

## **STRUKTUR- UND ENTWICKLUNGSPLANUNG 2002 BIS 2007**

### **BAND 1: GESAMTE HOCHSCHULE**

vor dem Senat der Hochschule der Medien  
am 19. April 2002

vor dem Hochschulrat der Hochschule der Medien  
am 7. Mai 2002

Fachhochschule Stuttgart  
Hochschule der Medien

Nobelstraße 10  
70569 Stuttgart

Tel.: 0711 685 28 07  
Fax 0711 685 66 50

[info@hdm-stuttgart.de](mailto:info@hdm-stuttgart.de)  
[www.hdm-stuttgart.de](http://www.hdm-stuttgart.de)

Herausgeber:  
Prof. Dr. Uwe Schlegel, Rektor

Redaktion:  
Dr. Luz-Maria Linder

# Inhaltsverzeichnis

## Vorwort

A	Strukturplanung .....	5
	1. Struktur der Hochschule.....	5
	1.1 Hochschulrat.....	5
	1.2 Senat .....	5
	1.3 Rektorat.....	5
	1.4 Fachbereiche .....	7
	1.5 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	7
	1.6 Akademisches Auslandsamt .....	8
	1.7 Studentenvertretungen .....	8
	1.8 Organigramm der Hochschule .....	9
	2. Lehre .....	10
	2.1 Studieninhalte und Charakteristika .....	10
	2.2 Ausbildungsziele .....	11
	2.3 Einsatzfelder der Absolventen .....	11
	2.4 Ausbildungsmarkt und Arbeitsmarkt .....	12
	2.5 Kooperationspartner weltweit .....	12
	3. Forschung und Entwicklung .....	13
	4. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende .....	14
	5. Verwaltung .....	15
	5.1 Allgemeine Verwaltung.....	15
	5.2 Studienbüro und Fachbereichssekretariate .....	15
	5.3 Verwaltungs-EDV .....	16
	5.4 Organigramm .....	17
	6. Ressourcen .....	18
	6.1 Personelle Ressourcen.....	18
	6.2 Technische Ressourcen .....	19
	6.3 Materielle Ressourcen .....	19

7.	Frauenförderung.....	22
8.	Hochschuleinrichtungen .....	22
8.1	Bibliothek .....	22
8.2	Rechenzentrum.....	24
8.3	Weitere Einrichtungen .....	24
9.	Partner der Hochschule.....	25
9.1	Fördervereine.....	25
9.2	Alumni.....	25
9.3	Weitere Partner .....	26
10.	Evaluation.....	26
11.	Formalia und Daten .....	28
11.1	Studentenbezogene Daten.....	29
11.2	Studentenbezogene Daten der Fachbereiche im Vergleich .....	29
12.	Frei werdende Professuren.....	30
<b>B</b>	<b>Entwicklungsplanung.....</b>	<b>31</b>
1.	Stellungnahmen der Expertenkommission zur Gründung der Hochschule der Medien .....	31
2.	Rahmenbedingungen.....	31
3.	Strategien, Ziele und Maßnahmen der HdM.....	34
3.1	Integration.....	35
3.2	Identifikation .....	37
3.3	Qualität .....	40
3.4	Internationalisierung .....	50
3.5	Ausbau .....	54

## **Vorwort**

Die Hochschule der Medien ist in einer Zeit der großen Umbrüche in Hochschulpolitik und Hochschulrecht gegründet worden. Ihre Gründung, ein Zusammenschluss zweier traditionsreicher Hochschulen, ist zudem ein außergewöhnlicher Prozess im Hochschulwesen. Im Wissen über diese Rahmenbedingungen haben sich beide Hochschulen der Herausforderung gestellt, eine neue Hochschule aufzubauen.

Trotz seines enormen Erfolges leidet der noch junge Hochschultyp „Fachhochschule“ an vielfältigen bundesweiten Behinderungen und Diskriminierungen. Im neuesten Hochschulrahmengesetz konnte sich der Gesetzgeber nicht zu einer einheitlichen Professorenbesoldung für alle Hochschultypen entschließen. Unsicherheiten bezüglich der Umsetzung des Hochschulrahmengesetzes bei der W2/W3-Professorenbesoldung in Baden-Württemberg wirken schon jetzt in unser Haus hinein.

Die Eingruppierung der Masterabsolventen von Universitäten und Fachhochschulen im öffentlichen Dienst ist immer noch unterschiedlich. Zwar wird häufig die prinzipielle Gleichwertigkeit aller Bachelor- und Masterabschlüsse betont, doch bleiben die Hochschulgrade Bachelor of Science und Master of Science nach einem Beschluss der Kultusministerkonferenz den Universitäten vorbehalten.

Für begabte Absolventen der Fachhochschulen wird der Zugang zur Promotion von den Universitäten mit Duldung der zuständigen Ministerien nahezu unmöglich gemacht.

Das Land Baden-Württemberg hat die Fachhochschulen seit ihrer Gründung im Jahr 1971 zielgerichtet und mit großem Aufwand gefördert. Es hat sich damit einen beachtlichen Standortvorteil erarbeitet. Durch das seit 2001 geltende und bundesweit als das fortschrittlichste angesehene Fachhochschulgesetz werden viele Verantwortlichkeiten den Fachhochschulen übertragen sowie die Hochschulleitungen gestärkt. Mit seinen weitgehenden Kompetenzen wird der neu eingeführte Hochschulrat für die Hochschulen und ihre Leitungen eine wirkungsvolle und praxisnahe Kontrollinstanz sein.

Wie alle Fachhochschulen im Land leidet auch unser Haus unter einem erheblichen Mangel an technischem Personal. Seine Aufgaben müssen von hochqualifizierten Wissenschaftlern erledigt werden. Dies bedeutet nicht nur einen Verlust an Ausbildungsqualität, sondern auch eine starke Behinderung der anwendungsorientierten Forschung.

Die Hochschule der Medien qualifiziert junge Menschen für sehr dynamische Berufsfelder. Sie war schon immer gezwungen, ihre Studienangebote und -inhalte den Erfordernissen der Zeit und Gesellschaft vorausschauend anzupassen. Gleiches gilt für ihre Struktur. Die enormen Bewerberzahlen rechtfertigen alle bisherigen Leistungen. Gleichwohl bleibt noch viel zu tun auf dem Weg zu einer zukunftsorientierten Hochschule der Medien.

Bei allem Planen, Kalkulieren, Gestalten und Wünschen bleibt eines zu bedenken: Diese Bemühungen bereiten nur den Boden für das, was eine wirkliche Hochschule ausmacht, und zwar für Blumen. Sie heißen Phantasie, Kreativität, Wissen, Erfahrung, Aufrichtigkeit, Verantwortung, Selbstbewusstsein, Engagement, Fleiß und Mut.

Vor diesem Hintergrund ist das Selbstverständnis der Hochschule der Medien zu verstehen. Die hier vorgelegte Struktur- und Entwicklungsplanung ist die erste Stufe innerhalb eines Reifungsprozesses zu der Hochschule, die wir heute erträumen.

Stuttgart, den 25. März 2002

Professor Dr. Uwe Schlegel

Rektor

## **A Strukturplanung**

### **1. Struktur der Hochschule**

#### **1.1 Hochschulrat**

Der Hochschulrat trägt laut §13c des Fachhochschulgesetzes Verantwortung für die Entwicklung der Fachhochschule und schlägt Maßnahmen vor, die der Profilbildung und der Erhöhung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit dienen. Er beaufsichtigt die Geschäftsführung des Rektorats.

Dem Hochschulrat gehören neun Mitglieder an, davon vier Personen, die keine Mitglieder der Hochschule nach §6 sind. Er nahm zum September 2000 als Gemeinsamer Hochschulrat der früheren Hochschule für Druck sowie der ehemaligen Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen seine Arbeit auf.

Einer im Februar 2002 angestellten Referentin der Hochschulleitung obliegt die Unterstützung des Vorsitzenden des Hochschulrats und der Hochschulleitung.

#### **1.2 Senat**

Der Senat entscheidet laut §14 des Fachhochschulgesetzes in Angelegenheiten von Lehre, Studium und Forschung, die von grundsätzlicher Bedeutung sind und nicht durch Gesetz zur abschließenden Entscheidung einem anderen Organ, den Fachbereichen oder den Hochschuleinrichtungen übertragen sind. Er wählt Rektor und Prorektor, fasst unter anderem Beschlüsse im Zusammenhang mit der Errichtung, Änderung oder Aufhebung von Studiengängen, mit Struktur- und Entwicklungsplänen sowie mit Vorschlägen zur Berufung von Professoren.

Dem Senat der Hochschule der Medien gehören 21 Personen an. Zu seinen Mitgliedern zählen Kraft Amtes der Rektor als Vorsitzender, die drei Prorektoren, der Verwaltungsdirektor, die Dekane der drei Fachbereiche und die Frauenbeauftragte. Aufgrund von Wahlen gehören dem Senat fünf Professoren, drei technische Mitarbeiter und vier Studierende an.

#### **1.3 Rektorat**

Das Rektorat ist gemäß §11a des Fachhochschulgesetzes für die sachgemäße Erledigung der Aufgaben und den ordnungsgemäßen Gang der Verwaltung verantwortlich. Es regelt die innere Organisation der Verwaltung, trägt Sorge für einen wirtschaftlichen Einsatz des vorhandenen Personals und der zur Verfügung stehenden Sachmittel und Einrichtungen.

Dem Rektorat der Hochschule der Medien gehören laut Grundordnung ein Rektor, zwei Prorektoren, ein weiterer, für sechs Jahre bestellter Prorektor sowie der Verwaltungsdirektor mit beratender Stimme an.

Zu den für das Rektorat wichtigsten Aufgaben zählt die Überwachung des Neubaus auf dem Vaihinger Campus (Standort Nobelstraße). Er wird die Ansiedlung des bislang in der Stadtmitte (Standort Wolframstraße) situierten Fachbereiches Information und Kommunikation neben den Fachbereichen Druck und Medien und Electronic Media ermöglichen. Im Januar 2002 hat das Kabinett der Landesregierung 21,5 Mill. Euro für den Bau bewilligt. Der gemeinsame Standort ist eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen der Integration der fusionierten Hochschulen.

Zentrale Verantwortung trägt das Rektorat für die Entwicklungs- und Strukturplanung sowie für die Verteilung der Ressourcen der Hochschule, das heißt der finanziellen Mittel, der Räume und des Personals. Bedingt wird seine Tätigkeit durch das zu Beginn des Jahres 2000 in Kraft getretene neue Fachhochschulgesetz. Der Staat beseitigt administrative Vorgaben, zieht sich aus der Detailsteuerung zurück und beschränkt sich auf die Definition von Rahmenbedingungen. Hierdurch wird den Fachhochschulen mehr Autonomie verliehen.

Ein wichtiger Aspekt der Autonomie ist die neue Art der Hochschulfinanzierung, weg von traditionellen Etatansätzen, hin zur Zuweisung eines Globalhaushaltes mit dezentraler Budgetverantwortung. Der Globalhaushalt verleiht dem Rektorat neue Handlungsspielräume, insofern es die Mittelverteilung innerhalb der Hochschule leistungsorientiert steuern kann. Ohne eine solche leistungsorientierte Mittelverteilung bliebe die Neuregelung nur eine Umetikettierung der bisherigen Haushaltsansätze in einen einzigen Gesamtbetrag.

Es ist Aufgabe des Rektorats, leistungsbezogene Kriterien zur Mittelverteilung zu entwickeln. Eine aussagekräftige Kosten-Leistungs-Rechnung ist hierfür Voraussetzung; sie soll im Herbst 2002 funktionskräftig sein. Seit 2001 erhalten die Hochschulen Teile des Haushalts durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst (MWK) nach Leistungskennzahlen zugewiesen. Nach den Vorstellungen des MWK soll die Mittelverteilung zu einem Teil nach der Zahl der Studierenden (in der Regelstudienzeit) und nach der Zahl der Absolventen (der letzten beiden Studienjahre) erfolgen. Gewichtungsfaktoren für technisch orientierte Studiengänge sind vorgesehen. Im anreizorientierten Teil sollen gemäß den Vorstellungen des MWK unter anderem die Verringerung der Abbrecherquote (Drop-out-Quote), die Verringerung der Zahl der Langzeitstudenten und Erhöhung des Anteils der ausländischen Studierenden prämiert werden.

Für die Durchführung der Kosten-Leistungs-Rechnung wurden zu Jahresbeginn 2002 regionale Controllingstellen eingerichtet, welche jeweils für mehrere benachbarte Fachhochschulen zuständig sind. Die für die HdM zuständige Controllerin hat ihren Dienstsitz an der Hochschule für Technik in Stuttgart.

## **1.4 Fachbereiche**

Gemäß §15 des Fachhochschulgesetzes ist der Fachbereich die organisatorische Grundeinheit der Fachhochschule. Er trägt dafür Sorge, dass seine Angehörigen, seine wissenschaftlichen Einrichtungen und seine Betriebseinheiten die ihnen obliegenden Aufgaben erfüllen können. Der Fachbereich bestimmt die Lehraufgaben seiner zur Lehre verpflichteten Mitarbeiter entsprechend ihrem Fachgebiet.

Wegen der immer stärkeren Konvergenz der Medienwelt pflegt die HdM ein Studienangebot, das die Nutzung digitalisierter Daten in allen Bereichen umfasst. Der Fachbereich Druck und Medien vertritt vor allem die klassischen Medien in Technik und Wirtschaft. Zu den Medienplattformen, die der Fachbereich Electronic Media zusammenfasst, zählen Radio, Fernsehen, Film, Internet etc. Der Fachbereich Information und Kommunikation bildet Informations- und Medienexperten für die Wirtschaft und den öffentlichen Sektor aus. Detaillierte Angaben zu den Fachbereichen inklusive Studieninhalten und Charakteristika, Ausbildungszielen, Einsatzfeldern der Absolventen, Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt, europäischen Mitbewerbern, Kooperationspartnern weltweit, personellen und materiellen Ressourcen, Forschung und Entwicklung, Publikationen, Integrationsangeboten, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen für Außenstehende finden sich in den Papieren der Fachbereiche.

## **1.5 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Die ehemalige Hochschule für Druck und Medien hat im April 1999 eine Stabsstelle für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eingerichtet. Im Vordergrund standen zunächst der Aufbau der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie ihre Verankerung innerhalb der Hochschule. Seit dem 1. September 2001 gilt es, das Angebot der Hochschule der Medien transparent zu machen und ihr Profil als „Full-Service-Ausbilder“ für die Medien - mit Wurzeln im Druck und im Bibliothekswesen - zu schärfen. Dieses Profil ist regional, überregional und – langfristig - europaweit zu vermitteln. Dabei ist die HdM als Dachmarke für die Ausbildung von Medienspezialisten zu sehen, deren Studiengänge diese als eigene Marken ausmachen.

Einen Schwerpunkt der Tätigkeiten stellen regelmäßige Pressearbeit sowie die PR-Begleitung von Hochschulprojekten dar. Von April 1999 bis Februar 2002 hat die Hochschule etwa 215 Pressemitteilungen zu Studium und Lehre, Veranstaltungen oder Hochschulpolitik herausgegeben. Bei zentralen Hochschul-Veranstaltungen standen die Verleihung der Ehrensatorwürde an Dr.-Ing. Hans B. Bolza-Schünemann (Koenig & Bauer Aktiengesellschaft, Würzburg) im Februar 2000 und die des Titels Honorarprofessor an Gerd Finkbeiner (MAN Roland Druckmaschinen AG, Offenbach) im Mai 2000 im Vordergrund. Zu den herausragenden öffentlichkeitswirksamen Projekten der Vergangenheit zählten die verpackte Hochschule (PackmassXXL), die media.lounge und die media.night.



## **1.6 Akademisches Auslandsamt**

Das Akademische Auslandsamt ist eine Anlaufstelle für deutsche und ausländische Hochschulangehörige. Es koordiniert und pflegt Auslandskontakte und Hochschulpartnerschaften, betreut ausländische Studierende, gibt Hilfestellungen bei Alltagsproblemen sowie bei besonderen fachlichen Schwierigkeiten. Das Auslandsamt berät auch deutsche Studierende, die einen Teil ihres Studiums im Ausland absolvieren möchten, und informiert insbesondere über Stipendien und Studienmöglichkeiten.

Ein derzeitiges Problem besteht in der personellen Unterbesetzung des Akademischen Auslandsamtes an der HdM. Die einzige Arbeitskraft konnte den Arbeitsanfall schon vor der Hochschulfusion nicht bewältigen und ist nach der Zusammenlegung noch weniger zu einer angemessenen Studentenberatung imstande. Nach der Fusion haben nicht nur die Studierenden der früheren HDM, sondern auch die Studierenden der früheren HBI einen Anspruch auf qualifizierte Beratung. Dies kann auch durch ein Informationsangebot im Internet nicht ersetzt werden.

