

Der Gründomat vor der Bibliothek - Was steckt drin und wer dahinter?

12.02.2016 Seit einigen Tagen fällt auf dem Weg in die Bibliothek etwas Neues auf: Ein Automat an dem man allerlei außergewöhnliche Produkte erwerben kann, im Angebot gibt es zum Beispiel das „Flaschenbuch“, den „DörTea“ als Tee für alle oder den „Block-Klick“, ein auf einen Block maßgeschneidertes Etui. Der „Gründomat“ ist das Ergebnis des Seminars „Automatisch gründen - Kompetenzen im Gründungsmanagement durch action-based Learning“, im Komplementärstudium des Leuphana College. Studierende und Dozenten erklären das handfeste Seminarergebnis aus diesem Wintersemester im Interview.



Der Gründomat vor der Bibliothek: Johanna Pahmeier (li.) und Malte Reckendrees (re.) nahmen an dem Seminar "Automatisch gründen" im College Komplementärstudium teil.

Studierende und Dozenten im Interview

Johanna Pahmeier studiert im dritten Semester Wirtschaftspsychologie, Malte Reckendrees ist ebenfalls im dritten Semester und studiert BWL. Beide belegen im Minor E-Business und nahmen im Wintersemester 2015/2016 am Komplementärseminar "Automatisch gründen - Kompetenzen im Gründungsmanagement durch Action-Based Learning" teil.

Frau Pahmeier, Her Reckendrees, warum haben Sie sich für dieses Seminar entschieden?

Johanna Pahmeier: Das Seminar sprach mich an, weil ich es als interessante Ergänzung zu meinem Marketingschwerpunkt und Nebenfach E-Business sah. Mir gefiel die Praxisorientierung. Ich hatte Lust, etwas über die Theorie des Gründens hinaus kennen zu lernen und sie in die Tat umzusetzen.

Malte Reckendrees: Ich beschäftige mich allgemein sehr viel mit dem Konzept der Gründung. Das Seminar erschien mir als eine handfeste Umsetzung von etwas, was ich sowieso schon lange mal ausprobieren wollte.

Welche Rahmenbedingungen des Seminars standen fest und wo hatten Sie als Studierende Gestaltungsspielraum?

Malte Reckendrees: Mir war anfangs gar nicht explizit klar, dass es den Automaten geben sollte, ich fand die Idee dann aber auf jeden Fall gut. Was die Produkte anging hatten wir völlig freie Wahlmöglichkeit, mit der Einschränkung, dass wir keine verderblichen Lebensmittel anbieten dürften und das Produkt natürlich in eines der Fächer des Gründomaten hinein passt.

Johanna Pahmeier: Das Konzept eines „Gründomaten“, also eines Automaten in dem man später die Produkte auf dem Campus erwerben konnte war mir bereits klar. Der Automat selbst wurde auch durch die Dozenten organisiert. Unsere Aufgabe war es, den Automaten mit Dingen zu befüllen, von denen wir glaubten, dass sie Potential für den Vertrieb hatten. Jeder Gruppe stehen sechs Fächer zur Verfügung. Die Produktideen, Produktbeschaffung und Überlegungen zur Vermarktung haben wir in den Gruppen komplett selbst entwickelt und auch die Kosten der Beschaffung übernahmen wir Studierende.

Wie sah der Arbeitsablauf von den ersten Produktideen bis hin zu Befüllung des Gründomaten aus?

Johanna Pahmeier: Zu Anfang des Seminars trafen wir uns alle zusammen mit den Dozenten und lernten verschiedene Kreativitätstechniken kennen, um Anregungen zu möglichen Produkten zu sammeln. Wir nutzen zum Beispiel den Morphologischen Kasten, bei dem Ideen nach verschiedenen Faktoren gewichtet werden oder liefen Ideensammelnd Gänge auf und ab, ziemlich sportlich. Ziel war immer, in kurzer Zeit viele spontane Ideen zu sammeln und diese später in Kleingruppen von vier bis sechs Personen auszuwerten und sich für eine zu entscheiden.

Meine Gruppe kam auf den Namen „DörTea“, der „Tee für alle“. Wir fanden damit ein Produkt, das viele Leuphana-Studierende anspricht, denn jeder besucht im ersten Semester die Vorlesung „Mathe für alle“ und kennt daher die Dozentin Dörte Haftendorn. Es war uns wichtig ein kostengünstiges Produkt zu entwickeln, damit es für viele Studierende erschwinglich ist.



