

<http://www.faz.net/-gyq-7pmot>

HERAUSGEGEBEN VON WERNER D'INKA, BERTHOLD KOHLER, GÜNTHER NONNENMACHER, I

Frankfurter Allgemeine Beruf & Chance

[Home](#) [Beruf & Chance](#) [Campus](#) [Apps Programme Lernen](#)

E-Learning neu aufgelegt

Amboss für das Hammerexamen

Studentische Gründer entwerfen Programme, Apps und zuweilen auch kuriose Produkte, die ihren Kommilitonen das Lernen erleichtern sollen. Manche verdienen damit sogar Geld.

11.06.2014, von INSA SCHIFFMANN



© PICTURE ALLIANCE / ZB



Beim Lernen auf schwere Prüfungen können neue Programme und Apps helfen.

Das Wort „Hammerexamen“ löst bei Medizinstudenten Gänsehaut aus. Knapp vierzig Fächer müssen sie für die zweite ärztliche Prüfung innerhalb weniger Monate verinnerlichen. Um dafür zu büffeln „kreuzen“ die Studenten bis zu 10.000 Multiple-Choice-Fragen der vergangenen Examina durch, meistens online auf sogenannten Kreuzplattformen. Auch Madjid Salimi war im Jahr 2010 mit der Prüfung konfrontiert und sah sich schlecht gerüstet. Die etablierten Kreuzportale, zwei Stück an der Zahl und seit Jahren konkurrenzlos, fand er veraltet. Zusammen mit seinen Göttinger Kommilitonen Kenan Hasan und Siewert Weiss beschloss er, eine

zeitgemäßere Anwendung zu schaffen.

Anfangs tüftelten sie noch während des Studiums an dieser Idee; nach ihrem Examen nahm die Entwicklung richtig Fahrt auf. Heute hat sich das Projekt namens „Amboss“ aus studentischer Wiege zum Marktführer gemausert. Im Frühjahr 2014 haben nach Angaben Salimis 90 Prozent der Examenskandidaten „Amboss“ als Kreuzprogramm verwendet. Täglich melden sich etwa 100 neue Nutzer an, 35 000 gab es im ersten Jahr. „Wir dachten zu Beginn, es wäre ein Nachteil, dass wir kein etablierter Verlag, sondern vor kurzem selbst noch Studenten waren. Doch die Nutzer vertrauen dem Produkt gerade deshalb“, sagt der Mediziner.

Studentische Unternehmensgründungen, die sich zum Ziel gesetzt haben, Kommilitonen Hilfe beim Lernen anzubieten, sind gar nicht so selten - besonders in der Welt der Computerprogramme und Apps. Ob Kreuzprogramm für Mediziner, Onlinekurs für Wirtschaftswissenschaftler oder Karteikarten-Anwendung für Studenten jedweder Fachrichtung: Viele solcher nützlichen Neuerungen sind nach dem Prinzip entstanden: von Studenten für Studenten. „Das Internet macht es möglich, innovative Geschäftsmodelle auch mit vergleichsweise schmalem Budget auf die Schiene zu bringen“, sagt Marc Evers, der Existenzgründungsexperte des Deutschen Industrie- und Handelskammertags. „Für einen Online-Handel etwa benötigt man neben Kontakten zu Zulieferern nur einen guten Rechner und viele frische Ideen.“

Herausforderung Startkapital

Madjid Salimi von „Amboss“ nennt weitere Vorteile. „Als Student war für mich die Hürde, etwas zu wagen, wesentlich niedriger. Ohne Kinder und mit flexiblem Job, hatte ich zu dieser Zeit kaum Verpflichtungen. Und als der Zeitdruck zu groß wurde, das Start-up jedoch zukunftsträchtig wirkte, konnte ich problemlos ein Urlaubssemester einlegen.“ Besondere Pluspunkte haben diejenigen studentischen Gründer, die mit ihrem Produkt Studenten bedienen. „Wir sind Teil unserer eigenen Zielgruppe“, erklärt Salimi, „und kennen dadurch viel genauer die Bedürfnisse und Anforderungen eines Lernprogramms als zum Beispiel ein Produktmanager.“

Über Kommilitonen und Dozenten sind studentische Start-ups an der Universität besser vernetzt als ein externer Unternehmer. Zudem sind Studenten als Markt eine eher homogene Gruppe, gerade innerhalb der einzelnen Studienfächer. „Wir haben den Vorteil, unsere Zielgruppe relativ leicht zu erreichen“, sagt Salimi. „Wenn etwas gut ist, verbreitet sich die Nachricht im Idealfall ganz von allein.“ So war es auch in seinem eigenen Fall: Über reine Mund-zu-Mund-Propaganda verteilte sich die Botschaft des innovativen Kreuzprogramms erst unter den Göttinger Studenten und dann über deren Grenzen hinaus.

