HOCHSCHULE DER MEDIEN

Jahresbericht 2014

Berichtszeitraum 9/2013 – 9/2014

Impressum

Herausgeber
Hochschule der Medien
Rektor
Prof. Dr. Alexander W. Roos
Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

Bilder
HdM Stuttgart / Kim Kreiser, Mitra Schmidt, Wolfram Scheible, Alisa Augustin

Stand
26.11.2014

Auflage
45 Stück

* Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form steht.

Zertifikat seit 2011 audit familiengerechte hochschule

HfSW Hochschulföderation SüdWest

systemakkreditiert durch ACQUIN seit 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 15
3.2.1. Übersicht über das Studienangebot 15
3.2.2. Entwicklung Bachelor-Studiengänge 17
3.2.3. Entwicklung Master-Studiengänge 18
3.2.4. Lehrevaluation 18
3.3. Forschung und Transfer 18
3.4. Akademische Weiterbildung und Kooperationen 22
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 26
3.8. Entwicklung der Wettbewerbssituation 26
3.9. Wahlen 28
3.10. Gesundheitsmanagement, Familiengerechte Hochschule und Chancengleichheit 28

4. Auf einen Blick: Die wichtigsten Zahlen **30**

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". Eine leichte Reduktion der Bewerberzahlen ist wie erwartet vor allem durch den Abbau der Sonderentwicklung „doppelter Abitursjahrgang" festzustellen.

Die Umgestaltung der bestehenden Masterstudiengänge im Hinblick auf die Reorganisation von vier auf drei Semester wurde vorangetrieben. Ergänzend wurde der Studienschwerpunkt „Games" beantragt und ebenso wie der Master of Media Research genehmigt. Der Master of Media Research wird in Zukunft weitere Impulse für die angewandte Forschung an der HdM setzen können.

Die Planungen für den Start des berufsbegleitenden Masterstudiengangs Innovative Entrepreneurship gemeinsam mit der Universität Stuttgart und für den gemeinsamen Masterstudiengang mit Ryerson/Toronto wurden vorangetrieben.

Zur positiven Außenwirkung haben sehr viele Veranstaltungen beigetragen, welche durch Mitglieder der Hochschule organisiert wurden, ebenso die Weiterbildungsveranstaltungen, welche in Zusammenarbeit mit der Weiterbildungs- und Transfergesellschaft in Trägerschaft des Vereins der Freunde und Förderer organisiert wurden.

Zur Intensivierung der Internationalisierung wird das von den chinesischen Behörden im Sommer 2014 genehmigte Konfuzius-Institut beitragen.

Prozesse und Systeme

Im Bereich Verwaltung und zentrale Einrichtungen wurden zahlreiche Prozesse und Systeme verbessert (z.B. Umstieg des Intranets und Internets auf ein neue Hardware und eine neue Software-Version). Ein Organisationsanalyse-Projekt im Bereich Studienbüro und Fakultätssekretariate wurde gestartet. Ergebnisse werden bis Herbst 2014 vorliegen.

Ressourcen

Die räumliche Situation an der Hochschule ist noch nicht befriedigend, bis die eingeleiteten Baumaßnahmen abgeschlossen sind. Die Bauarbeiten am Erweiterungsbau Süd haben begonnen, ebenso der Umbau der „alten" Bibliothek in der Nobelstraße 10. Der Neubau für die Fakultät Information und Kommunikation (IuK) ist fertig gestellt und der Umzug durchgeführt. Die Sanierungsmaßnahmen bei den Dächern der Nobelstraße 10 dauern an. In die langfristige Weiterentwicklung des Campus (Campus 2030) ist die HdM eingebunden, die HdM hat Ideen für gemeinsame Entwicklungen auf dem Campusgelände eingebracht. Die gastronomische Versorgungssituation ist nach wie vor unbefriedigend. Ein Vorschlag für gemeinsame Existenzgründungsmaßnahmen hat auch zur Förderung durch das Land geführt.

Der Umzug der Fakultät IuK aus der Wolframstraße hat die gesamte Organisation stark beansprucht. Erschwert wurden der Umzug durch eine Vielzahl von Maßnahmen, welche den Verschiebungen bei den Baumaßnahmen geschuldet waren.

Besonders möchte ich mich bei den Beschäftigten der Fakultät IuK für Geduld, Ausdauer und konstruktive Mitwirkung bedanken. Ein 12 Jahre dauernder Planungs-, Umplanungs- und Bauprozess begleitet von der Insolvenz eines Bauunternehmens und Unsicherheiten bis zur letzten Minute hat ein glückliches Ende gefunden. Der Bezug des Baus ist ein wichtiger Schritt für die HdM. Wir können nun neue Synergien zwischen den Fakultäten nutzen und die Fakultät IuK kann endlich in einem adäquaten Umfeld arbeiten. Mein Dank gilt auch den Mitarbeitern der Infrastruktur, dem Rechenzentrum und der Bibliothek, die viel zum Gelingen des Umzugsprozesses beigetragen haben.

Die finanzielle Situation hat sich planmäßig entwickelt. Zusätzliche Budgets konnten für Investitionen in die Technik eingeworben werden, vor allem für den Bereich „Usability" durch die Fakultät Iuk und die Ausstattung der neuen Studios durch Fakultät Electronic Media.

Die vorliegenden Informationen zum veränderten W-Besoldungsgesetz tragen nicht zur Motivation der Leistungsträger an der Hochschule bei, ebenso sind die künftigen Auswirkungen auf die Finanzen (Programm 2012) noch nicht klar.

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

Stuttgart, Oktober 2014

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 Einordung 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).