Erheblich gestiegen ist durch die Vergrößerung der Hochschule auch der Aufwand für den Schriftverkehr mit der EU (Berichte wegen Fördergelder über laufende und abgewickelte Projekte, Stellen neuer Anträge), dem Deutschen Akademischen Austauschdienst, den Ausländerbehörden u.a.m.

Ein Teil der Sekretariatsarbeiten kann in den wenigen Wochen reduzierter Arbeitsbelastung zum Teil durch die Sekretariate der Fachbereiche aufgefangen werden. Generell ist das Akademische Auslandsamt jedoch dringend zu stärken.

## **1.7 Studentenvertretungen**

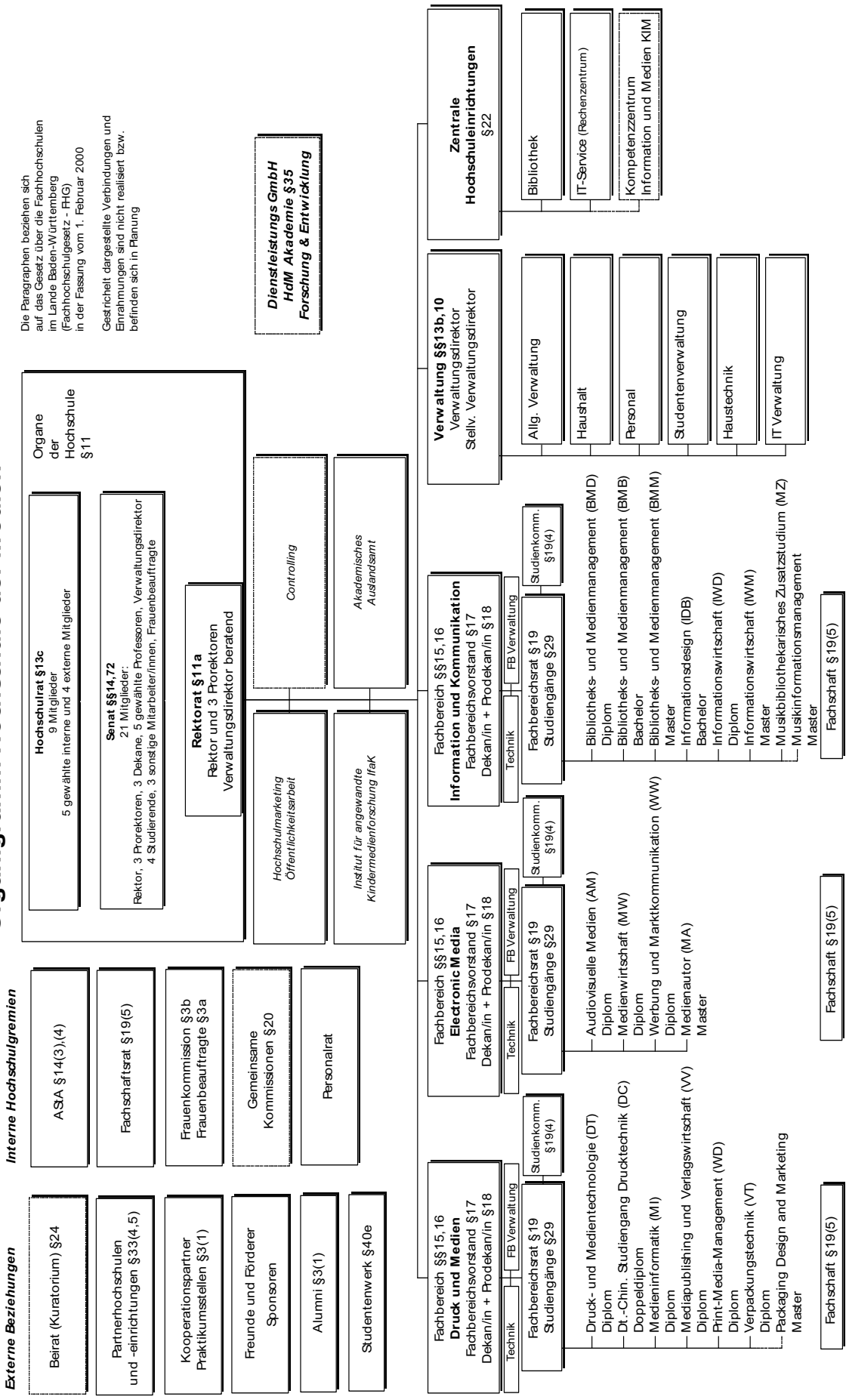
Der AStA (Allgemeiner Studenten-Ausschuss) besteht aus sieben Mitgliedern; davon vertreten vier die Interessen aller Studierenden im Senat.

Der UStA (Unabhängiger Studenten-Ausschuss) unterstützt den AStA im sportlichen, kulturellen und sozialem Bereich. Er ist erste Anlaufstelle bei Härtefallanträgen, gibt Auskunft in Bafög-Angelegenheiten und informiert über die HdM. Aufgrund seiner konstruktiven Beteiligung trägt der AStA/UStA entschieden zu einem guten Klima an der Hochschule wie einer Optimierung von Forschung und Lehre bei.

Die T.V.Grafia ist die Studentenverbindung der HdM. Sie wurde 1955 gegründet, ist nichtschlagend und keiner politischen oder gesellschaftlichen Richtung verpflichtet.

# 1.8 Organigramm der Hochschule

## Organigramm Hochschule der Medien



Die Paragraphen beziehen sich auf das Gesetz über die Fachhochschulen im Lande Baden-Württemberg (Fachhochschulgesetz - FHG) in der Fassung vom 1. Februar 2000

Gestrichelt dargestellte Verbindungen und Einrahmungen sind nicht realisiert bzw. befinden sich in Planung

## **2. Lehre**

### **2.1 Studieninhalte und Charakteristika**

Durch Zusammenschluss der bisherigen Hochschule für Druck und Medien und der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen ist eine Medienhochschule mit einzigartigem Leistungsangebot entstanden.

Die Hochschule der Medien bietet exzellente Ausbildungschancen in den Bereichen Medien, Information und Kommunikation. Sie ist in der Lage, ein breites Spektrum im Hinblick auf Technologie, Produktion, Wirtschaft, Management, Design und Rezeption abzudecken. Für die Studierenden ergibt sich die Möglichkeit einer hohen Spezialisierung in einzelnen Studiengängen bei gleichzeitiger Heranführung an verschiedene Medienbereiche, die sich gegenseitig im zunehmenden Maße befruchten. Daher ist die Integration der drei Fachbereiche von entscheidender Bedeutung.

Sämtliche Studienpläne sind auf die zukünftigen Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Die Studierenden haben unabhängig von ihrem Abschluss die Wahl, sich eher technikorientiert oder kaufmännisch/managementorientiert zu entwickeln. Semesterprojekte dienen der exemplarischen Erarbeitung von Wissen sowie der Aneignung von sozialen und kommunikativen Kompetenzen. Ebenso wie Vorlesungsinhalte unterliegen die Studienpläne einer ständigen Weiterentwicklung durch Studienkommissionen (§19 (4) FHG), wobei die Studiengänge ständig bestrebt sind, aktuelle Entwicklungen im Bereich der Medien zu integrieren. Die Studienpläne sind formal durch Studien- und Prüfungsordnungen festgelegt. Sie wurden in letzter Zeit zum großen Teil neu verabschiedet und sorgfältig zwischen den Studiengängen abgestimmt.

Die Studiengänge haben zum Teil den Wahlpflichtbereich ausgeweitet und versucht, das Studium stärker projektorientiert auszulegen. Die Lehrpläne der meisten Studiengänge zeigen eine Konzentration auf technische, gestalterische, medientheoretische und betriebswirtschaftliche Fächer. Die Studierenden haben - jenseits der in Studien- und Prüfungsordnungen explizit aufgeführten Fächer – zum Teil die Möglichkeit, sich Vorlesungen anderer Studiengänge im Umfang von acht Semesterwochenstunden anrechnen zu lassen.

Mit dem neuen Bachelor-Studiengang Informationsdesign und den Master-Studiengängen Bibliotheks- und Medienmanagement, Informationswirtschaft sowie Medienautor hat die Hochschule der Medien ihre Leistungs- und Produktpalette entschieden vergrößert.

Es besteht ein beträchtliches Maß an Wahlmöglichkeiten innerhalb der Studiengänge. Dies ermöglicht es den Studierenden, nach eigenen Vorstellungen Schwerpunkte zu setzen. Grundsätzlich setzt die Hochschule der Medien auf Flexibilität und Verflechtung der Lehrangebote, was dem Gedanken der Interdisziplinarität entspricht und der Forderung, den künftigen - vielschichtigen - Berufsbildern angemessene Ausbildungsinhalte gegenüber zu

stellen. In diesem Licht ist die Ergänzung der bestehenden Studienangebote um neue attraktive Ausbildungsinhalte sehr zweckmäßig gewesen (siehe Papiere der Fachbereiche). Eine Modularisierung der Studienstruktur ist in einzelnen Studiengängen bereits realisiert worden und wird für weitere Teilbereiche angestrebt.

An der Hochschule bestehen vielfältige Erfahrungen mit webbasierten virtuellen Lehrveranstaltungen. Seit einigen Jahren werden innovative Lehr-, Lern- und Arbeitsformen in die Lehre eingeführt. Dabei werden multimediale Anwendungen sowie das Internet als Medien der Lehre und des Lernens erprobt und eingesetzt. Das Projekt EXISTeLearning ist ein e-Learning-System für Existenzgründer und junge Unternehmer. Auch für die Weiterbildung von Fach- und Führungskräften – wird vor allem in kleineren und mittleren Unternehmen – online-gestützte Wissensvermittlung in Zukunft eine tragende Rolle spielen.

## **2.2 Ausbildungsziele**

Gegenüber anderen Hochschulen besitzt die Hochschule der Medien das Alleinstellungsmerkmal des umfassenden Leistungsspektrums. Es deckt sämtliche Medienfelder ab und ist mit einem hohen Maß an interner und externer Interaktion verbunden.

Ziel der Hochschule der Medien ist die Qualifizierung der Studierenden für das weite Gebiet der Medien. Detailliertere Angaben sind den Ausführungen der Fachbereiche und Studiengänge zu entnehmen.

Den Berufs- und Arbeitsmarktbezug fördern die Lehrenden durch die Unterstützung der Studierenden bei der Suche von Praktikumsplätzen, bei der Vermittlung von Diplomarbeiten in Kooperation mit der Medienindustrie und bei der Stellensuche. Die Studiengänge legen auf eine optimale Betreuung durch die Lehrenden besonderen Wert. Wesentliche Faktoren sind die Erreichbarkeit der Lehrenden, die informelle Beratung sowie – ganz selbstverständlich – die Besprechung von Hausarbeiten und Referaten.

Das Studienangebot wird durch zahlreiche Gastvorträge externer Experten, durch attraktive Exkursionsangebote und hochschulöffentliche Workshops und Symposien erweitert.

## **2.3 Einsatzfelder der Absolventen**

Absolventen des Fachbereichs Druck und Medien finden anspruchsvolle Beschäftigungen als Fach- und Führungskräfte in der Druckindustrie und ihren Zuliefererfirmen. Die Einsatzfelder der Studienabgänger des Fachbereiches Electronic Media liegen im gesamten elektronischen Medien- sowie Kommunikationsbereich (Produktionsstudios, Fernseh- und Hörfunkunternehmen, Multimedia-Agenturen, Online-Dienste, Werbeagenturen und Designstudios, Telekommunikation, Verlage, Medienberatung, Mediaplanung, Markt- und Trendforschung, Event-Marketing, Messen, Marketing- und PR-Abteilungen). Absolventen des Fachbereiches Information und Kommunikation stellen ihre Kompetenzen im öffentlichen wie privaten Bibliotheks-, Kultur- und Mediensektor (Bibliotheken, Rundfunk, Presse, Me-

dien- und Werbeagenturen, Verlage, Medienarchive und –museen etc.), in der Informationsorganisation und im Wissensmanagement von Unternehmen unter Beweis.

## **2.4 Ausbildungsmarkt und Arbeitsmarkt**

Bezüglich der Bereiche Druck und Bibliothek sind konkurrierende Studiengänge gut bekannt und können präzise eingeschätzt werden. In Hinblick auf die elektronischen Medien ist die Konkurrenzsituation unübersichtlich.

Für den öffentlichen Bereich und die Wirtschaft stellt der Fachbereich Information und Kommunikation kompetente Bibliotheksfachkräfte und Informationsspezialisten zur Verfügung. Die Fachbereiche Druck und Medien und Electronic Media bilden Absolventen für einen Wachstumsmarkt mit attraktiven Arbeitsplätzen aus.

Was die Gebiete Druck und elektronische Medien anbelangt, ist die personelle und materielle Ausstattung der HdM sämtlichen konkurrierenden Hochschulen weit überlegen.

## **2.5 Kooperationspartner weltweit**

Die an der Hochschule der Medien verfolgte Strategie der Internationalisierung trägt der zu beobachtenden, auch an der HdM wissenschaftlich erforschten weltweiten Konvergenz der Druck- und Medienmärkte Rechnung. Die Hochschule wird zum einen im Rahmen der Europäisierung, d.h. im Rahmen der EU, tätig; zum anderen folgt sie auf der Grundlage ihrer seit vielen Jahren gepflegten Kontakte nach Osteuropa und dem fernen Osten dem Trend des going East. Die bestehende Kompetenz für den Wachstumsmarkt Asien nutzt sie für den weiteren Ausbau ihres Angebotes in China.

Kontakte pflegt die HdM zu verschiedenen Hochschulen und Bildungseinrichtungen in Europa, Amerika und Asien. Sie unterhält Partnerschaften mit zahlreichen Hochschulen; diese reichen vom Wissensaustausch bis zur Einrichtung gemeinsamer Studiengänge.

Ryerson Polytechnic University, Toronto, Kanada

Fundación Gutenberg, Buenos Aires, Argentinien

Hogeschool voor Economisch en Grafisch Onderwijs (EGON), Gent, Belgien

Technische Universität Xi'an, Shaanxi, China

Espoo-Vantaa Institute of Technology (EVITech), Espoo, Finnland

Université de Nancy 2, Frankreich

Technological Educational Institution (T.E.I.) of Athens, Griechenland

London College of Printing, (The London Institute), Großbritannien

Japan Printing Academy, Tokio, Japan

Hogeschool Brabant, Tilburg, Niederlande

Technische Universität Warschau, Polen

Instituto Politécnico de Tomar, Portugal

Staatliche Universität für Druck Moskau, Russland

Fachhochschule Westschweiz - Hochschule für Technik Waadt (Eivd), Lausanne, Schweiz

Universidad de Sevilla, Spanien

Technische Hochschule für Leichtindustrie, Budapest, Ungarn

Danmarks Biblioteksskole, Kopenhagen, Dänemark

Université Grenoble, Frankreich

Ecole nationale supérieur des sciences de l'information et des bibliothèques Villeurbanne, Frankreich

University of Northumbria, Newcastle, Großbritannien

Freie Universität Bozen, Italien

Moskauer Staatsuniversität für Kultur und Künste, Russland

Högskolan i Borås/Institutionen Bibliotekshögskolan, Schweden

Berzsenyi Daniel Tanárképző Főiskola/Könyvtár informatikai tanszék, Szombathely, Ungarn

### **3.        Forschung und Entwicklung**

Die HdM sieht eine ihrer wesentlichen Aufgaben darin, Forschung und Entwicklung zu stärken. In der Stellungnahme des Wissenschaftsrats vom 18.1.2002 zum Thema findet sie sich bestätigt. Das daraus resultierende Expertenwissen kann über die Hochschule hinaus als Transfer- und Dienstleistung weiter gegeben werden.

Forschungsarbeit wird in erster Linie am Flexodruck-Technologiezentrum betrieben. Das DFTA-TZ wurde 1994 in Zusammenarbeit mit Firmen der Druck- und Zuliefererindustrie als anwendungsbezogene Forschungseinrichtung gegründet. Die installierten Labortechniken erlauben umfangreiche materialtechnische Untersuchungen; ihre Ergebnisse stehen den beteiligten Firmen zur Verfügung und fließen in den Lehrbetrieb ein.

Einen weiteren Forschungsschwerpunkt markiert das Voice Solutions Center Stuttgart. Es belegte auf den vom Verband Region Stuttgart ausgelobten Wettbewerb den ersten Platz in der Technologiesparte Informations- und Kommunikationstechnologie. Ziel dieses Projektes ist vor allem die Forschung und Entwicklung sprachbasierter Anwendungslösungen im Bereich Voice und Mobile Commerce.

