

bilden zeppelin university

## Kreative Lückenfinder



Noch während ihres Wirtschaftsstudiums an der Zeppelin University gründeten Georg Bader (rechts) und Inas Nureldin ein eigenes Software-Unternehmen in Ägypten.

**ZEPPELIN UNIVERSITY :: Unternehmen beraten, eine eigene Firma gründen und nebenbei noch Praktika machen, so stellt sich die Zeppelin University ihre idealen Studenten vor. Die Privatuni sucht Pioniere und legt bei der Auswahl der Bewerber mehr Wert auf Persönlichkeit als auf Noten.**

»Diese Idee ist ebenso naheliegend wie genial.«

Mit seinem Lob hält Thomas Brandt, Geschäftsführer der ZLT Zeppelin Luftschifftechnik, nicht hinterm Berg. Das studentische Beraterteam Why(k)not hat mit seinen Vorschlägen voll ins Schwarze getroffen. Wenn jedes Jahr 12.000 Besucher nach Friedrichshafen kommen, um mit dem berühmten Luftschiff zu fliegen, und 30 Prozent dieser Gäste auch noch am Ort übernachten – dann muß daraus doch mehr zu machen sein, als nur Tickets zu verkaufen. Diese Überlegung stand am Anfang der Geschäftsidee für das Zeppelin-Luftschiff NT 07. »Wir haben die Verkaufsprozesse analysiert, und da ist uns aufgefallen, daß es völlig ungenutzte Margen gibt«, erzählt Georg Bader, frischgebackener Corporate-Management-Absolvent der Zeppelin University. Vor anderthalb Jahren kam er zum Why(k)not-Team, einem Pool aus 35 potentiellen Mitarbeitern.

Je nach Auftrag werden die Teams zusammengestellt, die Themen reichen von Restrukturierungsmaßnahmen einer Waldorfschule bis hin zum Marketing-Relaunch eines oberschwäbischen Mittelständlers. Das Projekt des legendären Luftgerätekonzerns reizte Georg Bader. »Ich fand es spannend, dieses hochkomplexe Produkt, mit dem ich überhaupt keine Erfahrung hatte, zu verstehen.« Um frischen Wind ins Luftschiff-Konzept zu bringen, war er mit seinen Teamkollegen sogar undercover unterwegs. »Wir haben uns telefonisch als Fluggäste ausgegeben und in Hotels nachgefragt, ob es Kontingente für Zeppelingäste gibt«, erzählt der

Technik-Freak. Die gab es nicht. Flugs entwickelten die Studenten sogenannte Annex-Produkte, die über das Internet vermarktet werden. Hotel- und Museumsbuchungen, Hafenrundfahrten oder Ausflüge können künftig über die Internetseite der ZLT gebucht werden. »Die Studierenden lernen sehr viel, ge-

»Gründungspotential haben vor allem solche Leute, die schon mal richtig was versemelt haben.«

nauso wie wir«, stellt ZLT-Geschäftsführer Brandt fest. Das Beraterteam sieht das genauso. Und ist natürlich hoch erfreut über die prompte Umsetzung der Geschäftsidee.

Sein Einsatz für das Why(k)not-Team ist nicht das einzige Engagement von Studentenberater Bader. Noch während des Wirtschaftsstudiums hat er mit seinem Kommilitonen Inas Nureldin ein eigenes Unternehmen gegründet. Seit Sommer letzten Jahres jetteten die beiden zwischen Deutschland und Ägypten hin und her. Im Smart Village, dem ägyptischen Silicon Valley, haben sie sich selbständig

gemacht. Ihr Unternehmen Salis entwickelt Software, die Geschäftsprozesse in Ägyptens wichtigsten Industriesektoren Food, Textil und Pharma über mobile Anwendungen automatisiert. Ein Teil des Startkapitals war Preis eines Businessplan-Wettbewerbs, den Nureldin, der aus Ägypten stammt, in seinem Heimatland gewonnen hat.

Hochgelobte Ideen für Why(k)not, Diplomabschluß, Firmengründung im Orient und zwischendurch noch ein Praktikum bei Ernst & Young – und das alles in einem Jahr. Wie geht das zusammen? »Das hat auch viel mit der Uni zu tun«, sagt Georg Bader. Er gehört zum ersten Jahrgang der 2003 staatlich anerkannten Zeppelin University. Ihren Namen verdankt die idyllisch am Bodenseestrand gelegene Privathochschule dem finanziellen Engagement der Zeppelin-Stiftung. Über Sponsoring, Studiengebühren und Spenden ist die Zukunft der ZU bis 2008 gesichert. Ausgebildet wird in Wirtschaftswissenschaften, Kommunikations- und Kulturwissenschaften sowie in der Ökonomie und in Politik- und Verwaltungswissenschaften. Pro Studiengang werden 30 Bewerber aufgenommen. Rund 200 Studenten arbeiten derzeit auf den Bachelor hin. Die Masterstudiengänge starten zum kommenden Sommersemester. »Im Grunde genommen ist die ganze Uni ein Start-up-Projekt«, stellt Bader fest. Als Student der ersten Stunde hat er den gesamten Aufbau mitbekommen. »Es ist dieses Aufbruchklima, das mich dort auch gehalten hat. Man will was bewegen, was Neues machen, Eigeninitiative fördern.« Ein Beispiel dafür sind die »StudentStudies«: Etwa ein Drittel der Wahlpflichtveranstaltungen wird von den Studenten selbst definiert. Sie wählen die Themen aus, bereiten sie vor und organisieren Seminare und Veranstaltungen. Auch das selbständige Forschen wird von Anfang an gefördert. Jeder Studierende wählt sich einen Wissenschafts-Coach unter den Dozenten und einen Praxis-Coach aus Wirtschaft, Kultur oder Politik. So bauen sich die Nachwuchswissenschaftler vom ersten Semester an ein tragfähiges Netzwerk auf.