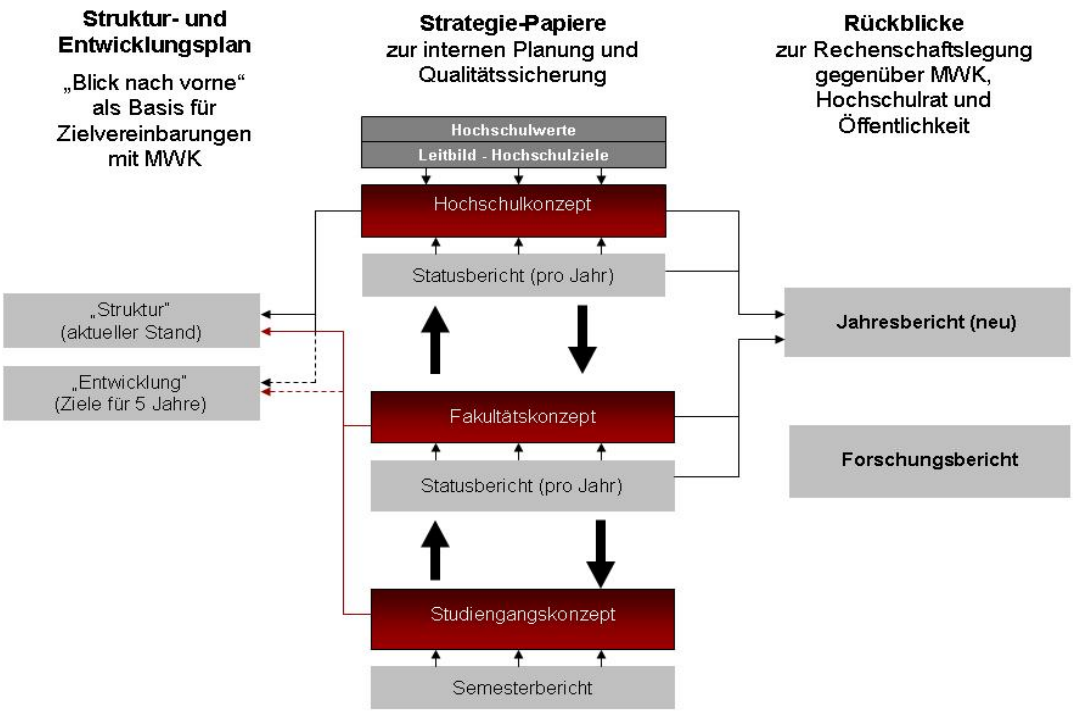


Abb. 2-1: Einordnung des SEP in das Qualitätsmanagement-System

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 Mediendienstleistungen 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.

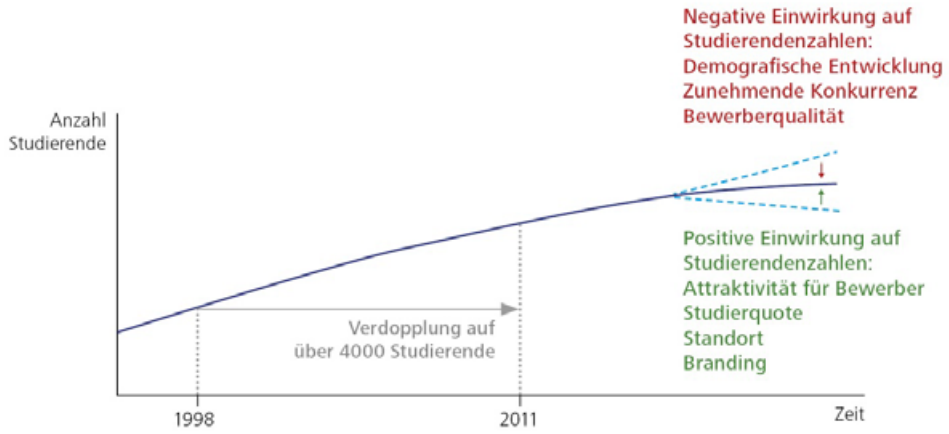


Abb. 2-3: Wachstumsperspektive der Hochschule der Medien
Eine Prognose ist schwierig, da verschiedene Einflussfaktoren, wie in der Grafik aufgezeigt, die Studierendenzahlen verändern können.

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

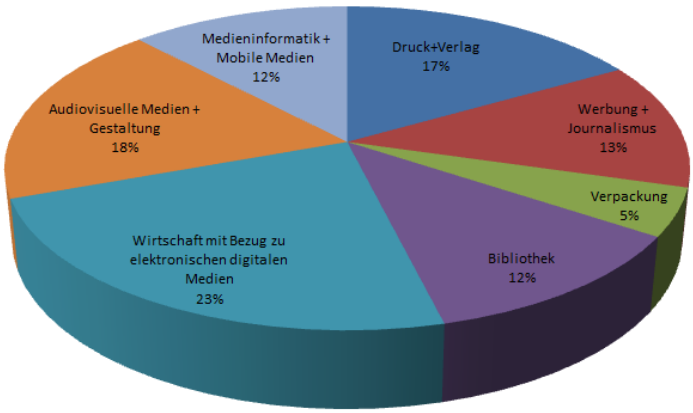


Abb. 2-4: Studierende nach Bereichen
(Prozentuale Verteilung für Bachelor und Master, Stichtag: 30.09.2014)

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

Studiengänge	Anzahl der Studienplätze MWK - Zul-Zahlen Verordnung WS 2014/15	Anzahl der Bewerbungen im Hauptverfahren (form- und fristgerecht)	Zulassungen im Hauptverfahren Bachelor: 30.07.2014 Master: 01.08.2014	Verfahrensnote WS 2014/15	Annahmefrist: Bachelor bis 11.08.14 Master bis 31.08.14	Nachrückverfahren Bachelor am 12.08.2014	Annahmen - Stand: 01.09.2014	Nachrückverfahren am 02.09.2014	Annahmefrist: Bachelor bis 15.09.2014 Master bis 25.09.2014
DCB - Zulassung nur SS									
DCV - Zulassung nur SS									
DT7	55	131	100	3,0	55	10	60		59
MI7	46	289	90	2,0	51		51		50
MMB	26	77	40	2,5	27		27		27
MP7 (VVB)	27	162	26	1,9	14	24	26	5	26
PM7 (WDB)	32	66	60	3,3	31	7	33		32
VT7	40	149	81	2,6	42		37	10	40
AM7	70	639	115	1,9	57	34	75		74
CR7	38	371	61		29	11	35	5	37
MW7	65	947	161	1,9	78		71		70
WM7 (WWB)	45	1814	120	1,7	56		53		52
BI7	95	210	200	3,2	106		103		99
ID7	55	448	80	1,8	49	11	54	5	54
OM7	35	227	55	1,9	37		37		38
WI7	50	207	110	2,6	62		61		62
Summe	**679**	**5737**	**1299**		**694**	**97**	**723**		720
BM - keine Zulassung			-	-					
CSM	17	96	32	2,2	25		25		24
DCM - nicht in ZZVO		1	1		1		1		1
EM- EMA - Audiovis.-Medien	28	87	34	1,5	25		25	6	26
EM - EMU - Unternehm.kom.	16	223	22	1,2	14		14	6	17
EM - EMW - Medienwirtschaft	16	173	23	1,2	16		16	4	19
IBM - nicht in ZZVO		1	9		5		5		6
PDM - Zulassung nur SS									
PPM	30	33	28	2,4	22		22		22
Summe	**107**	**614**	**149**		**108**		**108**		**115**
	786	6351	1448		802		831		835