Das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) ist befasst sich mit allen für Kinder produzierten sowie allen von Kindern genutzten Medien. Der Forschungs- und Entwick-

lungsschwerpunkt liegt bei neuen (audiovisuellen, digitalen und interaktiven) Medien. Besonderes Gewicht haben dabei die Erarbeitung von Qualitätskriterien, die Probleme der Vermittlung, Wirkung und Nutzung, die Entwicklung neuer Strategien der Leseförderung und neuer Konzepte der medienpädagogischen wie der bibliothekarischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen.

Mit der Förderung des Wissenschaftsministeriums Baden-Württemberg begann im Wintersemester 2000/01 die zweite Phase eines interdisziplinären Forschungsprojektes „Film- und Fernsehbegleitbücher – Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund“.

Zu den weiteren Forschungsprojekten der HdM zählen das Projekt Multimedia-Buch „Team 2000“, die IfaK-Projekte „Kinder- und Jugendbuchliteratur im Medienverbund“ sowie „Nutzung von Multimediaanwendungen für Kinder und Jugendliche“, das Unternehmensportal „Wirtschafts- und Geschäftsinformation“, die „Personalisierten Branchen- und Marktinformationen“, das „Virtuelle Transfernetz“, die „Mediafaktor Ostfildern – Innovations- und Kompetenzzentrum Druck und Verlag in der Region Stuttgart“ und der WebRadiosender als Mehrkanal-Live-Stream-Sender.

Zahlreiche Forschungsprojekte können dann an der Hochschule der Medien realisiert werden, wenn über Einzelanträge Gelder eingeworben werden. Dies bedeutet für die koordinierenden Professoren eine zusätzliche Arbeitsbelastung ohne Entlastung an anderer Stelle. Im Grunde bedarf es entsprechend freigestellten Personals bzw. eines flexiblen Systems der Deputatsanrechnung, was es den Professoren erleichtern würde, sowohl in der Lehre wie in der Forschung wertvolle Beiträge zu leisten.

#### **4. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende**

Trotz der Tatsache, dass die grundständige Ausbildung im Vordergrund steht, fühlt sich die Hochschule der Medien zu einem verstärktem Engagement in der Weiterbildung verpflichtet. Zu erwarten ist ein wachsender Trend zum Wechsel zwischen Berufstätigkeit und Weiterbildung und zur berufsbegleitenden Weiterbildung. Im Hinblick auf die heutige Auffassung von Weiterbildung als permanenter Prozess setzt dies flexible Strukturen voraus.

Eine herausragende Position in der Fort- und Weiterbildung für Außenstehende nimmt das Flexodruck-Institut ein, zu dessen umfangreicher Fortbildungstätigkeit neben den Angestellten des Zentrums regelmäßig weitere Vertreter des Fachbereichs Druck und Medien beitragen.

Immer wieder erreichen die Hochschule Anfragen, ob Lehrveranstaltungen insbesondere der Masterstudiengänge nicht ganz oder teilweise im Fernstudium über das Internet angeboten werden. Diese Anfragen werden vor allem von den Personen gestellt, die aus finanziellen Gründen ihren Arbeitsplatz nicht ohne weiteres aufgeben können und sich für drei Semester in einen Vollzeitstudiengang einschreiben können. Für einen Personenkreis, der

ein Teilzeitangebot sucht, besteht augenblicklich der Teilzeitstudiengang Master Bibliotheks- und Medienmanagement. Für andere Studieninhalte ist gegenwärtig leider kein Angebot vorhanden.

Angesichts des für den Weiterbildungsmarkt sehr attraktiven Themenangebots ließen sich viele Aktivitäten an der HdM aufbauen. Dies kann allerdings erst geschehen, wenn Deputatsnachsätze bzw. Mittelerwirtschaftungsoptionen die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen schaffen.

## **5. Verwaltung**

### **5.1 Allgemeine Verwaltung**

Die Mitarbeiter der allgemeinen Verwaltung sind in allen verwaltungstechnischen Angelegenheiten Ansprechpartner für die Angestellten des Hauses. Hierzu gehören insbesondere die Haushaltsbewirtschaftung, die zentrale Beschaffung und die Personalverwaltung. Die Verwaltung wird von einem Verwaltungsdirektor und einem stellvertretenden Verwaltungsdirektor geführt. Ihnen sind auch die Mitarbeiter der Studentenverwaltung, der Verwaltungs-EDV und der Haustechnik disziplinarrechtlich unterstellt.

Zur Sicherung der Auskunft- und Beratungskompetenz der Verwaltungsmitarbeiter finden regelmäßige, zum Teil wöchentliche Dienstbesprechungen, Schulungen und Weiterbildungsmaßnahmen statt. Neben der verwaltungsspezifischen Schulungen werden auch EDV-Schulungen bezüglich elektronischer Bürokommunikation, bereichsspezifischer Software, Datensicherung etc. veranstaltet.

### **5.2 Studienbüro und Fachbereichssekretariate**

Die Mitarbeiter des Studienbüros sind Ansprechpartner für allgemeine studentische Angelegenheiten. Hierzu gehören die Durchführung des Zulassungsverfahrens, die Immatrikulation, die Rückmeldung, die Beurlaubung sowie die Exmatrikulation. Das Studienbüro verwaltet außerdem die personenbezogenen Stammdaten der Studierenden und die Studentenakten.

Den Mitarbeitern des Studienbüros sind Studierende bestimmter Studiengänge zur Betreuung zugewiesen. Infolge der an der Hochschule extrem hohen Zahl der Bewerbungen sollte das Studienbüro dringend personell verstärkt werden.

Die Fachbereichssekretariate erledigen allgemeine Verwaltungsangelegenheiten des Fachbereichs, wesentliche Teile des Prüfungswesens sowie die Vorlesungsorganisation und betreuen die Lehrbeauftragten.



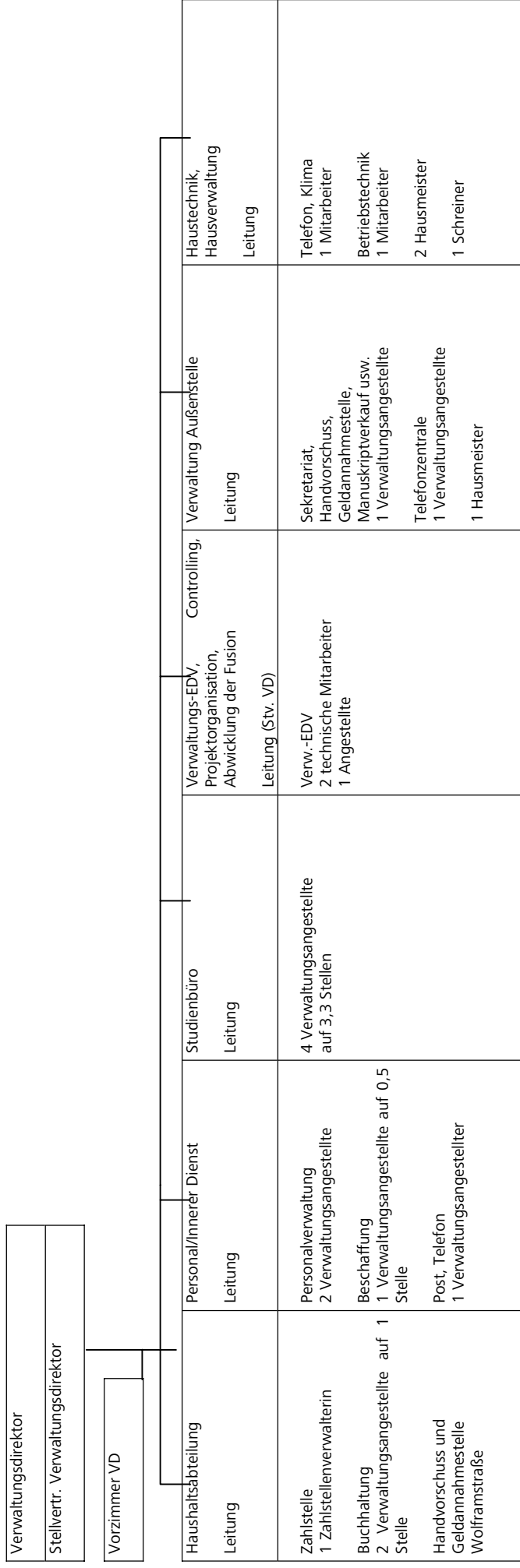
### **5.3 Verwaltungs-EDV**

Die Mitarbeiter der Verwaltungs-EDV sind verantwortlich für Konfiguration, Implementierung und Betreuung aller im Bereich der Verwaltung, der Hochschulleitung und der Bibliothek eingesetzten Hard- und Software. Hierzu gehört eine aktuelle, den Erfordernissen gerechtwerdende Ausstattung, eine schnelle und effektive Betreuung sowie die Einweisung, Schulung und Unterstützung der Anwender. Hervorzuheben sind die HIS-Produkte für Zulassung, Studentenverwaltung, Prüfungswesen, Personalbereich, Mittelbewirtschaftung, Inventarisierung, Raumverwaltung sowie Hochschulcontrolling. Betreut werden außerdem die Standardprodukte von Microsoft sowie bibliotheksspezifische Programme. Ein weiterer Schwerpunkt sind Themen wie Datenschutz, Sicherheit sensibler Daten im internen wie externen Netz usw.

Neuen Anforderungen stellen muss sich die Verwaltungs-EDV durch das seit einem Jahr geltende neue Fachhochschulgesetz, durch die Bemühungen der Landesregierung, den Einsatz der finanziellen Mittel im Hochschulwesen effektiver zu gestalten, sowie durch die Förderung von Master- und Bachelor-Abschlüssen. Insbesondere gestaltet sich die Einführung der neuen Software als Herausforderung. Während der Umstellungs- bzw. Einführungsphase ergibt sich eine enorme Belastung für den Kreis der verantwortlichen Personen.

Software-Module sind bereits installiert, die Lösungen ermöglichen für ein webbasiertes Lehrveranstaltungsmanagement, für die Umsetzung des Studienkontenmodells mit dem landesweit angewandten System des Softwareunternehmens HIS, für die Überführung kameralistischer Buchungen in kaufmännische Buchungssätze, für die Erstellung eines kaufmännischen Jahresabschlusses mittels eines Moduls sowie für die Finanzbuchhaltung, die Kosten- und Leistungsrechnung und deren Auswertung.

## 5.4 Organigramm



## **6. Ressourcen**

### **6.1 Personelle Ressourcen**

Die Hochschule der Medien verfügt über einen motivierten und erfahrenen Lehrkörper in ausgeglichener Altersstruktur. Die letzten der im Rahmen des Ausbauprogramms Fachhochschule 2000 zugewiesenen Professorenstellen werden 2002 besetzt. In Zukunft müssen nur noch wenige neu zugewiesene Stellen ausgeschrieben werden. Damit können Anpassungen an den technologischen Wandel bzw. an anderweitig veränderte Bedarfssituationen nur durch Umwidmung von Professorenstellen erreicht werden. Außerdem muss die Hochschule bei der Wiederbesetzung von Stellen deren bestehende Funktionsbeschreibungen sorgfältig auf Zukunftsfähigkeit überprüfen, um eine Weiterentwicklung des Lehrangebots zu ermöglichen.

Die Berufung neuer Professoren hat sich in technischen, speziell informationstechnischen Bereich zu einem Schlüsselproblem des Hauses entwickelt, da potentielle Kandidaten durch besser entlohnende Unternehmen der Privatwirtschaft tendenziell stärker angezogen werden.

Durch den Einsatz von zahlreichen Lehrbeauftragten wird der Praxisbezug enorm gestärkt.

Die Situation der sonstigen Mitarbeiter (Laboringenieure und Assistenten) ist völlig unzureichend. Die Hochschule der Medien verfügt über insgesamt 48 Stellen für Assistenten und technische Angestellte, das heißt eine Mitarbeiterstelle auf 60 Studenten bzw. 0,43 Mitarbeiterstellen pro Professoren. Die Kommission FH 2000 empfiehlt ein Verhältnis von 1,5. Um sowohl Forschung wie Lehre zu stärken, ist ein Ausbau wünschenswert.

Anwendungs- und praxisorientierte Lehrprojekte mit den dazugehörigen Laborarbeiten sind bei diesen Zahlenverhältnissen nicht in sinnvollem Maße zu realisieren. Der Mangel an Mittelbaupersonal gestattet den Professoren nur wenig Entlastung, um weiterführende Aufgaben zu gestalten. Daher ist es unbedingt erforderlich, den Mittelbau personell zu verstärken.

Die Mitarbeiter betonen trotzdem die Attraktivität ihrer Aufgaben und anerkennen ihren Gestaltungsspielraum. Momentan stehen die Einmaligkeit der Auseinandersetzung mit Forschung und Lehre sowie die Freiheiten in der individuellen Umsetzung/Erfahrung im Vordergrund. Bei höherer finanzieller Attraktivität würde vielen die Entscheidung zugunsten eines vorübergehenden Verbleibs an der Hochschule leichter fallen.

Ausgewiesener Zweck der Assistentenstellen ist die Weiterbildung der Assistenten. Die Hochschule bemüht sich zur Stärkung ihres wissenschaftlichen Profils, besonders qualifizierten Absolventen in diesem Rahmen die Möglichkeit zur Promotion zu bieten.

## **6.2 Technische Ressourcen**

Während bei den kleineren technischen Geräten (Einzel-Investitionen unter 150.000 Euro) und bei den Computersystemen eine aktuelle Ausstattung besteht, konnten die Erstaussstattungen und Re-Invests im Maschinenpark der Großgeräte (Investitionsbereich über 1.0 Mill. Euro) in den letzten Jahren nicht in allen technischen Abteilungen auf einem wünschenswerten Aktualitätsniveau gehalten werden. Als Beispiel ist die Tiefdruckabteilung zu nennen.

Die der HdM zur Verfügung stehenden Investitionsmittel reichen nicht aus, um den entstehenden Ersatzbedarf in allen technischen Bereichen zu befriedigen. Erleichterungen sind durch großzügige Spenden aus der Wirtschaft möglich.

## **6.3 Materielle Ressourcen**

Das Finanzministerium macht in der Verwaltungsvorschrift zur Haushalts- und Wirtschaftsführung im Haushaltsjahr 2002 folgende Vorgaben:

### Globale Minderausgabe

Wie in der Vergangenheit wird der Landeshaushalt durch hohe Zahlungen im Länderfinanzausgleich und an den Fonds Deutsche Einheit sowie durch steigende Zins- und Versorgungsausgaben belastet. Hinzu treten die Auswirkungen der Steuerrechtsänderung sowie der verschlechterten konjunkturellen Entwicklung. Daher wurde es neben etlichen anderen Maßnahmen notwendig, die allgemeine globale Minderausgabe fortzuführen. Dies bedeutet, dass der Hochschule ein noch nicht definierter Einsparungsbetrag auferlegt wird. Im Haushaltsjahr 2001 war die auferlegte globale Minderausgabe besonders hoch; sie betrug für die beiden bisherigen Hochschulen insgesamt DM 874.800. Die Hochschule plant bei der Mittelverteilung vorläufig einen Einsparungsbetrag von Euro 222.000 ein. Konkrete Zahlen legt das Ministerium zu einem späteren Zeitpunkt vor.

### Betriebsmittelbewirtschaftung

Im Rahmen einer Betriebsmittelbewirtschaftung werden für die Leistung von Sachausgaben Betriebsmittel in nachstehendem Umfang zugewiesen:

für das erste Vierteljahr 20 %, für das zweite bis vierte Vierteljahr je 25% der veranschlagten Haushaltsmittel,

20% der in das Haushaltsjahr 2002 übertragenen Ausgabereste,

Ausgaben aus durchlaufenden zweckgebundenen Einnahmen zu 100%.

Für die Verteilung der Haushaltsmittel 2002 auf die drei Fachbereiche wurde ein Ansatz gewählt, der einerseits auf dem Verhältnis der den Hochschulen HDM und HBI vor der Fusion durch das Finanzministerium zugeteilten Mittel beruht, andererseits die bisherige Ver-

teilungsquote zwischen den Fachbereichen Druck und Medien sowie Electronic Media zur Basis hat.

