

Jahresbericht 2013

Berichtszeitraum 9/2012 – 9/2013

Stand: 22.10.2013

Inhaltsverzeichnis

1. Management Summary	5
1.1. Ausgangssituation	5
1.2. Entwicklung der Situation im Berichtszeitraum	5
2. Situation zum Ende des Berichtszeitraums	7
2.1. Hochschulstrategie	7
2.1.1. Einordnung in das Qualitätsmanagement der HdM	7
2.1.2. Leitbild der Hochschule der Medien	8
2.1.3. Vision und Strategie	9
2.2. Studierende	10
2.3. Gliederung der Hochschule	12
3. Aktivitäten im Berichtszeitraum	13
3.1. Ausgewählte Veranstaltungen	13
3.2. Studium und Lehre	16
3.2.1. Übersicht über das Studienangebot	16
3.2.2. Entwicklung Bachelor-Studiengänge	17
3.2.3. Entwicklung Master-Studiengänge	17
3.3. Forschung und Transfer	18
3.4. Akademische Weiterbildung und Kooperationen	21
3.5. Internationalisierung	22
3.6. Organisationsentwicklung	22
3.7. Ressourcen	23
3.7.1. Personal	23
3.7.2. Finanzen	23
3.7.3. Technische Infrastruktur und Bibliothek	25
3.7.4. Baumaßnahmen	25
3.8. Entwicklung der Wettbewerbssituation	25
3.9. Wahlen	27
3.10. Familiengerechte Hochschule, Gesundheitsmanagement und Chancengleichheit	27
4. Auf einen Blick: Die wichtigsten Zahlen	29

1. Management Summary

1.1. Ausgangssituation

Die Hochschule der Medien in Stuttgart (HdM) verfügt über zukunftsfähige Studieninhalte, eine sehr gute Ausstattung und eine hohe Standortattraktivität. Als einzige Hochschule in der Region und in ganz Baden-Württemberg deckt sie eine große Bandbreite von Medienbereichen unter einem Dach ab und nutzt die entstehenden Synergien zwischen den einzelnen Bereichen.

1.2. Entwicklung der Situation im Berichtszeitraum

Strategie und Struktur

Im Berichtszeitraum konnte der geplante Zuwachs von Studierenden verzeichnet werden. Die Attraktivität bei Bewerbern ist ungebrochen sehr hoch, die Hochschule ist „ausgebucht“.

In einem mehrstufigen Prozess hat sich die Hochschule für eine Beibehaltung der bestehenden Fakultätsstruktur entschieden.

Durch den Beschluss zur Umwidmung von Professorenstellen im Printbereich wurde eine Stärkung der extrem nachgefragten „Inhalte“-Bereiche der Fakultät 2 ermöglicht, insbesondere auch der Aufbau einer eigenen Studienrichtung Public Relations. In der Drucktechnik wurde der Schwerpunkt „Print+IT“ zu Digital Publishing weiterentwickelt. Die Studienangebote und die Vermarktung im Bereich Games wurden durch gemeinsame Aktivitäten der Studiengänge Audiovisuelle Medien, Mobile Medien und Medieninformatik im Rahmen eines Games-Instituts vorbereitet. Der offizielle Start erfolgt durch eine Auftaktveranstaltung im Oktober 2013. Zur positiven Außenwirkung haben sehr viele Veranstaltungen beigetragen, welche durch Mitglieder der Hochschule organisiert wurden. Ein entschiedener Dialog zur Intensivierung der angewandten Forschung wurde an der Hochschule geführt. Im Rahmen der Internationalisierung wurden mehrere English Minor Programme aufgesetzt und werden zeitnah starten.

Prozesse und Systeme

Im Bereich Qualitätsmanagement und strategische Planung hat die Hochschule der Medien als eine der ersten Hochschulen in Baden-Württemberg die Systemakkreditierung erreicht.

Im Bereich Verwaltung und zentrale Einrichtungen wurden zahlreiche Prozesse verbessert und teilweise die Organisationsstrukturen an neue Gegebenheiten angepasst, zum Beispiel die Integration der Existenzgründung und Weiterbildung in zentrale Strukturen.

Die Studierenden wurden bei der Einführung der Verfassten Studierendenschaft unterstützt, zum Beispiel bei der Vorbereitung der Wahlen und dem Entwurf von Satzungen.

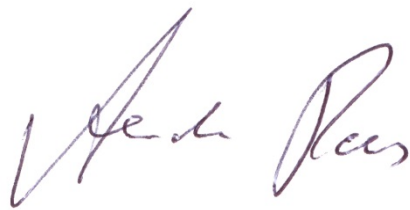
Ressourcen

Die räumliche Situation an der Hochschule ist noch unbefriedigend, bis die eingeleiteten Baumaßnahmen greifen. Die Planungen für den Erweiterungsbau Süd konnten abgeschlossen und die Finanzierung von rund sieben Millionen Euro gesichert werden. Die Nutzeranforderungen für den Umbau der Bibliothek in der Nobelstraße wurde dem Universitätsbauamt übergeben. Der Neubau für die Fakultät 3 ist terminlich durch die Insolvenz eines ausführenden Unternehmens verzögert. Die Auswirkungen sind im Berichtszeitraum noch nicht vollständig abzusehen.

Die finanzielle Situation hat sich ebenfalls planmäßig entwickelt. Durch den laufenden Solidarpakt und die Einhaltung der politischen Zusagen im Bereich des 2012- und des 2020-Programms sowie bei den Studiengebührenersatzmitteln bestand im Berichtszeitraum eine gute Planbarkeit wesentlicher Einnahmebereiche.

Ich danke allen Beteiligten für ihr vielfältiges Engagement und ihre Mitwirkung, welche die Hochschule im Berichtszeitraum wieder entscheidend vorangebracht haben.

Stuttgart, Oktober 2013

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Alexander Roos', written in a cursive style.

Alexander Roos
Rektor

2. Situation zum Ende des Berichtszeitraums

2.1. Hochschulstrategie

Die Hochschulstrategie ist unverändert gültig und wird zum besseren Gesamtverständnis nachfolgend kurz wiedergegeben, ebenso die Einordnung des Berichts in das Qualitätsmanagement-System der Hochschule der Medien.

2.1.1. Einordnung in das Qualitätsmanagement der HdM

Der Jahresbericht ist Bestandteil des Qualitätsmanagement-Systems der Hochschule der Medien und ordnet sich im Rahmen der Systemakkreditierung und der Steuerung der Hochschule in die Regelkreisläufe ein (vgl. Abb. 2-1).

