



Die „Grillido“-Gründer Michael Ziegler und Manuel Stöffler (von links) bekommen Hilfe von Sternekoch Patrick Coudert. Manuel Stöffler hat an der Hochschule Albstadt-Sigmaringen studiert.

FOTO: PR

Aus der Hochschule

Studenten feiern Game-Over-Party

SIGMARINGEN (sz) - Wenn die Prüfungsphase immer näher rückt, ist auch die Game-Over-Party in Sigmaringen nicht mehr weit. Am Freitag nach den Prüfungen (21. Juli) steigt die Party ab 21.30 Uhr im großen Foyer von Gebäude 6. Karten gibt es noch heute für fünf Euro im Vorverkauf zwischen 13.10 und 13.50 Uhr im Asta-Büro in Sigmaringen. An der Abendkasse kosten die Tickets sieben Euro.

Erster InnoNetz-Stammtisch ist am 13. Juli

AULENDORF (sz) - Bei gutem Essen oder einem Getränk in zwangloser Atmosphäre entstehen oft die besten Ideen. Wer Lust hat, sich mit anderen über aktuelle Themen der nachhaltigen Lebensmittelproduktion auszutauschen, kann am Donnerstag, 13. Juli, ab 19 Uhr den ersten InnoNetz-Stammtisch in der Gaststube im Gasthaus zum Rad/Arthus Ritterkeller in Aulendorf besuchen. Zur besseren Planung bittet die Netzwerk-Managerin Hannah Pfefferle per E-Mail um eine formlose Anmeldung bis zum 12. Juli: pfefferle@hs-albsig.de

Mit WhatsApp immer auf dem Laufenden

SIGMARINGEN (sz) - Aktuelle Nachrichten aus dem Landkreis Sigmaringen immer direkt aufs Handy: Wenn Ihr diesen Service nutzen wollt, meldet Euch für den WhatsApp-Dienst der „Schwäbischen Zeitung“ an – ganz einfach online: www.schwaebische.de/whatsapp

Studenten wollen Regiobus attraktiver machen

Aus der Befragung etlicher Nutzer und Nicht-Nutzer leiten sie Handlungsempfehlungen für die Praxis ab

SIGMARINGEN (sz) - Zehn Studenten im Master Betriebswirtschaft und Management haben vor Kurzem ihre Analyse des Regiobusses vorgestellt. Seit März vergangenen Jahres fährt er im Stundentakt von Sigmaringen nach Überlingen und zurück. Vorausgegangen war eine umfangreiche Befragung von Fahrgästen und Passanten sowie eine Onlinebefragung. Ziel der Analyse war herauszufinden, wie das Angebot noch attraktiver gestaltet werden kann, um weitere Nutzer für den Bus zu gewinnen. Das Projekt wurde in Kooperation mit dem Landkreis Sigmaringen durchgeführt.

Bereits Ende April fuhren die Studenten mit dem Bus und führten Umfragen durch. Parallel dazu wurden Tourismusbüros, Bürgermeister, Unternehmen, andere Verkehrsbetriebe sowie Busfahrer befragt. Außerdem verglichen die Studenten das Angebot mit anderen Anbietern. Ausgewertet wurden die Aussagen von 135 Nicht-Nutzer, 149 Nutzern und 21 Busfahrern. Daraus leiteten die Studenten Handlungsempfehlungen zur Gewinnung von Neukunden ab.

Studenten empfehlen unter anderem einen Nachtbus

Insgesamt wurde das Angebot sehr gut bewertet – ein Ergebnis, das sich mit der hohen Kundenresonanz von mehr als 323000 Fahrgästen im ersten Betriebsjahr (entspricht einer durchschnittlichen Belegung von 885 Fahrgästen pro Tag) deckt. Viele Nicht-Nutzer gaben als Gründe das private Verkehrsmittel, mangelnde Anbindung sowie fehlende Flexibilität an. Leichte Abstriche gab es bei der Ausstattung der Haltestellen, den Anschlussverbindungen und dem Thema Pünktlichkeit. An den Wochenenden wünschen sich die Fahrgäste zudem mehr Abstellmöglichkeiten für Gepäck und Fahrräder. Außerdem wünschten sich fast zwei Drittel der Kunden einen Nachtbus, mehr als ein Drittel ein Fundbüro und ebenfalls ein Drittel einen Bus zum Mieten. Bessere Kommunikation durch eine Homepage, eine Bus-App oder Aushänge und Flyer stand ebenfalls auf der Wunschliste.