# Hochschule der Medien Stuttgart

## Verteilung der Haushaltsmittel 2002

Stand 22.3.02

Titel	Haushaltsplanansatz	Fachbereich Druck und Medien	Fachbereich Electronic Media	Fachbereich Information und Kommunikation	Hochschule allgemein	E-Learning	Rechenzentrum	Bibliothek	Studentische Angelegenheiten	Auslandsbeziehungen
Titelgruppe 71		79,86%		20,14%						
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>429 71</b>	<b>399.800,00</b>	<b>167.377,78</b>	<b>126.267,44</b>	<b>74.054,78</b>	<b>25.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.100,00</b>	<b>2.000,00</b>
<b>Personalaufwand</b>										
<b>547 71</b>										
<b>Sachaufwand</b>										
Vorl. GMA	969.100,00	243.350,99	183.580,57	107.668,44	141.800,00	50.000,00	102.000,00	126.500,00	7.200,00	7.000,00
	-132.000,00	-33.146,56	-25.005,30	-14.665,39	-19.314,42	-6.810,44	-13.893,30	-17.230,42	-980,70	-953,46
	<b>837.100,00</b>	<b>210.204,43</b>	<b>158.575,27</b>	<b>93.003,05</b>	<b>122.485,58</b>	<b>43.189,56</b>	<b>88.106,70</b>	<b>109.269,58</b>	<b>6.219,30</b>	<b>6.046,54</b>
<b>812 71</b>										
<b>Investitionen</b>										
Vorl. GMA	320.500,00	45.747,80	34.511,50	20.240,70	215.000,00	0,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00
	-90.000,00	-12.846,50	-9.691,22	-5.683,82	-60.374,41	0,00	-1.404,06	0,00	0,00	0,00
	<b>230.500,00</b>	<b>32.901,30</b>	<b>24.820,28</b>	<b>14.556,88</b>	<b>154.625,59</b>	<b>0,00</b>	<b>3.595,94</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Zuweisung insgesamt	TG 71	<b>410.483,51</b>	<b>309.663,00</b>	<b>181.614,71</b>	<b>302.111,17</b>	<b>43.189,56</b>	<b>91.702,64</b>	<b>109.269,58</b>	<b>11.319,30</b>	<b>8.046,54</b>

GMA = globale Minderausgabe

## **7. Frauenförderung**

Nach § 3 des Fachhochschulgesetzes ist die Hochschulleitung verpflichtet, Ziel- und Zeitvorgaben (jeweils für 5 Jahre) für die Erhöhung des Frauenanteils und die Beseitigung von Benachteiligungen von Frauen zu formulieren und entsprechende Maßnahmen umzusetzen. Gemäß Fachhochschulgesetz wählt der Senat aus dem Kreis des an der Fachhochschule tätigen wissenschaftlichen Personals eine Frauenbeauftragte und bis zu drei Stellvertreterinnen für die Dauer von zwei Jahren. Sie hat vor allem beratende Funktion sowie die Aufgabe, auf die Einhaltung der entsprechenden Maßnahmen zu achten. Zudem ist sie an den Sitzungen des Senats und den Berufungsverfahren beteiligt.

Der Frauenanteil beträgt unter den Professorinnen der HdM im Fachbereich Druck und Medien 6%, im Fachbereich Electronic Media 13%, im Fachbereich Information und Kommunikation 25% (Stand 01.01.2002).

Der Anteil der Frauen unter den Studierenden beträgt im Fachbereich Druck und Medien 37%, im Fachbereich Electronic Media 49%, im Fachbereich Information und Kommunikation 69% (Stand 01.01.2002). Zu den Studiengängen mit der geringsten Frauenquote zählen Druck- und Medientechnologie mit 24% und Medieninformatik mit 17% (Fachbereich Druck und Medien), ebenso Audiovisuelle Medien mit 28% (Fachbereich Electronic Media).

Die HdM hat in den letzten Jahren durch Einwerbung und Finanzierung von weiblichen Lehrbeauftragten durch das Mathilde-Planck-Lehrauftragsprogramm durchgängig erfolgreiche Karriereförderung von Nachwuchswissenschaftlerinnen betrieben. Eine bessere Informations- und Kommunikationspolitik hat die Hochschule durch Fortführung der Frauenbibliothek mit Unterstützung der Frauenbeauftragten erreicht.

## **8. Hochschuleinrichtungen**

### **8.1 Bibliothek**

Die Bibliothek ist als zentrale Hochschuleinrichtung eine Grundlagen- und Spezialbibliothek für die verschiedenen Studiengänge der HdM. Sie umfasst etwa 120.000 Medieneinheiten und rund 300 lfd. Fachzeitschriften. Diese verteilen sich auf die beiden Bibliotheksstandorte Wolframstraße und Nobelstraße.

Die Bibliothek betreut ein Wertarchiv mit Manuskripten, Frühdrucken, Faksimile- und Erstausgaben, ein Bibliotheksmagazin für den Altbestand, ein Archiv für Buch- und Bibliotheksgeschichte und eine separate Frauenbibliothek. Zusammen mit dem Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) betreibt die Bibliothek ein Kindermedienzentrum. In einer speziellen Mediothek bietet die Bibliothek eine Vielzahl von audiovisuellen Medien an.

Die Bibliothek weist die an der HdM entstandenen Diplomarbeiten nach und hält sie zur Benutzung bereit. Als Laboreinrichtung für die Studiengänge am Standort Wolframstraße stellt die Bibliothek zusammen mit dem IT-Service des Fachbereichs Information und Kommunikation ein umfangreiches Angebot an Fachdatenbanken zur Verfügung. Dieses Angebot kann teilweise campusweit genutzt werden.

Doppelcharakter erklärt sich auch das breite Erwerbungspektrum der ehemaligen HBI-Bibliothek. Am Standort Wolframstraße sind derzeit drei Vollzeitkräfte beschäftigt (1 Bibliotheksleiter, 1 Bibliotheksassistent, 1 Bibliotheksmitarbeiter). Seit Jahren fehlt eine weitere bibliothekarische Stelle, um den gewachsenen Leistungsanforderungen gerecht zu werden. Dringend notwendig ist nicht nur angesichts der zu bewältigenden Fusionsaufgaben, sondern auch im Hinblick auf die Sicherung und den Ausbau zentraler Serviceleistungen in naher Zukunft die Schaffung einer weiteren Bibliothekarischen Vollzeitstelle.

Am Standort Nobelstraße sind derzeit 3,8 Vollzeitkräfte beschäftigt (1 Bibliotheksleiterin, 1 Bibliothekarstelle, 1,8 Bibliotheksassistentenstellen). Zusätzlich arbeitet eine Bibliotheksmitarbeiterin 22 Stunden.

Mit der Fusion zum 1. September 2001 wurden die Bibliotheken der HDM und der HBI zu einer zentralen Hochschuleinrichtung vereinigt. Bis zur räumlichen Zusammenführung der Hochschulteile wird auch die Bibliothek zwei Standorte bzw. zwei getrennte Bibliothekseinheiten aufweisen. Ohne gravierende Qualitäts- und Serviceeinbußen an den jeweiligen Standorten bestehen dazu derzeit keine praktikablen Alternativen.

Die Integration der Bibliotheksbestände bedarf aufgrund des enormen organisatorischen und personellen Aufwands eine längere Vorlaufzeit. Bis die Voraussetzungen zur Bestandszusammenführung erfüllt sind, ist die einfachste Lösung, beide Bestände weiterhin getrennt zu halten, aber zunehmend zentral zu verwalten. Das schließt im Einzelfall sinnvolle Bestandsverlagerungen je nach Standortschwerpunkt nicht aus.

Des Weiteren ist zu beachten, dass im Unterschied zur Bibliothek der ehemaligen HDM und auch zu allen anderen Fachhochschulbibliotheken in Baden-Württemberg die Bibliothek der ehemaligen HBI Laborcharakter hat. Das bedeutet, sie ist gleichzeitig Übungseinrichtung für die Studenten des Fachbereichs Information und Kommunikation und muss nicht anders als die Labors und Werkstätten bei technisch orientierten Studiengängen immer auf dem neuesten Stand gehalten werden. Aus dem So werden nicht nur informations- und bibliothekswissenschaftliche Informationen bereit gestellt, sondern eben auch auf breiter Ebene Bibliographien, Nachschlagewerke und Grundlagenliteratur aus nahezu allen wissenschaftlichen Bereichen (z.B. Patentdatenbanken, Wirtschaftsdatenbanken, Juristische Datenbanken usw.) Oft ist zusätzlich die Parallelerwerbung als Online-, CD-ROM- und Printprodukt erforderlich um vergleichend arbeiten zu können. Diese Laborfunktion muss auch in einer fusionierten Bibliothek erhalten bleiben.



## **8.2 Rechenzentrum**

Das Rechenzentrum der HdM ist für die Administration des Hochschulnetzes, die Anbindung an das WAN sowie für die Administration der entsprechenden Serversysteme an den Standorten Nobelstraße und Wolframstraße zuständig. Außerdem kümmert es sich um die zentrale Software- und EDV-Beschaffung, ist Ansprechpartner bei Hardware- und Software-Problemen, betreibt zentrale Netzwerkkomponenten, zentrale Datenspeicher und deren Backupeinrichtungen.

Die Mitarbeiter des Rechenzentrums sorgen für die Betriebsfähigkeit des Datennetzes, der Computer sowie Drucker der Poolräume sowie der zentralen Server.

Das Rechenzentrum ist augenblicklich mit fünf Vollzeitmitarbeitern besetzt. Eine Assistentenstelle ist derzeit unbesetzt, weil keine geeigneten Bewerbungen vorliegen. Ein Professor, welcher die wissenschaftliche Leitung wahrnimmt, verantwortet die Stellenbesetzung sowie die Grundzüge der Haushaltsplanung.

Das Rechenzentrum der HdM basiert im Backbone auf der ATM-Technologie. Über 750 Rechner und Ausgabegeräte sind über sieben ATM-Edge-Devices und zwei ATM-Switches angeschlossen. Die Internetanbindung erfolgt über eine Fast-Ethernet-Standleitung (100 Mbit/s voll duplex) an das BelWü (baden-württembergisches Hochschulnetz). Im Rechenzentrum sind mehrerer UNIX- und Windows-NT-Server im Einsatz. Sie stellen den Anwendern im Haus zentrale installierte Software, Festplattenkapazität für Benutzerdaten sowie die Möglichkeit des plattformübergreifenden Datentransfers zur Verfügung (Gesamtkapazität 1,2 Tbyte). Außerdem laufen Server für DNS, WWW, E-Mail, FTP und andere Dienste. Für ca. 10 Drucker und Film- bzw. Druckplattenbelichter im Haus ist ein Spoolserver installiert.

Das installierte Backbone-Netz (155 Mbit/s) entspricht nicht dem aktuellen Stand der Technik. Eine Migration auf eine Backbone-Kapazität von 1Gbit/s ist dringend erforderlich.

Für Lehrveranstaltungen im Übungsbetrieb des Grundstudiums stehen drei Seminarräume mit 100 PCs und High-End-Workstations zur Verfügung. Auf den Rechnern sind gängige Standardsoftwarepakete, diverse C-, C++ und Java-Compiler sowie AutoCAD und spezifische Verpackungs-CAD-Software installiert.

## **8.3 Weitere Einrichtungen**

Die HdM-Akademie geht aus der 1998 geschaffenen HBI-Akademie hervor. Sie reagiert auf die Auswirkungen des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Wandels, der die Informationsberufe stark tangiert. Ergänzend zum Primärstudium bietet die HBI-Akademie qualifizierte Weiterbildung und Erfahrungsaustausch mit Fachleuten an.

Im Frühjahr 2000 haben die Hochschule der Medien und die Innovation und Bildung GmbH (IBH) der Universität Hohenheim eine Kooperation bei der Unterstützung von Existenzgründern vereinbart. Das Kompetenzzentrum Existenzgründung und Gründungsmanagement

bietet ein Know-How-Pool für Studierende und Absolventen, die sich selbständig machen wollen.

1968 wurde das China-Projekt im Rahmen der Partnerschaft der HdM mit der Technischen Universität Xi'an gegründet. Das Transferzentrum kümmert sich um die wissenschaftliche Zusammenarbeit in den Bereichen Druck- und Verpackungstechnik. Neben Forschung und Entwicklung findet ein reger Austausch von Wissenschaftlern sowie Studierenden und Praktikanten statt.

## **9. Partner der Hochschule**

### **9.1 Fördervereine**

In den Fördervereinen der ehemaligen HDM und HBI haben sich natürlich und juristische Personen zusammengefunden, die sich den Hochschulen verbunden fühlen.

Seit 1987 ist der Verein der Freunde und Förderer der vormaligen HBI mit zahlreichen Aktivitäten und Engagements für die Hochschule aktiv. Seine Hauptaufgabe sieht er in der Unterstützung außergewöhnlicher Vorhaben, die der Lehre, dem Kulturangebot und der Öffentlichkeitsarbeit des Fachbereichs Information und Kommunikation dienen. Jährlich werden von ihm zahlreiche Projekte gefördert, die in der Regel einen unmittelbaren Praxisbezug haben. Dazu zählen Auslandspraktika, Ausstellungen, Berufsanfängertreffen, Diplomarbeiten, Exkursionen, Geräteausstattungen, Fortbildungen, Gastvorträge, Messebeteiligungen, Öffentlichkeitsarbeit, Studienfahrten für Ehemalige, Zusammenarbeit mit Partnerhochschulen.

Der Verein der Freunde und Förderer der Fachhochschule Stuttgart – Hochschule für Druck und Medien unterstützt die Ausbildung von Nachwuchskräften an der ehemaligen HDM seit 1969. Rund 40.000 Euro stellt er jährlich für die Einwerbung von Maschinen und Projekten oder für die Durchführung von Exkursionen zur Verfügung.

Er unterstützt die Hochschule bei der Kontaktpflege zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, trägt durch Spenden zum Praxisbezug des Studiums bei, berät bei der Gestaltung von Studiengängen, unterstützt Forschung und Lehre sowie bestimmte Studienvorhaben. Außerdem vermittelt er Betriebsbesuche sowie Gesprächspartner aus der Praxis und organisiert gemeinsame Veranstaltungen mit der Hochschule.

### **9.2 Alumni**

Rund 200 Alumni fanden sich Ende des Jahres 2001 auf dem ersten offiziellen Treffen der Ehemaligen der Fachhochschule für Druck (FHD) bzw. der Hochschule für Druck und Medien in Stuttgart ein. Die meisten Gäste waren Absolventen der Hochschulen seit dem Jahre

1995. Zahlreiche Teilnehmer bestätigten, dass sie sich bei dem Treffen sehr wohl gefühlt hätten und viele Informationen austauschen konnten.

Das Absolvententreffen wird künftig einmal pro Jahr an der Hochschule stattfinden und sich hoffentlich als regelmäßiges Wiedersehen mit Kommilitonen, Professoren und der Hochschule etablieren. Ziel der Alumni-Aktivitäten ist zum einen der Kontakt zwischen den Studierenden und den Ehemaligen. Zum anderen sollen die Treffen die Identifikation der Absolventen mit ihrer ehemaligen Hochschule und die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Hochschule.

### **9.3 Weitere Partner**

Der Arbeitskreis für Information Stuttgart - AKI Stuttgart ist ein gemeinnütziger Verein mit einem breiten Fortbildungsangebot für Studierende und Berufstätige im Bibliotheks-, Informations- und Dokumentationsbereich.

Das regionale Partnernetz für Unternehmensgründungen aus Stuttgarter Hochschulen PUSH! entstand 1999 auf Initiative der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH. PUSH! will die Gründungsaktivitäten an den Hochschulen der Region Stuttgart intensivieren.

## **10. Evaluation**

Sowohl am Standort Nobelstraße als auch am Standort Wolframstraße wurden in der Vergangenheit Lehrveranstaltungen evaluiert. Dabei konnten Erfahrungen mit diversen Ansätzen gewonnen werden. Die Evaluationsergebnisse dienen dem Erwerb von Informationen zur Verbesserung einzelner Lehrveranstaltungen und sind im Sinne des Qualitätsmanagements konzipiert.

Am Standort Nobelstraße wurde die Evaluation in Zusammenarbeit zwischen ASTA und Rektorat durchgeführt. Es wurde ein Fragebogen für die Bewertung der einzelnen Lehrveranstaltungen aufgestellt; generelles Bestreben war, personenbezogene und subjektive Einflüsse zurückzudrängen.

Am Standort Wolframstraße hat sich eine Arbeitsgruppe gebildet, deren Aufgabe es ist, sämtliche Lehrveranstaltungen in den Studiengängen Informationswirtschaft und Informationsdesign zu evaluieren. Nach Prüfung diverser Verfahren (Fragebogen, Online-Befragung) wird sie ein Werkzeug zur Evaluation von Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2002 bereitstellen.

Die Arbeitsgruppe setzt auf Freiwilligkeit von Seiten der Dozenten/innen wie der Studierenden und möchte Anonymität hinsichtlich der Daten gewährleistet sehen. Geplant ist weiterhin, die Umsetzung der Ergebnisse in Form von Veränderungen des Lehrangebot zu un-

terstützen. Diskussionen sollen im Netz auf der Basis eines Diskussionsforum in WebCT geführt werden.