Um Geschmackspräferenzen und das akzeptierte Preisspektrum kennenzulernen organisierten wir zunächst über Facebook eine Umfrage unter den Studierenden, an der circa 200 Personen teilnahmen. Anschließend haben wir den Teeladen „Samowar“ in Lüneburg angesprochen und hatten schnell eine Vereinbarung, nach der wir Tee zum Einkaufspreis einkaufen und verpacken lassen konnten. Dann fehlten nur noch eine Visitenkarte von „Samowar“ und ein Sticker unseres Labels. Wir entschieden uns für zwei Sorten, die wir in der Weihnachtszeit schon mal im Hörsaalgang gegen Spende in die Testphase schickten. Die Resonanz war großartig, wir waren am Ende ausverkauft. So hatten wir nochmal neues Feedback, zum Beispiel, dass Interesse an Bio-Tees bestand. Nebenbei haben wir schon mal ein wenig Werbung gemacht. Seit der Entrepreneurship Konferenz am 15. Januar sind die Tees nun auch im Gründomaten offiziell erwerbbar.

Malte Reckendrees: Zu Anfang hatte meine Gruppe total viele Ideen für Produkte, bestimmt 20 Stück. Wir haben ziemlich lange über alle Möglichkeiten diskutiert und sind dann am Ende beim Flaschenbuch raus gekommen. Ich kannte das Konzept einer solchen Trinkflasche von einem Kickstarter aus Australien: „Memobottle“. Deren Preis von etwa 40 Euro übersteigt allerdings die Ressourcen der meisten Studierendenportemonnaies. Unser Ziel war es, eine solche Idee kostengünstiger und so studierendenfreundlicher anzubieten. Wir haben uns letztendlich für ein Produkt aus Tritan entschieden und in China einen Zulieferer gefunden, der für uns die Rohlinge der Flaschenbücher produziert hat.



Haben Sie vor, noch andere Flaschenmodelle anzubieten?

Malte Reckendrees: Wir hatten schon Überlegungen zu weiteren Materialien wie einer Thermoflasche oder andere Größen. Die aktuelle Flasche fasst 0,7 Liter, das sieht man ihr gar nicht an. Diese Erweiterungen lohnen sich aber nur, wenn wir in Zukunft regelmäßig verkaufen können. Bis dahin liegt die Priorität ganz klar auf dem klassischen Modell.

Frau Pahmeier, welche Teesorten verkaufen Sie?

Johanna Pahmeier: Wir bieten einen winterlichen Glüh-Frucht-Punsch-Tee für 3,00 Euro und einen Bio-Roibusch-Orange-Tee für 3,50 Euro an. Wenn das Konzept Erfolg hat, haben wir aber vor, die Teesorten saisonhaft zu verändern. In der heißen Klausurenphase planen wir zum Beispiel einen Antistresstees und nach Ende des Semesters eine Aktion mit Cocktailtee. „Samowar“ hat eine riesige Auswahl an Sorten, die uns zu verschiedensten Ideen inspiriert haben.

Was hält Frau Haftdorn von Ihrem Produkt?

Johanna Pahmeier: Sie war total begeistert! Wir haben das natürlich im Vorhinein mit ihr abgesprochen und sie fand unsere Idee total witzig und kreativ. Sie hat auch direkt 20 Tüten für ihre Enkel zu Weihnachten gekauft und unseren Tee in ihrer eigenen Vorlesung beworben, ganz ohne dass wir sie vorher darum gebeten hatten. Das war natürlich großartige Publicity für unser Produkt.

Nicht jeder läuft regelmäßig an diesem Teil des Hörsaalganges vorbei. Wie machen Sie den Gründomaten bekannt und wie werden die Produkte vermarktet?

Malte Reckendrees: Wir nutzen alle gängigen sozialen Medien um die Flasche anzuwerben; Facebook, Twitter und es gab sogar ein Snapchat-Video zum Einpacken

der ersten Flaschen. Hinzu kommen Poster, die wir überall in der Uni verteilt aufgehängt haben.