Die Struktur der Studentenschaft ist alles andere als homogen. »Hier kommen nicht alle direkt vom Abi«, so Bader. »Die meisten bringen schon Erfahrungen mit, von denen die anderen profitieren können.« Er selbst zum Beispiel hat während der gesamten Oberstufe als Programmierer gearbeitet.

»Wer zu uns kommt, sollte neben dem Abi schon mal was anderes gebaut haben«, rät auch Hochschulleiter Stephan A. Jansen. Mit seinen 34 Jahren ist er der jüngste Universitätspräsident in Deutschland. Eloquent wirbt er für die »sehr« diskursiven Studiengänge am Bodensee, für multidisziplinäre Ausbildungsmodule und den »Glamour-Faktor des Generalisten«. Ohne Blick über den Tellerrand, so sein Credo, keine Innovationen. »Unternehmer sehen

Lücken und füllen sie aus«, sagt Jansen. »Wir bilden Lückenfinder aus.« Wer ihn über seine Studenten reden hört – »lauter Klassensprecher, auch untereinander sehr anstrengend« – der spürt eine tiefe Sympathie für alles nicht Stromlinienförmige.

Die Erfolgsstory des Wirtschaftsprofs, der für Bourdieu schwärmt und als leidenschaftlicher DJ in seiner Freizeit Platten auflegt, ist bestens dokumentiert: Noch während des Studiums an der Privatuni Witten/Herdecke gründete er das Institute Mergers & Acquisitions, veröffentlichte seine Erfahrungen als Buch, das zum Standardwerk wurde, beriet DaimlerChrysler und Vodaphone und gründete einen Internetmarktplatz. Daß er seine Banklehre mit einem lauen Vierer beendete und das ein oder andere Projekt durchaus in den Sand setzte, fällt dagegen gerne unter den Tisch. »Das will keiner hören«, so Jansen – nicht ohne Bedauern. Schließlich legt er seinen Studenten die »Ästhetik des Scheiterns« nachdrücklich ans Herz. »Wer sich selbständig machen will, muß wissen, wie extrem wahrscheinlich es ist, daß Dinge nicht funktionieren«, betont Jansen. »Gründungspotential haben vor allem solche Leute, die schon mal richtig was versemelt haben.«

Diese Philosophie spiegelt sich auch in den Lebensläufen der Studenten wider. Noten spielen bei der Auswahl eine untergeordnete Rolle, die Persönlichkeit steht im Vordergrund. Etwa 700 Bewerbungen standen beim letzten Durchgang 60 Plätzen gegenüber. »Wir haben hier 3,6er-Abiturienten genauso wie Ultrabanker«, so Jansen. Noch kennt er jeden seiner Hochschüler mit Namen. Mehr als 800 sollen es auch in Zukunft nie werden. Ausdrücklich gefragt sind Pioniere, »Pioneers Wanted!« lautet das Motto der Auswahltag. Jansen: »Entscheidend ist immer auch die Frage: Ist der Typ so interessant, daß wir es drei Jahre mit ihm aushalten?«

## STUDIENGEBÜHREN

Der BA kostet 3.700 Euro pro Semester, der MA zwischen 4.900 und 3.900 Euro. Darin enthalten sind alle Kosten für die Immatrikulation, Prüfungen, die Nutzung von Sportangeboten und die Mitgliedschaft im Studierendenverein StudentLounge e.V.

## FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

In Kooperation mit der Sparkasse Bodensee finanziert die ZU die Studiengebühren für die Studierenden zu einem deutlich vergünstigten Zins vor. Die Aufnahmeentscheidung der Uni reicht, die Bank verzichtet auf Bonitätsprüfung und Sicherheitenstellung. Etwa 50 Prozent der Studenten nehmen das Modell »StudentLoans« in Anspruch.

## WEITERE INFOS

Zeppelin University  
Studierendensekretariat  
Sonja Heilig  
Fallenbrunnen 2  
88045 Friedrichshafen/Bodensee  
Tel.: 0 75 41/60 09-20 00  
Fax: 0 75 41/60 09-20 99  
info@zeppelin-university.de  
→ [www.zeppelin-university.de](http://www.zeppelin-university.de)