Eine Herausforderung für eine solche studentische Gründung ist es natürlich, das nötige Startkapital aufzutreiben. Die Gründer von „Amboss“ benötigten gar eine halbe

Million Euro, um die teure Altfragen-Lizenz des Instituts für medizinische und pharmazeutische Prüfungsfragen (IMPP) zu bezahlen. Sie sammelten das Geld schließlich in Form von privaten Darlehen von Freunden und Bekannten ein. Für die redaktionelle Arbeit rekrutierten die angehenden Ärzte gut 60 Kommilitonen, Kollegen und befreundete Programmierer, die zum Teil fest und zum Teil als externe Berater mitarbeiten - anfangs waren sie alle fast umsonst tätig, erhielten nur eine geringe Aufwandsentschädigung und die Zusage einer zukünftigen Gewinnbeteiligung.

„Geld verdienen wollten wir eigentlich gar nicht“

Eine ganz ähnliche Geschichte wie „Amboss“ hat auch das Lernportal Wiwiweb.de. Sven Hoberock und Julius Dücker lernten sich 2004 als Wirtschaftsrechts-Erstsemester im Kurs „Buchführung“ an der Universität Siegen kennen. Da beide keine kaufmännische Ausbildung absolviert hatten, war der Lernstoff Neuland für sie. Auch, dass die Übungsaufgaben nur auf ausgedruckten Lernzetteln verteilt und nach der einmaligen Bearbeitung wegradiert werden mussten, um sie zu wiederholen, nervte die Erstsemester. Um sich auf die Klausur vorzubereiten, erstellten sie ein Lernskript, das sie später ihren Kommilitonen auf einer selbst programmierten Website kostenlos zur Verfügung stellten. Innerhalb kürzester Zeit erhielten die beiden Studenten zahlreiche Anfragen. „Wir merkten, dass wir einen Nerv getroffen hatten, Geld verdienen wollten wir damit aber eigentlich gar nicht“, erinnert sich Hoberock.

Mehr zum Thema

Studentische Lernprogramme: Was taugen sie?

Strategien bei Ahnungslosigkeit: Klausuren lösen trotz Blackout

Elektronische Uni-Klausuren: Geklickt, getippt, bestanden

Sie erstellten einen Online-Buchführungskurs, der aus ihrem Lernskript, Abbildungen und interaktiven Übungsaufgaben bestand, und nannten ihn Wiwiweb.de. Wenige Wochen später verzeichnete die Seite schon mehr als tausend Nutzer. Erst jetzt entschieden sie sich, den Kurs kostenpflichtig zu machen. Dann warben sie Dozenten an, um Skripte für weitere zehn Kurse zusammenzustellen. Auch hier gab es ein ähnliches Prinzip wie bei „Amboss“: keine fixe Vergütung, sondern eine Beteiligung an zukünftigen Gewinnen. „So konnten wir unser Angebot ausweiten, ohne Geld in die Hand zu nehmen“, erklärt Hoberock. Der Großteil der Funktionen von Wiwiweb sei durch Anregungen der Nutzer entstanden.

So wurde es zum praktischen Vorteil, als Unternehmensgründer selbst noch mitten unter den Anwendern zu sein. „Zu Beginn haben wir unsere Sitznachbarn in der Vorlesung gefragt, ob sie die Seite schon kennen und wie sie sie finden.“ Auch Wiwiweb.de verbreitete sich weitestgehend über Mundpropaganda. „Wir haben gezielt damit geworben, dass unsere Kurse von Studenten für Studenten gemacht wurden.“ 20.000 Nutzer verzeichnet die Firma seit 2011, 2013 erreichte sie erstmals einen

Umsatz im sechsstelligen Bereich. Echte Konkurrenz gibt es nicht. Seinen großen Erfolg begründet Hoberock vor allem mit seiner „dankbaren Zielgruppe“: Studenten seien „internet- und computerbasierten Lernprogrammen gegenüber besonders aufgeschlossen“.

Vokabel-Pauken mit dem Smartphone

Nicht immer richten sich von Studenten gegründete Lernhilfe-Unternehmen nur an die Kommilitonen eines einzelnen Studiengangs. So entstand etwa auch die Karteikarten-Lernsoftware Brainyoo aus einem Mangel im Studium. Als der Informatikstudent Filip Lyncker 2006 keine passende App zum Portugiesisch-Vokabel-Lernen fand, programmierte er sie kurzerhand selbst. Zusammen mit seinem Kommilitonen Armin Theis gründete Lyncker nach dem Studium eine Software-Firma, unter deren Fittichen Brainyoo entstand. Bei Brainyoo können Nutzer Karteikarten erstellen, mit Audio-Dateien oder Abbildungen ergänzen und dann am PC oder auf Smartphones und Tablets on- und offline nutzen.



© PETER VON TRESCKOW



Lernapps und Co. beflügeln nicht nur die Lernenden, sondern auch ihre Erfinder.

Die App eignet sich ebenso für Latein, wie für das Auswendiglernen anatomischer Fachbegriffe. Man kann sie nutzen, um sich chemische Formeln einzuprägen oder Jahreszahlen aus der Geschichte. Studenten müssen die Karteikarten auch nicht selbst bestücken, sondern können alternativ fertige Karteikarten von verschiedenen Verlagen kaufen. Nun, da ihr eigenes Studium hinter ihnen liegt, beschäftigen die

Brainyoo-Macher in allen Bereichen, von der Entwicklung bis zum Marketing, Studenten, um ihrer Zielgruppe weiterhin nah zu sein. 24 000 Nutzer haben bisher fast neun Millionen Karteikarten erstellt. Je Monat verzeichnet das Unternehmen einen Umsatz im fünfstelligen Bereich.