Neben Zusatzangeboten wie unter anderem einem Nachtbus am Wochenende empfahlen die Studenten Serviceleistungen wie ein Fundbüro oder eine Bus-App mit Echtzeit-Anzeigen. Ein schnellerer Takt und der Einsatz von Gelenkbussen zu Stoßzeiten könne das Angebot weiter verbessern. Ebenso könne die Anfahrt von ausgewählten Ausflugs-möglichkeiten zur Steigerung der Attraktivität beitragen.

Zur verbesserten Kommunikation wurde die Einrichtung einer Homepage als sehr wichtig bewertet. Durch Zusatzangebote wie einen Newsletter könne das dort aus über aktuelle Angebote informiert werden. Im kommenden Semester wird eine Projektgruppe die Planung und Umsetzung der Homepage betreuen.

Um die Bekanntheit weiter zu steigern, empfahlen die Studenten eine Verknüpfung mit Google Maps sowie Anzeigen in Reiseführern, Magazinen und regionalen Zeitungen, einen aktuellen Flyer, Plakate sowie die Nutzung der Sozialen Netzwerke und der Werbeflächen im Bus. Projekte mit der Hochschule, Unternehmen und Schulen und mehr Präsenz auf lokalen Veranstaltungen könnten die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zusätzlich erhöhen.

Professorin Wibke Heidig, die das Projekt begleitet, sieht in der Kooperation mit dem Landkreis einen besonderen Mehrwert für Studierende und die Region. „Die Studenten können unter realen Bedingungen ein Projekt umsetzen und ganz nebenbei noch ihre eigene Mobilität erhöhen. Das spornt an“, sagt sie. „Außerdem profitiert der Landkreis davon und damit wiederum auch unsere Studenten selbst.“ Auch aus dem Landratsamt kommen positive Stimmen. „Die Studenten haben in einer beeindruckenden Abschlusspräsentation aufgezeigt, dass es vor allem im Marketing aber auch in anderen Bereichen noch großes Entwicklungspotential gibt, den Regiobus weiter voranzubringen“, sagt der Erste Landesbeamte Rolf Vögtle.

Von der Garage ins Wurst-Business

Hochschulabsolvent Manuel Stöffler und sein Freund gewinnen Deutschen Gründerpreis

Von Corinna Wolber

SIGMARINGEN - Manuel Stöffler und Michael Ziegler lieben den Geschmack gegrillter Würstchen, aber nicht deren Nährwerte und Fettgehalt: Diese Ausgangssituation hat die beiden vor zwei Jahren zuerst in die Garage der Großeltern, dann in die Küche mehrerer Sterneköche, anschließend in die „Höhle der Löwen“ und damit in die Wohnzimmer von Millionen Fernsehzuschauern und vor Kurzem aufs Siebertreppchen des Deutschen Gründerpreises gebracht. Er wird von ZDF, „Stern“, Sparkasse und der Porsche-AG für vorbildhafte Leistungen bei der Entwicklung von innovativen und tragfähigen Geschäftsideen und beim Aufbau neuer Unternehmen verliehen. Ihre Geschäftsidee: Würstchen für gesundheitsbewusste Feinschmecker – eiweißreich und fettarm einerseits, voll mit für Würstchen eher ungewöhnlichen Zutaten andererseits. So sollen etwa Sushi-Ingwer oder Guarana den Geschmacksträger Fett ersetzen.