Johanna Pahmeier: Durch den Verkauf in der Weihnachtszeit und Frau Haftendorns Unterstützung haben wir ja schon etwas an Bekanntheit erlangt. Darüber hinaus haben wir auch eine Facebookseite erstellt, die wir in die Gruppen der Studierenden geteilt haben, sodass jeder einmal über das Angebot liest.

Könnten Sie sich vorstellen später selbst zu gründen?

Malte Reckendrees: Auf jeden Fall! Ich beschäftige mich wie gesagt ohnehin schon länger mit dieser Idee und habe auch einige Freunde, die im Start-Up Bereich tätig sind, designen oder programmieren. Dadurch habe ich viel Input, wie das alles abläuft. Das sorgt dafür, dass die Hemmschwelle, so etwas anzupacken, niedriger wird. Ich konnte Prozesse von Idee bis zum Erfolg miterleben und sehen, dass es mit einer guten Idee und einer Menge Arbeit auf jeden Fall möglich ist.

Johanna Pahmeier: Aktuell habe ich leider keine Idee, die mich so sehr überzeugt, als dass ich in ihr eine reelle Erfolgchance sehe. Sollte mir eine solche allerdings doch mal kommen, kann ich mir sehr gut vorstellen, mit einer kreativen Innovation zu gründen!

Haben Sie das Gefühl, das Seminar hat Sie dahingehend vorbereitet?

Johanna Pahmeier: Das ist ja hier alles im eher kleineren Rahmen, aber wir haben auf jeden Fall mal den Ablauf der Produktentwicklung und des Verkaufsprozesses kennen gelernt. In der Wirtschaft sind die Vorgänge natürlich viel komplexer und schwieriger. Aber es wurden Herausforderungen eines solchen Projektes klar, zum Beispiel die Arbeit in einer Gruppe zu einer Innovation bezüglich der Aufgabenverteilung und des Zeitmanagements.

Malte Reckendrees: Absolut. Wir wurden gepusht, eine Idee tatsächlich mal umzusetzen, anstatt dass sie durch die Arbeit an der Uni oder in meinem Fall noch Enactus untergeht. Dieser Rahmen macht ehrgeiziger und motiviert.

Machen einige Studierende im Projekt weiter oder an wen wende Ich mich zukünftig, wenn Ich selbst ein Produkt im Gründomat anbieten möchte?

Johanna Pahmeier: Der Gründomat soll jetzt erstmal bis Ende des Semesters stehen bleiben und wir werden sehen, wie erfolgreich das Konzept ist. Wenn es sich durchsetzt, würde ich gerne weiter die Tees vertreiben. Nach Ende des Semesters können sich alle Studierenden an unsere Dozenten wenden, wenn sie ein Produkt haben, das sie gern im Gründomat anbieten würden. Gegen einen kleinen Mietpreis haben sie dann dort die Möglichkeit, ihre Produkte zu verkaufen.

Malte Reckendrees: Ich möchte auf jeden Fall mit meiner Gruppe weiter machen und mich mit weiteren Designs und klarerem Branding beschäftigen.



Das Seminar zum Gründomat wird im Wintersemester 2016/2017 wieder angeboten. Hier könnte demnächst dein Produkt stehen!

Prof. Dr. Jantje Halberstadt und PD Dr. Mark Euler sind Dozenten des Seminars. Jantje Halberstadt ist Juniorprofessorin für Social Entrepreneurship am Centre for Sustainability Management der Fakultät Nachhaltigkeit. Mark Euler ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und derzeit als Projektleiter des Entrepreneurship Hub tätig.

Ein Gründomat - Wie kommt man denn auf so eine Idee?

Jantje Halberstadt: Die Idee ist an der Stiftungsprofessur Entrepreneurship der Uni Oldenburg entstanden, wo ich damals noch Mitarbeiterin war. Dort wurde der Gründomat auch erstmalig installiert. Ich kam 2014 an die Leuphana und konnte über Studienqualitätsmittel das Projekt dann auch bei uns umsetzen. Das Lehrkonzept haben Mark Euler und ich nun nochmal überarbeitet und spezifiziert.