Kurioses „Denkgetränk“

Zuweilen finden sich zwischen den Gründungen für die Kommilitonen auch kleine Kuriositäten: Weil müde Studenten ihre Aufmerksamkeitsdurchhänger oft mit Kaffee oder Energy Drinks bekämpfen, kamen zwei Wirtschaftsstudenten aus Leipzig zu ihrer Unternehmensidee. Chris Volke und Florian Mack fanden nämlich, dass sie durch die vermeintlichen Wachmacher-Getränke häufig unkonzentriert und hibbelig wurden. „Durch Kaffee schneidet man in Reaktionstests besser ab, für komplexe Gedankengänge ist das aber gar nicht das Entscheidende“, sagt Volke. Zufällig stießen sie auf die „Brahmi“-Pflanze, die in Indien als Gedächtnisgewächs gehandelt wird. „Die Wirkung der Brahmi-Pflanze ist wissenschaftlich bewiesen“, sagt Volke. „Wir fragten uns, ob es nicht noch mehr Pflanzen mit ähnlichen Eigenschaften gibt.“

Zwei Jahre lang recherchieren die beiden Studenten und experimentieren mit Pflanzenextrakten. Schließlich kreierten sie das „Denkgetränk“ Nijoz, das mittlerweile unter dem Namen „Neuronade“ firmiert. Das ist ein Pulver, das, mit Wasser gemischt, zu einem tiefroten Getränk wird und nach einer Mischung aus Beerensaft und grünem Tee schmeckt. Die Wirksamkeit des Denkgetränks ist umstritten; schwer fiel den Studenten allerdings etwas anderes: einen Hersteller zu finden, der es in den geringen Mengen produzieren wollte. Für die Vermarktung half ihnen, wie den meisten studentischen Gründern, am Ende das Internet weiter; 2013 eröffneten sie einen Online-Vertrieb. „Über eine Facebook-Gruppe haben wir unsere Freunde eingeladen, und die haben die Idee dann verbreitet“, sagt Volke. Mit Erfolg - das Denkgetränk ist so beliebt, dass die 40.000 Packungen der ersten Produktionsreihe schon im Februar 2014 ausverkauft waren. Bilanz der Gründer: Das Prinzip „von Studenten für Studenten“ habe auch in ihrem Fall einmal wieder funktioniert.

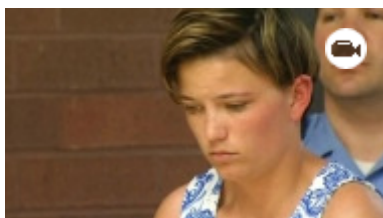
Quelle: F.A.Z.

[Zur Homepage](#)

Themen zu diesem Beitrag: [Studenten](#) | [Alle Themen](#)

Hier können Sie die Rechte an diesem Artikel erwerben

Video-Empfehlungen



Vereinigte Staaten
Amerikanische Studienabbrec...
20.5.2014



Revolution in der
Landwirtschaft?
Fisch-Gemüse aus Berlin
3.7.2014



China
Tiananmen-Blutbad auch nach...
3.6.2014

Weitere Empfehlungen

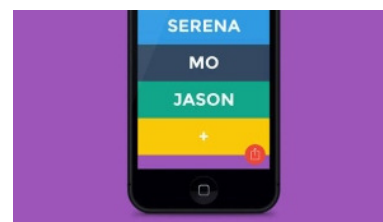
App aus Amerika

Wie sicher ist „Yo“?

Die App „Yo“ kann genau eines: das Wort „Yo“ verschicken. Über den Nutzen wird heftig gestritten, aber wie ist es um den Datenschutz bestellt? FAZ.NET hat es geprüft. [Mehr](#) Von BRITTA

BEEGER

30.06.2014, 10:00 Uhr | Wirtschaft



Kochapps

Das Kochbuch aus der Mikrowelle

Nicht nur Essen für Singles gibt es aus der Mikrowelle. Auch wer



selbst zum Kochbuch greift, wird im Mikrowellenbereich fündig: Apps bringen Kochvergnügen aufs Smartphone-Display. Download genügt. [Mehr](#) Von RAYMOND WISEMAN
12.07.2014, 10:41 Uhr | Lebensstil



Besuch von Angela Merkel

Zweimal klopfen Studenten ans Fenster

Kurz bevor Angela Merkel das Casino auf dem Campus Westend betritt, kommt es zu einer kleinen Demonstration. Danach spricht sie fast ungestört auf der Jahrestagung der DFG. [Mehr](#) Von JULIAN TRAUTHIG, FRANKFURT
03.07.2014, 16:23 Uhr | Rhein-Main



Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH 2014
Alle Rechte vorbehalten.