Manuel Stöffler stammt aus Deckenpfronn im Schwarzwald und hat an der Hochschule Albstadt-Sigmaringen Wirtschaftsingenieurwesen studiert. Er erinnert sich noch sehr genau an eine Projektmanagement-Vorlesung bei Professor Dr. Lutz Sommer: „Er hat uns jeden Tag in eine andere Richtung rennen lassen,

das sicher Geglaupte galt dann einfach nicht mehr.“ Das habe ihn nachhaltig beeindruckt und offen und mutig für neue Ideen gemacht. Und so hat die Idee, die er gemeinsam mit Michael Ziegler hatte, denn auch bereits nach kurzer Zeit eine schier abenteuerliche Karriere hinter sich.

Vor zwei Jahren sitzen die beiden Sandkastenfreunde zusammen beim Grillen. Sie sind beide sportlich, die fette Wurst passt nicht in ihren Ernährungsplan. „Auf das vernünftige Putensteak hatten wir aber einfach keine Lust mehr“, sagt Stöffler. Ihm fällt ein, dass es in der Garage seiner Großeltern noch einen alten Fleischwolf gibt, sein Opa war Metzger. Die jungen Männer kaufen sich ein gutes Stück Fleisch und „ein paar interessante Zutaten“ und probieren drauf los – die Geburtsstunde von „Grillido“.

Ihre erste eigene Wurst schmeckt gar nicht mal so schlecht, sie werden immer größere Fans ihrer eigenen Idee. „Wir haben das einfach weiter verfolgt, viele Freunde und unsere Familien probieren lassen.“ Schließlich suchen sie sich professionelle Hilfe und rennen bei mehreren Spitzenköchen offene Türen ein. „Die haben uns freiwillig geholfen, unsere Rezepturen zu optimieren“, sagt Stöffler. Weil ihnen die Idee gefällt. Heraus kommen Kreationen mit Birne und Ziegenkäse, mit Spargel und Balsamico.

Die beiden heute 29-Jährigen verkaufen ihre Würstchen auf Weihnachtsmärkten und machen eine für sie bahnbrechende Feststellung: „Für unser Produkt interessierten sich auch total viele Frauen.“ Ihnen wird klar, dass sie nicht nur den Geschmack des „Wurstessers Mann“ bedienen, sondern ganz allgemein den ernährungsbewusster Menschen, die sonst eher einen Bogen um die Wursttheke machen. Es folgt ein Online-Shop, mit ihren privaten Autos werden die beiden zu Wursttaxifahrern. Die Nähe zum Kunden, das Feedback am Gartenzaun: Stöffler und Ziegler erfahren direkt, was den Kunden schmeckt und was nicht. „Und so ging die Entwicklung immer weiter, wir haben immer am offenen Herzen operiert.“

„Das richtige Produkt“

Was dann kommt, verpasst „Grillido“ den Turbo: Ihr Auftritt in der TV-Sendung „Höhle der Löwen“ verschafft ihnen Kapital und Öffentlichkeit. „Innerhalb einer Woche hatten wir 10 000 Bestellungen und 30 000 Klicks auf unserer Homepage“, sagt Stöffler. Binnen kürzester Zeit schaffen sie es in Süddeutschland in die Supermarktregale von Edeka und Rewe. Produziert wird in Zusammenarbeit mit der Metzgereigenossenschaft Stuttgart.

Ihre festen und aussichtsreichen Jobs geben die beiden Freunde auf

und knacken bereits nach zehn Monaten als Vollzeit-Unternehmer die erste Umsatz-Million. Mit ihrer Firma mit Sitz in München ziehen sie gerade zum wiederholten Male um, weil das Büro immer wieder zu klein wird. „Inzwischen haben wir zehn feste Mitarbeiter und zehn bis 15 Werkstudenten und Praktikanten“, sagt Stöffler. „Wir gehen immer einen Schritt nach dem nächsten.“ Sie entwickeln laufend neue Produkte und arbeiten daran, bald in Supermärkten in ganz Deutschland vertreten zu sein. Ihr Erfolgsrezept: „Wir hatten das richtige Produkt zur richtigen Zeit“, sagt Stöffler. Die Menschen achteten sehr auf ihre Ernährung und wollten genau wissen, was sie aßen.