Abb. 2-5: Zulassungsverfahren für das Wintersemester 2014/15

2.3. Gliederung der Hochschule

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

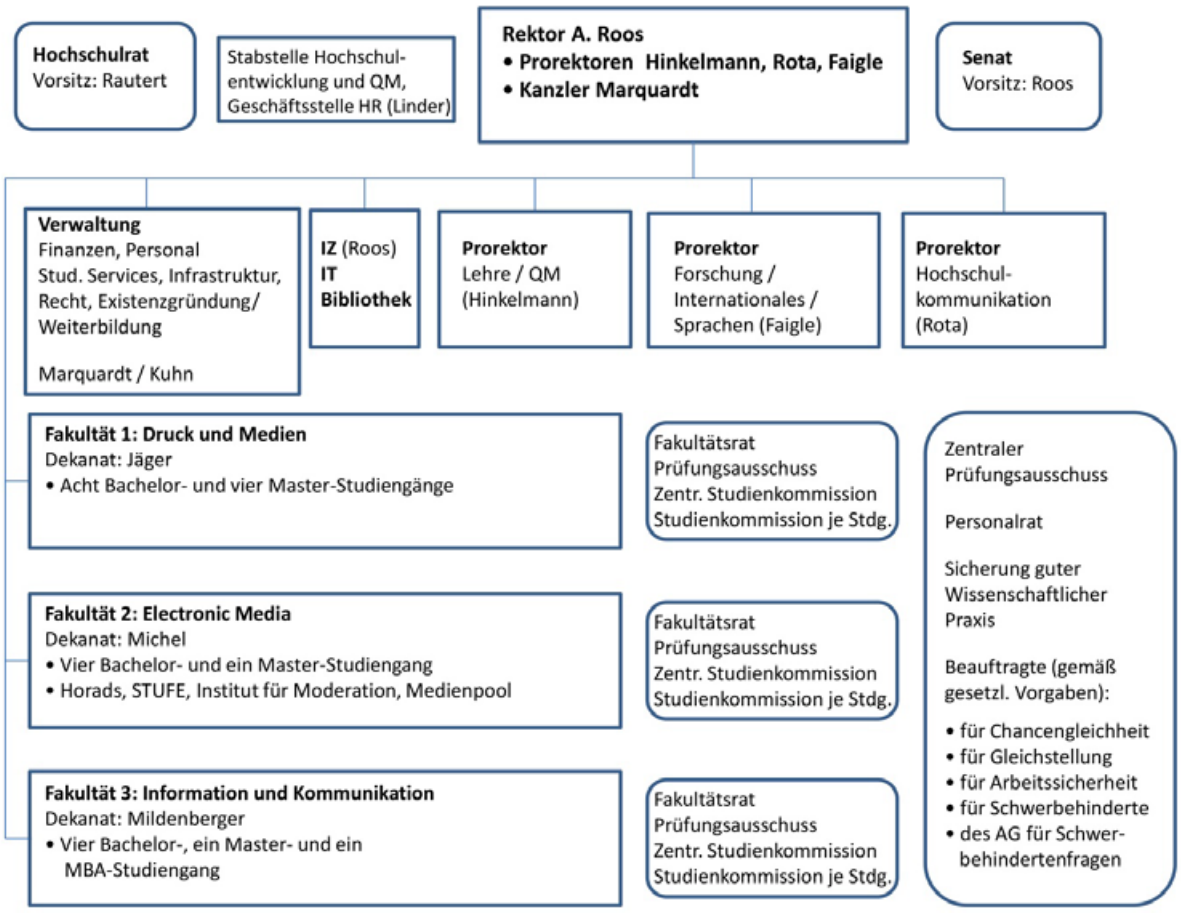


Abb. 2-6: Organigramm (Stand August 2014)

3. Aktivitäten im Berichtszeitraum

3.1. Ausgewählte Veranstaltungen

Im Berichtszeitraum wurde eine Vielzahl von Veranstaltungen bewältigt, die von der HdM oder mit HdM-Beteiligung durchgeführt wurden.

Die nachfolgende Liste weiterer Veranstaltungen erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit:

