

Schlussbericht

„ManageSWC2 - Management der
Neuaufgabe des Software Campus“

FKZ: 16IS17020
(vormals beim DLR PT 01IS17020)

Version 1.0 – Stand 14.1.2026

Talentik GmbH (vormals EIT ICT Labs Germany GmbH)

Das diesem Bericht zugrunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16IS17020 (altes FKZ beim DLR: 01IS17020) gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor.

Agenda

Agenda	II
1 Kurze Darstellung	1
1.1 Aufgabenstellung	1
1.2 Wissenschaftlichem und technischem Stand, an den angeknüpft wurde.....	1
1.3 Planung und Ablauf des Vorhabens	1
1.4 Die wesentlichen Ergebnisse und Zusammenarbeit mit anderen Stellen	2
2 Eingehende Darstellungen	3
2.1 Verwendung der Zuwendung und des erzielten Ergebnisses im Einzelnen, mit Gegenüberstellung der vorgegebenen Ziele	3
2.2 Wichtigste Positionen des zahlenmäßigen Nachweises	10
2.3 Notwendigkeit und Angemessenheit der geleisteten Arbeit	11
2.4 Voraussichtlicher Nutzen, Verwertbarkeit des Ergebnisses im Sinne des fortgeschriebenen Verwertungsplans.....	11
2.5 Während der Durchführung des Vorhabens dem ZE bekannt gewordene Fortschritte auf dem Gebiet des Vorhabens bei anderen Stellen.....	14
2.6 Veröffentlichungen des Ergebnisses	14

1 Kurze Darstellung

1.1 Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund eines weiterhin stark ausgeprägten Fachkräftemangels im Bereich der IT war das Ziel des Software Campus die Fortführung des Qualifikationsprogramms, das im Jahr 2011 gestartet wurde. Die Neuauflage zielte vor dem Hintergrund des erfolgreichen Programmstarts auf die Fortführung des Zusammenwirkens von Industrievertreter*innen und Hochschul-Dozent*innen und der Förderung hochqualifizierter Studierender auf wissenschaftlichem Spitzenniveau. Darüber hinaus sollte das breite Spektrum innovativer Karrieremodelle und Berufsfelder im Zusammenhang mit IT und/oder Softwareexpertise für Männer und Frauen gleichermaßen vermittelt werden. Der Software Campus richtete sich an Master- und Promotionsstudierende mit exzellenten Zeugnissen und Unternehmergeist, die sich in der Endphase des Masterstudiums (vor der Masterarbeit) oder am Anfang der Promotion im Fach Informatik befanden.

Im Software Campus sollte eine projektorientierte Ausbildung der Master- und Promotionsstudierenden im Rahmen von öffentlich geförderten Forschungsprojekten erfolgen, die von ihnen selbst vorgeschlagen werden. Diese Ausbildung sollte durch erstklassige Trainings im Bereich der Führungs-, Sozial und Methodenkompetenzen, sowie durch ein hochrangiges Mentoring ergänzt werden.

Ziel war es, dass nach 10 Jahren mindestens 50% der Absolvent*innen eine Führungsposition in der Wirtschaft erreicht haben oder als Gründer*innen in einem Start-up aktiv sind.

Voraussetzung für die Neuauflage war dabei die Kooperationsbereitschaft der involvierten Partner. Im Laufe der Projektzeit hat sich gezeigt, dass die Kooperationsdauer und das Engagement der Industriepartner unterschiedlich ausgeprägt ist, was zu einigen Wechseln im Partnerkreis führte.

1.2 Wissenschaftlichem und technischem Stand, an den angeknüpft wurde

Der Software Campus hat sich über die Jahre 2011 – 2016 als erfolgreiche Talentförderinitiative für hochqualifizierte Studierende etabliert. Kern des Software Campus ist weiterhin die eigenverantwortliche Umsetzung geförderter Mikroprojekte durch die Teilnehmer*innen, in denen die Teilnehmer*innen Führungsfähigkeiten bei der Bearbeitung praxisnaher Forschungsthemen erproben. In seiner Form stellt der Software Campus weiterhin ein einzigartiges Konzept dar.

1.3 Planung und Ablauf des Vorhabens

Der SWC 2.0 knüpfte nahtlos an die letzte Regelphase des SWC 1.0 an und wurde auf den etablierten Prozessen und Strukturen fortgeführt. Auf Basis der regelmäßigen Evaluationen wurden die Prozesse und Strukturen laufend optimiert. Jedes Jahr wurden ein bzw. zwei Auswahlrunden durchgeführt. Diese gliederten sich in eine Vorbereitungsphase, einer Bewerbungsphase, einer Auswahlphase, einer Aufnahmephase und der eigentlichen Projektdurchführung. Die Durchführung der Vorhaben der Teilnehmer*innen erfolgte dann innerhalb der Rahmenvorhaben an den jeweiligen Forschungseinrichtungen.

Dieser Ablauf wurde innerhalb der folgenden Projektstruktur umgesetzt:

- Kooperationsmanagement (vgl. Abs. 2.1.1)

- Bewerberauswahl (vgl. Abs. 2.1.2)
- Öffentlichkeitsarbeit und Marketing (vgl. Absatz 2.1.3)
- Bereitstellung von IT-Tools (vgl. Absatz 2.1.4)

1.4 Die wesentlichen Ergebnisse und Zusammenarbeit mit anderen Stellen

Sein Hauptziel, dass 50% der Teilnehmenden spätestens nach 10 Jahren eine Führungsaufgabe übernommen haben oder ein Startup gegründet haben, hat der SWC 2.0 erreicht. 251 Absolvent*innen sind in die Wirtschaft gegangen, von denen 58 eine Führungsaufgabe übernommen haben. 24 haben gegründet.

Die Stärke des Software Campus entstand aus der Stärke des Partnernetzwerks. Auf Forschungsseite unterstützten die Partner das Projekt durch eine Kommunikation der Inhalte an potenzielle Bewerber*innen und die Unterstützung der Durchführung der Mikroprojekte. Die Industriepartner finanzierten die hälftigen Verwaltungskosten und stellten darüber hinaus In-Kind Leistungen für Trainings, Koordination, Mentoring und fachliche Betreuung zur Verfügung.

Es wurden neue Universitäten aufgenommen, um die Reichweite des Programms zu erhöhen. Bei den Industriepartnern fand eine Diversifizierung statt - weg von rein klassischen Software-Unternehmen hin zu Unternehmen aus verschiedenen Branchen, die sich strategisch auf ihre Digitalisierungs-Aktivitäten fokussierten.

Die Zusammenarbeit war kooperativ und zielführend.

