Amboss für das Hammerexamen

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

Von Insa Schiffmann

Das Wort „Hammerexamen" klingt, Medizinstudenten, Gänsehaut aus. Knapp vierzig Wochen müssen sie für die zweite ärztliche Prüfung innerhalb weniger Monate vorbereiten. Um dabei zu helfen, „Amboss" die Studenten mit 10.000 Multiple-Choice-Fragen der vergangenen Examina durch, meistens online auf sogenannten Kreuzgrafikkarten. Nach Mindjid Salimi, was im Jahr 2010 mit der Prüfung konfrontiert und seit sich schließlich gestellt, Die einzelnen Kapitelen, Zwei Stück an der Tafel und seit, lehrten kostenlosen, fand er verdient. Zusammen mit seinem Göttinger Kommilitonen Kenan Masali und Steuer Weise beschloss er, eine selbgemachten Anwendung zu schaffen. Anfangs führten sie, noch während des Studiums an diesen Idee, nach ihren Examen, nahm die Entwicklung richtig Fahrt auf. Heute hat sich das Projekt unserem „Amboss" aus studentischen Wege zum Marktführer gemausert. Im Dezember 2013 haben sie nach Angaben Salimis 40 Prozent der Examenskandidaten „Amboss" als Kreuzprogramm verwendet. Täglich werden sich etwa 500 neue Nutzer an. 35 000 gab es im ersten Jahr. Mit diesen Begriffen, es wäre ein Hacker, dass wir beim erzählen Verlag, sondern von Kursen selbst noch Studenten waren. Doch die Nutzer verfassen den Produkt gemeinschaft", 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, Vokabeln für Wirtschaftswissenschaftler oder Karteikarten für Studenten, schwerer Buchbindung. Viele solcher nützlichen Neuerungen sind nach dem Prinzip entstanden, von Studenten für Studenten. „Das Internet macht es möglich, Kommilitonen zu erreichen, auch mit verschiedenen schmalen Budgets. Die Schüsse zu bringen", sagt Marc Evers, der Kreuzvorgründungsexperte des Deutschen Industrie- und Handelskammertags. „Für einen Online-Handel etwa benötigt man noch Ware, Lagerhallen, Personal, Lieferwagen, gutes Rechner und viele frische Ideen."

Mindjid Salimi von „Amboss" kennt weitere Vorteile. „Als Student war für mich die Mühe, etwas zu wagen, wesentlich niedriger. Ohne Kredite und mit Familien im Rücken, Ich, es, Experte, Zeit, Verpflichtungen. Und als der Zeitdruck zu groß wurde, das Start-up jedoch zu konkurrenzfähig wurde, konnte ich problemlos ein Urlaubssemester einlegen." Besonders Programmierer haben Ideen, Studenten sehen Gründen, die mit ihrem Produkt Studenten helfenen. Wie sind bei unserer ersten Zielgruppe", erklärt Salimi, „und kommen dadurch viel genauer die Bedürfnisse und Anforderungen eines Lernprogramms ich zum Beispiel ich Medizinstudent gen." Über Kommilitonen und Dozenten

Was taugen studentische Lernprogramme?

Immer mehr Jungunternehmer füllen deutsche Hörsäle. Und sie haben ihre Kommilitonen als Absatzmarkt entdeckt, entweder Lern-Software, Kreuzprogramme oder Online-Kurse – ein kleiner Überblick über die Gründungen und ihren Nutzen.

■ Amboss
Online seit: Frühjahr 2013
Was ist das? Kreuzgrafikkarten zur Vorbereitung auf das zweite Staatsexamen Medizin
Gegründet von: Göttinger Medizinstudenten
Preis: 75 Euro für sechs Monate
Nutzer: Nach ab 100 Neuanmeldungen je Tag
Perspektive: Zu Stichzahlen seinen die Nutzer eine Million Kreuze am Tag

■ Wiwiweb.de
Online seit: 2011
Was ist das? Online-Kurse für BWL und VWL-Prüfungen
Gegründet von: Wirtschaftsrechtsstudenten aus Siegen
Preis: ab 19 Euro je Kurs
Nutzer: 3000 Besucher je Tag

■ Quizlet
Online seit: Februar 2012
Was ist das? Lernkarten-App, die SMS, Mails oder Apps blockiert, die beim Lernen ablenken
Gegründet von: Physikstudenten aus München
Preis: kostenlos im Google Play Store
Nutzer: 55 Downloads pro Tag
Perspektive: Eine Bildwechselframe in Indien, wenn die App technisch um.

■ Medilexicon
Online seit: Frühjahr 2013
Was ist das? Smartphone-App mit Lernblocksatz zu allen sieben Kapiteln der Inneren Medizin
Gegründet von: Drei Medizinstudenten
Preis: ab 1,79 Euro je Kapitel
Nutzer: Nach Downloadzahlen 40 Prozent der Examenskandidaten im Herbst 2013
Perspektive: Nutzerinnen schwärmen von der Stimme des Podcast-Sprechers.

■ Vokabelbuch für Mediziner
Auf dem Markt seit: 2007
Was ist das? Deutsch-Französisches Medizin-Wörterbuch
Gegründet von: Freiburger Medizinstudentin
Preis: 24,90 Euro
Nutzer: Das Studentenprojekt ist das einzige Wörterbuch seiner Art.