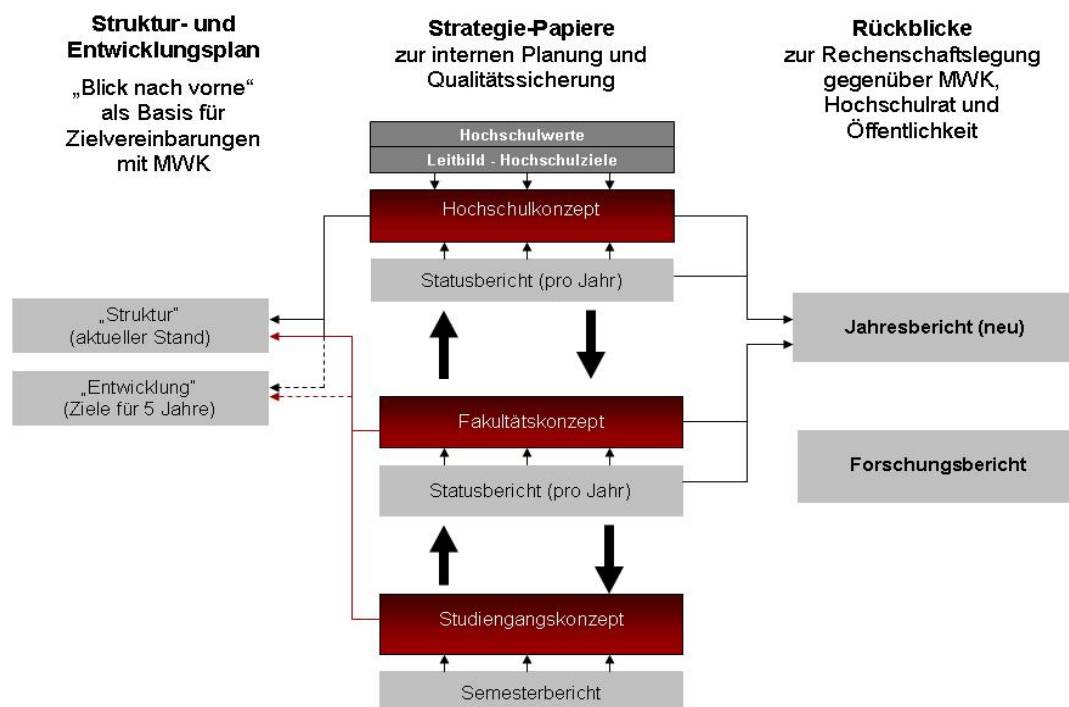


Abb. 2-1: Einordnung des SEP in das Qualitätsmanagement-System

2.1.2. Leitbild der Hochschule der Medien

Qualifikation von Medienspezialisten

Die Hochschule der Medien begreift sich als wissenschaftlich fundierte Bildungsanbieterin für Medienspezialisten. Gemäß ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bildet sie Fach- und Führungskräfte für medienrelevante Tätigkeiten in allen Bereichen der Wirtschaft und des öffentlichen Sektors aus. Ihr Selbstverständnis resultiert aus der Reflexion über Veränderungen in der Welt der Medien sowie aus der Mitwirkung bei der Entwicklung und der Gestaltung dieser Prozesse. Sie bietet gesellschaftlichen Gruppen, Organisationen, Institutionen und Unternehmen ihre Zusammenarbeit an.

Persönlichkeitsentwicklung

Die Hochschule der Medien versteht sich gleichsam als Plattform für die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden. Sie fördert und fordert umfassendes Engagement, ethisch verantwortliches Handeln, situationsgerechtes Verhalten, die Fähigkeit zu analytischem Denken, Handlungs- und Wandlungsbereitschaft, das Arbeiten in einer leistungsorientierten Umgebung sowie die Fertigkeit, transparente und nachvollziehbare Entscheidungsprozesse zu organisieren. Diese Qualifikationen wollen die Angehörigen der Hochschule vorleben.

Anwendungsorientierung

Dem Wettbewerb zwischen den Hochschulen stellt sich die Hochschule der Medien mit einem Studienangebot, das qualitativ hochwertig ist, kontinuierlich aktualisiert wird und sich an den Anforderungen der Berufswelt orientiert. Eine hochwertige Ausstattung sichert die fundierte und anwendungsorientierte Ausbildung ab.

Vermittlung von wissenschaftlicher Kompetenz, Fach- und Methodenkompetenz

In den akkreditierten Bachelor- und Master-Studiengängen vermittelt die Hochschule der Medien Fach-, Methoden- und Branchenkenntnisse für die gesamte Medienlandschaft. Als ihre Kernkompetenz betrachtet sie die zusammenhängende Einbeziehung wissenschaftlicher, technischer, wirtschaftlicher, gesellschaftlicher, inhaltlicher und gestalterischer Aspekte. Auch nimmt die Hochschule den Auftrag zur beruflichen Weiterbildung wahr, weil sie Ausbildung als lebenslanges Lernen versteht.

Internationalität

Um die angehenden Medienspezialisten auch für die Arbeit in einem internationalen Umfeld zu befähigen, werden internationale Entwicklungen in die Curricula eingebunden, Fremdsprachenkenntnisse vermittelt und Auslandsaufenthalte gefördert.

Katalysator für Innovation

Die Hochschule der Medien versteht sich als Teil des Innovationssystems der Medienbranchen. Sie organisiert die Entstehung und Verteilung von Wissen für qualifizierte Medienspezialisten in Bezug auf technische, wirtschaftliche, inhaltliche und gestalterische Aspekte. In Zusammenarbeit mit ihren Partnern verknüpft sie dazu Ausbildung, angewandte Forschung und Technologietransfer. Ebenso unterstützt sie die Existenzgründungsaktivitäten ihrer Studenten und Absolventen. Dabei sind wissenschaftliche und gestalterische Leistungen für die Hochschule von gleicher Bedeutung.

2.1.3. Vision und Strategie

Die Hochschule der Medien agiert in einem extrem dynamischen Umfeld: Die Medien sind Teil der Alltagskultur und prägen unser Gesellschaftsbild. Sie werden von Menschen aufgrund ihrer Inhalte genutzt. Daher ist die Beschäftigung mit medialen Inhalten, deren Gestaltung und den sozialen Folgen ihrer Verbreitung und Verfügbarkeit sowie die Analyse ihrer Nutzungsmotive und Aneignungsweisen notwendig. Essentiell sind Kenntnisse notwendiger Technologien und deren Entwicklung sowie die Beschäftigung mit wirtschaftlichen Aspekten, das heißt Geschäftsprozessen, Geschäftsmodellen und Branchenentwicklungen.

Als Teil des Medienbegriffs versteht die Hochschule die Medienbranchen, ihre Zulieferer und Mediendienstleitungen sowie generell Tätigkeiten, die Medienwissen in Industrieunternehmen und Kultureinrichtungen erfordern. Wesentliche Treiber der Medienentwicklungen gibt es in unterschiedlichen Bereichen: Zu nennen sind a) die Digitalisierung durch Informations- und Kommunikationstechnik, b) die gesellschaftlichen Entwicklungen, wie das Mediennutzungsverhalten, und c) die Kommerzialisierung des Medienbereichs. Die Hochschule der Medien will ein einzigartiges Medienspektrum unter einem Dach sein. Leitbild, Vision und Strategie sind in der nachfolgenden Abbildung (vgl. Abb. 2-2) zusammenfassend dargestellt.



Abb. 2-2: Vision und Strategie der Hochschule der Medien

Auf Grund der besonderen Ausgestaltung sieht die Hochschule der Medien Chancen sich im Differenzierungswettbewerb der Hochschulen universitäre Handlungsspielräume zu erarbeiten. Eine weitere Besonderheit ist bedingt durch die Thematik der Medienhochschule: Das heißt, dass wissenschaftliche Aspekte im Bereich der Forschung, der Lehre und die Fähigkeit zu Medienproduktionen weiterentwickelt werden müssen.

2.2. Studierende

Der Aufbau der Studierendenzahl (vgl. Abb. 2-3) verläuft planmäßig. Die Hochschule ist ausgebucht. Zum Ende des Berichtszeitraums sind rund 4.300 Studierende eingeschrieben.

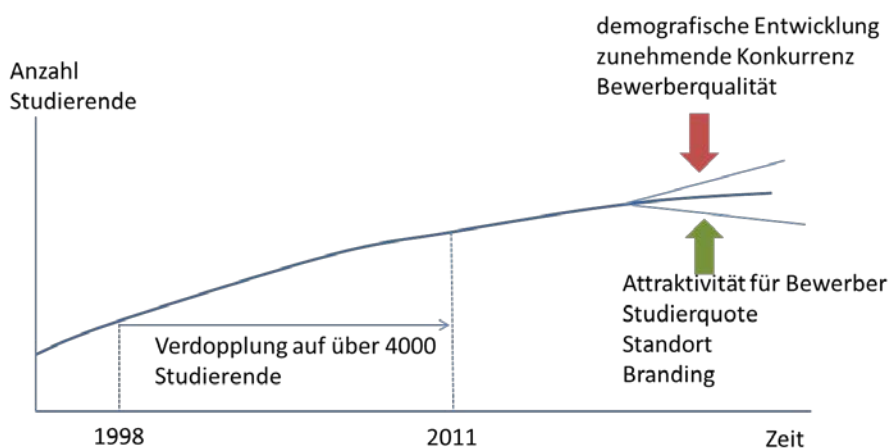


Abb. 2-3: Wachstumsperspektive der Hochschule der Medien

Die inhaltliche Zusammensetzung der Studierenden nach Bereichen zeigt das nachfolgende Kreisdiagramm (vgl. 2-4).