Die Industriepartner leisteten die im Managementvorhaben vereinbarten Zahlungen zur Gegenfinanzierungen in Höhe von insgesamt 1.189.615,02 €.

Darüber hinaus leisteten Industriepartner Eigenleistungen bei der Betreuung und Ausbildung der Teilnehmer*innen. Diese bestanden aus:

- Bereitstellung von Beratungsleistungen in Form von individueller Betreuung durch Führungskräfte oder themenspezifische Experten des jeweiligen Unternehmens bei einem Tagessatz von max. 5.000 EUR. Pro Student*in sollten mindestens vier Tage pro Jahr Betreuung durch einen Manager angeboten werden.
- Anbieten von Praktika im Rahmen des geförderten Projektes bei einem maximalen Rechenwert von 2.000 EUR pro Monat.
- Bereitstellung eines zentralen Ansprechpartners für die Gesamtdauer des Projektes mit einem geschätzten Aufwand von 30 Arbeitstagen bei einem maximalen Tagessatz von 1.000 EUR
- Kosten für Trainings oder ähnliche Veranstaltungen

In Summe erbrachten die Industriepartner Eigenleistungen in Höhe von ca. 13,7 Millionen Euro über die Laufzeit von 2017 – 2024.

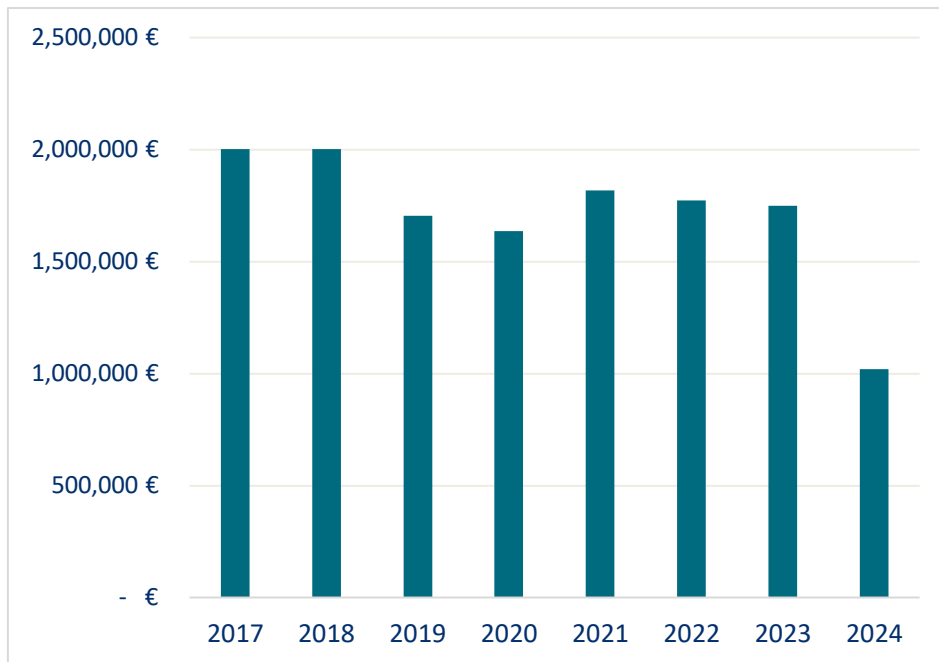


Abbildung: Eigenleistungen der Industriepartner in der Projektlaufzeit

2 Eingehende Darstellungen

2.1 Verwendung der Zuwendung und des erzielten Ergebnisses im Einzelnen, mit Gegenüberstellung der vorgegebenen Ziele

2.1.1 Kooperationsmanagement

Ziel des Kooperationsmanagements war es, einen Rahmen für die effektive Zusammenarbeit innerhalb dieser Partnerschaft zu schaffen. Dazu gehörten neben der operativen Koordination auch die Unterstützung bei der projektinternen Kommunikation, sowie die Sicherstellung eines einheitlichen Projektverständnisses. Darüber hinaus sollte die projektexterne Kommunikation durch professionelle Öffentlichkeitsarbeit gewährleistet werden.

Dazu wurden folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Das zuvor eingerichtete Projektbüro des Managementpartners wurde erfolgreich weitergeführt und fungierte als zentraler Ansprechpartner für alle Partner, Bewerber*innen, sowie Teilnehmende. Ferner wurden dort alle relevanten Akten, Planstände und Verträge dokumentiert.
- Die Beitritte und Austritte neuer Partner wurden begleitet und erfolgreich koordiniert.
 - Folgende Beitritte wurden koordiniert:
 - 2017: MediaSaturn, Rohde & Schwarz, Huawei, Zeiss, Trumpf, Merck,
 - 2019: IAV
 - 2021 Volkswagen
 - 2022 Grundfos
 - 2022 SHS
 - Folgende Austritte wurden koordiniert:
 - 2019: Scheer Group
 - 2022: MediaSaturn, Rohde & Schwarz
 - 2023: Grundfos, IAV, Software AG, SHS

- Das Partnerkonsortium wurde stabil bei 11 FP und 10 IP gehalten (SWC1.0 8 FP und 9 IP)
- Die Partner wurden im Rahmen der AG7 (Legal) begleitet und unterstützt, sodass abschließend ein Rahmenvertrag für die Durchführung der Mikroprojekte entworfen und ratifiziert wurde.
- In der AG 7 wurde mit allen Partnern in mehreren Iterationen ein NDA erstellt und von allen Partnern (außer der TUM) ratifiziert. Der NDA soll Anbahnungen zu Projekten zwischen Forschungs- und Industriepartnern vereinfachen.
- Es wurde eine Standardpräsentation erstellt und im Laufe der Projektdauer mehrfach angepasst. Ebenso wurden Briefköpfe und weitere Vorlagen erstellt.
- Neben Gesprächen mit den Unternehmen, die dem Konsortium beitraten, wurden weitere Gespräche bzgl. eines möglichen Beitritts zum Konsortium mit potenziellen Partnern geführt.
- Die Prozesse des Projekts wurden in einem Prozesshandbuch dokumentiert. Dieses wurde in Form eines Wikis auf der zentralen Plattform des Projekts abrufbar gemacht.
- Mit allen Partnern und in Abstimmung mit dem BMFTR und dem DLR Projektträger wurde eine Verlängerung der Rahmenverträge der Forschungspartner vereinbart, so dass auch für die Jahre 2021 und 2022 ein Jahrgang mit mehr als 40 Teilnehmenden ermöglicht werden konnte.