■ Nachwuchs.de
Auf dem Markt seit: März 2014
Was ist das? Mediäldor für Medizinstudenten
Gegründet von: Freiburger Medizinstudentin
Preis: 9,90 Euro pro Semester
Nutzer: In der Medizin gibt es allein mehr als tausend Eigenständen.

und studentische Start-ups an der Universität besser vernetzt als die externen Unternehmen. Dadurch sind Studenten als Markt eine eher homogene Gruppe, gerade innerhalb der einzelnen Studienfächer. „Wir haben den Vorteil, unsere Zielgruppe schon kaum beschreiben", sagt Salimi. „Wenn es was gut ist, verbreitet sich das Nachricht im Idealfall ganz von selbst." So war es auch in seinem eigenen Fall: Über reine Mundzu-Mund-Propaganda verwalte sich die Bekanntheit des Programmes. Kreuzprogramme von mehr den Göttinger Studenten und dann über deren Grenzen hinaus.

Eine Voraussetzung für eine solche studentische Gründung ist es natürlich, das nötige Start-Kapital aufzutreiben. Die Gründer von „Amboss" benötigten gar eine halbe Million Euro, um die neue Art-Kragen-Lizenz des Instituts für medizinische und pharmazeutische Prüfungsfragen (IMPP) zu bezahlen. Sie sammelten das Geld schließlich in Form von privaten Investoren und Bankkredite und Bekannten ein. Für die Gründer, welche Lernkarten-Apps ausgebaut, Kreise gab 60 Kommilitonen, Kollegen und Bekannten, Programmierer, die zum Teil frei und zum Teil als externe Berater mitarbeiten, – Anfangs waren sie alle frei mitarbeiten, – mitbrachten nur eine geringe Aufwandsentschädigung und dafür eine relativ hohen gen Gewinnbeteiligung.

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. 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".

Nicht nur Gründer leben sich von Studenten, von gegründete Lernbüro Unternehmen, sondern an die Kommilitonen eines einzelnen Studiengangs. So entstand etwa auch die Karteikarten-Lernsoftware Brainyoo, um einem Mangel im Studium. Als der Informatikstudent Philip Lenecke 2006 seine gesteuerte App zum Vertragsrecht beim Lernen fand, programmierte er sie kurzerhand selbst. Zusammen mit seinem Kommilitonen Armin Theis gründete Lenecke nach dem Studium eine Software-Firma, unter dem Namen Brainyoo entstand. Bei Brainyoo können Nutzer Karteikarten erstellen, mit Bildern oder Abbildungen ergänzen, und dann am PC oder auf Smartphones und Tablets an und offline nutzen. Die App eignet sich ebenso für Laien, wie für das Auswendiglernen anspruchsvoller Fachbegriffe. Man kann sie nutzen, um sich chemische Formeln einzuprägen oder Jahreszahlen aus der Geschichte. Die Jahreszahlen aus der Karteikarten auch nicht selbst beziehen, sondern können aber in fertige Karteikarten von verschiedenen Vorlagen kaufen. Nun, da ihr eigenes Studium lange zurückliegt, beschäftigen die Brainyoo-Macher in ihren Büroräumen die Entwicklung im vom Marketing. Studenten, um ihre Zielgruppe weiterhin nah zu sein. 24 000 Nutzer haben bisher ihre neuen Karteikarten erstellt, 16 Monate vergangen, das Unternehmen hat den Umsatz im fünfstelligen Bereich.

Zuweilen finden sich zwischen den Gründungen für die Kommilitonen auch kleine Karteikarten. Weil mehr Studenten, die sich nach Feierabend Bierchen trinken, mit Kaffee oder Energy Drinks bekämpfen, kamen zwei Wirtschaftsstudenten aus Leipzig in ihre Unterschiedsidee. Chris Vedes und Dominic Mack fanden nämlich, dass es durch die vermehrten Wachmacher-Getränke schwierig wird, „Die Wirkung der Brainy-Pillen in wissenschaftlich beweisen", sagt Vedes. „Wir fragten uns, ob es nicht noch mehr Pillen-ähnliche Eigenschaften gibt." Zwei Jahre lang recherchierten sie bei beiden Studenten und experimentierten mit ihr Brainy-Karteikarten. Schließlich kreierten sie das „Dosiergetränk" Nipsa, das mehrere Wirkstoffe, Koffein, Taurin, Vitamin B, Fructose, Duft ist ein Pulver, das mit Wasser gemischt, in einem mehrere Getränk wird und nach einer Mischung aus Brausewasser und gummi. Es schmeckt, bei Wirkstoffen, die Dosierung, Tritt es unmittelbar schwer für die Studenten allerdings erwies anderes, einen Hersteller zu finden, der es in den gewünschten Mengen produzieren wollte. Für die Nachfrage nach Nipsa, das bei vielen Studentenclubs Gefallen, am Ende das Produkt weiter. 2013 eröffneten sie einen Online-Vertrieb. „Über eine Facebook-Gruppe haben wir unsere Freunde eingeladen, und die die haben dann wir Werbung", sagen Vedes. Mit Ende des Dosiergetränk, ist so beliebt, dass die 40 000 Packungen der ersten Produktionsserie schon im Februar 2014 ausverkauft waren. Bisher der Gründer. Das Prinzip „von Studenten für Studenten" habe sich in ihrem Fall einmal wieder funktioniert.