Sowohl am Standort Nobelstraße wie am Standort Wolframstraße liegt der Fokus auf der Bewertung von Veranstaltungen und nicht auf dem Vergleich zwischen Dozenten/innen. Diese Zielsetzung sichert die Akzeptanz der Evaluationsmaßnahme bei den Lehrenden.

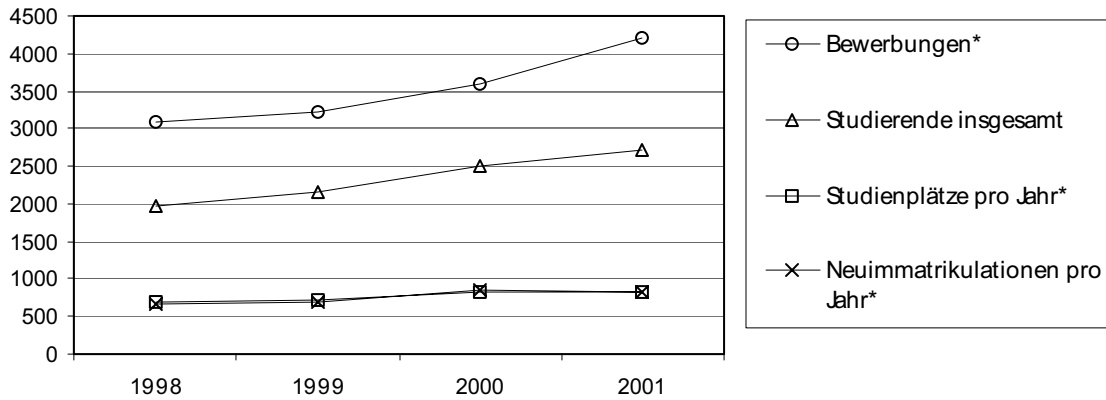
## 11. Formalia und Daten

	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Studienplätze pro Jahr*</b>	684	708	815	834	830
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Neuimmatrikulationen*</b>	676	680	859	836	
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Bewerbungen*</b>	3097	3228	3586	4214	
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Studierende insgesamt</b>	1979	2147	2509	2725	2827
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Absolvent(inn)en*</b>	353	227	350	294	
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Professuren (davon besetzt)</b>	83 (76)	90 (81)	98 (85)	105 (92)	109
<b>Lehrbeauftragte</b>	114	118	139	142	166
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Assistenzen (davon besetzt)**</b>	7 (7)	7 (7)	9 (9)	11 (8)	12
<b>Techn. Mitarbeiterstellen (davon bes.)**</b>	24 (21)	26 (21)	30 (23)	35 (30)	35
<b>Verw.-stellen der Fachber. (davon bes.)</b>	-	6 (4)	6 (5)	8,5 (8,5)	8,5 (8,5)
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit</b>	1 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (1)
<b>Akadem. Auslandsamt (davon besetzt)</b>	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (1)
<b>Rektoratsstellen (davon besetzt)</b>	3 (2)	3 (3)	3 (3)	5 (4)	5 (4)
	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Verwaltungsstellen (davon besetzt)***</b>	17,5 (16,85)	17,5 (16,85)	19 (17,15)	19 (16,65)	21,5 (19,15)
<b>Rechenzentrumsstellen</b>	5 (5)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (4)
<b>Verwaltungs-EDV-Stellen (davon bes.)</b>	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (3)	3 (3)
<b>Bibliotheksstellen (davon besetzt)</b>	7 (7)	7 (7)	7 (7)	7 (7)	7 (7)
<b>Haustechnikstellen (davon besetzt)</b>	9 (9)	9 (9)	8 (8)	7 (7)	7 (7)

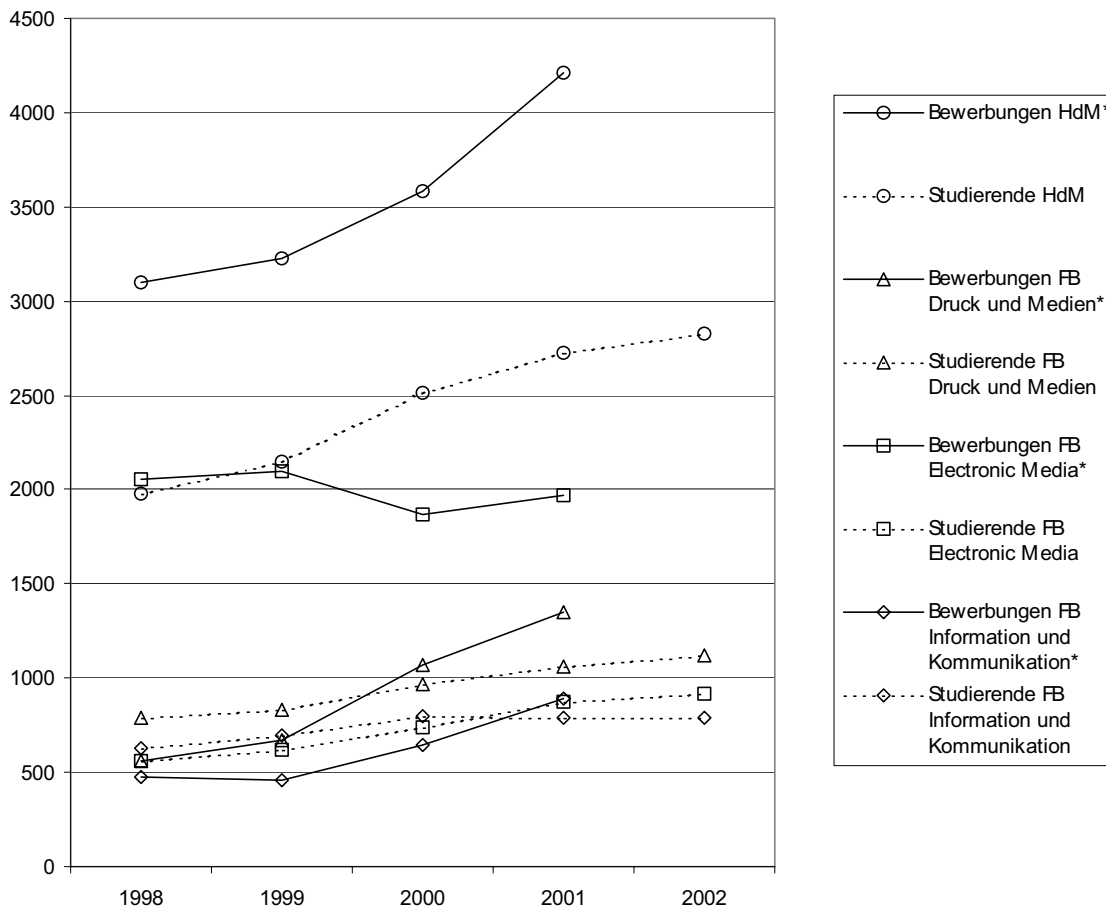
Fachbereiche Zugeordnete Studiengänge	Druck und Medien	Electronic Media	Information und Kommunikation
	<b>Druck- und Medientechnologie</b>	<b>Audiovisuelle Medien</b>	<b>Bibliotheks- und Medien- management (Bachelor)</b>
<b>Dt.-chinesischer Studiengang Drucktechnik</b>	<b>Medienwirtschaft</b>	<b>Informationswirtschaft (Diplom)</b>	
<b>Mediapublishing und Verlagswirtschaft</b>	<b>Webung und Marktkommunikation</b>	<b>Bibliotheks- und Medien- management (Diplom)</b>	
<b>Medieninformatik</b>	<b>Medienautor</b>	<b>Informationsdesign (Bachelor)</b>	
<b>Print-Media-Management</b>		<b>Bibliotheks- und Medien- management (Master)</b>	
<b>Verpackungstechnik</b>		<b>Informationswirtschaft (Master)</b>	
		<b>Musikbibliothekarisches Zusatz- studium</b>	

\*Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z. B. für das WS 2000/01 und das SS2001. \*\* Nur Fachbereiche. \*\*\* Haushalt, Personal, Studienbüro.

## 11.1 Studentenbezogene Daten



## 11.2 Studentenbezogene Daten der Fachbereiche im Vergleich



## 12. Frei werdende Professuren

Mit großer Wahrscheinlichkeit werden der HdM zukünftig nur noch wenige Professuren neu zugewiesen. Anpassungen an geänderte Bedarfssituationen müssen voraussichtlich primär durch Stellenumwidmungen erreicht werden. Deshalb muss die Hochschule bei der Wiederbesetzung von durch Pensionierung frei werdenden Stellen deren bestehende Funktionsbeschreibungen sorgfältig auf ihre Zukunftsfähigkeit überprüfen. Nur so ist eine Weiterentwicklung des Lehrangebots möglich.

Der folgenden Übersicht ist die Summe der voraussichtlich frei werdenden Professuren an der HdM zu entnehmen.

	Summe der voraussichtlichen jährlichen Pensionierungen				
	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Fachbereich Druck und Medien</b>	2	1	1	1	4
<b>Fachbereich Electronic Media</b>	0	0	3	1	1
<b>Fachbereich Information und Kommunikation</b>	0,5	0	3	4	0
<b>Gesamte Hochschule der Medien</b>	2,5	1	7	6	5
<b>Alle frei werdenden Professuren bis 2006</b>	21,5				

## **B Entwicklungsplanung**

### **1. Stellungnahmen der Expertenkommission zur Gründung der Hochschule der Medien**

Leitung und Gremien der zusammengeführten Hochschulen teilen die Auffassung der *Expertenkommission Medienhochschule*, dass eine Zusammenschließung der zur Hochschule der Medien fusionierten Hochschulen „Konzentration und Optimierung des Ressourceneinsatzes“ ... „sowie Synergien und Innovationen erzeugen“ soll. „Vorhandenen Stärken (sollen) bestehen bleiben und zugleich (soll) im Ausbildungsangebot Neues geschaffen“ werden.

Hierzu einige Auszüge aus dem Bericht der Expertenkommission Medienhochschule vom Januar 2000:

„In Zukunft wird sich nur eine Medienausbildung durchsetzen, die ausreichend vernetzt angelegt ist, international ausgerichtet wird und gleichzeitig zu innovativen Dienstleistungen und neuem Unternehmertum anregt.“

„Von besonderer Bedeutung wird es aber auch sein, mit Gründung einer neuen Medienhochschule die bestehenden Strukturen zu hinterfragen und mögliche neue Zusammenarbeit von Studiengängen aus den bestehenden Hochschulen zu prüfen. Wenn die Fusion nur im Zusammenführen verschiedener, getrennt bleibender Fachbereiche erfolgt, würden die Synergieeffekte gering sein.“

„Die neuen Studiengänge sollten auch im Hinblick auf die Arbeitsformen neue Maßstäbe entwickeln. Die auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragte Fähigkeit des Projektarbeitens, das insbesondere Teamfähigkeit, emotionale Intelligenz sowie Leitungs- und Managementkompetenz erfordert, sollte ein zentraler Bestandteil der Studienmethode sein. Die Studienorganisation könnte mehr in Modulen erfolgen, die aufgrund ihrer hohen Kompatibilität eine Art von Lernplattformen bilden würden. Solche offenen Systeme erleichtern wesentlich die angestrebte Breite der Studienangebote und lassen innovative Projekte möglich werden, die dann in Kooperation mit Unternehmen aus der Praxis umgesetzt werden können. Eine verstärkte Projektentwicklung und -durchführung gemeinsam mit der Wirtschaft bilden darüber hinaus eine sehr gute Möglichkeit, Mittel einzuwerben sowie Studierende an eine mögliche Existenzgründung heranzuführen.“

### **2. Rahmenbedingungen**

Wie alle Bildungseinrichtungen des Landes erfüllt die Hochschule der Medien einen gesellschaftlichen Bildungsauftrag: junge Menschen durch eine exzellente Qualifikation für die beruflichen Herausforderungen der Zukunft zu wappnen bzw. ihnen das Rüstzeug für eine konstruktive Beteiligung an der Bildung unserer Zukunftsgesellschaft zu geben.



Mit ihrem Lehrangebot stellt sich die Hochschule der Medien den Herausforderungen der Gesellschaft. Vor allem den raschen Fortschritt in Naturwissenschaft und Technologie, dem internationalen Zusammenwachsen der Märkte, der Entstehung neuer Berufsfelder sowie den zukünftig weit ausgeprägteren Forderungen nach sozialer und kommunikativer Kompetenz muss die Hochschule Rechnung tragen. Es gilt, diesen Phänomenen durch stete Korrektur bzw. Profilierung des Lehrangebotes pro-aktiv zu begegnen.

Aufgrund seiner wachsenden Vielfalt ist das Leistungsangebot der HdM geeignet, den Anforderungen der zukünftigen Informations- und Medienlandschaft gerecht zu werden. Diese Anforderungen sind geprägt von dem Zusammenwachsen von Telekommunikation, Informationstechnik, Medien und Entertainment / Unterhaltungselektronik (Konvergenz der „TIME“-Branchen). Die Zusammenführung der beiden ehemals unabhängigen Hochschulen zu einer neuen Hochschule der Medien bündelt somit das vorhandene Know-how und führt zu signifikanten Synergieeffekten im Lehrangebot.

Der starke Anstieg der Bewerberzahlen in den letzten Jahren und die hohe Nachfrage der Wirtschaft nach Absolventen der etablierten Studiengänge beweisen ebenfalls, dass die inhaltlichen und strukturellen Veränderungen den Bedürfnissen des Marktes sowohl eingangs- wie ausgangsseitig entsprechen.

Bezogen auf einzelne Medienbereiche bestehen konkurrierende bzw. alternative Studienangebote. In seiner Vielfalt existiert das oben beschriebene Potential jedoch an keiner anderen Hochschule; dies macht die hervorragende strategische Position der HdM für die Zukunft in einer medial geprägten Informations- und Wissensgesellschaft aus.

Der neuen Hochschule der Medien wurde zur Vereinigung die Einrichtung zweier neuer Studiengänge (*Medienautor* im Masterstudium in 1,5 Jahren sowie *Informationsdesign* als grundständiger Studiengang in sieben Semestern) zugesagt, welche sich bereits im Aufbau befinden. Hierfür sind 17 zusätzliche Personalstellen (Professoren und sonstige Mitarbeiter) vorgesehen, woraus sich ein unabweisbarer Flächenbedarf ergibt.

Durch die vom Ministerium für Wissenschaft und Kunst angestrebten Strukturänderungen, nämlich die Einführung von Bachelor- und Master-Abschlüssen in Ergänzung zu den bzw. zur Substitution der bisherigen Diplomabschlüsse, wird ein Teil der Studierenden eine längere Verweildauer an der Hochschule aufweisen. Dies führt zu einer Erhöhung der Anzahl der Studierenden.

Technische Infrastruktur und Flächen sind so auszuweisen, dass sie sowohl zukünftigen Anforderungen der Entwicklung neuer Studiengänge gerecht werden – und insoweit offene Strukturen aufweisen – als auch neue Kooperationen im Sinne interner und externer Zusammenarbeit (Synergien) befördern helfen.

Durch die Einrichtung von voraussichtlich sechs Masterstudiengängen mit einer Studienzeit von jeweils zwei Jahren und 25 Zulassungen pro Jahr erhöht sich die an der Hochschule

verweilende Anzahl von Studierenden um 300 Studenten. Die neuen Studiengänge *Medienautor* (Studiendauer 1,5 Jahre) und *Informationsdesign* (Studiendauer 7 Semester) führen im Endausbau mit 25 bzw. 75 Zulassungen pro Studienjahr zu 400 weiteren Studierenden. Die Hochschule muss demzufolge 700 weitere Studierende sowie 17 zusätzliche Kolleginnen und Kollegen unterbringen.

Im Januar 2002 wurden der Hochschule der Medien vom Kabinett der Landesregierung Baden-Württemberg 21,5 Mill. Euro als Bausumme für einen Erweiterungsbau bewilligt. Als Vorarbeit zu diesem Beschluss stellt die HdM dem Finanzministerium eine Nutzungsanforderung. Dieser Plan weist eine Fläche von 2.223 m<sup>2</sup> als Nettobedarf der vereinigten Hochschulen, eine zusätzliche Forschungsfläche von 2000 m<sup>2</sup>, eine Fläche von 1.745 m<sup>2</sup> für ein Technologiezentrum Tiefdruck, weiteren Flächenbedarf für Werkstätten von 380 m<sup>2</sup>, zusätzliche Arbeitsräumen auf 337 m<sup>2</sup> und Flächen von 365 m<sup>2</sup> für sonstige Räume auf. Die Gesamtsumme des Nettomehrbedarfs beträgt 7.050 m<sup>2</sup>.

