

Universeller Uni-Schreibblock

Mit einer besonders innovativen Idee landeten die beiden Rostocker Jura-Studenten Michael Florus und Christoph Buchmann auf dem 2. Platz des Ideenwettbewerbs des Forschungsraumes Rostock. Die WIR-Redaktion sprach mit beiden Erfindern:

Wie sind Sie auf die Idee gekommen, einen 320 Seiten starken Schreibblock zu entwickeln?

Florus: Während unseres Studiums haben wir einen Schreibblock, der diese Eigenschaften mitbringt, schmerzlich vermissen. Ein Block, der Platz für die Mitschriften eines Semesters bietet, unterteilt in mehrere Register, die Kalender und Stundenplanfunktionen beinhaltet und dazu die wichtigsten universitären Infos jederzeit mit minimalstem Aufwand parat hält!

Buchmann: Wichtig war es uns auch, eine Möglichkeit zu finden, wie man mit einfachen Mitteln eine Bindung zwischen Studierenden und Universitäten aufbauen kann. Dieses Zugehörigkeitsgefühl fehlt leider in Deutschland. Deshalb wird der Schreibblock in Kooperation mit unseren Partnerhochschulen herausgegeben.

ben. Dies bedeutet auch, dass das Cover individuell für die Universität gestaltet und deren Logo bzw. Corporate Design verwendet wird!

Florus: Eines unserer Hauptziele war es, den Studenten etwas Hilfreiches an die Seite zu stellen. Dies wird sich auch in der Akquise von Werbeanzeigen widerspiegeln, da unser Blick auf Unternehmen gerichtet ist, die den Studenten nützlich sein können.

Was ist das Besondere an diesem „Studentenwerk“?

Buchmann: Bildlich gesprochen stellt unser Block vom Aufstehen bis zum Zubett-Gehen eine nützliche Erweiterung des täglichen studentischen Lebens dar. Die Botschaft der Werbepartnern als auch der universitären Werbepartnern wird die Studenten den ganzen Tag begleiten,



Michael Florus und Christoph Buchmann haben einen innovativen Schreibblock fürs Studium entwickelt.

sei es beim Mitschreiben im Hörsaal, beim Lernen in der Bibliothek oder beim nächtlichen Büffeln.

Florus: Wir haben so eine Marketingkooperation von Studenten, Universitäten und Unternehmen geschaffen, die eine dreifache Win-win-Situation erzeugt. Dies ist in dieser Form einzigartig. Auch bietet diese Form der Werbung einen wirklichen und praktischen Nutzen. Unsere Partnerunternehmen treten so auch als Sponsoren der Bildung auf.

Wie haben Sie festgestellt, dass auch andere Studenten Bedarf nach einem solchen speziellen Schreibblock haben?

Buchmann: Wir führten bei unseren Freunden und Bekannten eine Umfrage durch, mit welchem Medium sie ihre Mitschriften anfertigen. Hier überlagerte ganz klar der normale Schreibblock. Allerdings sagten sie auch, dass sie jedes Semester für jedes Fach verschiedene Schreibblöcke haben und so die Gefahr groß sei, sich zu verzetteln. Unser Block ist in Register und Fächer eingeteilt, da herrscht Ordnung. Seit das Vorhaben auch durch den Ideenwettbewerb publik wurde, häufen sich die Anfragen

von Studenten, wann der Block verteilt wird und ob es Reservierungsmöglichkeiten gibt.

Wie schätzen Sie die Marktchancen ein?

Florus: Die heutige Wettbewerbssituation ist von übersättigten Märkten und Schnellebigkeit gekennzeichnet. Ein Trend folgt auf den nächsten und die Unternehmen müssen sich anstrengen, Schritt zu halten. Mit immer neuen Produkten versuchen sie, die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zu ziehen. Zielgerichtete Werbung und eine Bedienung der Kundenbedürfnisse sind von entscheidender Bedeutung.

Buchmann: Mit unserem Produkt schaffen wir eine Innovation im Hochschulmarketing. Studenten nehmen die Werbung nicht nur wahr, sondern erleben sie. Sie bauen eine persönliche Bindung auf. Einen Stift in der Hand haltend, führt unweigerlich dazu, dass sich die Studenten aktiv mit unserem Block beschäftigen. Erzeugt wird zudem eine positive Wahrnehmung der Unternehmen. Studenten freuen sich, wenn sie bei Schreibmaterialien für die Uni Geld sparen können. Als Sponsor wird das Unternehmen von dieser positiven Verknüpfung profitieren.

Wie sind Sie an das Startkapital für die Umsetzung der Idee gekommen?

Florus: Wir wurden von der Jury des Ideenwettbewerbs der Universität Rostock mit 2.000 € prämiert. Daneben steckt auch privates Kapital von uns in der Idee. Aber neben dem Startkapital konnten wir noch etwas viel wichtigeres akquirieren: unsere Mentorin Doreen Jacobsen, die wichtige Kontakte herstellte und uns immer mit Rat und Tat zur Seite steht. Danken möchten wir auch der Rostocker Druckerei Hahn, die uns bei der Konzeptionierung des Schreibblocks behilflich war.

Wie kann es gelingen, angesichts eines begrenzten Studentenmarktes künftig Wachstum mit dem Produkt zu erzielen?

Buchmann: Natürlich bauen wir unser Konzept permanent aus. So viel kann ich schon mal verraten, es wird nicht nur bei den Blöcken bleiben. Unser Schreibblock wird natürlich auch ständig verbessert und um Funktionalität ergänzt, sodass das Produkt immer interessant bleiben wird. Wir sind bereits jetzt dabei, vielfältige Ideen, die den Schreibblock noch attraktiver machen können, für die Frühjahrsausgabe zu testen.

Was bewegt einen angehenden Juristen, das Risiko einer Unternehmensgründung einzugehen?

Florus: Uns bewegt nicht das Risiko, sondern die Chance, die eine Unternehmensgründung mit sich bringt: Die Freiheit, unsere Visionen und Ziele umzusetzen. Zu sehen, wie aus einer studentischen Idee eine Firma wird.

Wie war das Echo der Unternehmen, die Sie als Anzeigenkunden gewinnen wollen?

Buchmann: Das Echo reichte von Skepsis bis hin zu „Wo soll ich unterschreiben?“. Skepsis deswegen, weil wir einen neuen Weg beschreiben und es keine Erfahrungen auf diesem Gebiet des Hochschulmarketings gibt. Andere wiederum realisierten sofort die Möglichkeiten, die wir ihnen bieten. Allen gemein ist die Begeisterung dafür, dass zwei Studenten abseits des Mainstreams neue Ideen entwickeln.

Was kostet den Studenten ein so dicker Schreibblock?

Florus: Unser Schreibblock wird an die Studenten kostenlos herausgegeben.

Interview: Sven Olsen