Dem tragen sie auch durch „die Verwendung von Fleisch aus kontrolliert artgerechter Tierhaltung und den Verzicht auf künstliche Zusatzstoffe“ Rechnung – so steht es auf der Homepage, und das versprechen die beiden Gründer. Angst vor Nachahmern haben sie nicht: „Wir schützen uns durch unsere starke Marke, hinter der eine tolle Story steht.“



Diesen und viele andere Artikel rund um die Hochschule gibt's auch in unserem Dossier: www.schwaebische.de/hochschulzeitung

Bazies Heimatdorf bekommt eine solarbetriebene Pumpe

Für den Studenten aus Burkina Faso geht ein Traum in Erfüllung – Spenden ermöglichen das Projekt

SIGMARINGEN (sz) - Bertrand Bazie ist Masterstudent an der Hochschule in Sigmaringen. Für das Studium in Deutschland hat der 29-Jährige 2011 das Dorf Wapa in der Provinz San-

guie in Burkina Faso verlassen. Vor etwas mehr als einem Jahr flog er für 13 Tage in seine Heimat, um dort beim Aufbau eines Wasserturms mit Wasserpumpe zu helfen. Für ihn sei

es ein Lebenstraum gewesen, die Situation vor Ort zu verbessern, sagt Bazie. Zuvor hätten die Kinder das Wasser aus rund 15 Metern Tiefe nach oben holen müssen, bevor sie zur Schule gehen konnten.

Bertrand Bazie probt den Aufbau und den Anschluss

Durch Spenden gelang Bazie vor mehr als einem Jahr die Finanzierung der Pumpe. 3430 Euro waren zusammengemacht – genug, um die Pumpe zu bauen. Aber der Unterhalt der Wasserpumpe, die durch einen Benzinmotor betrieben wird, ist teuer. Darum setzte sich Bazie bereits damals das Ziel, den Verbrennungsmotor irgendwann durch einen alternativen Antrieb zu ersetzen. „Mein Traum ist eine Solaranlage“, sagt er. Jetzt kann er diesen Traum realisieren. Mitte Juni traf er sich dafür mit zwei der Sponsoren im Industrie-Komplex EHoch4 in Hohentengen, um die Solarmodule zu testen und den Aufbau, Anschluss und die Steuerung der Strommengen an der

Pumpe zu proben. Das International Solar Energy Research Center Konstanz unterstützte das Projekt durch die Spende von geeigneten Solarmodulen. Dr. Kristian Peter, Managing Director Systems and Applications beim ISC, war selbst vor Ort, um Tipps zur späteren Installation in Afrika zu geben. „Wir unterstützen immer wieder Entwicklungsprojekte“, sagt Peter, „und das Projekt hat uns wirklich überzeugt“. Andreas Keßler, Geschäftsführer bei der E&M Wasseranlagenbau GmbH, übernahm Aufbau und Planung der Konstruktion. Neben einem Steuerungselement kommt auch eine neue Pumpe zum Einsatz. Den Kontakt stellte Joachim Wehr von der Kirchner Konstruktionen GmbH her. Er hat das Treffen mitorganisiert. Seine Firma trug mit einer Spende in Höhe von 3000 Euro maßgeblich zur Anschaffung einer zweiten Pumpe bei. In Hohentengen haben die Solarmodule die Pumpe bereits erfolgreich angetrieben. Im August soll in Wapa nun der Ernstfall getestet werden.



Kristian Peter, Andreas Keßler mit einem Mitarbeiter sowie Bertrand Bazie (von links) beim Testlauf in Hohentengen.

FOTO: PRIVAT



Wie kann der Regiobus noch attraktiver werden? Mit dieser Frage hat sich eine Projektgruppe der Hochschule intensiv beschäftigt und Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

FOTO: HOCHSCHULE