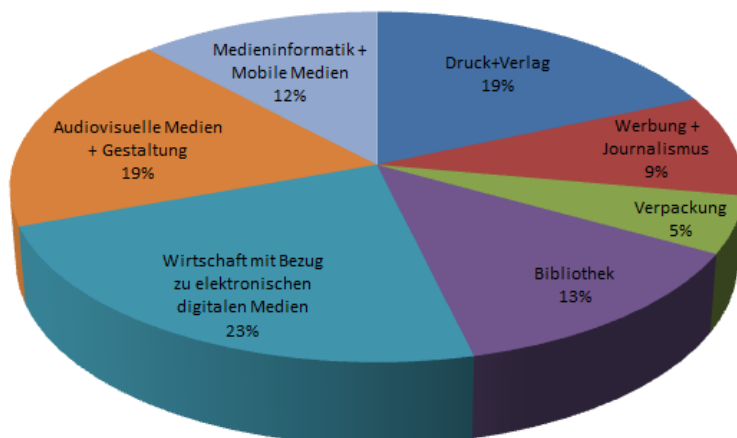


Abb. 2-4: Studierende nach Bereichen (Prozentuale Verteilung Sommersemester 2012 für Bachelor und Master)

Die Verteilung der Studierenden auf die einzelnen Studiengänge und die dazugehörigen Bewerberzahlen zeigt die nachfolgende Tabelle (vgl. 2-5).

Studiengänge	Anzahl der Studienplätze MWK	Anzahl der Bewerbungen form- und fristgerecht	Verfahrensnote	Zulassungen im Hauptverfahren	Zulassungen gesamt Vorabzulassung + Hauptverfahren	Annahmefrist: Bachelor bis 09. August 2013 Master bis 31.08.2013
DCB - Zulassung nur SS						
DCV - Zulassung nur SS						
DT7	55	129	3,1	85	104	62
MI7	48	272	2,1	85	91	58
MMB	26	70	2,8	41	44	32
MP7 (VVB)	30	185	2,0	34	48	29
PM7 (WDB)	35	132	2,6	70	77	40
VT7	40	185	2,5	80	87	45
AM7	70	742	1,9	105	117	70
CR7 - keine Vorwegzulassung	10	196	1,7	11	11	8
MW7	65	1191	1,8	145	164	87
WM7 (WWB)	45	2346	1,6	100	112	44
BI7	100	273	3,0	200	217	120
ID7	55	503	1,8	85	92	66
OM7 (ESB)	30	210	2,0	45	49	35
WI7	50	239	2,6	120	124	63
Summe	659	6673		1206	1337	759
BM - keine Zulassung	0					
CSM	17	77	1,8	26		15
DCM	5	1	1,9	1		1
EM- EMA - Audiovis.-Medien	16	64	1,6	22		18
EM - EMU - Unternehm.kom.	16	242	1,2	24		16
EM - EMW - Medienwirtschaft	16	132	1,3	26		20
IBM - nicht in ZZVO	15	14		14		7
PDM - Zulassung nur SS	-	-		-		
PPM	15	43	2,3	34		19
Summe	100	573		147		96

Abb. 2-5: Zulassungsverfahren für das Wintersemester 2013/14

2.3. Gliederung der Hochschule

Die Gliederung der Hochschule zeigt nachfolgende Abbildung (vgl. Abb. 2-6).

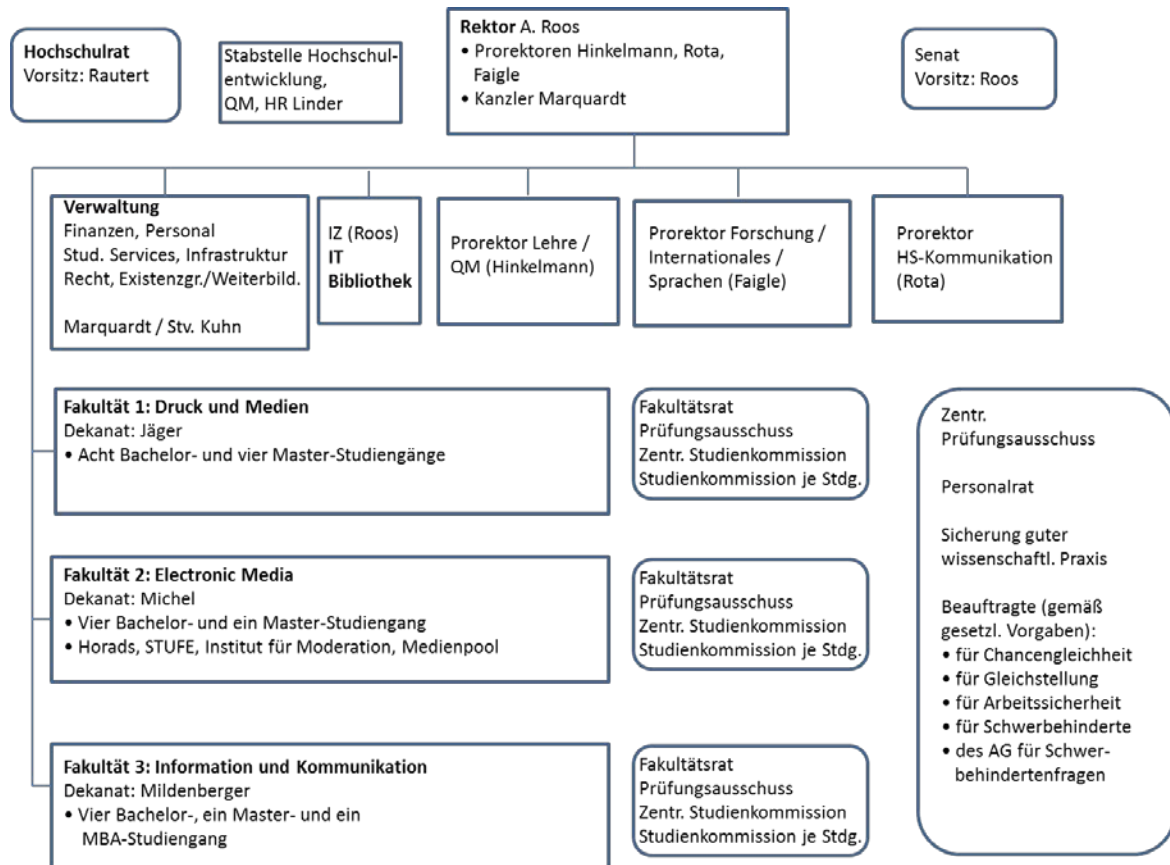


Abb. 2-6: Organigramm (Stand August 2013)

3. Aktivitäten im Berichtszeitraum

3.1. Ausgewählte Veranstaltungen

Im Berichtszeitraum wurde eine hohe Anzahl von Veranstaltungen bewältigt, die von der HdM oder mit HdM-Beteiligung durchgeführt wurden. Die nachfolgende Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit:

17.09. - 28.09.2012	Summer School für Unternehmensnachfolge
25.09.2012	Wissenschaftlicher Dialogmarketing Kongress
25.09. - 27.09.2012	HdM auf der FachPack
01.10.2012	Erstsemesterbegrüßung Wintersemester 2012/13
09.10.2012	Startertag
10.10. - 14.10.2012	HdM auf der Buchmesse
11.10.2012	Hausmesse: Broadcasttechnik zum Anfassen
12.10.2012	SchülerRadioTag
18.10.2012	Fachtagung Digitrends
19.10.2012	Werbung und Marktkommunikation: Alumnitag 2012
26.10.2012	4. Studiengangstag Medienwirtschaft
31.10.2012	Spotlight OMM: Online-Werbung im Rahmen von Search Engine Optimization
08.11.2012	World Usability Day
16.11.2012	Masterinfotag
21.11.2012	Studieninfotag 2012
21.11.2012	Spotlight OMM: Social Media Advertising bei der Finnwaa GmbH
22.11.2012	Zukunftstechnologien der Druck- und Medienindustrie
23.11.2012	Gamesday - Videospiel & VFX Lectures und Präsentationen
28.11.2012	International Day
29.11.2012	Medienwirtschaft: 1. International Day
04.12.2012	XII. HdM-Symposium zur Medienethik „Ökonomisierung der Wertesysteme - der Geist der Effizienz im mediatisierten Alltag“
04.12.2012	Verleihung des Medienethik-Awards META 2012
04.12.2012	i-pack
04.12.2012	HdM Stopover: Dietmar Henneka
12.12.2012	Tag der Lehre
13.12.2012	Verlagspodium „Kleinere Verlage - geringere Chancen?“
15.12.2012	Nachhaltigkeitscamp
15.12.2012	Kurzfilm Festival 2012
16.01.2013	CONMEDIA 2013
18.01.2013	Challenge.2013 - Praxis trifft Hochschule