2.1.1.1 Organisation der ‚Summit‘ Konferenzen

Das etablierte Netzwerktreffen des Programms im Form des Summits einmal jährlich wurde fortgeführt und – außer pandemiebedingt in den Jahren 2020 und 2021 – jährlich durchgeführt. Seit 2019 wurde dies in einem größeren Rahmen getan: Die Veranstaltung erstreckt sich über 1,5 Tage und hat bis zu 100-120 Besucher*innen. Um dies finanziell zu realisieren, unterstützen die Industriepartner rollierend, indem sie den Veranstaltungsort sowie das Catering zahlen. Die bisherigen Hosts des Summits waren 2019 Huawei in München, 2022 DATEV in Nürnberg, 2023 Zeiss in Eggenstein-Leopoldshafen (KIT Campus Nord). Neben aktiven Teilnehmenden, die ihre Projekte vorstellen, sind alle aktuellen und ehemaligen Teilnehmenden des Programms eingeladen, der Alumniverein dockt sein Netzwerktreffen an den Summit an. Des Weiteren nehmen Vertreter*innen der Partner sowie des BMFTR und DLR Projektträger teil. Als neue Elemente wurden u.a. die Vorstellung der im Software Campus umgesetzten Mikroprojekte im Science Slam sowie der Pitch von Gründer*innen unter den Alumni mit aufgenommen.

2.1.1.2 Liaison mit EIT Digital

Ziel war es, den Absolvent*innen des Software Campus Synergien zu den Förderinstrumenten aufzuzeigen und nutzbar zu machen. Dazu wurde innerhalb der EIT Digital über den Software Campus berichtet. Mit dem Austritt der Talentik GmbH (vormals EIT ICT Labs Germany GmbH) als Betreiber des deutschen Knotens des EIT Digital Netzwerks Ende 2020 wurden alle Aktivitäten der EIT ICT Labs Germany für EIT Digital eingestellt. Somit endete damit auch der Austausch des Software Campus mit EIT Digital.

2.1.1.3 Mentoren-Vermittlung

Das Mentoring wurde nach einem Briefing durch EIT ICT Labs Germany selbständig durch die Industriepartner durchgeführt. Da kontinuierliches Mentoring eine sehr persönliche Angelegenheit ist, fiel dies je nach Bedarf beider Seiten mehr oder weniger intensiv aus. Zur Verbesserung der Mentoring-Aktivitäten erstellte der Managementpartner Dokumente, die den Industriepartnern als Unterstützung für die Planung und Durchführung des Mentorings dienten.

2.1.1.4 Veröffentlichungsprozess

Da Prozesse und Inhalte bereits eingespielt waren, wurden Abstimmungen mehr und mehr auf Bedarfsbasis mit den jeweils beteiligten Partnern durchgeführt.

2.1.1.5 Trainings

Entsprechend der eingespielten Trainingsprozesse kümmerte sich der Managementpartner weiterhin um die Planung, Durchführung, Kontrolle und Auswertung der Trainings. Jeweils im vierten Quartal eines Jahres wurden dafür die Trainingskapazitäten kalkuliert. Auf Basis dieser Planung wurden dann die geplanten Trainings in enger Abstimmung mit den Industriepartnern koordiniert und inhaltlich abgestimmt. Der Managementpartner stellte den durchführenden Industriepartnern Teilnehmenden-Listen, PowerPoint-Präsentationen sowie den Link zur Online-Umfrage zur Verfügung. Um die Durchführung der Trainings kümmerten sich die jeweiligen Industriepartner selbst. In Abstimmung mit den Industriepartnern wurden die Teilnahmen verifiziert und in der Plattform vorgehalten. Der Managementpartner stellte darüber hinaus sicher, dass jede/r Teilnehmende die vereinbarte Trainingszahl absolvierte.

Durchschnittlich wurden pro Jahr 10 Methoden-, 7 Sozial- und Selbst- und 5 Führungskompetenztrainings durchgeführt.

Die Trainings durchschnittlich mit 4,36/5 sehr gut bewertet.

2.1.2 Bewerberauswahl

Der Plan der Bewerberauswahl war, 80 bis 100 Studierende pro Jahr zur Förderung mit Projekten von bis zu 100 TE auszuwählen. Dabei sollten die Bewerber*innen sowohl auf ihre fachliche Eignung, als auch auf ihre persönliche Eignung geprüft werden.

In den Jahren 2017 bis 2022 wurden insgesamt 280 Teilnehmer*innen in das Programm aufgenommen. Diese wurden aus 508 Bewerbungen ausgewählt.