09.09.- 20.9.13	2. Summerschool für Unternehmensnachfolge
10.09 - 11.09.2013	Fachtagung des DFTA Flexodruck Fachverbandes & Firmenausstellung ProFlex
23.09.2013	Erstsemesterbegrüßung Wintersemester 2013/14
23.09.- 24.9.2013	SharePointForum Stuttgart 2013
26.09.2013	Veranstaltung: Internationale Wettbewerbsfähigkeit / International Recruiting
27.09.2013	SchülerRadioTag 2013
30.09.2013	Verleihung des Zertifikats ,,Ausgezeichnete Bibliothek"
24.09 - 26.09.2013	Hochschule der Medien auf FachPack 2013
09.10.13 - 16.01.14	Ringvorlesungen zu aktuellen Themen aus der Medienwelt
15.10.2014	i-pack-Forum
15.10.2013	2. LernradioTag
16.10.2013	Games Day und Eröffnung des Instituts für Games
22.10.2013	HdM bei „Nacht der Unternehmen“
28.10.- 30.10.2013	Schnupperstudium
06.11.2013	Infoabend für Schüler und Eltern
14.11.2013	World Usability Day 2013
20.11.2013	Studieninfotag
21.11.2013	Symposium Print Media Future Day 2013
21.11.2013	4. Fraunhofer Forum: Digitale Drucktechnik und selektives Beschichten
22.11.2013	Startup Weekend Stuttgart
27.11.2013	International Day
29.11.2013	Masterinfotag
04.12.2013	Tag der Lehre 2013
04.12.2013	Infoabend für Schüler und Eltern
06.12.2013	HdM auf Traumberuf Medien-Messe
06.12.2013	5. Studiengangstag Medienwirtschaft
09.01.2014	KuFiFe - 15. Kurzfilmfestival
13.01.2014	"Speed" - 7. Webday an der HdM
14.01.2014	IDEepolis 2014 "Anonymität und Transparenz in der Digitalen Gesellschaft"

15.01.2014	CONMEDIA 2014
16.01.2014	Werkstattgespräch mit RTL-Chefredakteur Peter Kloeppel
17.01.2014	MediaNight
25.01.2014	Master Innovation Summit
01.02.2014	Hochschule der Medien auf horizon in Stuttgart
14.02.2014	Absolventenfeier
25.02.2014	European Business Masters Cup – Finale
03/04.03.2014	Sommersemester 2014: Erstsemesterbegrüßung Fakultät 3
12.03.2014	Branchentreff: Workflow-Symposium an der HdM
13.03.- 02.07.14	Ringvorlesungen zu aktuellen Themen aus der Medienwelt
19.03.2014	4K - Realität und Zukunft - Quo vadis Resolution?
21.03.2014	Gut informiert ins Studium starten
24.03.2014	Sommersemester 2014: Erstsemesterbegrüßung Fakultäten 1 und 2
03.04.2013	Publishers Day 2014: Employer Branding - Zukunftssicherung für die Verlagsbranche
10.04.2014	PIDA 2014 - Packaging Impact Design Award
10.04.2014	Infoabend für Schüler und Eltern
14.04.2014	Schnupperstudium
25.04.2014	Wem gehört das Internet? - 3. Digital Rights Day an der HdM
09.05.2014	Stuttgarter PM-Camp: Wie können Projekte gelingen?
16.05.2014	Masterinfotag
23.05.2014	Der vermessene Besucher - 1. Web Analytics Day an der HdM
27.05.2014	i-pack
28.05.2014	Tag der Lehre 2014
24.06.2014	ProducersDAY@HdM
25.06.2014	XIII. Tag der Medienethik, Verleihung Medienethik-Awards META 2013/14
27.06.2014	Kongress "Generation Media Startup"
01.07.2014	Verlagspodium "Crossmediales Marketing"
02.07.2014	Medialounge 2014
04.07.2014	14. Gamesday - The Future of Games
04.07.2014	Fachsymposium: Die Rolle von Print im Medienmix
08.07.2014	Media Asset Management (MAM) im Kontext der Cloud
10.07.2014	MediaNight
22.07.2014	Strategietagung der Hochschule der Medien
22.07.2014	Eröffnung Ausstellung "Chroma256"
01.08.2014	Absolventenfeier
19.08.2014	horads 88,6 Infoabend

Die HdM entwickelt ihre Printprodukte, wie den Studienführer oder die First Steps, ständig weiter. Das gilt auch für Informationsveranstaltungen, die regelmäßig für unterschiedliche Zielgruppen angeboten werden: für Schüler, Eltern, Lehrer oder Berufsberater. Schnupperstudium oder Infoabende werden gut angenommen. Erstmals wurden im Mai Studiengangsporträts auf Zeit-Online gebucht. Im Mai 2014 lief auch eine City-Card-Kampagne zur Bewerber-Akquise („Du druckst bunter als Andy?" etc.). Außerdem lief im Berichtszeitraum die Produktion des Imagefilms, der im Herbst 2014 fertig gestellt sein wird. Es wird außerdem intensiv an der Vorbereitung des „Campus Kick-off" gearbeitet, mit dem der gemeinsame HdM-Standort gefeiert und das Gebäude in der Nobelstr. 8 eingeweiht wird.

Abb. 3-1 und 3-2: MediaNight: Event Media-Produktion „Psycho Path"

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 2014/15 bietet die Tabelle (vgl. Abb. 3-3).

	Abschluss	Studiengang	Plätze pro Jahr
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelor	• Druck- und Medientechnologie	80
		• Dt.-Chin. Druck- und Medientechnologie	10
		• Medieninformatik	92
		• Mobile Medien	51
		• Mediapublishing	54
		• Print-Media-Management	57
		• Verpackungstechnik	70
		• Dt.-Chin. Verpackungstechnik	10
	Master	• Packaging, Design und Marketing	15
		• Print and Publishing	30
		• Dt.-Chin. Drucktechnologie und Management	5
		• Computer Science and Media	34
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelor	• Audivisuelle Medien	135
		• Medienwirtschaft	130
		• Crossmedia-Redaktion/Public Relations	76
		• Werbung und Marktkommunikation	90
	Master	• Elektronische Medien mit den Schwerpunkten Audiovisuelle Medien, Medienwirtschaft und Unternehmenskommunikation	108
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelor	• Bibliotheks- und Informationsmanagement	95
		• Wirtschaftsinformatik und digitale Medien	80
		• Online-Medien-Management	55
		• Informationsdesign	55
	Master	• International Business (MBA) berufsbegleitend	15
Alle Fakultäten	Master	• Master of Media Research	6

Abb. 3-3: Studiengänge der HdM

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.
Der Favorit bei den Studiengängen ist nach wie vor Werbung und Marktkommunikation.
In der Bewerbergunst folgen Medienwirtschaft, Audiovisuelle Medien und Informationsdesign. Auch die Informatik-Studiengänge konnten punkten. Mehr junge Menschen wollen Medieninformatik, Mobile Medien oder den Masterstudiengang Computer Science and Media studieren.
Stark gewachsen ist das Bewerberinteresse für den noch jungen Bachelorstudiengang Crossmedia-Redaktion / Public Relations. Seit dem Start des Angebots im vergangenen Jahr wollen doppelt so viele Bewerber Crossmedia-Spezialisten oder PR-Experten werden. Konstant geblieben ist die Nachfrage nach Studienplätzen im Studiengang Druck- und Medientechnologie mit den Vertiefungsrichtungen Graphic Arts Technology oder Digital Publishing.