23.01.2013	Ringvorlesung zu aktuellen Themen aus der Welt der Medien
24.01.2013	MediaNight
25.01.2013	3. Master Innovation Summit
14.02.2013	Werkstattgespräch mit Michael Antwerpes (SWR)
19.02.2013	Workflow-Symposium
22.02.2013	Absolventenfeier
08.03.2013	Einweihung der Tiefdruckrotation
11.03.2013	Erstsemesterbegrüßung Sommersemester 2013
16.03. - 17.03.2013	HdM auf der horizon in Stuttgart
20.03.2013	Infoabend für Schüler und Eltern
20.03.2013	Verlagspodium
27.03.2013	Infoveranstaltung: Masterstudiengang Elektromobilität
05.04. - 06.04.2013	VeGA-Camp
10.04.2013	Karrieremarktplatz
11.04.2013	PIDA 2013
24.04.2013	Stopover mit Simon Umbreit
25.04.2013	Girls'Day 2013
25.04.2013	InDesign User Group Treffen
26.04.2013	Masterinfotag
15.05.2013	Infoveranstaltung für Print- und Medieninteressierte
15.05.2013	Tag der Forschung
15.05.2013	Infoabend für Schüler und Eltern
16.05.2013	4. Stuttgarter Medienkongress
07.06.2013	Publishers Day des Studiengangs Mediapublishing
07.06.2013	GamEconomy
07.06.2013	generation media startup
11.06.2013	Stuttgarter Audio Gruppe: Eigenschaften des Gehörs
18.06.2013	Informationsveranstaltung „Promotion mit HAW-/FH-Abschluss“
19.06.2013	MEDIA LOUNGE 2013
21.06.2013	Science Day
27.06.2013	MediaNight
25.07.2013	InDesign User Group Treffen
26.07.2013	Absolventenfeier
29.07. - 31.07.2013	Kinderforschertage
09.09. - 20.09.2013	2. Summerschool für Unternehmensnachfolge
10.09. - 11.09.2013	ProFlex
16.09. - 17.09.2013	Mobility in a Globalized World
23.09.2013	Erstsemesterbegrüßung Wintersemester 2013/14
23.09. - 24.09.2013	Sharepoint Forum – Anwendertreffen
24.09.2013	Startertag der Studiengänge Werbung und Marktkommunikation & Elektronische Medien

- 26.09.2013 Internationale Wettbewerbsfähigkeit – Akquise des Nachwuchses an der HdM
- 27.09.2013 SchülerRadioTag 2013

Zur verbesserten Ansprache der Zielgruppen der HdM wurde ein kompletter Relaunch der HdM-Homepage vorgenommen, außerdem viele wesentliche Printprodukte, wie der Studienführer oder die First Steps, inhaltlich und vom Corporate Design her überarbeitet. Zusätzliche Informationsmaterialien wurden erstellt, darunter für die English Minor-Programme oder die Ringvorlesung. Neue Informationsveranstaltungen wie die Kinderforschertage oder Veranstaltungen in veränderter Form, zum Beispiel für Berufsberater, wurden durchgeführt. Weil Studieninteressierte immer jünger werden, wurden erstmalig erfolgreich Informationsabende für „Schüler und Eltern“ veranstaltet.



Abb. 3-1: Conmedia



Abb. 3-2: Absolventenfeier im Wintersemester 2012/13

3.2. Studium und Lehre

3.2.1. Übersicht über das Studienangebot

Die HdM hat vor dem Hintergrund des doppelten Abiturjahrgangs 2012 und der steigenden Studierquote ihr Studienplatzangebot in den letzten Jahren stark ausgebaut. Sie bietet insgesamt 50 Prozent mehr Studienplätze für Anfänger als im Wintersemester 2007/2008. Eine Übersicht über die aktuellen Studienplatzzahlen im Jahr 2013/14 bietet die Tabelle (vgl. Abb. 3-3).

	Abschluss	Studiengang	Plätze pro Jahr
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelor	o Druck- und Medientechnologie	80
		o Dt.-Chin. Druck- und Medientechnologie	10
		o Medieninformatik	96
		o Mobile Medien	51
		o Mediapublishing	55
		o Print-Media-Management	65
		o Verpackungstechnik	70
		o Dt.-Chin. Verpackungstechnik	5
	Master	o Packaging, Design und Marketing	15
		o Print and Publishing	30
		o Dt.-Chin. Drucktechnologie und Management	5
		o Computer Science and Media	34
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelor	o Audivisuelle Medien	135
		o Medienwirtschaft	130
		o Crossmedia-Redaktion	48
		o Werbung und Marktkommunikation	90
	Master	o Elektronische Medien mit den Schwerpunkten Audiovisuelle Medien, Medienwirtschaft und Unternehmenskommunikation	96
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelor	o Bibliotheks- und Informationsmanagement	100
		o Wirtschaftsinformatik und digitale Medien	90
		o Online-Medien-Management	55
		o Informationsdesign	55
	Master	o Bibliotheks- und Informationsmanagement (berufsbegleitend)	12
		o International Business (MBA) berufsbegleitend	12

Abb. 3-3: Studiengänge der HdM

Im Berichtszeitraum konnte über Projektmittel aus dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Qualitätspakts Lehre geförderte Projekt „MyCurriculum“ ein Didaktikzentrum eingerichtet werden. Das mit fünf Vollzeitstellen ausgestattete Didaktikzentrum wendet sich mit extracurricularen Ergänzungsangeboten an Studierende und bietet Lehrenden Unterstützung bei der Einführung und Umsetzung von neuen Lehr-Lern-Arrangements. Die Unterstützung der Lehrenden erfolgt dabei sowohl auf der Ebene der einzelnen Lehrveranstaltungen als auch des Gesamtcurriculums. Das Didaktikzentrum unterstützt die Hochschule in einem kritischen Bereich, der sich aus den geänderten Anforderungen an die Lehre an Hochschulen ergibt.

3.2.2. Entwicklung Bachelor-Studiengänge

Die Hochschule der Medien ist aktuell gut aufgestellt. Die laufenden Untersuchungen des Statistischen Landesamts bestätigen die Arbeitsmarktfähigkeit der Studiengänge.

Durch den Beschluss zur Umwidmung von Professorenstellen im Printbereich wurde eine Stärkung der extrem nachgefragten „Inhalte“-Bereiche der Fakultät 2 ermöglicht, insbesondere auch der Aufbau einer eigenständigen Studienrichtung Public Relations (Senatsbeschluss vom 28. Juni 2013). Die Umwidmung von insgesamt sechs Stellen aus den Studiengängen Druck- und Medientechnologie sowie Verpackungstechnik an die Studiengänge Audiovisuelle Medien, Crossmedia-Redaktion, Public Relations und Informationsdesign wurde vom Senat am 25. Januar 2013 und vom Hochschulrat am 27. Februar 2013 beschlossen.

In der Drucktechnik wurde der Schwerpunkt „Print+IT“ zu Digital Publishing weiterentwickelt (Senatsbeschluss vom 19. Juli 2013). Studienangebote und die Vermarktung im Bereich Games wurden durch gemeinsame Aktivitäten der Studiengänge Audiovisuelle Medien, Mobile Medien und Medieninformatik im Rahmen eines Games-Instituts vorbereitet. Der offizielle Start erfolgt durch eine Auftaktveranstaltung im Oktober 2013.

Zudem wurden an der HdM wieder Deutschland-Stipendien verliehen.

3.2.3. Entwicklung Master-Studiengänge

Master-Studiengänge sind für die Hochschule der Medien strategisch notwendig und entsprechen der Zielsetzung einer Hochschule mit universitätsähnlichen Möglichkeiten. Planungen zur Anpassung der Masterstudiengänge an die siebensemestrigen Bachelorstudiengänge wurden weitergeführt, ebenso Planungen für forschungsorientierte und Weiterbildungsmaster. Ein Projektantrag mit der Universität Stuttgart wird zur gemeinsamen Weiterentwicklung der Master-Online-Akademie der Universität Stuttgart gestellt. In diesem Rahmen soll ein gemeinsames Masterangebot zur Existenzgründung gestartet werden.

3.3. Forschung und Transfer

Die Hochschule der Medien will die Leistung in der angewandten Forschung ausbauen. Es besteht insoweit eine Sondersituation, als Projekte nicht nur in Lehre und Forschung abgewickelt werden, sondern auch der Medienproduktion dienen. Die Reflektion dieser Produktionen kann Basis für Forschungsarbeiten sein. Auch können bei Medienproduktionen neue Technologien getestet werden. Ferner stehen Produktionen für eine gute Außenwahrnehmung der Hochschule der Medien.