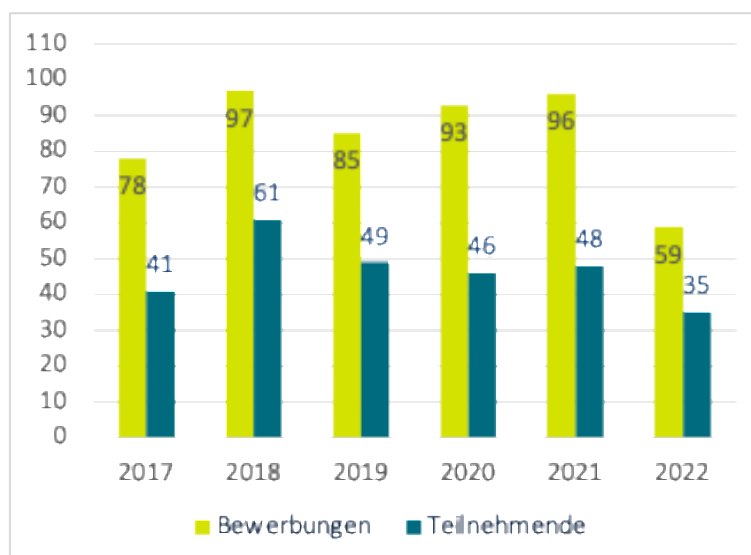


Abbildung: Bewerber*innen und Teilnehmer*innen pro Jahrgang

- Primäre Quelle für Bewerbungen waren persönliche Empfehlungen seitens der ehemaligen Teilnehmenden sowie der Professor*innen bzw. Lehrstuhlinhaber*innen. Die Bewerbungen hatten eine hohe Qualität, was die hohe Aufnahmequote erklärt.
- Das Programm war deutlich attraktiver für Promovierende als für Masterstudierende.
- In 2018 und 2019 wurden zwei Auswahlrunden durchgeführt, von denen eine Runde ausschließlich für Masterand*innen vorgesehen war. Da auch durch diese Maßnahme eine Erhöhung der Masterand*innen-Zahlen nicht erreicht wurde, entschied der Lenkungsausschuss zur Rückkehr zu einer Auswahlrunde pro Jahr ab 2020.
- Projekte von Promovierenden hatten meist ein Gesamtbudget von beinahe 100 TEUR. Die maximale Anzahl von Teilnehmer*innen pro Jahr sank daher (bei gleichbleibendem Gesamtbudget)
- Aufgrund der starken Nachfrage des Programms bei Doktorand*innen wurde eine Mittelaufstockung der Rahmenvorhaben für 2020 und 2021 vereinbart, um auch in diesen Jahren einen starken Jahrgang aufnehmen zu können.
- Die hohe Zahl an Bewerbungen führte zu einer hohen Arbeitsbelastung für die Professor*innen während des akademischen Reviews. Um dies zu verbessern, wurde der Modus des Auswahlverfahrens geändert und der akademische Review den Auswahltagen nachgelagert durchgeführt.
- Corona-Krise: Aufgrund der Corona-Krise wurden die Auswahltage anstatt als Vor-Ort-Veranstaltung ab 2020 als Online-Format durchgeführt. Ab 2021 wurde die Roadshow mit Besuch bei allen Forschungspartnern durch einen Online-Event für alle interessierten Studierenden ersetzt. Der Wechsel der Auswahltage als auch der Roadshow zu Online-Formaten hat sich als sehr erfolgreich erwiesen, so dass auch nach Ende der Corona-Krise diese Online-Formate beibehalten wurden.
- Die aufgeführten Zahlen zeigen die Gesamtzahl an aufgenommenen Bewerber*innen. Der Managementpartner stellt fest, dass in jedem Jahrgang ein geringer Prozentsatz an Teilnehmenden die Projekte nicht bis zum Ende durchführten. Grund für diese Abbrüche sind unterschiedlich, zum Beispiel Auslaufen des Anstellungsvertrags oder Verlassen der Universität aus persönlichen Gründen. Die Gesamtzahl an aufgenommenen Bewerber*innen schließt somit auch abgebrochene Projekte mit ein.

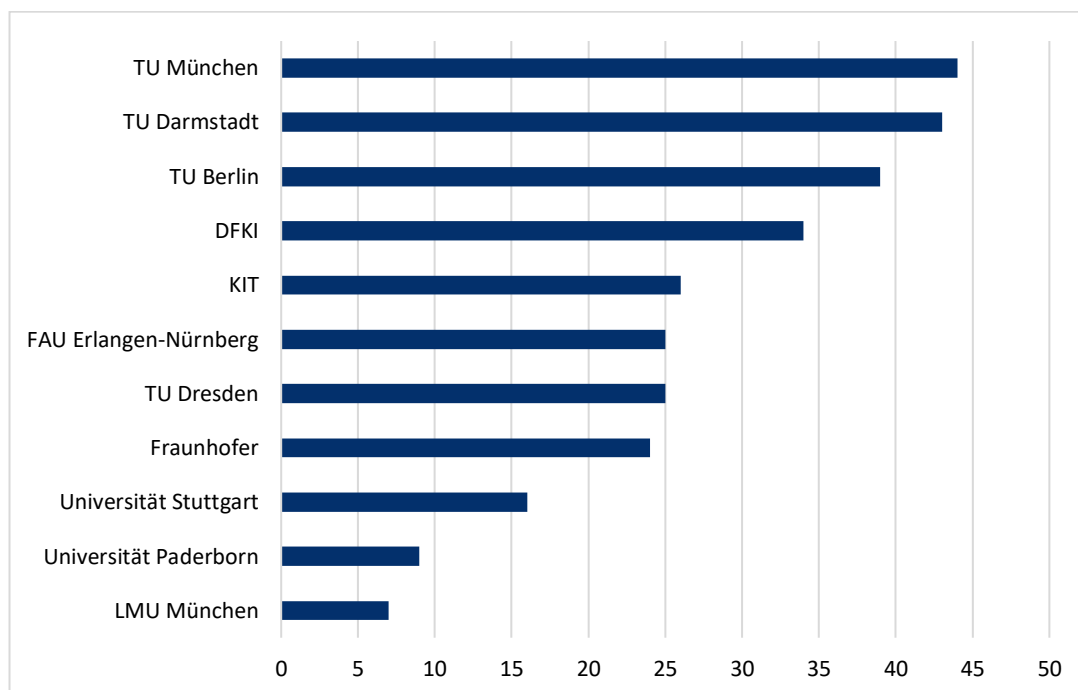


Abbildung: Verteilung der Teilnehmer*innen nach Forschungspartnern.

- Die Verteilung von Teilnehmer*innen unter den Forschungspartnern variierte deutlich
- Von der TU München, TU Darmstadt als auch TU Berlin kamen mit Abstand die meisten Teilnehmenden
- Üblicherweise wurde an den Universitäten eine stückweise Durchdringung der Lehrstühle erreicht: Lehrstühle mit erfolgreichen Kandidat*innen entsandten auch in den Folgejahren Bewerber*innen. Durch die sehr autarke Struktur der einzelnen Fraunhofer -Institute war dieser Effekt bei der Fraunhofer deutlich schwächer.