Dank der Förderung der Unternehmen Ketchum Pleon GmbH, BSH (Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH) und DSV (Deutscher Sparkassenverlag GmbH) konnten im Jahr 2014 wieder drei Deutschland-Stipendien an Studierende aus den Studiengängen Crossmedia-Redaktion, Informationsdesign und Wirtschaftsinformatik vergeben werden.

Weitere Auszeichnungen wurden u.a. für studentische Projekte, Bachelorarbeiten, Produktionen etc. vergeben, wie z.B. der Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie für Projekte von Studierenden der Studiengänge Druck- und Medientechnologie sowie Print-Media-Management.
Ferner hat ein Absolvent aus dem Studiengang Audiovisuelle Medien einen Fernsehpreis für „Outstandig Special Visual Effects“ bekommen.

Abb. 3-4: Absolventenfeier

Abb. 3-5: Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie

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.
Der forschungsorientierte und fakultätsübergreifende Master of Media Research wurde im Sommer 2014 vom Ministerium genehmigt. Studienbeginn ist Sommersemester 2015.
Der Aufbau eines gemeinsamen berufsbegleitenden Masterstudiengangs Innovative Entrepreneurship von HdM und Universität Stuttgart wird vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg im Rahmen des Programms „Initiativen zum Ausbau berufsbegleitender Masterangebote" gefördert.
Im Rahmen des Programms „Master 2016" hat die HdM für den Bereich „Games" den Zuschlag bekommen. Mit den Mitteln soll eine Professorenstelle geschaffen werden.
Die Einführung eines Double Degree Programms mit der Ryerson University in Kanada ist in Planung.

3.2.4. Lehrevaluation

Die Lehrevaluation zeigt im akademischen Jahr 2013/14 ein stabiles Bild der Wahrnehmung der Qualität der Lehre durch die Studierenden. Besonders gelobt werden die Kompetenz der Lehrenden, die Aktualität der Inhalte und die Bereitschaft auf Fragen einzugehen. Traditionell zurückhaltender sind die Studierenden bei der Bewertung ihres eigenen Lernerfolgs. Bei den veranstaltungsübergreifenden Kriterien wird die Angemessenheit der Studieninhalte am besten eingeschätzt, dahinter folgen die Studienorganisation, die Prüfungsorganisation und die Angemessenheit der vergebenen ECTS zum tatsächlichen Workload. In den offenen Rückmeldungen hinterließ der verzögerte Umzug der Fakultät IuK in die Nobelstraße Spuren im Stimmungsbild.

3.3. Forschung und Transfer

Als eine von sehr wenigen Hochschulen in Europa spezialisiert sich die HdM einerseits auf die Welt der Medien, deckt aber andererseits deren gesamte Bandbreite unter einem Dach ab und nutzt die entstehenden Synergien zwischen den einzelnen Bereichen.

Die ausgesprochen dynamische Entwicklung der Medien lässt sich in der Lehre der HdM nur dann aktuell abbilden, wenn sie durch gleichzeitige eigene Forschung nicht nur über aktuellste Ergebnisse informiert ist, sondern diese auch mit gestaltet. Daher gehören die Stärkung und der weitere Ausbau von Forschung und Wissenstransfer zu den wichtigsten strategischen Entwicklungszielen der HdM. Im Rahmen ihres Struktur- und Entwicklungsplans hat die Hochschule diesbezüglich Ziele formuliert, die in Zukunft weiter konkretisiert und aktualisiert werden müssen.

Die HdM will in Zukunft die gesellschaftlichen Megatrends bei ihren Forschungsthemen verstärkt aufgreifen. Medien beeinflussen diese Trends und werden von ihnen beeinflusst. Landes-, Bundes- und EU-Förderprogramme orientieren sich an diesen Trends. Förderinstrumente enthalten das Schlüsselthema Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), das für die Forschung an der HdM vielfältige Ansatzpunkte bietet. In vielen Branchen, wie z.B. Automobil, Automatisierung und Maschinenbau, Energie und im Gesundheitssektor, wirken IKT als Wachstumsbeschleuniger und Innovationstreiber. Daraus ergeben sich zahlreiche Ansätze für Projektpartnerschaften. Digitale Medien werden darüber hinaus als Mittel zur Gewinnung neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse eingesetzt (z.B.: Eye-Tracking, Simulationen). Sie bieten damit eine wichtige Grundlage für verschiedenste Forschungsbereiche und tragen zur Lösung von gesellschaftlichen Herausforderungen bei.

Auf Grund ihrer besonderen Ausgestaltung sieht die HdM Chancen, sich auch und gerade im Bereich der Forschung im Differenzierungswettbewerb der Hochschulen universitätsähnliche Handlungsspielräume zu erarbeiten.

Promotionen (rund 30 an der HdM ausgeführte und gleich viele an anderen Hochschulen von HdM-Professoren mitbetreute Vorhaben), Bücher, Patente, wissenschaftliche Veröffentlichungen und Vorträge auf selbstveranstalteten oder anderen Kongressen belegen die Qualität der HdM-Forschung.

In der Forschungslandkarte der deutschen Rektorenkonferenz ist die HdM mit den Feldern „Medientechnik“ und „Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Medien“ vertreten.

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

Das Thema Forschung an Fachhochschulen gewinnt sowohl überregional als auch HdM-intern an Bedeutung. Zu nennen sind hier die von der bundesweiten Hochschulrektorenkonferenz aufgestellte „Forschungslandkarte“ für die Universitäten, die um die Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) erweitert wurden. Außerdem wurde von der Konferenz der HAW-Rektoren des Landes Baden-Württemberg, das „Baden Württemberg Center of Applied Research“ (BW-CAR), ein virtuelles Institut für die Spitzenforschung, an den Fachhochschulen des Landes eingerichtet. Die HdM arbeitet an beiden Projekten mit.