Eine detaillierte Auflistung der Forschungsaktivitäten, auch die der Promotionsvorhaben, findet sich im Forschungsbericht der Hochschule.

Zunehmend gewinnt das Thema der Forschung an Fachhochschulen sowohl überregional als auch HdM-intern an Bedeutung. Zu nennen sind hier die von der bundesweiten Hochschulrektorenkonferenz aufgestellte „Forschungslandkarte“ für die Universitäten, um die Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) zu erweitern, und die Bemühungen der Konferenz der HAW-Rektoren des Landes Baden-Württemberg, die unter dem Namen „Centre for Applied Research“ (CAR) ein virtuelles Institut für die Spitzenforschung an den Fachhochschulen des Landes eingerichtet haben. Die HdM arbeitet an beiden Projekten mit.

Vor diesem Hintergrund war es angebracht, die Forschung an der HdM selbst besser zu systematisieren. Zur weiteren Schärfung des Forschungsprofils der HdM wurden übergeordnete profilbildende Forschungsbereiche („Leuchttürme“) eingerichtet. Diese interdisziplinären Forschungsverbünde, in denen jeweils mehrere Professoren mit weiteren Forschungseinrichtungen oder Unternehmen der Wirtschaft national und international zusammenarbeiten, sollen die Sichtbarkeit und die Kompetenz der HdM weiter verbessern. Für die Leuchttürme gilt in besonderem Maße, was inzwischen von allen Bereichen gefordert wird: Sie müssen neue Forschungsrichtungen anstoßen und sich dabei auch mit anderen Disziplinen vernetzen. Ab 2013 werden fünf Leuchttürme besonders herausgestellt und unter anderem finanziell stärker unterstützt.

Als die ersten fünf Leuchttürme der HdM-Forschung wurden die folgenden Fachgebiete definiert:

- Information Experience
- Innovative Anwendungen der Drucktechnik (IAD)
- Responsive Media Experience (ReMex)
- Kreativwirtschaft IfK
- Digital Media.

Um die künftigen Herausforderungen meistern zu können, ist eine strategische Weiterentwicklung der Fachhochschulen mit einem gezielten Ausbau erforderlich. Eine wichtige Positionierungsmaßnahme ist eine Promotionsperspektive für ihre Absolventen. Ein bedeutender Schritt vorwärts in der Forschungslandschaft der HdM war daher die Eröffnung eines regulären Weges zur Promotion für ihre Absolventen. Die HdM hat mit der University of the West of Scotland (UWS) mit Hauptsitz in Paisley, einen entsprechenden Vertrag abgeschlossen. Außerdem haben sich die Universitäten Stuttgart und Tübingen und die Hochschule der Medien zum kooperativen Promotionskolleg Digital Media zusammengeschlossen. Zurzeit werden insgesamt rund 60 Dissertationen an der HdM betreut. Die erste Promotion gemeinsam mit der TU Xi'an wurde abgeschlossen.

In neue Technologien in Forschung und Lehre wird durch die Fakultäten und im Rahmen des zentralen Invests laufend investiert, wie das Beispiel Computeranimation (Abb. 3-5) zeigt. sechs Beispiele werden stellvertretend für die Forschungsaktivitäten im Berichtszeitraum nachfolgend vorgestellt.

Projekt	SRS "Multi-Role Shadow Robotic System for Independent Living"
Beschreibung	Ziel des Projekts ist die Entwicklung eines semiautonen Serviceroboters zur Unterstützung älterer Menschen in ihrer eigenen Wohnung.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Michael Burmester
Drittmittelgeber	EU 7th Framework Programme mit einem Gesamtfördervolumen von 249.490 Euro
Projektdauer	1. Februar 2010 bis 30. April 2013

Projekt	IC-IC: ENHANCING INTERCONNECTIVITY OF SHORT & LONG DISTANCE TRANSPORT NETWORKS
Beschreibung	Ziel des Projekts ist die Entwicklung eines Infoconnectivity Systems für Flughäfen, um Flug-, Fern- und Nahverkehr besser zu vernetzen.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Michael Burmester, Prof. Dr. Wibke Weber
Drittmittelgeber	EU 7th Framework Programme mit einem Gesamtfördervolumen von 216.875 Euro
Projektdauer	1. Februar 2011 bis 31. Januar 2014

Projekt	Cloud4All
Beschreibung	Bei diesem Projekt steht die Entwicklung einer Infrastruktur für adaptive Benutzerschnittstellen, insbesondere für Benutzer mit Behinderungen und ältere Benutzer sowie deren prototypische Implementierung in den Anwendungsbereichen PC-Betriebssysteme, Webbrowser, Smartphones, Cloud/Server-basierte assistive Anwendungen, Informationsterminal, Multitouch-Table, Smart House, und digitales TV im Vordergrund.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Gottfried Zimmermann
Drittmittelgeber	EU 7th Framework Programme mit einem Gesamtfördervolumen von 390.228 Euro
Projektdauer	1. November 2011 bis 31. Oktober 2015

Projekt	KuMo - Webtool für das Kundenmonitoring in der Kreativwirtschaft
Beschreibung	Das Vorhaben hat die Zielsetzung, die bislang wissenschaftlich wenig reflektierten Kundenkommunikationsformen im Internet zunächst auf der Basis von Fallstudien Daten zu erfassen und zu systematisieren. Die Erkenntnisse bilden die Grundlage für die Prototyp-Entwicklung eines Webtools zum Kunden-Monitoring in der Kreativwirtschaft.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Martin Engstler, Prof. Holger Nohr
Drittmittelgeber	Karl-Steinbuch-Stiftung mit einem Gesamtfördervolumen von 69.950 Euro
Projektdauer	1. Oktober 2012 bis 28. Februar 2014

Projekt	Cloud basierter Medienaggregationsdienst
Beschreibung	Ziel dieses Projektes ist die Entwicklung eines Systems zur Aggregation und Synchronisation verschiedener Informationen und Mediendaten zwischen Arbeitsplatz/Heim-PC, mobilen Datenträgern, Smartphone und dem Fahrzeug über verschiedene Kanäle (Kabelgebunden oder über Funk).
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Ansgar Gerlicher
Drittmittelgeber	Volkswagen AG mit einem Gesamtfördervolumen von ca. 200.000 Euro
Projektdauer	15. September 2011 bis 01. August 2013

Projekt	BatMat
Beschreibung	Im vorliegenden Projekt werden flexible primäre und sekundäre Dünnschichtbatterien erforscht, die auf eine Metallkapselung verzichten und dadurch dünn, mechanisch flexibel sowie formvariabel werden. Diese flexiblen Dünnschichtbatterien sollen mittels Drucktechniken hochproduktiv und kostengünstig hergestellt werden.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Gunter Hübner
Drittmittelgeber	BMBF mit einem Gesamtfördervolumen von 253.140 Euro
Projektdauer	01. Mai 2011 bis 30. April 2014



Abb. 3-4: Medianight



Abb. 3-5: Computeranimation: Fertigung der Kuppel des "light dome" und montierte LEDs

3.4. Akademische Weiterbildung und Kooperationen

Die Geschäftsstelle der Hochschulföderation SüdWest wurde an die Hochschule der Medien verlegt. In Umsetzung der strategischen Planung hat die Hochschule im Jahr 2013 ihr Angebot im akademischen Weiterbildungsbereich ausgebaut. Zusätzlich zum berufsbegleitenden Masterprogramm Bibliotheks- und Informationsmanagement bietet die Hochschule seit dem Wintersemester 2013/2014 auch den berufsbegleitenden „International Business (MBA)“ an. Darüber hinaus wurde gemeinsam mit der Universität Stuttgart ein Antrag zur Förderung von Weiterbildungsstrukturen und zur Einrichtung eines Studiengangs im Bereich Existenzgründung gestellt. Mit der Universität Hohenheim wird gemeinsam ein Antrag für ein Konfuzius Institut erarbeitet, mit der Technischen Universität Illmenau fanden erste Gespräche zu einer Zusammenarbeit im Promotionsbereich statt.

3.5. Internationalisierung

Mehrere English Minor Angebote wurden konzipiert: Management Information Systems, Fostering Innovation in Digital Media, Media and Management, Industrial Print Media Production, Games Technology und Visual Communication.

Der flächendeckende englische Eingangssprachtest für alle Studierenden wurde wegen guter Erfahrungen beibehalten.

Mit der Ryerson University fanden erste Gespräche über ein gemeinsames Studienangebot im Bereich Verpackung und Druck statt.