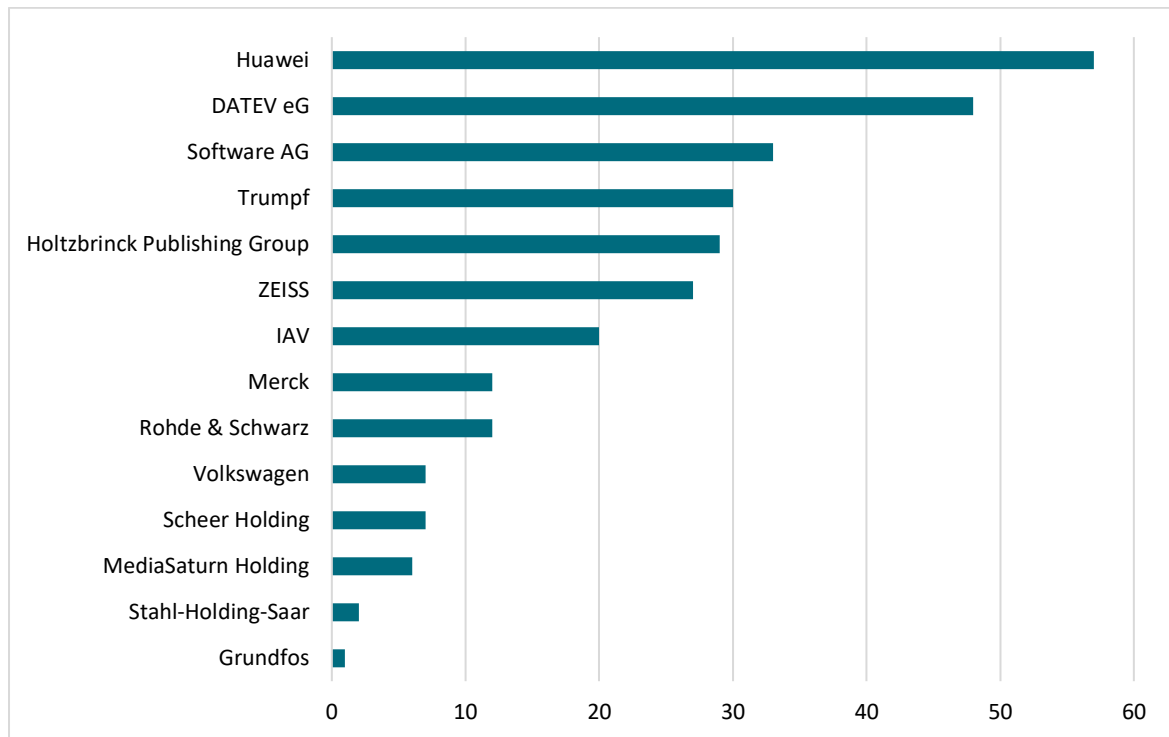


Abbildung: Verteilung der Teilnehmenden nach Industriepartnern

- Die Verteilung von Teilnehmer*innen unter den Industriepartnern variierte ebenfalls deutlich.
- Entscheidender Faktor für eine hohe Zahl an Teilnehmenden auf Seiten der Industriepartner ist, wie gut das Programm innerhalb des Unternehmens strategisch positioniert und operativ von qualifiziertem Personal betreut wurde. Dazu zählt auch, inwieweit das Programm den Fach- und Forschungsbereichen des Unternehmens bekannt war und dementsprechend, wie breit das Themenspektrum möglicher Kooperationen war.
- Über den Zeitraum von 2017 bis 2022 ist der Frauenanteil von 9% auf 26% gewachsen.
- Über den Zeitraum ist der Anteil an ausländischen Studierenden von 15% auf 35% angewachsen. Einen starken Anstieg gab es bei nicht-europäischen Teilnehmer*innen (von 11% auf 29%), von denen die meisten aus Indien, Türkei und Iran stammen.

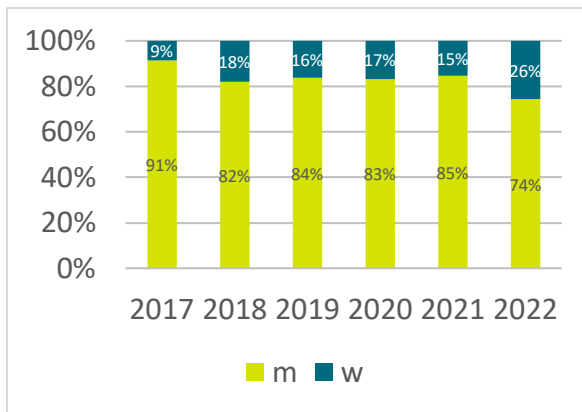


Abbildung: Geschlechterverteilung pro Jahrgang, 16% Frauenanteil im Durchschnitt

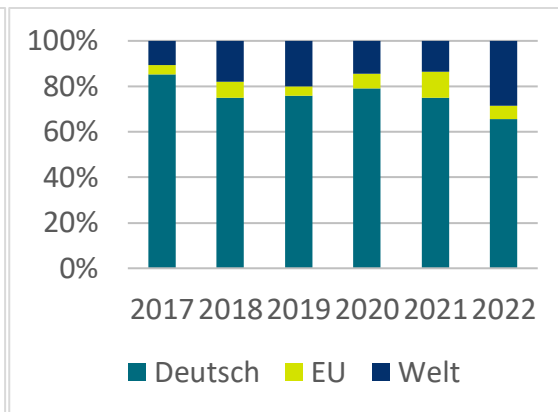


Abbildung: Anteil der Teilnehmenden nach Nationalität pro Jahrgang

2.1.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Die inzwischen etablierte Marke Software Campus steht für ein hochwertiges Förderprogramm, in das nur die besten Promovierenden der Informatik aufgenommen werden. Es ist unter den Programmpartnern bekannt und wird von ehemaligen Teilnehmenden weiterempfohlen. Um der Marke einen neuen Twist zu geben, wurde 2019 ein Re-Design durchgeführt, um der Ausstrahlung des Software Campus mehr Technikaffinität und Coolness zu verleihen. Er sollte als Booster und Accelerator für IT-Karrieren wahrgenommen werden.

Auf Basis des neuen Corporate Designs wurden Flyer, Poster, Visitenkarten, Plakate sowie Fotorückwände produziert. Seit der Covid-19-Pandemie spielte die Vor-Ort-Repräsentanz eine weniger große Rolle, sodass mehr digitale Formate erstellt wurden wie z.B. Visuals für Social Media. Die Produktion von Give Aways wurde (unabhängig von der Pandemie) umgestellt von vielen Streuartikeln zu wenigen hochwertigen Artikeln wie Tassen und Stoffbeutel.

Da die Marke bei der Zielgruppe bereits hinreichend bekannt war und das geschlossene Konsortium nur eine Teilnahme eines bestimmten Personenkreises möglich macht, wurde eine eigene Pressearbeit nicht weiter verfolgt. Die Pressearbeit der beteiligten Partner wurde unterstützt, ebenso wie die Veröffentlichung von Meldungen innerhalb von Kanälen der Partner wie z.B. Intranet, Newsletter, etc.

Es wurden Kooperationen u.a. mit dem IFI-Programm des DAAD (seit 2021) und des Common Grounds Forums (ab 2023) geschlossen.

Ein Hauptkanal in der Ansprache einer breiten Öffentlichkeit blieb die Software-Campus-Webseite. Diese wurde 2019 im Zuge des Re-Designs neu aufgesetzt, mit einem optischen Fokus und Gamification-Charakter. Ein produzierter Imagefilm diente als digitale Visitenkarte auf der Startseite der Website. Die Website erwies sich zwar als passend in der Zielgruppenansprache, sie war jedoch wenig flexibel in der Handhabung und hatte Defizite in der Übersichtlichkeit.

Ein weiterer wichtiger Kanal waren die verschiedenen Social-Media-Plattformen, auf denen der Software Campus vertreten ist. Diese wurde zum größten Teil ohne werbliche Maßnahmen bespielt. Die Repräsentanz und Aktivitäten des Software Campus passten sich hier der Zielgruppe an: Auf Facebook erreichten die Beiträge immer weniger Reaktionen, wohingegen die Community bei Twitter recht aktiv

war. Mehr und mehr wurde LinkedIn zu der Plattform mit der größten Aktivität bei Teilnehmenden wie auch Partnern. Hier folgen dem Software Campus knapp 1.400 Personen.