Vor diesem Hintergrund war es angebracht, die Forschung an der HdM weiter zu systematisieren. Zur Schärfung des Forschungsprofils der HdM wurden übergeordnete profilbildende Forschungsschwerpunkte („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 sollen neue Forschungsrichtungen anstoßen und sich dabei auch mit anderen Disziplinen vernetzen. Seit 2013 wurden fünf Leuchttürme besonders herausgestellt und unter anderem finanziell stärker unterstützt:

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

Eine wichtige Positionierungsmaßnahme ist eine Promotionsperspektive für Absolventen der HdM. 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 und neuerdings ein Abkommen, das kooperative Promotionen an der HdM in Zusammenarbeit mit der Swansea University in Großbritannien auf eine vertragliche Basis stellt. 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. 2014 wurde gemeinsam mit der Universität Linkjöping eine Promotion abgeschlossen.

In neue Technologien in Forschung und Lehre wird durch die Fakultäten und im Rahmen der zentralen Investitionsvorhaben laufend investiert.

Fünf Beispiele werden stellvertretend für die Forschungsaktivitäten im Berichtszeitraum nachfolgend vorgestellt:

Projekt	Design4Xperience
Beschreibung	Das Projekt beantwortet die Frage, wie man kleine und mittlere Softwareunternehmen gezielt unterstützen kann, positive Nutzungserlebnisse in ihre Prozesse und Produkte zu integrieren
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Michael Burmester
Drittmittelgeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie mit einem Gesamtfördervolumen von 359.678 Euro
Projektdauer	1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2016

Projekt	Open Tools for scene referred Film Production
Beschreibung	In dem Projekt sollen Werkzeuge entwickelt werden, die den Gestaltungsspielraum von Filmemachern und Fotografen mit Digitalkameras erweitern.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Bernd Eberhardt; Prof. Stefan Grandinetti
Drittmittelgeber	MFG, Karl-Steinbuch-Forschungsprogramms mit einem Gesamtfördervolumen von 67.000 Euro
Projektdauer	01. November 2013 bis 20. April 2015

Projekt	Prosperity4all
Beschreibung	Dieses Projekt arbeitet an einer neuen Generation von Web- und anderen Anwendungen mit personalisierten Benutzerschnittstellen, die sich automatisch auf die Bedürfnisse ihrer Benutzer anpassen (auch für ältere Benutzer und Benutzer mit Behinderungen). Das Projekt befasst sich insbesondere mit der Erforschung und Entwicklung von geeigneten Plattformen und Methoden, um personalisierte Benutzerschnittstellen auf einfache und kostengünstige Art und Weise zu erzeugen.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Gottfried Zimmermann
Drittmittelgeber	EU 7th Framework Programme mit einem Gesamtfördervolumen von 526.112 Euro
Projektdauer	1. Februar 2014 bis 01. Januar 2018

Projekt	Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum: Situationsanalyse und Entwicklungsperspektiven
Beschreibung	Das Projekt hat zum Ziel, eine Daten- und Informationsgrundlage für die Entwicklung und die wirtschaftspolitische Förderung der Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum zu erheben, zu analysieren und Maßnahmen vorzuschlagen
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Martin Engstler, Prof. Holger Nohr
Drittmittelgeber	Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg mit einem Gesamtfördervolumen von 87.450 Euro
Projektdauer	1. Oktober 2012 bis 20. September 2014

Projekt	KoSiF
Beschreibung	In dem Projekt sollen die Basistechnologien und Technologien für zusätzliche Funktionalität erforscht, bewertet und technologisch aufeinander abgestimmt werden, die für die Herstellung zukünftiger SiF-Produkte notwendig sind.
Projekt-Leiter	Prof. Dr. Gunter Hübner
Drittmittelgeber	BMBF mit einem Gesamtfördervolumen von 283.680 Euro
Projektdauer	01. Januar 2013 bis 30. Juni 2016

Die HdM war bei der Einwerbung von Projektmitteln im Bereich Hochschuldidaktik im akademischen Jahr 13/14 sehr erfolgreich. Im Rahmen verschiedener Förderprogramme auf Landesebene konnten Lehrende der HdM knapp 200.000 Euro einwerben. Zudem wird die hochschulübergreifende Verankerung (HdM und Uni Stuttgart) der berufsbegleitenden Weiterbildung vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg im Rahmen des Programms „Initiativen zum Ausbau berufsbegleitender Masterangebote“ unterstützt. Der Förderbetrag beträgt 600.000 Euro für die Dauer von fünf Jahren.

3.4. Akademische Weiterbildung und Kooperationen

Die Weiterbildungsaktivitäten werden in enger Kooperation mit der HdM Weiterbildungs- und Transfergesellschaft vorangetrieben, welche vom Verein der Freunde und Förderer der HdM getragen wird.

3.5. Internationalisierung

Der flächendeckende englische Eingangssprachtest hat sich bewährt. Die English Minor Programme wurden gestartet und ausgebaut. Es wurden auch neue Angebote entwickelt, wie z.B. die Online-Lehrplattform „BI Academy" im Studiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien.
Das geplante Konfuzius-Institut an der HdM wurde seitens der chinesischen Behörden (Hanban) genehmigt. Der Vertrag zur Gründung des Instituts wurde unterschrieben. Partner der HdM sind die Universität Hohenheim und die Pekinger Hochschule Beijing Institute of Graphic Communication.