3.6. Organisationsentwicklung

Die Stelle der Vizekanzlerin wurde besetzt (Frau Nicole Kuhn) und der Bereich Existenzgründung und Weiterbildung in der Verwaltung neu eingegliedert. Weitere Schritte zu einem ganzheitlichen Arbeitssicherheitskonzept (zum Beispiel durch Einsatz eines Produktionshandbuchs) wurden realisiert und ausgebaut. Ein externer Dienstleister wurde mit der Unterstützung beauftragt.

Interne Audits wurden wie geplant durchgeführt und das Qualitätsmanagement weiterentwickelt sowie der neue Struktur- und Entwicklungsplan abgeschlossen. Die Systemakkreditierung wurde erfolgreich zum Abschluss gebracht. Dies stellt für die Hochschule einen wichtigen Qualitätsnachweis nach mehrjähriger intensiver Aufbauarbeit dar.



Abb. 3-6: Urkunde zur Systemakkreditierung

3.7. Ressourcen

3.7.1. Personal

Einen Überblick zur Personalentwicklung zeigt die Abbildung 3-7. Die Zahl der Beschäftigungsverhältnisse hat sich weiter erhöht. Im Rahmen des Programms Master 2016 wurden zum Ende des Berichtszeitraums der Hochschule zwei E13-Stellen zugewiesen.

Vollzeitäquivalente an der HdM	IST 10/2007		IST 10/2011		IST 10/2012		IST 10/2013	
	Prof	Besch	Prof	Besch	Prof	Besch	Prof	Besch
Fakultät 1 (inkl. Gründerz.)	42	26	48,83	39,78	52,51	36,75	52,34	42,15
Fakultät 2 (inkl. HoRads)	32	22,5	36,5	24,7	42,00	26,20	44,33	25,55
Fakultät 3	32	14,0	35,00	19,30	35,00	22,05	34,83	23,3
oZentrale Verwaltung / Internationales / AAA (inkl. HoRads bis 2010)	0	42,1	0,00	38,55	0,00	40,75		51,4
o IQF/Hochschuldidaktik			0,00	4,75	0,00	11,30		8,50
Bibliothek	0	6,7	0	6,53	0	6,28		7,28
IZ-IT	0	6,5	0	7,00	0,00	9,00		8,00
IAF (inkl. Zentren) und IAF- Projekte	0	12	0	22,85	0	17,76		19,72
Summe	108	129,8	120,33	163,46	129,51	170,00	131,50	185,90

Abb. 3-7: Anzahl der Beschäftigten an der Hochschule der Medien (Prof = Professoren, Besch = Beschäftigte)

3.7.2. Finanzen

Die finanzielle Situation hat sich ebenfalls planmäßig entwickelt. Durch den laufenden Solidarpakt und die Einhaltung der politischen Zusagen im Bereich des 2012- und 2020-Programms sowie bei den Studiengebührenersatzmitteln bestand im Berichtszeitraum eine gute Planbarkeit wesentlicher Einnahmebereiche. Der Jahresabschluss ist in Abbildung 3-8 dargestellt.

Strukturell ist die Masse der Mittel in Personal gebunden. Die Hochschule war und ist daher bestrebt, das Anwachsen der Dauerverträge auf ein Minimum zu begrenzen, um mehr Flexibilität bei finanziellen Schwankungen zu erhalten.

Die Mittel, welche auf das nächste Jahr übertragen werden müssen, steigen primär durch die laufenden und geplanten Baumaßnahmen bedingt an.

Budgetbericht der Hochschule der Medien Stuttgart - Jahresabschluss 2012

	Planung 2012 *	Hochschule gesamt	Ver- gleich IST 2011 zu 2012 in %	Fakultät DM	Ver- gleich IST 2011 zu 2012 in %	Fakultät EM	Ver- gleich IST 2011 zu 2012 in %	Fakultät luK	Ver- gleich IST 2011 zu 2012 in %	Inter- nationales	Bibliothek	IZ-IT	Forschung & Entwicklung	Market- ing	Studenti- sche Vorhaben	Hochschule Allgemein
	(IST)	(IST)		(IST)		(IST)		(IST)		(IST)	(IST)	(IST)	(IST)	(IST)	(IST)	(IST)
Budget																
1. Allg. Haushalt (inkl. Reste)	17.228.823	17.835.784	4,2%	4.712.589	5,6%	3.911.361	7,4%	3.193.859	5,2%	114.462	367.663	504.596	480.991	260.233	0	4.290.031
1.1 Mittel für Personal auf Stellen	13.265.300	13.265.300	7,9%	4.254.891	7,9%	3.544.698	7,9%	2.981.324	7,9%	80.141	316.944	277.725	44.983	130.246	0	1.634.348
1.2 Haushaltsmittel Ansatz	1.331.900	1.271.641	-4,5%	195.398	-2,6%	146.724	-2,6%	102.478	-2,6%	25.000	25.300	96.900	220.000	100.400	0	359.441
1.3 Mittel für Erstaussstattung	360.000	360.000	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	360.000
1.4 Haushaltsmittel Reste aus 2011	1.040.000	1.370.389	31,7%	262.300	25,2%	219.939	25,2%	107.057	25,2%	9.321	15.419	119.971	216.008	29.587	0	390.788
1.5 Reste Mittel Erstaussstattung aus 2010	521.623	521.623	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	521.623
1.6 Schöpfungsmittel aus Stellen	250.000	467.872	87,1%	0	0,0%	0	0,0%	3.000	100,0%	0	10.000	10.000	0	0	0	444.872
1.7 Einsparungen des Landes BW (Abzug)	460.000	578.959	25,8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	578.959
2. Ersatzmittel Studiengebühren - QSM	2.565.000	2.858.618	11,3%	773.342	10,0%	347.118	10,0%	776.491	10,0%	289.561	189.092	130.405	63.200	0	44.002	245.407
2.1 QSM 2012	1.900.000	1.607.223	-15,7%	267.003	-15,7%	226.952	-15,7%	523.552	-15,7%	240.000	163.700	113.800	60.000	0	38.000	-25.784
2.2 QSM Reste aus 2011	665.000	1.251.395	87,7%	506.339	87,7%	120.166	87,7%	252.939	87,7%	49.561	25.392	16.605	3.200	0	6.002	271.191
Zwischensumme	19.793.823	20.694.402	10,1%	5.485.931	10,1%	4.258.479	10,1%	3.970.350	10,1%	404.023	556.755	635.001	544.191	260.233	44.002	4.535.438
3. Hochschule 2012	2.879.800	2.911.675	1,1%	1.626.900	1,1%	1.102.025	1,1%	182.750	1,1%	0	0	0	0	0	0	0
4. Zuweisungen aus anderen Kapiteln	4.540.468	4.743.772	4,6%	242.991	5,3%	136.824	5,3%	4.153.100	5,3%	17.076	556.755	766.306	685.033	260.233	44.002	8.610.172
Zwischensumme	27.214.091	28.349.849	10,1%	7.355.822	10,1%	5.497.328	10,1%	4.153.100	10,1%	421.099	556.755	766.306	685.033	260.233	44.002	8.610.172
5. Einnahmen Drittmittelprojekte	2.700.000	3.961.855	46,3%	528.553	46,3%	334.816	46,3%	279.827	46,3%	291.925	0	0	2.080.589	51.172	0	394.973
5.1 Reste Drittmittel aus Vorjahr 2011	800.000	1.424.320	77,8%	343.013	77,8%	168.441	77,8%	177.161	77,8%	66.282	0	0	509.940	22.029	0	137.455
5.2 Einnahmen Drittmittel 2012	1.900.000	2.537.535	33,5%	185.540	33,5%	166.375	33,5%	102.666	33,5%	225.643	0	0	1.570.649	29.144	0	257.519
Gesamt	29.914.091	32.311.704	8,0%	7.884.375	8,0%	5.832.144	8,0%	4.432.927	8,0%	713.024	556.755	766.306	2.765.622	311.405	44.002	9.005.145
Veranschlagtes Budget '13	17.228.823	16.583.508	-5,5%	4.403.466	-5,5%	3.801.290	-5,5%	3.069.247	-5,5%	93.975	365.202	499.194	257.048	237.157	0	3.856.929
1. Allg. Haushalt - Reste für 2013	1.252.276	1.252.276	0,0%	309.123	0,0%	110.071	0,0%	124.612	0,0%	20.487	2.461	5.402	223.943	23.076	0	433.102
2. Studiengebühren (inkl. Festlegungen)	2.565.000	2.298.157	-10,4%	525.041	-10,4%	246.813	-10,4%	695.343	-10,4%	235.535	166.132	101.235	28.666	0	36.201	263.191
Studiengebühren - Reste für 2013	560.460	560.460	0,0%	248.301	0,0%	100.304	0,0%	81.148	0,0%	54.026	22.960	29.170	34.534	0	7.801	-17.784
3. Hochschule 2012 (inkl. Festlegungen)	2.879.800	2.907.084	1,0%	1.626.858	1,0%	1.101.337	1,0%	178.888	1,0%	0	0	0	0	0	0	0
Hochschule 2012 - Reste für 2013	4.592	4.592	0,0%	42	0,0%	688	0,0%	3.862	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
4. Zuweisungen aus anderen Kapiteln	4.540.468	4.254.105	-6,3%	157.892	-6,3%	96.434	-6,3%	0	-100,0%	17.076	0	108.169	130.972	0	0	3.743.561
Weitere Zuweisungen - Reste für 2013	489.668	489.668	0,0%	85.099	0,0%	40.390	0,0%	0	0,0%	0	0	23.136	9.869	0	0	331.173
5. Ausgaben auf Drittmittelprojekten	2.700.000	2.201.735	-18,5%	229.419	-18,5%	187.936	-18,5%	176.286	-18,5%	201.083	0	0	1.203.428	37.440	0	166.144
Drittmittelprojekte - Reste für 2013	1.760.121	1.760.121	0,0%	299.134	0,0%	146.880	0,0%	103.541	0,0%	90.842	0	0	877.161	13.733	0	228.830
Gesamt	29.914.091	28.244.588	-5,3%	6.942.676	-5,3%	5.433.811	-5,3%	4.119.764	-5,3%	547.668	531.335	708.598	1.620.115	274.596	36.201	8.029.823