In einer interministeriellen Arbeitsgruppe des Finanzministeriums sowie des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst wurden 5 Mill. Euro für die Studiengänge *Informationsdesign* und *Medienautor* zuzüglich 1 Mill. Euro Erstausrüstung festgelegt. Insgesamt kann der Neubau für den Fachbereich Information und Kommunikation - Studiengänge ohne Informationsdesign – 14 Mill. Euro zuzüglich 1 Mill. Euro Erstausrüstung kosten. Hierbei handelt es sich um "Abrechnungskosten", das heißt dass diese Summe bis zum Jahre 2006 nicht überschritten werden darf. Somit ist heute mit 95 % der Kosten zu planen.

Aus diesen Kalkulationen ergibt sich, dass das geplante Tiefdruckzentrum wie das Informationszentrum KIM nicht aus der Nutzungsanforderung in die Neubauplanung übernommen wurden.

Abschließend lässt sich festhalten, dass sich der Mehrbedarf an Fläche für die HdM einerseits durch den Nettomehrbedarf der vereinigten Hochschulen sowie den Bedarf der neuen Studiengänge (*Medienautor*, *Informationsdesign*, Masterstudiengänge) ergibt. Andererseits resultiert es aus den bisher fehlenden bzw. zu stärkenden Leistungssegmenten sowie aus den neuen Anforderungen an eine anspruchsvolle technische Infrastruktur.

### **3. Strategien, Ziele und Maßnahmen der HdM**

Die Hochschule der Medien ist bestrebt, ihre künftige Entwicklung an fünf Strategien auszurichten, der Integrations-, Identifikations-, Qualitäts-, Internationalisierungs- und Ausbaustategie. Diesen Strategien werden zwölf strategische Ziele der HdM zugeordnet.

Folgender Überblick gibt Aufschluss über die Zuordnung der *Strategien* und strategischen *Ziele* der HdM:

Integration

#### **Ziel 1:**

Verbesserung der institutionellen Identität

#### **Ziel 2:**

Förderung der internen Kohäsion und des Zusammenwachsens der Fusionspartner

Identifikation

#### **Ziel 3:**

Schärfere Profilierung der Hochschule im Außenauftritt

#### **Ziel 4:**

Stärkung der Eigenverantwortung sowie der Dienstleistungsorientierung der Organisationsbereiche und Mitarbeiter

Qualität

#### **Ziel 5:**

Weitere Profilierung des fachlichen Angebots sowie der Studienabschlüsse und Schwerpunktsetzung in anwendungsorientierter Forschung sowie Dienstleistung für Externe

#### **Ziel 6:**

Förderung einer die Lehre und die anwendungsorientierte Forschung inspirierenden Atmosphäre

#### **Ziel 7:**

Gestaltung eines differenzierten Lehrangebots, das individuelle Möglichkeiten herausfordert, fachliche Kompetenz steigert und gesellschaftliche Ansprüche erfüllt

#### **Ziel 8:**

Aufbau eines effizienten, zur Selbstverbesserung motivierenden Evaluationssystems in Lehre, Hochschulleitung, anwendungsorientierte Forschung, Dienstleistung für Externe und Verwaltung

#### **Ziel 9:**

Frauenförderung

Internationalisierung

**Ziel 10:**

Förderung einer in alle Bereiche der Hochschule integrierten Internationalität

**Ziel 11:**

Förderung von Auslandsstudiensemestern und Auslandspraktika

Ausbau

**Ziel 12:**

Verbesserung der finanziellen Ausstattung der Hochschule durch Einwerbung von Mitteln und transparente auf Effizienz ausgerichtete Steuerung der Mittelvergabe

Konkrete *Maßnahmen* dienen der Realisierung der strategischen Ziele der HdM. Sie liegen zum Teil in der Verantwortung der Hochschulleitung, zum Teil in der Verantwortung der drei Fachbereiche.

Entsprechend der Dringlichkeit ihrer Einstufung und der Inanspruchnahme der Ressourcen werden die Maßnahmen einer Prioritätsrangfolge zugeordnet:

- i. Mit erster Priorität unter Inanspruchnahme zentraler Ressourcen
- ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen
- iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen
- iv. Unter dem Vorbehalt der Finanzierung durch Drittmittel
- v. Vorschläge, die aktuell nicht weiter verfolgt werden können

Der Erfolg der Maßnahmen kann an Kennzahlen und Indikatoren gemessen werden.

Einige Maßnahmen dienen der Realisierung mehrerer Ziele und Strategien der HdM. Auf das Ganze betrachtet sollen die Integrationsstrategie kurzfristig, die Identifikations-, Qualitäts- und Internationalisierungsstrategien mittelfristig, die Ausbaustrategie langfristig umgesetzt werden.

### **3.1 Integration**

Das für die Zukunft des Hauses immens wichtige Zusammenwachsen der fusionierten Hochschulen kann auf vielfältige Weise angegangen werden. Grundsätzlich gilt es, die verschiedenen Schwerpunkte der Hochschule - Technologie, Wirtschaft, Gestaltung und Inhalt der Medien - miteinander zu verzahnen, Studiengänge und -inhalte zusammenzuführen.

Aus formaler Sicht gilt es zunächst, die Vereinheitlichung der Studienbedingungen (Zulassungs-, Studien- und Prüfungsordnungen) voranzubringen. Die augenblickliche Situation ist von Bedingungen bestimmt, welche es den Studierenden schwer machen, standortsübergreifende Veranstaltungen zu besuchen. Ein gemeinsamer Semesterbeginn aller Studiengänge der HdM wird ab dem Wintersemester 2002/2003 realisiert werden. Die Semester- und Vorlesungstermine wie die Exkursionswochen müssen noch synchronisiert werden.

In inhaltlicher Hinsicht sind verschiedene Maßnahmen wichtig. Die Integration zwischen den fusionierten Hochschulen kann durch gemeinsame Angebote vorangetrieben werden (Lehrveranstaltungen, Projekte, Fortbildungsangebote, Forschungsvorhaben, einen übergreifenden MBA). Notwendig ist die Förderung von Kooperationen zwischen den Studiengängen der fusionierten Hochschulen (zum Beispiel in Hinblick auf *Mediapublishing und Verlagswirtschaft* und *Bibliotheks- und Medienmanagement* bzw. *Medienwirtschaft, Informationswirtschaft* und *Medieninformatik*). Zudem sollen die Wahlmöglichkeiten der Studierenden erhöht werden, zum Beispiel durch Ausweitung der Wahlpflichtbereiche. Außerdem sollten Rationalisierungsmöglichkeiten untersucht werden. Es können zum Beispiel Überschneidungen zwischen den Studiengängen sowie Dubletten bei Vorlesungen mit noch freier Kapazität vermieden und Möglichkeiten gemeinsamer Vorlesungen ausfindig gemacht werden.

Aus der Integrationsstrategie lassen sich als strategische Ziele ableiten:

### **Ziel 1: Verbesserung der institutionellen Identität**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

Interne Öffentlichkeitsarbeit

Stärkung der Identifikation der Ehemaligen (Alumni) und der Wirtschaft mit der Hochschule

Verbesserung der infrastrukturellen und sozialen Anbindung der Studierenden an die Hochschule, Stärkung der Campus-Atmosphäre (z. B. Organisation des Kükenfestes in der Hochschule)

Kennzahlen und Indikatoren:

Anzahl und Art der Initiativen einzelner Hochschuleinheiten oder -angehöriger zur Förderung der Hochschul-Identität.

Zahl der Absolventen, die mit der HdM in Kontakt stehen

Besucherzahlen bei Veranstaltungen des Hauses (Sommerfeste, Filmfestivals, Theateraufführungen)

### **Ziel 2: Förderung der internen Kohäsion und des Zusammenwachsens der Fusionspartner**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

i. Mit erster Priorität unter Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

Verbesserung der Zusammenarbeit über die Grenzen der Studiengänge und Fachbereiche hinweg

Das Rektorat wie alle Fachbereiche betrachten die Einführung eines übergreifenden *Master of Business Administration* mit dem Schwerpunkt Medienmanagement als sehr wichtige Integrationsmaßnahme (vgl. Ziel 5).

Schwerpunktmäßig sehen das Rektorat wie die Fachbereiche Electronic Media und Information und Kommunikation kurzfristig realisierbare Kooperationsmöglichkeiten zwischen den Studiengängen *Medienwirtschaft* und *Informationswirtschaft*. Des Weiteren bestehen bereits Kooperationen zwischen den Studiengängen *Informationswirtschaft* und *Medieninformatik*.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 19.*

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

Förderung von Integrationsprojekten

Horizontale Vernetzung der Fachbereiche bezüglich der Lehre (Betriebswirtschaft, Informationstechnik, Medientechnik)

Horizontale Vernetzung des Know-hows, Einrichtung von Know-how-Pools in Technik, Betriebswirtschaft, Design und Informationswissen

Kennzahlen und Indikatoren:

Anzahl gemeinsamer Lehrveranstaltungen und anderer standort- und fachbereichsübergreifender Initiativen

Anzahl und Art der Initiativen einzelner Hochschuleinheiten oder -angehöriger zur Förderung der Vernetzung

Bekanntheits- und Attraktivitätsgrad der Angebote in anwendungsorientierte Forschung und Lehre (Bewerbungen, web-site click-ins)

### **3.2 Identifikation**

Ein wichtiges Anliegen der Hochschule der Medien ist die Stärkung sowohl interner wie externer Identifikation. Erhöht werden kann die Außenwahrnehmung des Studienangebots bei Bewerbern und Unternehmen sowie die interne Identifikation über mehrere Kanäle, beispielsweise über eine „Markenentwicklung“ für die Studiengänge, über die Bildung internationaler Netzwerke (Beziehungen), über den Aufbau des Organisationsmodells für die Alumni-Aktivitäten, über den Ausbau der Fördervereine und das Fundraising, über Maßnahmen zur Erhöhung der Identifikation der Wirtschaft mit der Hochschule, über den Ausbau von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing („Eine Marke ist nur so gut wie ihr Bekanntheitsgrad.“).

Der HdM ist es bereits in der Vergangenheit gelungen, für ihre Arbeit zusätzliche Förderer und starke Partner zu gewinnen. Zukünftig muss die Hochschule der Gesellschaft, insbesondere ihren ehemaligen Absolventen und den ihrer Branche verbundenen Unternehmen,

offensiver als bisher die Vorteile einer Zusammenarbeit verdeutlichen. Sie entstehen für beide Partner, wenn Förderer durch direkte Zuwendungen an die Hochschule deren Zukunft mitgestalten. Dies kann zum Beispiel durch Unterstützung der Ausbildungs- und Forschungsmöglichkeiten geschehen. Die HdM hat es sich zum Ziel gesetzt, ihre bestehenden, bereits heute finanziell recht erfolgreichen Kontakte durch gezielte Ansprache von Unternehmen, die der Hochschule gewogen sind (indem sie zum Beispiel zum Abnehmerkreis ihrer Absolventen gehören), und durch umfassende Berichterstattung über ihre Bedürfnisse zu intensivieren. Damit es der Hochschule im Wettbewerb um potentielle Geber nachhaltig gelingt, zusätzliche Mittel einzuwerben, muss die Mittelbeschaffung durch das Rektorat koordiniert werden.

Aus der Identifikationsstrategie lassen sich als strategische Ziele ableiten:

### **Ziel 3: Schärfere Profilierung der Hochschule im Außenauftritt**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

- i. Mit erster Priorität unter Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
  1. Ausbau der zielgruppen- und projektorientierten Öffentlichkeitsarbeit durch
    - die Weiterentwicklung des Internet-Auftritts, vor allem die Übersetzung ins Englische,
    - die Entwicklung neuer Imagebroschüren und ihre Übersetzung ins Englische,
    - die Feier des 100-jährigen Jubiläums,
    - der Ausbau der Medienpräsenz,
    - die Entwicklung eines Corporate Designs und dessen Durchsetzung,
    - die Weiterentwicklung der Hochschulzeitschrift „HdM aktuell“.
  2. "friend- and fund-raising", Aufwertung der beiden Fördervereine und Verstärkung der Arbeit mit den Ehemaligen
- iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
  1. Entwicklung von neuen Veranstaltungsformen in Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Öffentlichkeit

Kennzahlen und Indikatoren:

Präsenz der Hochschule in lokalen, regionalen, internationalen Medien: Anzahl der Zeitungs- und Zeitschriftenberichte, Beiträge in elektronischen Medien, Nutzung der www-Site

- Zahl und Präsenz der Mitglieder der Hochschule in den Fördervereinen sowie bei Veranstaltungen von Sponsoren und für Alumni
- Mitwirkung der Mitglieder der Hochschule an Veranstaltungen des Fördervereins sowie von Sponsoren und für Alumni-Veranstaltungen
- Drittmittelaufkommen

#### **Ziel 4: Stärkung der Eigenverantwortung sowie der Dienstleistungsorientierung der Organisationsbereiche und Mitarbeiter**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

Förderung aufgabenorientierter Zusammenarbeit in eigenverantwortlichen Projektgruppen; Förderung der Assistenten und technischen Mitarbeiter durch Beteiligung an Lehrveranstaltungen

##### 1. Verbesserung der Informationsflüsse

"Offene Türen"- Politik der Hochschul- und Fachbereichsleitungen, der studentenorientierten Verwaltungsbereiche und der hausübergreifenden Serviceeinheiten Haustechnik und Rechenzentrum

iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Belohnung von erfolgreichen eigenverantwortlichen Initiativen durch interne Öffentlichkeitsarbeit, entsprechenden Zuwachs von Verantwortung und ggf. Beförderung
2. Betonung von Beratungs- und Betreuungsaufgaben in den Stellenbeschreibungen der Mitarbeiter; Betonung von Beratungs- und Betreuungsleistungen in den Beurteilungen der Mitarbeiter
3. Entsendung von Mitarbeitern zu entsprechenden Schulungen; interne Service-Schulung

Kennzahlen und Indikatoren:

- Anzahl erfolgreicher Projektinitiativen
- Inhalte der Selbstevaluierungen und unabhängiger Ergebnisprüfung



- Anzahl gegenseitiger interner Schulungen in neuen Technologien und in der Verwaltung
- Bewertung der Dienstleistungen durch interne und externe Kunden

### 3.3 Qualität

Die Hochschule der Medien strebt qualitätsgesicherte Prozesse und Dienstleistungen an. Grundsätzlich angegangen werden sollen unter anderem die Sicherung der Lehre auf hohem Niveau, die Verbesserung im Studienangebot durch optimale Personalentwicklung, die Modularisierung des Studienangebots, die Umsetzung des Europäischen Credit Point Systems ECTS, der Aufbau eines E-Learning-Angebots, die Möglichkeit zu „Querschnitts-Studien“, Maßnahmen zum Qualitätsmanagement bzw. zur Selbstevaluierung, die Stärkung von Projektarbeiten zur Förderung der sozialen Kompetenzen, die Schaffung von Kompetenzzentren für die Medienproduktion sowie die Einführung von gemeinsamen Lehrangeboten mit anderen Hochschulen. Von den Lehrenden soll eine sehr bewusste und positive Zuwendung zu den Studierenden gefordert werden. Bei Berufungen ist mit Priorität die Grundveranlagung für diese Orientierung zu überprüfen. Weiterhin muss die Bereitschaft zur Übernahme von Ämtern und der Leitung von Laboren bestehen.

An Fachhochschulen fehlt bisher die Tradition des Mittelbaus analog zu der Tradition an den Universitäten. Gesetzlich ausgewiesener Zweck der Assistentenstellen ist die Fort- und Weiterbildung der Assistenten. Entsprechende Konzepte müssen dringend erarbeitet werden. Laboringenieure und Assistenten sollen sich als engagierter, substantieller Bestandteil der Hochschule weiter etablieren.

Um Informationen zum Berufsverbleib der Absolventen und zu den qualifikatorischen Anforderungen an ihren Arbeitsplätzen zu gewinnen, will die Hochschulleitung Untersuchungen initiieren. Sie sollen auf schriftlichen Befragungen der erfassbaren Absolventen basieren. Darüber hinaus sollen Experteninterviews in Gewerbe und Industrie sowie bei Berufsverbänden und Forschungseinrichtungen durchgeführt werden. Auf diese Weise können Anregungen zur zukünftigen Gestaltung der Studiengänge ermittelt werden.

Die Hochschule will die bestehenden vielfältigen Erfahrungen mit webbasierten virtuellen Lehrveranstaltungen nutzen, um auf der Basis dieser Erfahrungen ein E-Learning-Angebot aufzubauen. Eine internet-taugliche Software ist jüngst beschafft worden. Nun sollen am Thema interessierte Professoren in die Anwendung eingewiesen werden.

Aus der Qualitätsstrategie lassen sich als strategische Ziele ableiten:

#### **Ziel 5: Weitere Profilierung des fachlichen Angebots sowie der Studienabschlüsse und Schwerpunktsetzung in anwendungsorientierter Forschung sowie Dienstleistung für Externe**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

i. Mit erster Priorität unter Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Einführung eines die Fachbereiche übergreifenden **Master of Business Administration** mit dem Schwerpunkt Medienmanagement.