3.6. Organisationsentwicklung

Interne Audits wurden wie geplant durchgeführt und das Qualitätsmanagement weiterentwickelt.
Ein Organisationsanalyseprojekt für den Bereich Studienbüro und Fakultätssekretariate wurde gestartet. Der Umzug der Fakultät Information und Kommunikation aus der Wolframstraße hat die gesamte Organisation stark beansprucht. Erschwert wurden der Umzug durch eine Vielzahl von Maßnahmen, welche den Verschiebungen bei den Baumaßnahmen geschuldet waren.
Der Struktur- und Entwicklungsplan der Hochschule der Medien für den Zeitraum 2012 bis 2017 wurde vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst genehmigt.
Die Hochschulleitung veranstaltete im Juli 2014 mit ausgewählten Angehörigen der Hochschule eine Strategietagung. Die ganztägige Veranstaltung soll als Impuls für die Weiterentwicklung der HdM in den Bereichen Lehre, Internationalisierung, Forschung, Vernetzung und Weiterbildung dienen.

3.7. Ressourcen

3.7.1. Personal

Einen Überblick zur Personalentwicklung zeigt die Abbildung 3-7. Die Zahl der Beschäftigungsverhältnisse hat sich weiter erhöht.

Vollzeitäquivalente an der HdM	IST 10/2007		IST 10/2012		IST 10/2013		IST 10/2014	
	Prof	Besch.	Prof.	Besch	Prof	Besch	Prof	Besch
Fakultät 1 (Gründerz. bis 2013)	42	26	52,51	36,75	52,34	42,15	51,83	36,60
Fakultät 2 (inkl. HoRads)	32	22,5	42,00	26,20	44,33	25,55	49,00	32,05
Fakultät 3	32	14,0	35,00	22,05	34,83	23,3	33,50	21,45
•Zentrale Verwaltung / Internationales / AAA (inkl. HoRads bis 2010)	0	42,1	0,00	40,75		51,4		59,95
Gründerzentr. ab 2014 • IQF/Hochschuldidaktik			0,00	11,30		8,50		10,50
Bibliothek	0	6,7	0	6,28		7,28		5,28
IZ-IT	0	6,5	0,00	9,00		8,00		8,50
IAF (inkl. Zentren) und IAF-Projekte	0	12	0	17,76		19,72		18,6
Summe	108	129,8	129,51	170,00	131,50	185,90	134,33	192,93

Abb. 3-6: 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.

Abb. 3-7: Jahresabschluss 2013

Budgetbericht der Hochschule der Medien Stuttgart - Jahresabschluss 2013

HOCHSCHULE DER MEDIEN

		Planung 2013 *	Hochschule gesamt (IST)	Vergleich IST 2012 zu 2013 in %	Fakultät DM (IST)	Vergleich IST 2012 zu 2013 in %	Fakultät EM (IST)	Vergleich IST 2012 zu 2013 in %	Fakultät IuK (IST)	Vergleich IST 2012 zu 2013 in %	Internationales (IST)	Bibliothek (IST)	IZ-IT (IST)	Forschung & Entwicklung (IST)	Marketing (IST)	Studentische Vorhaben (IST)	Gebäude Infrastruktur (IST)	Hochschule Allgemein (IST)
Budget	**1. Allg. Haushalt (inkl. Reste)**	**17.224.823**	**18.463.572**	3,5%	**4.827.383**	2,4%	**3.892.706**	-0,5%	**3.419.079**	7,1%	**127.588**	**277.559**	**371.189**	**635.091**	**275.249**	**0**	**2.278.713**	**2.359.015**
	1.1 Mittel für Personal auf Stellen	13.632.300	*13.632.300*	2,8%	*4.545.464*	6,8%	*3.559.570*	0,4%	*3.124.841*	4,8%	*82.101*	*273.975*	*287.786*	*42.621*	*140.173*	*0*	*481.300*	*1.094.469*
	1.2 Haushaltsmittel Ansatz	1.306.900	*1.346.000*	5,8%	*-50.240*	-125,7%	*175.473*	19,6%	*64.367*	-37,2%	*25.000*	*0*	*78.000*	*325.116*	*105.000*	*0*	*234.500*	*388.784*
	1.3 Mittel für Erstausstattung	0	*500.000*	38,9%	*0*		*0*				*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*500.000*	*0*
	1.4 Haushaltsmittel Reste aus 2012	**1.054.000**	*1.485.825*	8,4%	*332.159*	26,6%	*157.663*	-28,3%	*229.871*	114,7%	*20.487*	*3.584*	*5.403*	*267.354*	*30.076*	*0*	*107.290*	*331.938*
	1.5 Reste Mittel Erstausstattung	**881.623**	*881.623*		*0*		*0*		*0*		*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*881.623*	*0*
	1.6 Schöpfungsmittel aus Stellen	**250.000**	*500.824*		*0*		*0*		*0*		*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*74.000*	*426.824*
	1.7 Einsparauflagen des Landes BW (Abzug)	**100.000**	*117.000*		*0*		*0*		*0*		*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*117.000*
	2. QSM - *Ersatzmittel Studiengebühren*	**2.533.000**	**3.101.193**	8,5%	**561.794**	-27,4%	**462.078**	33,1%	**607.270**	-21,8%	**249.026**	**192.960**	**137.170**	**44.534**	**0**	**45.801**	**0**	**800.560**
	2.1 QSM 2013	1.900.000	*2.386.744*		*447.813*		*360.164*		*269.423*		*195.000*	*140.000*	*108.000*	*10.000*	*0*	*38.000*	*0*	*818.344*
	2.2 QSM Reste aus 2012	633.000	*714.449*		*113.981*		*101.914*		*337.847*		*54.026*	*52.960*	*29.170*	*34.534*	*0*	*7.801*	*0*	*-17.784*
	2. Reste aus Studiengebühren	**150.000**	**193.207**		**193.207**		**0**		**0**		**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	Zwischensumme	**19.907.823**	**21.564.765**		**5.389.177**		**4.354.784**		**4.026.349**		**376.614**	**470.519**	**508.359**	**679.625**	**275.249**	**45.801**	**2.278.713**	**3.159.575**
	3. Hochschule 2012	**3.023.875**	**3.119.500**	7,1%	**1.683.000**	3,4%	**1.215.500**	10,3%	**221.000**	20,9%	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	4. Zuweisungen aus anderen Kapiteln	**5.653.313**	**8.289.517**	74,7%	**95.571**	-60,7%	**77.390**	-43,4%	**0**		**15.641**	**32.963**	**113.882**	**260.304**	**0**	**0**	**5.075.318**	**2.618.448**
	Zwischensumme	28.585.011	32.973.782		7.167.748		5.647.674		4.247.349		392.255	503.482	622.241	939.929	275.249	45.801	7.354.031	5.778.023
	5. Einnahmen Drittmittelprojekte	**3.775.000**	**3.993.724**	0,8%	**536.591**	1,5%	**274.102**	-18,1%	**245.052**	-12,4%	**352.691**	**0**	**0**	**1.825.955**	**43.371**	**0**	**0**	**715.961**
	5.1 Reste Drittmittel aus Vorjahr 2012	1.400.000	*1.804.144*	26,7%	*303.659*		*151.846*		*103.541*		*90.843*	*0*	*0*	*911.692*	*13.733*	*0*	*0*	*228.830*
	5.2 Einnahmen Drittmittel 2013	2.375.000	*2.189.580*	-13,7%	*232.932*		*122.256*		*141.511*		*261.848*	*0*	*0*	*914.263*	*29.638*	*0*	*0*	*487.131*
	Gesamt	**32.360.011**	**36.967.506**	14,4%	**7.704.339**	-2,3%	**5.921.776**	1,5%	**4.492.401**	1,3%	**744.946**	**503.482**	**622.241**	**2.765.884**	**318.620**	**45.801**	**7.354.031**	**6.493.984**
verausgabtes Budget *1	**1. Allg. Haushalt**	**17.224.823**	**16.909.266**	2,0%	**4.715.243**	7,1%	**3.785.005**	-0,4%	**3.257.108**	6,1%	**105.015**	**277.119**	**359.495**	**485.998**	**260.790**	**0**	**1.672.901**	**1.990.593**
	Allg. Haushalt - Reste für 2014		1.554.305		112.140		107.701		161.971		22.573	440	11.694	149.093	14.459	0	605.812	368.422
	2. Studiengebühren/QSM (inkl. Festlegungen)	**2.683.000**	**2.592.102**	12,8%	**617.849**	17,7%	**408.424**	65,5%	**493.897**	-29,0%	**206.511**	**193.480**	**124.636**	**19.604**	**0**	**41.640**	**0**	**486.061**
	QSM - Reste für 2014		555.741		-56.055		100.304		113.373		42.515	-520	12.534	24.930	0	4.161	0	314.499
	3. Hochschule 2012 (inkl. Festlegungen)	**3.023.875**	**3.027.808**	4,2%	**1.627.551**	0,0%	**1.215.500**	10,4%	**184.757**	3,3%	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	Hochschule 2012 - Reste für 2014		91.692		55.449		0		36.243		0	0	0	0	0	0	0	0
	4. Zuweisungen aus anderen Kapiteln	**5.653.313**	**6.273.723**	47,5%	**95.571**	-39,5%	**46.518**	-51,8%	**0**		**15.641**	**19.534**	**63.026**	**230.983**	**0**	**0**	**3.627.176**	**2.175.275**
	Weitere Zuweisungen - Reste für 2014		700.197		85.099		40.390		0		0	13.429	23.136	9.869	0	0	85.099	443.173
	5. Ausgaben auf Drittmittelprojekten	**3.775.000**	**2.406.463**	9,3%	**265.018**	15,5%	**116.154**	-38,2%	**123.731**	-29,8%	**251.254**	**0**	**0**	**1.227.365**	**47.873**	**0**	**0**	**375.068**
	Drittmittelprojekte - Reste für 2014		1.902.889		299.134		146.880		121.321		101.437	0	0	598.590	-4.502	0	299.134	340.894
	Gesamt	**32.360.011**	**31.209.360**	10,5%	**7.321.231**	5,5%	**5.571.602**	2,5%	**4.059.493**	-1,5%	**578.420**	**490.134**	**547.157**	**1.963.951**	**308.662**	**41.640**	**5.300.076**	**5.026.995**