Thematisch wurde zumeist über die Präsenz des Software Campus als Projekt oder einzelner Teilnehmer*innen auf Workshops, Messen oder Konferenzen berichtet, im Besonderen die wiederkehrenden Veranstaltungshighlights:

- die Info-Events zum Start der Bewerbungsphase (früher „Roadshows“) in 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022, bei denen potenzielle Bewerber*innen direkt angesprochen wurden,
- die Digital-Gipfel (früher „IT Gipfel“) mit ihren jeweiligen kommunikativen Höhepunkten (2017 Gruppenbild mit Ministerin Dr. Johanna Wanka, 2018 Mini-Hackathon mit 5 Programmteilnehmenden und Alumni, die einen Merck-Use-Case bearbeiteten und ihre Ergebnisse Ministerin Anja Karliczek vorstellten, 2019 mit 4 Programmteilnehmende, die die im SWC umgesetzten Projekte mittels AR-Use-Case darstellten und Ministerin Anja Karliczek präsentierten)
- die CeBIT (bis 2018), in deren Umfeld viele Mikroprojekte präsentiert wurden, Teilnehmer*innen Auszeichnungen wie Gründerpreise erhielten und Ministerin Dr. Johanna Wanka 2016 17 Absolvent*innen verabschiedete
- Darüber hinaus wurden in Berichten zu internen Veranstaltungen wie den Kick-Offs die Jahrgänge vorgestellt und im Rahmen der Summits die Ergebnisse der Mikroprojekte kompakt dem BMBF und der Öffentlichkeit präsentiert.

Der seit 2014 versendete monatliche Newsletter wurde zu Ende 2019 wegen zu großen Aufwands und geringer Leserschaft eingestellt.

Das Info-Event zum Start der Bewerbungsphase wurden zu Beginn jeder Bewerbungsphase durchgeführt, um einen direkten Austausch zwischen interessierten Bewerber*innen und dem Projektteam zu ermöglichen. Seit 2020 wurden die Industriepartner mit eingebunden, zunächst durch Teilnahme an den Events vor Ort an den Universitäten. Ab 2021 fand das Online-Info-Event rein virtuell statt, was die Einbindung der Partner enorm vereinfachte und bewirkte, dass fast alle Industriepartner seitdem an der Veranstaltung teilnehmen. Sie stellen in virtuellen Breakoutrooms ihre Forschungsthemen vor und tauschen sich direkt mit über 100 interessierten Bewerber*innen dazu aus. Dies erleichtert eine spätere Abstimmung über die Verortung eines Thema bzw. eines Kandidat*in im Unternehmen. Durch die rein virtuelle Durchführung besteht keine Einbindung des Alumnivereins mehr.

Ebenfalls 2020 wurde der Themen-Schwerpunkt „Förderung von Teilnehmerinnen“ vertieft behandelt. Dazu wurden verschiedene virtuelle Workshops durchgeführt, u.a. mit den Industriepartnern und mit den Teilnehmerinnen, sowie eine Umfrage unter allen Teilnehmenden des Programms. Als Ergebnis wurde festgehalten, dass weibliche Teilnehmende in der Kommunikation sichtbar gemacht werden sollen, ein Diversity-Training ins allgemeine Trainingsangebot aufgenommen werden soll (dies bietet Volkswagen an) sowie zur Vergrößerung des potenziellen Bewerberinnenkreises Informatik-nahe Studienfächer in den Fokus genommen werden sollen (z.B. Medieninformatik, Computerlinguistik etc.), die einen höheren Frauenanteil haben. Ebenso wurde ein Interview mit einer Teilnehmerin und einem Alumni zum Thema „Male Allies“ veröffentlicht.

2021 feierte der Software Campus sein 10-jähriges Jubiläum. Dies wurde u.a. mit einem speziell entwickelten Jubiläumslogo und einem Testimonial-Gratulationsvideo von vielen Teilnehmenden und Absolvent*innen gefeiert. Auf einer eigens eingerichteten Kampagnenwebseite wurden Testimonials der Partner, ein Fotoalbum, persönliche Rückblicke der Partner, des BMBF/BMFTR und DLR Projektträgers und des Alumni e.V. vorgestellt. In den Social-Media-Kanälen wurden diese Inhalte sowie visuell aufbereitete Facts & Figures in einer Kampagne präsentiert. Auch in unterschiedlichen Medien und

Kanälen der Programmpartner (Websites, Newsletter, Social Media bis in die C-Ebene) wurde über das Jubiläum berichtet.

2.1.4 Bereitstellung von IT-Tools

Mit der Software Campus Plattform wurde eine praktische, nutzerfreundliche, sichere und datenschutzkonforme Plattform geschaffen, über die

- der komplette Bewerbungsprozess abgewickelt wird
 - Bewerber*innen können Ihre Bewerbung dort einreichen
 - Forschungs- und Industriepartner bewerteten diese Bewerbungen (HR-Interview und akademischer Review)
 - Das Matching zwischen Bewerber*innen und Industriepartner findet dort statt
- die Erstellung der individuellen Vorhabensbeschreibungen unterstützt werden,
- die Teilnehmer*innen mit einander und mit den Partnern in Kontakt blieben und
- generell alle relevanten Informationen für die Projektbeteiligten zur Verfügung gestellt werden.

Im Rahmen der Projektlaufzeit wurden verschiedene Funktionalitäten wie zum Beispiel ein Dashboard für die Partner sowie eine überarbeitete User Experience für die Bewerber*innen zur Plattform hinzugefügt. Es sind

- ca. 600 Bewerber*innen auf der Plattform registriert (nicht alle haben sich auch beworben, einige Datensätze wurden auf Nutzerwunsch gelöscht),
- 160 Vertreter*innen der Industriepartner registriert
- 115 Vertreter*innen der Forschungspartner registriert
- 195 Teilnehmer*innen auf der Alumniplattform registriert

Darüber hinaus wurden alle Trainings über die Plattform vermittelt und die Teilnahme an den Trainings vorgehalten.

2.2 Wichtigste Positionen des zahlenmäßigen Nachweises

Die Gesamtkosten des Vorhabens lagen bei insgesamt 2,379 M€, bei einer Bundesförderung in Höhe von 1,189 M€.

2.2.1 Personalkosten

Im Regelbetrieb wurde das Gros der Aufgaben im Management des Software Campus durch einen erfahrenen Projektleiter und eine Fachkraft im Bereich Marketing & Kommunikation unterstützt durch jeweils eine studentische Hilfskraft erledigt. Punktuell wurde zudem aufgrund der hochrangigen Verankerung des Programmes der Geschäftsführer der Talentik GmbH (vormals EIT ICT Labs Germany GmbH) einbezogen. Ferner wurde für die Abrechnung der Reisekosten der Teilnehmer*innen an Kick-Off und Auswahlssymposium fachliche Unterstützung aus dem Bereich Finanzen und Controlling hinzugezogen.