Für eine die Fachbereiche übergreifende MBA-Ausbildung mit dem Schwerpunkt Medienmanagement spricht die vor allem in den Studiengängen *Print-Media-Management*, *Mediapublishing und Verlagswirtschaft*, *Werbung und Marktkommunikation* und *Medienwirtschaft* vorhandene Wirtschaftskompetenz. Zusammen mit der technischen Kompetenz der anderen Studiengänge kann die HdM ein anderwärts nicht mögliches Angebot erstellen. Der Studiengang ist als weitere Qualifikation für Absolventen aller Studiengänge der HdM ebenso attraktiv wie als Weiterbildung für erfahrene Praktiker.

Es herrscht Konsens zwischen dem Rektorat und allen Fachbereichen bezüglich der hohen Bedeutung dieses Projektes.

Durch Vereinbarungen zwischen den Fachbereichen müssen Ressourcen für den MBA bereitgestellt werden. Aller Voraussicht nach beträgt der Ressourcenbedarf drei Professoren sowie weiteres technisches Personal. Das Personal soll durch Umschichtung gewonnen werden.

Eine Kommission zur Erarbeitung eines Entwurfs für eine Studien- und Prüfungsordnung ist umgehend zu benennen.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 29.*

*Dokument des Fachbereichs Electronic Media, Seite 15.*

*Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 19.*

2. Umgehende Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen zur stärkeren Profilierung des Studiengangs **Mediapublishing und Verlagswirtschaft**

Der Studiengang *Mediapublishing und Verlagswirtschaft* muss in den Bereichen Presse (Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Fachpresse) und elektronische Medien (Print, CD, Video, Internet, ...) ausgebaut werden. Diese neue Ausrichtung soll sich im neuen Namen „Verlagsmanagement“ widerspiegeln. Derzeit sind dem Studiengang zwei Professuren mit dem Schwerpunkt Buch zugeordnet.

Für den Bereich Presse sollen zunächst zwei Professuren mit den Arbeitstiteln „Presse – Wirtschaft“ und „Presse – Technik“ eingerichtet werden; mit letzterem ist weniger der Zeitungs- und Illustriertendruck an sich gemeint als vielmehr das komplexe Datenmanagementsystem bis zur Druckmaschine.

Für den Cross- und Intermedia-Bereich sollen gleichfalls zwei Professuren mit den Arbeitstiteln „Elektronisches Publizieren / Cross Media“ und „Content-Management“ eingerichtet werden.

Rektorat und Senat gehen davon aus, dass mittelfristig mindestens diese sechs Professuren sowie ein Technischer Angestellter erforderlich sind, um den Studiengang zu stabilisieren, bedarfsgerecht weiterzuführen und auszubauen.

Aufgrund von altershalber frei werdenden Professuren kann der Fachbereich Druck und Medien zwei Stellen für den Ausbau von *Mediapublishing und Verlagswirtschaft* zur Verfügung stellen. Um die personale Mindestausstattung zu erreichen, bittet die HdM das Land Baden-Württemberg um Finanzierung zwei weiterer Professorenstellen und einer Stelle für einen Technischen Mitarbeiter. Es besteht zudem die Chance auf eine Stiftungsprofessur, die das Studienangebot zusätzlich abrunden kann.

Erforderlich sind weiterhin Erstausrüstungsmittel, die dem geplanten personalen Ausbau entsprechen. Die HdM bittet das Land Baden-Württemberg um entsprechende Unterstützung.

*Vgl. Dokument des Fachbereiches Druck und Medien, Seite 24.*

3. Umgehende Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen zur stärkeren Profilierung des Studienganges ***Werbung und Marktkommunikation***

Vergleichbar mit der Situation von *Mediapublishing und Verlagswirtschaft* ist gegenwärtig die Lage des Studienganges *Werbung und Marktkommunikation*.

Aufgrund der steigenden Studentenzahlen herrscht auch hier akuter Handlungsbedarf. Um eine schärfere Profilierung des Studienganges zu erlangen und seine Zukunftsfähigkeit sicherzustellen, ist der personale Ausbau dringend erforderlich. Gegenwärtig verfügt der Studiengang über vier Professuren.

Rektorat und Senat gehen davon aus, dass mittelfristig mindestens sechs Professuren sowie ein Technischer Angestellter erforderlich sind, um den Studiengang zu stabilisieren, bedarfsgerecht weiterzuführen und auszubauen.

Aufgrund von altershalber frei werdenden Professuren kann der Fachbereich Electronic Media eine Stelle zur Verfügung stellen. Im Gegenzug bittet die HdM das Land Baden-Württemberg um Finanzierung einer weiteren Professorenstelle und einer Stelle für einen Technischen Mitarbeiter.

Notwendig sind ebenfalls Erstausrüstungsmittel, die dem personalen Ausbau von *Werbung und Marktkommunikation* entsprechen.

*Vgl. Dokument des Fachbereiches Electronic Media, Seite 14.*

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

## 1. Einführung von gestuften Studiengängen im Fachbereich Electronic Media

Der Fachbereich Electronic Media plant die Einführung von drei Bachelor- und konsekutiven Master-Studiengängen, die die Schwerpunkte des Fachbereichs Electronic Media repräsentieren und die existierenden Diplom-Studiengängen ersetzen.

Der Fachbereich will die geplante Studienarchitektur für das WS 2003/2004 umsetzen.

Für den Fachbereich Electronic Media hat die Neuorganisation der Studienarchitektur erste Priorität. Er hält aber fest, dass diese nur unter der Voraussetzung der im Fachbereichsdokument genannten Rahmenbedingungen umsetzbar ist.

Das Rektorat unterstützt nachdrücklich die vom Fachbereich geplante Einführung konsekutiver Bachelor- und Master-Abschlüssen anstelle der Diplomabschlüsse. Diese Neustrukturierung umfasst alle Studiengänge des Fachbereichs und geht mit einer konsequenten Reorganisation der seitherigen Diplom-Studiengänge einher.

Insgesamt fördert die Neuorganisation des Fachbereiches Electronic Media nach Meinung des Rektorats die zentralen Qualifikationen für den Medienarbeitsmarkt in einem national und international wettbewerbsfähigen Gesamtmodell der Hochschulausbildung.

Das angestrebte Qualitätskonzept der Master-Studiengänge garantiert auch nach Meinung des Rektorats Abschlüsse mit internationalem Standard und zementiert die Attraktivität des Lehrangebots. Das Gesamtkonzept eröffnet Chancen für einen effizienten Einsatz der Lehrkapazität.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Electronic Media, Seite 15.*

Durch diese neue Studienarchitektur mit verkürzten Studienzeiten in den Bachelorstudiengängen werden Kapazitäten zum Ausbau und der damit einhergehenden Profilierung des Studiengangs *Werbung und Marktkommunikation* frei.

## 2. Neupositionierung von Studiengängen des Fachbereiches Information und Kommunikation und den damit verbundenen Professorenstellen

Der Fachbereich Information und Kommunikation prüft die Einführung eines neuen Studienganges *Information Systems and Services*.

Die hierfür notwendigen Kapazitäten muss der Fachbereich durch Umwidmungen freiwerdender Professorenstellen schaffen. Der anstehende Generationswechsel in den beiden Bibliotheksmanagement-Studiengängen eröffnet neue Möglichkeiten. Im Planungszeitraum bis 2005 werden sieben Stellen altersbe-

dingt frei. Die sich daraus ergebenden Chancen sollten vom Fachbereich genutzt werden. In Aussicht steht zudem eine Stiftungsprofessur. Eine Anschubfinanzierung durch das Ministerium wäre wünschenswert.

3. Profilierung der Lehrschwerpunkte unter Beachtung der Konkurrenzsituation der einzelnen Studiengänge

Der Fachbereich Information und Kommunikation hat die Umwandlung des *Musikbibliothekarischen Zusatzstudiums* in einen Schwerpunkt im Studiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* (Master) beschlossen.

iv. Unter dem Vorbehalt der Finanzierung durch Drittmittel:

1. Profilierung der Forschungsschwerpunkte und Dienstleistungsangebote in Abstimmung mit anderen europäischen Hochschulen und anwendungsorientierten Forschungseinrichtungen außerhalb der Hochschulen wie den Fraunhoferinstituten: zum Beispiel Aufbau eines Tiefdruckzentrums, Gründung einer Hochschul-GmbH, Gründung eines Instituts für Angewandte Forschung (IAF) als Vorbereitung für ein querschnittsorientiertes Wissenszentrum (KIM).

Der Fachbereich Druck und Medien plant die Einrichtung eines **Tiefdruckzentrums** zu Forschungs- und Ausbildungszwecken nach dem Modell des bestehenden DFTA-Transferzentrums für Flexodruck. Dieses Projekt ist im Zusammenhang mit dem Studiengang *Packaging Design and Marketing* (ein wesentlicher Teil des Tiefdrucks ist Verpackungsdruck) sowie dem Ausbau des Studiengangs *Druck- und Medientechnologie* in Richtung Industrie- und Digitaldruck zu sehen.

Die Unternehmen der Tiefdruck-Branche – Maschinenhersteller, Drucker und Berufsvereinigungen – haben die Gefahr des Nachwuchsmangels erkannt und sind bereit, zu einem gemeinsamen Ausbildungszentrum beizutragen. Von einem solchen Zentrum würden insbesondere mittelständische Tiefdrucker (die in erster Linie Verpackungsdrucker sind) profitieren. Konzerne bilden häufig in eigener Regie aus.

Eine Umsetzung des Konzeptes Tiefdruckzentrum ist in den aktuell für den Tiefdruck verwendeten Räumen der HdM nur in eingeschränktem Maße möglich. In der gegenwärtigen Planung und den Überlegungen zur Finanzierung ist das Zentrum nicht enthalten. Wenn das Tiefdruckzentrum realisiert wird, ist eine absolute Mindestfläche von 660 m<sup>2</sup> erforderlich.

Auch bei großzügigster Unterstützung der Industrie ist ein Eigenbeitrag der Hochschule in einer Größenordnung unabdingbar, der aus dem gegenwärtigen Haushalt nicht erbracht werden kann. Die Hochschule ist bei der Einrichtung des Tiefdruckzentrums auf die Unterstützung des Landes Baden-Württemberg durch

einmalige Sondermittel angewiesen. Die jüngste Senkung des geforderten Eigenbetrags bei der Beschaffung HBMG-geförderter Großgeräte kommt dem entgegen.

v. Vorschläge, die aktuell nicht weiter verfolgt werden können

1. Einrichtung eines Studiengangs ***Master of Media - Investor Relations Manager***

Das Rektorat sieht eine vollständige Finanzierung des vom Fachbereich Druck und Medien geplanten Studiengangs *Investor Relations Manager* nicht gewährleistet. Der Studiengang ist aus inhaltlicher Sicht nicht im Kernbereich der HdM angesiedelt. Des Weiteren sieht das Rektorat das Verhältnis zwischen institutioneller und kommerzieller Trägerschaft nicht geklärt. Aus diesen Gründen empfiehlt die Hochschulleitung, die Inhalte des *Investor Relations Manager* im geplanten fachbereichsübergreifenden *Master of Business Administration* zu behandeln.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 30.*

2. Der vom Fachbereich Electronic Media geplante **Master-Studiengang *Media and Business Ethics*** könnte zwar das integrative Potenzial der verschiedenen Fachbereiche nutzen und arbeitspolitisch sowie inhaltlich gefragte zusätzliche Fachkompetenzen vermitteln, bedarf jedoch bezüglich der angestrebten Profilierung des Hauses und der nicht gesicherten Nachfrage nach Studienplätzen weiterer Erörterung.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Electronic Media, Seite 16.*

Kennzahlen und Indikatoren:

- Übereinstimmung von Studiengangsprofil und Lehrprofil der Professoren
- Anzahl qualifizierter Bewerber für die Masterstudiengänge und Nachfrage nach deren Absolventen
- Anzahl von drittmittelunterstützten Schwerpunkten
- Drittmittel pro Organisationseinheit (Studiengang)
- Zahl der Weiterbildungsangebote der Studiengänge
- Zahl der Veröffentlichungen in Fachzeitschriften
- Anzahl der Patente aus der Hochschule und Unternehmensgründungen

## **Ziel 6: Förderung einer die Lehre und die anwendungsorientierte Forschung inspirierenden Atmosphäre**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

i. Mit erster Priorität unter Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Spielräume für Neues schaffen durch einen Innovations- und Anschubfonds im HdM-Haushalt, z. B. zur Unterstützung von Aktivitäten bezüglich E-Learning.

Sowohl das Rektorat wie die Fachbereiche befürworten den Ausbau von **E-Learning** sowie von **virtuellen Lehrveranstaltungen**. Das Rektorat ist bereit, entsprechende Aktivitäten maßgeblich finanziell zu unterstützen.

Intention ist, das in den Fachbereichen vorhandene Know-how übergreifend für alle Professoren der HdM nutzbar zu machen. Didaktische und technische Konzepte der realisierten E-Learning-Angebote sollen sich auf hohem Niveau bewegen und adäquate Lehr- und Lernformen sicherstellen. Mit der Beschaffung von WebCT steht ein Instrument zur Verfügung, die die Planung und Gestaltung sowie den Ablauf der Veranstaltungen vereinfacht.

Das Rektorat nimmt die Idee des Fachbereichs Information und Kommunikation, ein Competence Center E-Learning einzurichten, mit Interesse zur Kenntnis, möchte sie vor einer Entscheidung aber noch weiter erörtern.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 27.*

*Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 18f.*

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Anwerbung und Berufung von erstklassigen Lehrenden mit hoher fachlicher und didaktischer Kompetenz sowie Praxisbezug und Fremdsprachenkenntnissen
2. Stärkung der künstlerisch-gestalterischen Kompetenz durch Berufung eines entsprechenden Fachmanns für den Studiengang Druck- und Medientechnologie.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 21.*

3. Attraktivität der HdM für Lehrende erhöhen durch
  - Entlastung durch eine verbesserte Infrastruktur (Mittelbau),
  - Förderung interdisziplinärer Zusammenarbeit
  - Erhöhung der Anzahl ausländischer Gastprofessoren

iv. Unter dem Vorbehalt der Finanzierung durch Drittmittel:

1. Gründung von thematisch fokussierten Exzellenzzentren; Gründung einer „HdM-GmbH“

Um eine effektive Organisation der Dienstleistungen für Externe zu erlangen, erachten das Rektorat und die Fachbereiche die Gründung einer hochschuleigenen zentralen **Dienstleistungs-GmbH** der HdM für sinnvoll. Diese Gründung ist nur möglich, wenn die Hochschule die Arbeit dieser GmbH für mindestens ein Jahr durch eine Anschubfinanzierung sicherstellen kann.

Die Angebotspalette der GmbH richtet sich vornehmlich an kleine und mittlere Unternehmen, die aufgrund ihrer Größe und Unternehmensstruktur Forschungs- und Entwicklungstätigkeit im Informations- und Medienbereich nicht eigenständig bzw. allein realisieren können.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 21.*

2. Beteiligung von Angehörigen des Mittelbaus an Dienstleistungen für Externe und den daraus resultierenden Einnahmen

3. Unterstützung von Mitarbeitern bei der Promotion

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 28 f.*

Kennzahlen und Indikatoren:

- Zahl der Bewerbungen auf ausgeschriebene Stellen
- Anzahl von Projekten, Publikationen usw.
- Preise / Ehrungen / Auszeichnungen (z.B. Landeslehrpreis, Forschungspreise, externe Preise für Diplomarbeiten usw.)
- Höhe der an die Mitarbeiter ausgeschütteten Mittel

**Ziel 7: Gestaltung eines differenzierten Lehrangebots, das individuelle Möglichkeiten herausfordert, fachliche Kompetenz steigert und gesellschaftliche Ansprüche erfüllt**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Einführung von Fortbildungssemestern für Professoren der Fachbereiche Druck und Medien sowie Electronic Media
2. Modularisierung der Studienpläne, auch im Hinblick auf den Aufbau eines Weiterbildungsprogramms für Externe

Die vom Fachbereich Electronic Media geplante Modul-Struktur der Master-Studiengänge wird als wesentlicher Schritt zur Realisierung berufsbegleitender Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen für Externe gesehen.



*Vgl. Dokument des Fachbereichs Electronic Media, Seite 15.*

3. Sicherung der Grundausstattung für die Lehre; Einrichtung eines Innovationsfonds im HdM-Haushalt für innovative Lehrprojekte
- iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
1. Zielvereinbarungen für Lehrleistung z.B. in Verbindung mit der Gewährung von Leistungszulagen
  2. Übergangskonzept von Studium zu Beruf, d.h. Aufbau eines Career Centers; Förderung von früher Selbstständigkeit der Absolventen durch Vorbereitung auf die damit verbundenen Aufgaben.