Mark Euler: Ich bin seit 2010 an der Leuphana und kenne das Konzept des Gründomaten seit längerem. Weil es sich sehr für eine Lehrveranstaltung im Rahmen der Themen Entrepreneurship und Gründung besonders eignet, wollte ich es auch schon früher an der Leuphana umsetzen, aber es scheiterte immer an der Kostenfrage. Erst mit der Professur von Jantje Halberstadt wurde die Finanzierung möglich.

Die Leuphana Universität Lüneburg legt Wert auf den Nachhaltigkeitsaspekt. Bestehen die Produkte aus dem Gründomat aus wiederverwendbaren Materialien oder wurden sie unter besonders sozialen oder nachhaltigen

Bedingungen hergestellt?

Mark Euler: Es war keine Bedingung des Seminars, dass die Produkte nachhaltig produziert werden. Aber tatsächlich waren 3 der Produkte besonders sozial- und umweltverträglich: Der Tee, das Flaschenbuch und die Weihnachtsdeko-Artikel. Der Tee ist biologisch und aus einer Kooperation mit einem lokalen Teegeschäft. Das Flaschenbuch ist recyclebar. Die Weihnachtsdekoration wurde in Zusammenarbeit mit einem Kindergarten vor Ort hergestellt und zugunsten einer Spende an eine Flüchtlingsorganisation verschenkt.

Jantje Halberstadt: Das Seminar ergänzt mein sonstiges Lehrangebot insofern, als es auf einem Konzept basiert, das sehr wenige Vorgaben macht und nicht gezielt Eco oder Social Entrepreneurship adressiert. Andere Seminare zielen beispielsweise direkt auf die Entwicklung eigener sozialunternehmerischer Lösungsansätze ab oder bieten Studierenden die Möglichkeit, im Rahmen der Veranstaltung „Social Consulting“ Sozialunternehmen kennenzulernen und zu beraten. Dass hier Nachhaltigkeitsaspekte mitgedacht werden, obwohl dies nicht explizit vorgegeben war, ist aus meiner Sicht ein besonderer Erfolg des Ausbildungskonzeptes unserer Universität, in dem Nachhaltigkeit und Unternehmertum eine zentrale Rolle spielt. So werden z.B. alle unsere Studierenden bereits in der Startwoche und im Leuphana-Semester für die Relevanz unternehmerischen und verantwortungsbewussten Denkens und Handelns sensibilisiert. Zu sehen, dass sich das auszahlt und in den Ergebnissen unseres Seminars widerspiegelt, ist toll!

Was war Ihnen als Dozenten bei diesem Seminar als Lehrziel besonders wichtig?

Mark Euler: Im Mittelpunkt des Seminars stand das „selber machen“. Lernziel war es mittels des Gründomaten alle Stadien einer Gründung selber zu erleben. Die Studierenden lernten so Selbständigkeit und Handlungsorientierung; beides Lehrziele die für das EXIST-Projekt immer im Mittelpunkt stehen und auch zum Leitbild der Leuphana passen.

Jantje Halberstadt: Was mir in Bezug auf die unkonventionelle Lehrform besonders wichtig erscheint ist, dass die Studierenden in Mini-Gründungs-Gruppen in einer realen Situation an ihrem eigenen für den Gründomaten entwickelten Produkt arbeiten. So befinden sich die Studierenden in einer Lernsituation, ohne dass man sich dieser ständig bewusst ist. Fragen, die normalerweise von uns als Dozenten aufgeworfen werden, entstehen so im realen Mini-Gründungsprozess, beispielsweise die Frage nach Lieferanten, Kosten und Preisen. Oder auch, wie die Produkte beworben werden sollen.

Informationen werden nicht mehr nur konsumiert, sondern es entsteht eine völlig neue Lehr-Lern-Atmosphäre, in der die Studierenden intrinsisch motiviert Informationen von uns abfragen, selbst aus anderen Quellen generieren, untereinander diskutieren und

dann direkt anwenden und ausprobieren. Dabei nehmen wir dann in erster Linie eine koordinierende und unterstützende Rolle ein. Oft ist es für uns übrigens schwieriger uns zurückzunehmen und genau nicht zu steuern, damit genau diese Lerneffekte eintreten. So werden mit Spaß gründungsrelevantes Wissen und Skills vermittelt. Zudem trägt unser Format auch dazu bei, den "Entrepreneurial Spirit" zu verbreiten und für Selbständigkeit als eine Alternative zum Angestelltenverhältnis zu werben - oder auch für unternehmerisches Denken und Handeln im Job, im Studium, im Leben.

