

# 1. Platz für App, die Allergikern das Einkaufen erleichtert

Beim „borek.digital-Startup-Camp“ werden die besten Ideen prämiert.

**Braunschweig.** In Braunschweig geschieht zurzeit einiges, um die Startup-Szene voranzubringen. Zum wiederholten Mal hat jetzt das „borek.digital-Startup-Camp“ stattgefunden – und zwar mit einer Rekordbeteiligung von 20 Präsentationen, wie die Richard-Borek-Unternehmensgruppe mitteilt.

Sieger wurde laut Pressemitteilung das Team „take it or leave it“ mit einer App, die Menschen mit Lebensmittel-Intoleranzen und -Allergien das Einkaufen von Lebensmitteln vereinfacht. „Mittels einer Barcode-Scan-Funktion werden die Inhaltsstoffe von Produkten erfasst und entsprechende Empfehlungen gegeben“, heißt es in der Pressemitteilung.

Seit dem Start der Digital-Initiative vor einem Jahr sei eine deutliche Aufwärtstendenz zu verzeichnen, resümiert, Richard Borek jr, der Initiator. „Es kommen mehr Startups mit qualitativ immer besseren, interessanteren Ideen zu uns und wollen in das Programm aufgenommen werden. Die Vernetzung der Szene in Braunschweig und der Region hat deutlich an Fahrt aufgenommen.“



Die Teilnehmer mussten ihre Ideen präsentieren.

FOTO: BOREK.DIGITAL

Kooperationspartner ist Professor Reza Asghari, Inhaber des gemeinsamen Lehrstuhls für Entrepreneurship der TU Braunschweig und der Ostfalia Hochschule. „Mit Initiativen wie dieser befeuern wir unsere Gründungskultur“, sagt er. „Wir wollen jungen Menschen den Virus des Unternehmertums in die Köpfe setzen. Das ist zwingend notwendig, wenn unser wirtschaftlicher Erfolg dauerhaft gesichert werden soll. Wir brauchen junge Firmen, die im Bereich der Digitalisierung zu Top-Unternehmen werden. Deutschland hat da im internationalen Vergleich etwa mit den USA deutlichen Nach-

holbedarf“, ermunterte er die Teilnehmer der Pitch-Night.

Neben ihm und Borek saßen weitere Gründungsexperten in der Jury: Marc Knackstedt, Vorstand der Braunschweigischen Landessparkasse (BLSK) für den Firmenkundenbereich, Heiko Engelhardt vom Wirtschaftsberatungsunternehmen Deloitte, Eckhard Wohlgehagen (Business Angel) und Felix Draheim (Bunker). Zu bewerten hatten sie neben den Camp-Teilnehmern, die zwölf Wochen lang gecoacht worden waren, um ihre Geschäftsidee marktreif umzusetzen, auch die Teilnehmer des Startup-Weekends, die

in 54 Stunden ihr Geschäftsmodell entwickeln mussten, sowie die „offene Kategorie“ für Startups aus der Region.

Die weiteren Ergebnisse: Den zweiten Platz beim „borek.digital Startup-Camp“ belegte „Livestring“ mit einem digitalen Managementprogramm für mehr Hygiene in Krankenhäusern, das die Patientensicherheit insbesondere gegen Krankenhauskeime erhöht. Auf Rang drei folgte „we.eat“ mit einer Plattform, auf der sich Menschen zuhause zum Essen verabreden können. Insgesamt waren fünf Startups dabei.

Für das „borek.digital Startup-Weekend“ gab es 60 Anmeldungen. Es wurden 28 Ideen vorgeschlagen, von denen letztlich acht von den Teams präsentationsreif umgesetzt wurden. Es siegten „Petrolhearts.com“ mit einer Plattform für Oldtimer vor „Was ziehe ich an?“, einem digitalen Kleiderschrank mit Anzieh-Vorschlägen, und „Casey & friends“, die eine Notebook-Hülle für das Arbeiten unter freiem Himmel entwickeln und vermarkten wollen.