2.2.2 FE-Fremdleistungen

FE-Fremdleistungen wurden primär für Arbeiten im Bereich IT-Tools beauftragt. Es handelte sich dabei um Entwicklungs- und Erweiterungsaufträge für die Software Campus-Plattform, über die viele Prozesse im Programm abgebildet wurden.

2.2.3 Sonstige unmittelbar vorhabensbezogene Kosten

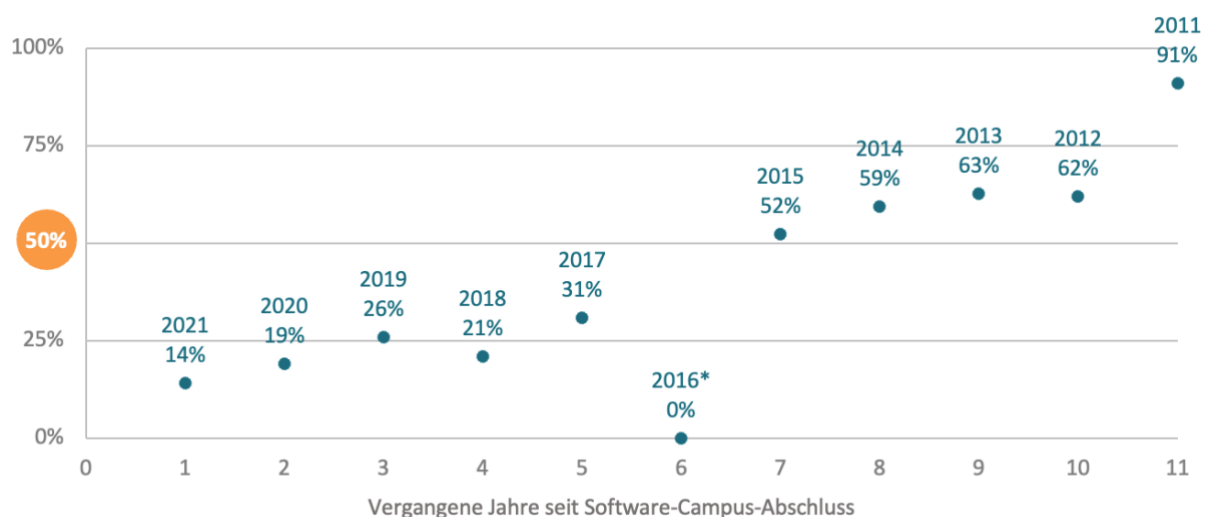
Die Reisekosten zum Auswahl-symposium und zu zentralen Kick-Off-Veranstaltungen wurden den Teilnehmer*innen im Rahmen des Managementvorhabens erstattet. Dabei wurde auf sparsame Mittelverwendung geachtet. Ferner wurden im Bereich Marketing und Kommunikation Leistungen beauftragt, welche die Kommunikation des Projekts unterstützen. Dies umfasste Unterstützungen in den Bereichen Konzeption, Design, Produktion oder Pflege von Kommunikationsinhalten oder Kommunikationskanälen.

2.3 Notwendigkeit und Angemessenheit der geleisteten Arbeit

Die im Rahmen des Projekts durchgeführten Arbeiten stellten das Minimum dessen dar, was zur Fortführung des Qualifikationsprogramms nötig war. Im Bereich der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bestand eine Bandbreite an Gestaltungsoptionen bezüglich des investierten Aufwandes. Es wurde sich hier an der Vorhabensbeschreibung orientiert und aufgrund der positiven Ergebnisse von größeren Abweichungen abgesehen.

2.4 Voraussichtlicher Nutzen, Verwertbarkeit des Ergebnisses im Sinne des fortgeschriebenen Verwertungsplans

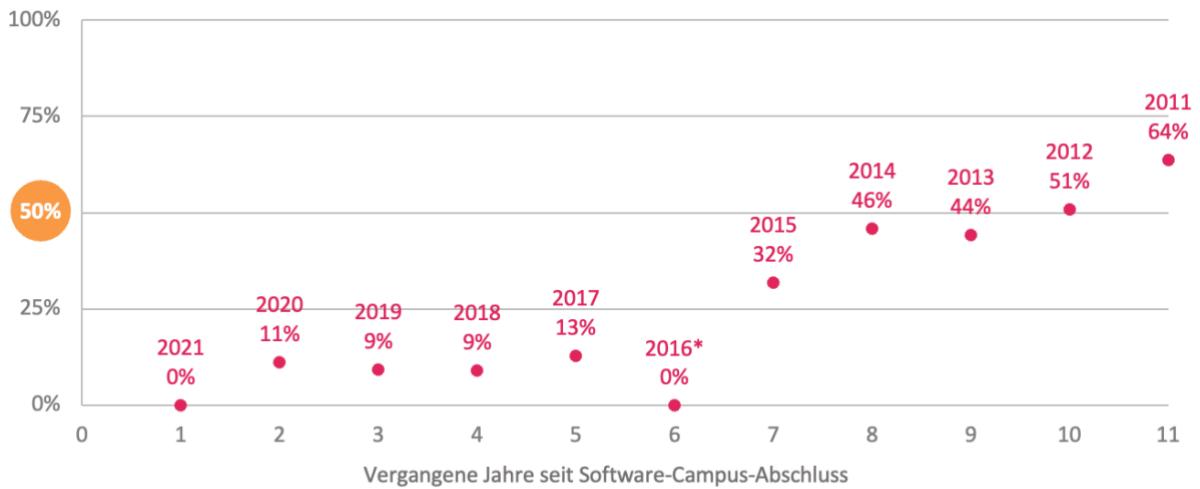
Die Auswertung der Werdegänge aller Absolvent*innen des Programms zeigt, dass der Software Campus sein Ziel erreicht, nach dem nach 10 Jahren mindestens 50% der Absolvent*innen eine Führungsposition in der Wirtschaft erreicht haben oder als Gründer*innen in einem Start-up aktiv sein sollen. Für diese Auswertung werden die Teilnehmenden der Jahrgänge 2011 bis 2016 mit einbezogen, weil diese den Software Campus bereits seit mehr als 10 Jahren beendet haben, die Jahrgänge ab 2017 dagegen noch nicht. Konkret gilt dies für die Jahrgänge 2011 bis 2013: Als beispielhafte Rechnung haben die Teilnehmenden des Jahrgangs 2012 ihre Projekte in den Jahren 2013 und 2014 durchgeführt und sind nun im Jahr 2025 seit 10 Jahren Absolvent*innen.



