiebenSat.1 Campus präsentierte Jens Pippig, Kopf des Accelerators, beim Demo Day im Juli die sieben Startups der dritten Runde mit ihren spannenden Geschäftsmodellen. Für die Medienunternehmen interessant sind z.B. die Anwendungen von www.littlepostman.com, die dafür sorgen, dass Apps über Push-Mitteilungen intensiver genutzt werden. Oder www.veeso.co, die einen neuen Videoplayer entwickelt haben, der neue Werbemöglichkeiten auf mobilen Geräten eröffnet. Bislang nur für Frauen gibt es jetzt auch die erste Fashion-Flatrate von www.myonbelle.de.

ProSiebenSat.1 nutzt für den Accelerator die im Konzern vorhandene Kompetenz, um neue Unternehmen zu unterstützen und an das Haus zu binden. Wenn die Startups erfolgreich sind, ein spannendes Geschäftsmodell für beide Seiten. Aber genauso interessant dürfte es sein, kreative, innovative Köpfe an das Unternehmen zu binden. Vielleicht sind die sonst bald in Mountain View Kalifornien.

Fotos: ProSiebenSat.1