Vorschläge, die aktuell nicht weiter verfolgt werden können

3. Einen mit dem Projekt *Medianet* verbundenen Bachelor-Studiengang *Print and Media* lehnt das Rektorat ab, da dessen Finanzierung nicht dauerhaft gesichert ist.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 31.*

Kennzahlen und Indikatoren:

- Anzahl modularisierter Studienpläne
- mittlere Studiendauer im Vergleich zur Regelstudienzeit
- Wechsler- und Abbrecherquoten mit Begründung des Studienabbruchs
- Zahl der Weiterbildungsangebote der Studiengänge
- Zahl der Veranstaltungen zur Förderung der Selbständigkeit

**Ziel 8: Aufbau eines effizienten, zur Selbstverbesserung motivierenden Evaluationsystems in Lehre, Hochschulleitung, anwendungsorientierte Forschung, Dienstleistung für Externe und Verwaltung**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

- ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
1. Qualitätssicherung der Lehre durch
    - regelmäßige teil-veröffentlichte Studentenbefragung
    - Befragung der Absolventen
    - interne didaktische Beratung/ workshops
    - Lehr-Innovationspreise der HdM

- Entwicklung eines differenzierten Kennzahlensystems / Qualitätsmanagement-systems für die Lehre zur leistungsorientierten Mittel- und Stellenvergabe

Die Aktivitäten bezüglich der **Evaluierung der Lehre** durch Studierende und Absolventen laufen in den beiden Standorte derzeit noch getrennt. Die vorhandenen Erfahrungen mit den bereits durchgeführten Befragungen sollten umgehend zusammengeführt und mittelfristig durch eine Evaluierung durch Externe ergänzt werden. Die eingeleiteten Bemühungen zur Standardisierung bei Bewertungskriterien von Prüfungsleistungen sollen verstärkt werden. Prüfungsanmeldungen sollen dazu dienen, einen Überblick über die Auslastung der Lehrveranstaltungen zu erzielen, die Prüfungsergebnisse zur Einleitung von Maßnahmen in der Lehre herangezogen werden.

Die Aktivitäten des Fachbereichs Information und Kommunikation bezüglich eines **Total Quality Management** in der Lehre decken sich mit den Zielen des Rektorats in mehrerlei Hinsicht. Die in der Lehre vermittelten Inhalte zu dokumentieren, transparent und vergleichbar zu machen ist schon im Hinblick auf die Einführung eines Credit-Point-Systems unabdingbar. Eine Evaluation hilft, Verbesserungspotentiale zu erkennen, wodurch Maßnahmen ergriffen, werden können, um die Hochschule im Interesse aller Beteiligten voranzubringen.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 18.*

2. Qualitätssicherung der Verwaltungs- und Serviceleistung durch Selbstbewertungen, interne Reviews; gezielte Job-Rotationsprojekte insbesondere der technischen Mitarbeiter als Weiterbildungs-, Qualifikation- und Motivationsmaßnahme
  3. Unterstützung von Promotionen
- iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
1. Qualitätssicherung der Lehre (später auch der anwendungsorientierte Forschung) durch externe Sachverständige ("peer reviews")

Kennzahlen und Indikatoren:

- Einhaltung eines „Korridors“ bei Bewerbungszahlen, Bewerberqualifikation, Wechsler- und Abbrecherquoten mit Begründung, Absolventenerfolge, mittlere Studiendauer
- Resultat der Begutachtung
- Ausmaß, Dauer und Beurteilungen der Betreuung von Studierenden; Umfang und Beurteilung der Beratung von potentiellen Bewerbern

### **Ziel 9: Frauenförderung**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

- ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
  - 1. Gezielte Förderung von Frauen bei der Besetzung von Professuren, Assistenzen, Laboringenieurstellen
  - 2. Vergabe von Teilzeitprofessuren aus nachgewiesenen familiären Gründen
  - 3. Einwerbung und Finanzierung von weiblichen Lehrbeauftragten durch das Mathilde-Planck-Lehrauftragsprogramm
  - 4. Frauenorientierte Werbung für technisch orientierte Studiengänge
- iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
  - 1. Kooperation mit der Universität Stuttgart/Vaihingen bezüglich Kindergartenplätzen
  - 2. Fortführung der Frauenbibliothek mit Unterstützung der Frauenbeauftragten
  - 3. Angemessene Repräsentation von Frauen in Wort und Bild

Kennzahlen und Indikatoren

- Anzahl von Professorinnen und der weiblichen Lehrbeauftragten
- Frauenquote bei Assistenzen und technischen Mitarbeitern
- Anteil der Studentinnen in den Studiengängen

### **3.4 Internationalisierung**

Die HdM hat sich dem Leitgedanken der Internationalisierung verschrieben.

Zu stärken sind die Internationalisierung der Studieninhalte und der Studiengänge sowie die Kontakte zu ausländischen Hochschulen durch Kooperationen und Projekte sowie durch Studenten- und Dozentenaustausch.

Aus der Internationalisierungsstrategie lassen sich als strategische Ziele ableiten:

### **Ziel 10: Förderung einer in alle Bereiche der Hochschule integrierten Internationalität**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

- ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Internationalisierung der Studieninhalte durch Ausbau des englischsprachigen Vorlesungsangebot und Verstärkung der curricularen Zusammenarbeit mit Hochschulpartnern im Ausland; Aufnahme englischsprachiger Lehrveranstaltungen in das Pflichtangebot
  2. Einführung des Credit-Point-Systems ECTS
  3. Einführung von international kompatiblen Abschlüssen
  4. Ausbau der internationalen Kontakte und des internationalen Austausches; Neubewertung der bestehenden Kontakte
  5. Verbesserung der Integration ausländischer Gäste, Professoren wie Studierende in das Leben an der HdM
- iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
1. Verbesserung der Fremdsprachkenntnisse der deutschen Studierenden insbesondere durch Angebote zum Erwerb fachspezifische Sprachkenntnisse
  2. Einrichtung eines *Internationalen Masterstudiengangs Druck- und Medientechnologie*

Zwischen den europäischen Hochschulen der Druck- und Medientechnologie besteht ein gut funktionierendes Erasmus-Netzwerk, das in erster Linie dem Studenten- und Dozentenaustausch, aber auch der allgemeinen internationalen Zusammenarbeit dient.

Der Fachbereich Druck und Medien plant die Einrichtung eines *Internationalen Masterstudiengangs Druck- und Medientechnologie*, dessen besonderes Kennzeichen das Studium an mehreren Hochschulen des Netzwerks ist.

Die Studierenden sollen im ersten Studienjahr einen fundierten Überblick über die gesamte Medienindustrie erwerben. Die zweite Studienphase ist modularisiert und führt die Studierenden an mehrere Ausbildungsstätten Europas; sie studieren dort ein Spezialgebiet, das dort besonders gepflegt wird, und erlangen so Kenntnisse und Fertigkeiten, die in dieser Summe an einer einzigen Hochschule nicht zu vermitteln wären. Hinzu kommen ein bedeutender Gewinn an interkultureller Erfahrung und internationaler Kompetenz.

Angaben zum erforderlichen Deputat lassen sich noch nicht machen, da das Konzept erst noch entwickelt wird.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 22.*

3. An dem geplanten *Deutsch-italienischer Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement* beteiligen sich die Universität Bozen und der Fachbereich Information und Kommunikation mit Modulen aus den bestehenden Studiengängen Bibliotheks- und Medienmanagement sowie Informationswirtschaft. Zusätzliche Angebote will der Fachbereich für diesen Studiengang nicht bereitstellen; ebenso sieht dies das Rektorat. Über die Realisierung des Studiengangs wird erst 2003 entschieden, wenn die Universität Bozen die in Auftrag gegebene Marktanalyse vorlegt.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 18.*

iv. Unter dem Vorbehalt der Finanzierung durch Drittmittel:

1. In Anlehnung an den *Deutsch-chinesischen Studiengang Drucktechnik* mit Doppeldiplom von HdM und Technischer Universität Xi'an plant der Fachbereich Druck und Medien die Einführung eines *Deutsch-chinesischen Studiengangs Verpackungstechnik*.

Nach dem Modell des *Deutsch-chinesischen Studiengangs Drucktechnik* wären Stipendien für die chinesischen Studenten zu beschaffen. Für einen Teil davon (bis zu 50 %) sollen Sponsoren aus der Industrie gewonnen werden, der Rest müsste aus Mitteln des Landes gefördert werden.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 25.*

2. Zu den Projekten des Fachbereichs Druck und Medien zählt ein **Europäisches Kompetenzzentrum für die Druck- und Medienindustrie** zur Förderung des betriebswirtschaftlich-technisch orientierten Wissenstransfers zwischen Hochschule und Industrie

Das Zentrum soll ein wissenschaftlich strukturiertes Institut als rechtsfähige oder nicht rechtsfähige Körperschaft an der HdM mit eigener Geschäftsführung, Personal- und Budgetverwaltung werden, das sich über Außenumsätze sowie Förderzuschüsse wirtschaftlich selbsttragend finanziert.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 29.*

Vorschläge, die aktuell nicht weiter verfolgt werden können

1. Die Fachbereiche Druck und Medien sowie Electronic Media pflegen seit längerem Beziehungen zur Staatlichen Universität für Druck in Moskau (MSUD).

Um ein gemeinsames Studienangebot zu schaffen, wollen die HdM und die MSUD ein gemeinsames Medienzentrum einrichten: Das **Deutsch-Russische Medienzentrum in Moskau** (DRUMM). Der Schwerpunkt dieses Zentrums soll auf

der Vermittlung moderner Technologien für den Druck und die elektronischen Medien liegen.

Zu der Finanzierung des Medienzentrums sollen die beiden Partnerhochschulen beitragen. Angestrebt wird, dass sich dieses Zentrum nach Ablauf von drei Jahren finanziell selbst trägt. Da die Studiengebühren hierfür nicht ausreichen können, sollen Drittmittel und Sponsorengelder eingeworben werden. Weitere Beiträge zur Finanzierung des Zentrums sollen durch Weiterbildungslehrgänge und durch Auftragsforschung erbracht werden.

Die MSUD stellt die Räume für das Zentrum zur Verfügung sowie Mitarbeiter für die Organisation des Zentrums.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Druck und Medien, Seite 25 f.*

Kennzahlen und Indikatoren:

- Anzahl der Studienangebote mit international kompatiblen Abschlüssen,
- Anzahl fremdsprachiger Lehrangebote
- Prozentsatz von HdM-Studierenden mit Auslandsstudienaufenthalt sowie Auslandpraktika
- Umfang des Dozentenaustausches mit ausländischen Hochschulen
- Anzahl und Umfang gemeinsamer Projekte mit ausländischen Hochschulen
- Prozentsatz ausländischer Studierender, ausländischer (Gast-Professoren) und Lehrbeauftragter der HdM

### **Ziel 11: Förderung von Auslandsstudiensemestern und Auslandspraktika**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

- ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
  1. Gezielte Stipendieneinwerbung und Stipendiatenförderung (Baden-Württemberg-Stipendium, DAAD, Carl-Duisburg-Gesellschaft, Fulbright-Gesellschaft etc.)
  2. Ausbau der Zusammenarbeit mit geeigneten ausländischen Hochschulen und Unternehmen
  3. Ausbau der Beratung, insbesondere durch Verbesserung der Ausstattung des Akademischen Auslandsamtes

Kennzahlen und Indikatoren:

- Anzahl der Stipendiaten
- Prozentsatz von HdM-Studierenden mit Auslandsstudienaufenthalt sowie Auslandpraktika

### 3.5 Ausbau

Der Ausbau erscheint im Hinblick auf den Anspruch der HdM, zu einer Medienhochschule europäischen Zuschnitts heranzuwachsen, als dringend erforderliche Strategie und Zielsetzung. Auch im Tätigkeitsfeld der Hochschule der Medien lassen sich zahlreiche Ausbau-chancen hinsichtlich des Arbeitsmarktes wahrnehmen. Allerdings erfordert der Ausbau zusätzliche Ressourcen. Dazu muss die HdM interne Möglichkeiten der Umstrukturierung prüfen und ausschöpfen. Die Umwidmung von altershalber frei werdenden Professorenstellen sollte nur im Konsens aller Beteiligten vorgenommen werden. Das bedeutet, dass Verlagerungen in mittelfristiger Perspektive bevorzugt innerhalb der Fachbereiche vorgenommen werden sollten. Aus diesen Gründen kann die HdM ihren Ausbau in den nächsten Jahren nur bedingt verfolgen. Die Einrichtung entgeltlicher Weiterbildungsangebote (ggf. in einer der HdM zugeordneten GmbH) würde zum Beispiel völlig neue Spielräume öffnen.

Die Errichtung eines Erweiterungsbaus für den Fachbereich Information und Kommunikation ist unabdingbar für die Integration der fusionierten Hochschulen und wurde daher als zentrale Integrationsstrategie aufgeführt. Der Bau zählt darüber hinaus zu den Maßnahmen zum Ausbau der gesamten HdM. Wegen der besonderen Dringlichkeit dieser Aufgabe übernimmt ein Prorektor die Planung und Bauüberwachung. Für die Planung der technischen Infrastruktur muss ein Konzept erarbeitet werden, das die Belange des Fachbereichs gezielt berücksichtigt.

Mit dem UNI-Bauamt ist abgesprochen worden, den Bauantrag nicht erst zum Herbst 2002, sondern bereits früher fertig zu stellen. Im vorliegenden Entwurf des Baubuchs wird eine zusammengefasste Bibliothek berücksichtigt. Der Flächenbedarf wird mit einer Haupt-nutzfläche von ca. 4500 m<sup>2</sup> angegeben. Dadurch müssen Flächen in den bestehenden Einrichtungen der HdM umgebaut bzw. umgewidmet werden.

Aus der Qualitätsstrategie lassen sich als strategische Ziele ableiten:

#### **Ziel 12. Verbesserung der finanziellen Ausstattung der Hochschule durch Einwerbung von Mitteln und transparente auf Effizienz ausgerichtete Steuerung der Mittelvergabe**

Folgende Maßnahmen dienen der Umsetzung dieses strategischen Ziels.

- i. Mit erster Priorität unter Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:
  1. Weitere räumliche und personelle Konzentration von Einrichtungen der Verwaltung zur Erzielung von Synergieeffekten; Entlastung der Studentenverwaltung

durch Selbstbedienungsterminals für Rückmeldungen, Notenabfragen, internetgestützte Bewerbungsverfahren usw. Ziel ist die Freisetzung von Kapazitäten für unvermeidlich personalgebundene Dienstleistungen wie Studentenberatung.

2. Errichtung des Erweiterungsbaus für den Fachbereich Information und Kommunikation neben den Gebäuden der beiden anderen Fachbereiche auf dem Vaihinger Campus

ii. Mit erster Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Erhöhung der Drittmittel

iii. Mit Priorität ohne Inanspruchnahme zentraler Ressourcen:

1. Erstellung von Schlüsseln zur Ermittlung konkreter Planzahlen

2. Kopplung des Fund-Raising mit zielgruppen- und projektorientierter Öffentlichkeitsarbeit, Bemühung um Sponsoring von Einzelveranstaltungen, Einwerbung von Stiftungsprofessuren

3. Maßnahmen zur Stärkung des Standortes Wolframstraße

Die Maßnahmen zur Verbesserung der Technischen Infrastruktur erfordern auch nach Meinung des Rektorats den Ausbau der Internet-/ Intranet-Anbindung des Standortes Wolframstraße an den Standort Nobelstraße.

Ein für die Studiengänge des Fachbereichs Information und Kommunikation typischer Kompetenzbereich mit Servicecharakter betrifft Online- und CD-ROM-Retrievaldatenbanken. Für diesen Bereich kann ein eigener Etat eingerichtet werden, der jedoch vom Fachbereich selbst zu tragen ist.

Die vom Fachbereich Information und Kommunikation geforderten höheren **Mittelzuweisungen für den IT-Service** sowie auch die personelle Verstärkung, auch für den Bereich AV-Medienzentrum, kann nicht aus zentralen Ressourcen gespeist werden.

Der für 2002 geplante Aufbau eines **Usability Labs** ist mit genehmigten Mitteln des beantragten Förderprogramms möglich. Die vom Fachbereich geforderte personelle Verstärkung im **Mittelbau** ist nur durch Mittelzuweisungen seitens des Ministeriums möglich.

*Vgl. Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation, Seite 20 f.*

Kennzahlen und Indikatoren:

- Drittmittelanteil am Gesamthaushalt



- Anzahl der Stiftungsprofessuren
- Anzahl der durch Selbstbedienungsterminals abgedeckten Geschäftsprozesse