* Jahrgang 2016 = 6 Personen Masterstudierende

Abbildung: Anteil der Absolvent*innen einzelner Jahrgänge in Führungspositionen in Industrie, Startups und Forschung. Die X-Achse stellt die Anzahl der Jahre, die für den jeweiligen Jahrgang seit Abschluss des Software Campus vergangen sind, dar. Die Datenbeschriftungen benennen den jeweiligen Jahrgang, z.B.

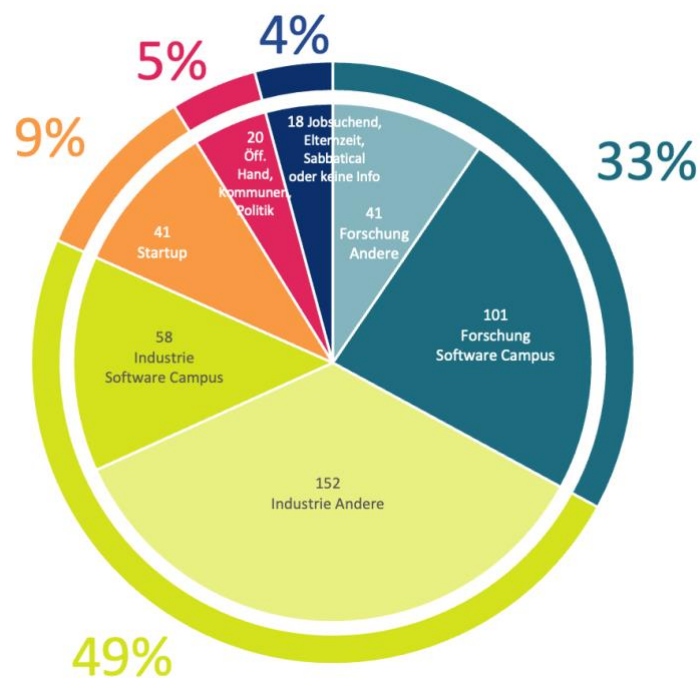
2012 und den Anteil von Absolvent*innen in Führungspositionen (62%) in diesem Jahrgang zum Stand 2025.



* Jahrgang 2016 = 6 Personen Masterstudierende

Abbildung: Anteil der Absolvent*innen einzelner Jahrgänge in Führungspositionen nur in Industrie und Startups, ohne Forschung.

Bislang haben 431 Absolvent*innen aus den Jahrgängen 2011 bis 2022 den Software Campus mit offizieller Bestätigung durch den Projektträger erfolgreich abgeschlossen. Unabhängig davon, ob sie in einer Führungsposition arbeiten oder nicht, arbeiten sie Stand 2025 in diesen Bereichen:



41 Personen sind weiterhin in der akademischen Forschung tätig und haben dazu ihre bisherige Einrichtung verlassen. Weitere 101 Personen arbeiten in der akademischen Forschung bei einem Forschungspartner aus dem Konsortium. Insgesamt haben 33 Personen eine Professur angetreten.

251 Personen (58%) haben eine Karriere in der Wirtschaft oder bei einem Startup eingeschlagen. 58 arbeiten bei einem ehemaligen oder aktuellen Industriepartner aus dem Software Campus Konsortium, allein 31 bei aktuellen Partnern, siehe Tabelle.

Aktuelle Industriepartner	Anzahl der angestellten Absolvent*innen
Bosch	8
Deutsche Bahn	6
Celonis	4
Holtzbrinck	4
Merck	2
TRUMPF	2
ZEISS	2
DATEV	1
Huawei	1
Volkswagen	1

Weitere 41 arbeiten in einem Startup, darunter haben 24 selbst gegründet, teils mehrfach. Die meisten Startups wurden von Absolvent*innen der TU München sowie TU Darmstadt gegründet, gefolgt von KIT-Absolvent*innen.



Abbildung: Überblick über die von Software Campus-Absolvent*innen gegründeten Startups.

Die wissenschaftlichen Ergebnisse der Projekte wurden primär in Form von Veröffentlichungen und Konferenzbeiträgen verwertet. Darüber hinaus flossen Ergebnisse in Folgeprojekte an den Lehrstühlen, Produktentwicklungen der Industriepartner oder Transferprojekte ein.

2.5 Während der Durchführung des Vorhabens dem ZE bekannt gewordene Fortschritte auf dem Gebiet des Vorhabens bei anderen Stellen

Es sind keine Initiativen anderer Stellen bekannt, die Führungskräftenachwuchs aus der Informatikforschung gezielt mit Unternehmen verknüpfen und ihre Entwicklung fördern.

Es wurde im Rahmen des Vorhabens jedoch eine externe, unabhängige Evaluation durchgeführt, die die Hauptelemente des Programms analysierte als auch auf dieser Basis Weiterentwicklungspotenziale aufzeigte, die im Rahmen der Neuauflage des Software Campus berücksichtigt werden sollten:

- Weiterentwicklung des Programms
 - Bei den Industriepartnern soll der Mix aus Großunternehmen und KMU als „fester“ Partnerkreis beibehalten werden. Einige Gremien bzw. Prozesse sind nicht wesentlich skalierbar ohne Gefahr für die Handlungsfähigkeit, sodass eine erhebliche Skalierung des Programms sehr kritisch gesehen wird.
 - Die Schranken ggü. Post-Docs bzw. Doktoranden im Übergang als Programmteilnehmende sollen gelockert werden.
 - Um Masteranden die Teilnahme am Programm zu erleichtern, soll eine leichtgewichtige Struktur eingeführt werden.
- Qualifizierungsprogramm
 - Die Fachabteilungen und Fachbereiche der Industriepartner sollten in die Auswahl- und Planungsprozesse für Trainings eingebunden werden.
 - Dem Teilnehmerwunsch nach einer stärkeren Entrepreneurship-Förderung soll mit neuen Programmelementen entsprochen werden.
 - Für Programmmanagement und Administration sollen Prozess weitestmöglich schlank gehalten werden
- Vermarktung / Kommunikation
 - Eine starke kommunikative Verankerung bei allen Partnern sowie eine deutlich breitere Wahrnehmung des Programms sollen vorangetrieben werden, u.a. durch die Einbindung von Netzwerkpartnern.
 - Die Förderung von Diversität und Internationalität soll vorangetrieben werden.
 - Die Förderung des Alumni-Vereins soll intensiviert werden.

2.6 Veröffentlichungen des Ergebnisses

Es sind keine wissenschaftlichen Veröffentlichungen zu diesem Vorhaben geplant oder erfolgt.