Abb. 3-8: Jahresabschluss 2012

3.7.3. Technische Infrastruktur und Bibliothek

Die Erneuerung der Netzinfrastruktur (das heißt Netzstrukturierung, Aktivkomponenten, teilweise Verkabelung) wurde im Berichtszeitraum wie geplant vorangetrieben, ebenso die Verbesserung der W-LAN-Ausstattung. Ein Projekt zur Einführung von MS-Sharepoint wurde gestartet und die hochschulweite Softwarelizenzierung (Microsoft, Adobe) neu geregelt.

Der Berichtszeitraum 2012/2013 stand die Bibliothek überwiegend im Zeichen der Vorbereitungen für den Umzug in den Neubau (erneute Bestandsreduzierung, Regalsystem) und der Aufbau einer LearnerLab-Fläche am Standort Nobelstraße. Zum Sommersemester 2013 startete die Bibliothek mit der IPAD Ausleihe einen neuen Service und unterstützt damit insgesamt den Trend zu mehr Mobilität und digitaler Mediennutzung.

3.7.4. Baumaßnahmen

Die Planung und Durchführung von Baumaßnahmen im Berichtszeitraum gliedert sich in vier Bereiche:

Der „Erweiterungsbau Süd“ (Abriss des sogenannten Pavillon-Provisoriums) wurde bezüglich Finanzierung (sieben Millionen Euro) und Durchführung gesichert. Die Vorbereitungen für den Baubeginn (Spatenstich Ende des Jahres) laufen planmäßig.

Brandschutz und Sanierung undichter Dächer sowie Verbesserung des Sonnenschutzes: Die vom Universitätsbauamt geplanten, und finanzierten umfangreichen Maßnahmen wurden weitergeführt.

Die Errichtung des Baus für die Fakultät Information und Kommunikation ist nicht im Plan. Die Insolvenz eines Unternehmens hat zu Verzögerungen geführt, welche definitiv den Fertigstellungszeitpunkt verzögern werden. Im Bereich Wolframstrasse ist neben der Großbaustelle vor dem Gebäude auch hinter dem Gebäude eine Baustelle entstanden, welche die Situation für Studierende und Lehrende zusätzlich beeinträchtigt.

3.8. Entwicklung der Wettbewerbssituation

Die Zahl der Anbieter akademischer Ausbildung in der Region steigt. Neben den staatlichen Hochschulen waren bereits bisher private Anbieter mit Außenstellen in der Region aktiv (zum Beispiel Macromedia). Daneben existieren spezialisierte Einrichtungen wie die Filmakademie, außerdem Anbieter von Fernstudiengängen, zum Teil mit Räumen in Stuttgart (zum Beispiel Fernuni Hagen). Eine starke politische Förderung erfährt nach wie vor die Duale Hochschule Baden-Württemberg.

Völlig neue Wettbewerber auf dem akademischen Bildungsmarkt sind die Verwaltungsakademien (VWA) und die Volkshochschulen. Als Beispiel sei hier nur die Volkshochschule Mannheim genannt, die seit 2013 berufsbegleitende Bachelor-Studiengänge in Verbindung mit der Steinbeis Business

Academy anbietet. Die Gefahr eines Abwertungsdrucks für akademische Grade besteht, da von einigen Marktteilnehmern bestimmte Aspekte kommunikativ stark hervorgehoben werden (Tendenz zu großzügiger Anerkennung von beruflichen Leistungen und bewusster Hervorhebung von „Studieren ohne Abi und FH-Reife“).

Umso wichtiger ist ein klares Branding der HdM, das für ein qualitativ hochwertiges Angebot steht. Die HdM kooperiert im Rahmen der Hochschulföderation Südwest (HfSW) mit anderen staatlichen Hochschulen, ebenso verstärkt mit Universitäten (zum Beispiel die Zusammenarbeit mit der Universität Stuttgart), wird aber ebenso eine klare Abgrenzung zu anderen Marktteilnehmern aufzeigen. Die HdM verspürt aber auch bei medienorientierten Studiengängen anderer Anbieter aktuell einen geringen Konkurrenzdruck (vgl. Bewerberzahlen).

Die nachfolgende Liste der Hochschulen in der Rektorenkonferenz der HAWs zeigt die Größenverhältnisse bei den staatlichen Hochschulen in Baden-Württemberg:

Hochschule/HAW	Prof.-stellen GESAMT
Freiburg - Ev.	27,5
Ludwigsburg - Ev.	28,0
Schwäbisch Gmünd	29,0
Rottenburg	31,0
Freiburg - Kat.	34,5
Kehl - Verwaltung	39,5
Biberach	81,0
Ludwigsburg - Verwaltung	82,0
Albstadt-Sigmaringen	95,5
Ravensburg-Weingarten	100,0
Nürtingen-Geislingen	135,0
Stuttgart (Technik)	138,0
Stuttgart (Medien)	141,0
Ulm	147,0
Offenburg	151,0
Aalen	165,0
Reutlingen	171,0
Konstanz	173,0
Mannheim	180,5
Furtwangen	193,0
Pforzheim	205,0
Karlsruhe	227,0
Esslingen (Technik)	234,0
Heilbronn	244,0

3.9. Wahlen

Zum Kanzler der Hochschule wurde Peter Marquardt gewählt (seit 1.2.2013 im Amt).

Frau Ingrid Felgenträger, Landessenderdirektorin des SWR, wurde zum Hochschulratsmitglied im August 2013 wiedergewählt.

3.10. Familiengerechte Hochschule, Gesundheitsmanagement und Chancengleichheit

Gesundheitsmanagement

Der Steuerkreis zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement besteht aus fünf internen und zwei externen Mitgliedern. Im Wintersemester 2012/2013 und im Sommersemester 2013 fanden unter anderem folgende Aktivitäten statt:

04.10.2012 3. Fitness-Kurs im STEP SPORTS & SPA STUTTGART

10.01.2013 4. Fitness-Kurs im STEP SPORTS & SPA STUTTGART

Dienstags Treff der Laufgruppe

22.01.2013 1. Rückenkurs in Kooperation mit der Sportvereinigung Feuerbach (Nobelstraße)

23.01.2013 1. Rückenkurs in Kooperation mit der Sportvereinigung Feuerbach (Wolframstraße)

11.04.2013 5. Fitness-Kurs im STEP SPORTS & SPA STUTTGART

19.09.2013 1. Gesundheitstag der HdM

Familiengerechte Hochschule

Am 3. Dezember 2012 wurde der 1. Jahresbericht zum Audit familiengerechte Hochschule abgeschlossen. Umgesetzt wurden eine Reihe von Maßnahmen, unter anderem die verbesserte Informationsversorgung bei Fragen zu „Studieren mit Kind“ und Erstinformationen zu Pflege.