Wie haben Sie die Studierenden während des Seminars erlebt?

Jantje Halberstadt: Vor allem extrem motiviert. Sie haben sich auf die neue Lehrform sehr gut eingelassen. Es war toll zu sehen, wie unsere Studierenden des ersten Durchgangs in die Rolle von Gründerinnen und Gründern geschlüpft sind und sich in dem Zuge das relevante Wissen erarbeitet haben. Dass die Produkte, die Sie zurzeit im Gründomaten kaufen können, zum Teil bereits mehrfach ausverkauft waren, ist auch ein Zeichen für den Erfolg unserer Teams.

Mark Euler: Wir haben die Studierenden super engagiert erlebt. Die Erwartungen der Studierenden waren von Anfang an sehr hoch, sich endlich im Studium auch praktisch engagieren zu dürfen. Das Team Flaschenbuch beispielsweise überraschte relativ schnell mit hoher Eigeninitiative. Es hatte schon in der dritten Veranstaltung das Produkt definiert, einen Lieferanten gefunden und sich mit Behörden in Verbindung gesetzt. Das ging extrem schnell und war wirklich beeindruckend.

Die Lieferanten wollen doch von Anfang an bezahlt werden. Gab es da einen allgemeinen Topf oder wie wurde das finanziert?

Mark Euler: Die Studierenden mussten das Anfangskapital selbst aufbringen. Je mehr Studierende in einem Team waren, desto leichter fiel dadurch natürlich die Finanzierung. Hier unterscheiden wir uns klar zur Uni Oldenburg. Dort wird das Ganze über einen Verein finanziert. Die Erlöse aus dem Verkauf fließen wieder in das Vereinskonto ein und die nächste Studierenden-Generation kann sich aus dem Topf bedienen. Wir sehen in dieser Methode aber den entscheidenden Nachteil, dass es wie eine Motivationsbremse auf die Studierenden wirken kann. Es ist dann nämlich egal, wie erfolgreich das Produkt ist, weil man nichts davon hat. Das Projekt mit dem Tee hatte bereits nach zwei Wochen die Anfangskosten wieder hereingeholt.

Jantje Halberstadt: Und für den Fall, dass ein Team das Startkapital nicht hätte aufbringen können, gab und gibt's es natürlich auch immer die Möglichkeit, uns als Investoren zu gewinnen. Da das mit Blick auf unsere eigene finanzielle Situation natürlich auch nur begrenzt möglich ist, hätten wir bei kapitalintensiveren Vorhaben auch die Möglichkeit, andere potenzielle Venture-Capital-Geber hinzuzuziehen. Umso wichtiger ist es vor dem Hintergrund natürlich, ein entsprechend solides Konzept

vorlegen und „verkaufen“ zu können. Wir haben daher mit den Studierenden auch ein Pitch-Training gemacht.

Hätte man den gleichen Lernerfolg auch mit einer anderen Methode erzielen können oder was macht „action based learning“ hier so erfolgreich?

Mark Euler: Das action based learning ist für unsere Gründungsseminare optimal. Der Gründomat unterstützt den Vertrieb - vor allem natürlich am Anfang. Man kann mit dem Gründomaten austesten, welche Produkte gut laufen und welche nicht. Weitere Gründungsaspekte lernten die Studierenden so im Seminar: Von der Idee zum Produkt, den Umgang mit Behörden und Lieferanten, Marketing, die rechtliche Seite und vieles mehr. Zu den weiteren Methoden: In der Enterprise Academy ist der Business Plan das Ziel. Der Weg dorthin ist auch eine gute Methode, um alle Gründungsaspekte vorher genau zu durchdenken, aber es führt nicht zwangsläufig in die Selbständigkeit und ist auch im Tun weniger praxisnah. Dann gäbe es noch die Möglichkeit zu sagen: Ihr habt alle 5 Euro. Gründet damit ein Unternehmen und am Ende des Seminars schauen wir, wer damit am meisten verdient hat.

Welche Freiheiten bietet das Komplementärstudium einem Dozenten in der Ausgestaltung der Lehre?