Außerdem werden Studierende bei Vereinbarkeitsfragen bei der Studienverlaufsplanung unterstützt.

Die Angebote zum Gesundheitsmanagement werden ausgebaut.

Ebenso wurde die Möglichkeit etabliert, bei Vereinbarkeitsfragen dezentral arbeiten zu können.

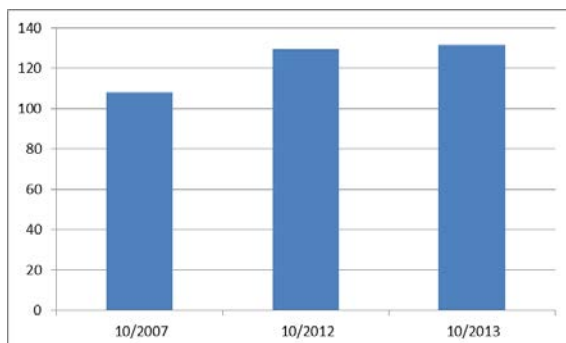
Es wurde eine Bedarfserhebung zum Thema Kinderbetreuung durchgeführt. Die Uni Stuttgart plant ein Kinderhaus mit rund 100 Plätzen. Die HdM hat einen Bedarf von etwa zehn Plätzen angemeldet. Im Juli fand ein Workshop zusammen mit der Universität Stuttgart und dem Studentenwerk statt, in dem ein Betreuungskonzept ausgearbeitet wurde. Aktuell konnten drei Belegplätze in der neu eröffneten Kindertagesstätte „Himpelchen & Pimpelchen“ zugesagt werden.

Beauftragte für Chancengleichheit

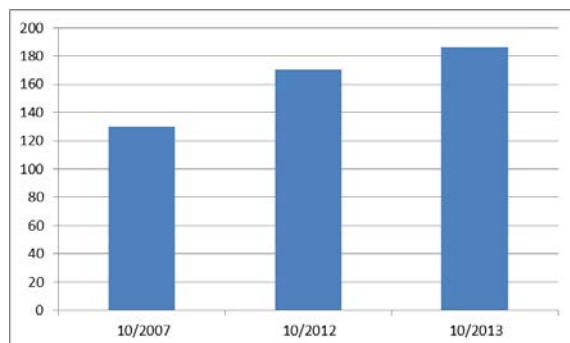
Alexandra Moroff ist in der zweiten Amtszeit Beauftragte für Chancengleichheit der Hochschule der Medien und gleichzeitig Sprecherin des Arbeitskreises der Beauftragten für Chancengleichheit der Pädagogischen Hochschulen, Hochschulen für angewandte Wissenschaften und der Dualen Hochschule in Baden-Württemberg.

In dieser Funktion war sie Mitglied der Arbeitsgruppe zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Mittelbau und den nichtwissenschaftlichen Bereich. Am 27. September 2013 wurde der Ministerin Bauer das Ergebnispapier der Arbeitsgruppe überreicht. Mehrere Veranstaltungen wurden durchgeführt, unter anderem am 22. November 2013 ein Vortrag zu Patientenverfügung und Vorsorgevollmacht.

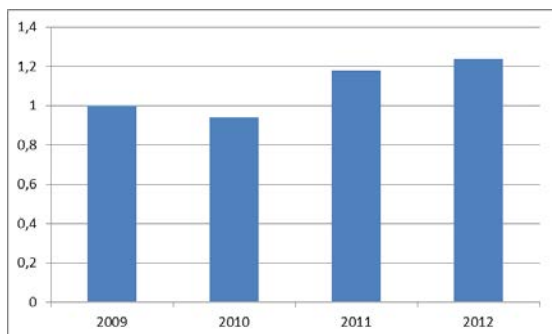
4. Auf einen Blick: Die wichtigsten Zahlen



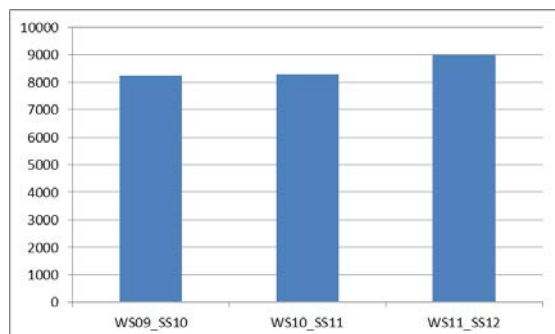
Anzahl Professorinnen und Professoren (besetzte Stellen)



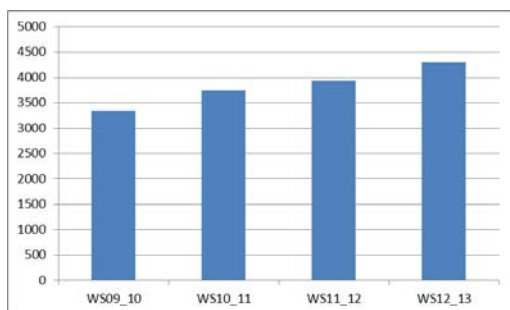
Mitarbeiterzahl



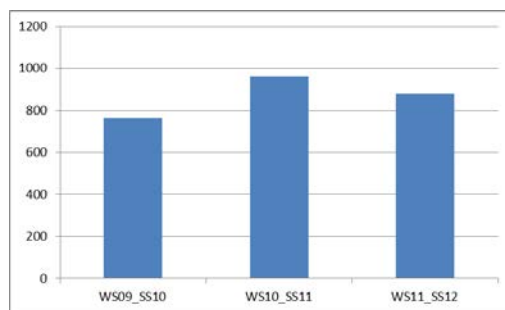
Forschung: in Mio Euro (nur anerkannte Mittel nach „AG4“)



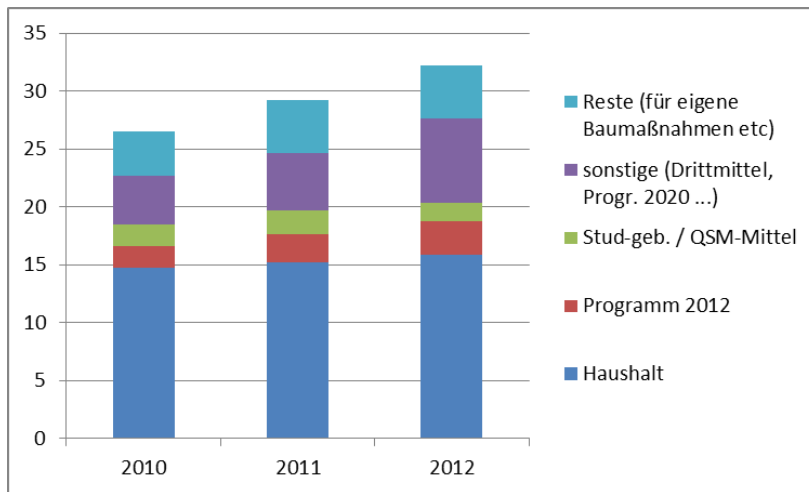
Bewerberzahl



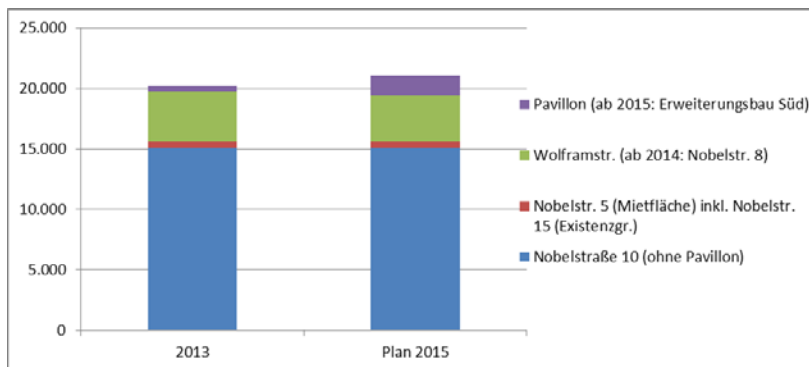
Studierende
(WS 13/14 = Sem.-anfang, Stichtag ist erst im November)



Absolventenzahl



Finanzen (gemäß Jahresabschlüssen) in Millionen Euro



Flächenentwicklung (Hauptnutzfläche in qm) von 20.237 auf 21.102 qm