Mark Euler: Das Komplementärstudium bietet uns als Dozenten nahezu unbegrenzte Möglichkeiten ein Seminar zu gestalten; sowohl inhaltlich als auch methodisch. Das Seminarergebnis kann man also als typisch Leuphana bezeichnen. Wir profitieren da absolut vom Studienmodell des College. An anderen Universitäten kann man zwar auch kreative Lehrmethoden anwenden, aber bei uns kommen ja noch die unterschiedlichen Fakultäten dazu. Das fängt bei den Studierenden an: Jeder kann diesen Kurs wählen und dafür Creditpoints erhalten. Die gute Mischung macht das Studienergebnis einfach realitätsnaher. Hinzu kommt noch, dass Expertinnen und Experten aus allen Fakultäten dem Seminar Impulse geben und ihr Wissen einbringen können.

Jantje Halberstadt: So haben wir gleich in mehrfacher Hinsicht die Möglichkeit, interdisziplinär zu arbeiten. Mark und ich sind bereits ein interdisziplinäres Dozierenden-Team und holen darüber hinaus Expertise aus angrenzenden Bereichen hinzu. Vor allem aber ist die Zusammenarbeit von Studierenden aus unterschiedlichen Studiengängen für das Seminar sehr bereichernd. Verschiedene Studienfächer zu adressieren bietet sich bei unserem Thema auch besonders an. Zum einen können aus allen Fachbereichen erfolgreiche Gründungsideen hervorgehen. Zum anderen ist unternehmerisch zu denken für alle Fachbereiche und jede potenzielle Berufswahl relevant.

Wie wird die Leistung eigentlich bewertet? Es gibt doch für jeden Creditpoints. Aber wie wird der Lernerfolg gemessen?

Mark Euler: Die Note setzt sich zusammen aus einem mündlichen und einem schriftlichen Teil. Bewertet wird also nicht das Produkt selbst, sondern der Weg der Gründung. Die Studierenden mussten ihre Gründung mittels eines Elevator Pitches vorstellen. Zum Abschluss des Semesters muss jeweils noch ein Kurzessay geschrieben werden.

Wie wird es mit dem Gründomaten weitergehen, wie lange soll er vor der Bibliothek stehenbleiben?

Mark Euler: Für den Gründomaten gibt es keine zeitliche Begrenzung. Natürlich hoffen wir, dass wir möglichst viele Semester auf dieses Tool zurückgreifen können. Er soll sich ja auch lohnen, da die Anschaffungskosten nicht gerade niedrig waren. Geplant ist jetzt erst einmal, dass die Studierenden sich bis zum Ende des Wintersemesters um den Gründomaten kümmern. Das heißt, täglich kontrollieren die Studierenden, ob von allem noch ausreichend Produkte da sind. Es ist auch jedem Kaufinteressenten möglich, per Facebook auf fehlende Artikel hinzuweisen. Im Sommersemester übernehmen wir vom Entrepreneurship Hub den Unterhalt. Es haben auch schon einige Gründerinnen und Gründer Kontakt deswegen zu uns aufgenommen. Nächstes Wintersemester bieten wir das Seminar erneut im Komplementärstudium an.

Weitere Informationen

- Entrepreneurship Hub
- Gründungsservice
- College Komplementärstudium
- Lehre an der Leuphana
- EXIST-Projekt

PD Dr. Mark Euler

Universitätsallee 1, C40.M22
21335 Lüneburg
Fon +49.4131.677-1578
Fax +49.4131.677-2981
euler@inkubator.leuphana.de

Prof. Dr. Jantje Halberstadt

Universitätsallee 1, C6.206
21335 Lüneburg
Fon +49.4131.677-2121
jantje.halberstadt@leuphana.de

Die Interviews führten Julia Grasshoff (mit den Studierenden Johanna Pahmeier und Malte Reckendreees) und Dörte Krahn (mit PD Dr. Mark Euler und Prof. Dr. Jantje Halberstadt), Universitätskommunikation. Neuigkeiten aus der Universität und rund um Forschung, Lehre und Studium können an news@leuphana.de geschickt werden.

Datum: 12.02.2016

Kategorien: 1_Meldungen_Studium, College_Meldungen, Lehre_Meldungen

Autor: grasshoff

E-Mail: julia.grasshoff@stud.leuphana.de