* Planungszahlen 2013 basieren auf der Liste für den Hochschulrat August 2013

*1 Festlegungen werden gerechnet wie verausgabtes Budget

Stand 04.03.2014

3.7.3. Technische Infrastruktur und Bibliothek

Der Berichtszeitraum 2013/2014 stand für die Bibliothek und das Rechenzentrum überwiegend im Zeichen des Umzugs in den Neubau.

Abb. 3-8 und 3-9: Neue Hochschulbibliothek

3.7.4. Baumaßnahmen

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

a) Die Baumaßnahmen beim „Erweiterungsbau Süd" wurden begonnen. Erste Verspätungen sind bereits eingetreten (Zulieferprobleme eines Unterlieferanten). Mögliche Auswirkungen auf den Fertigstellungtermin sind noch unklar.
b) Brandschutz und Sanierung undichter Dächer: Die vom Universitätsbauamt geplanten und finanzierten umfangreichen Maßnahmen wurden weitergeführt.
c) Die Umbaumaßnahmen in der alten Bibliothek wurden begonnen. Teil 1 der Maßnahmen (Errichtung von 3 Seminarräumen bzw. PC-Pools) ist abgeschlossen.
d) Die Errichtung des Baus für die Fakultät Information und Kommunikation ist abgeschlossen. Die eingetretenen Verspätungen hatten eine Vielzahl von Umplanungen und Sondermaßnahmen seitens der HdM zur Folge.

Abb. 3-10: Baubeginn „Erweiterungsbau Süd"

3.8. Entwicklung der Wettbewerbssituation

Die HdM als Medienhochschule positioniert sich als größte Ausbildungseinrichtung im Medienbereich in der Region Stuttgart in einer vielfältigen Bildungs- und Ausbildungslandschaft. Medienstudiengänge sind von Studienbewerbern enorm gefragt. Dies zeigt sich an den hohen Bewerberzahlen für Studiengänge der HdM. Gleichzeitig ist die Zahl der v.a. privaten Anbieter von Medienstudiengängen im Raum Stuttgart stark angestiegen. Für Studienbewerber ist dieses Angebot mittlerweile unübersichtlich und hinsichtlich vorhandener Qualitätsunterschiede (z.B. in den Ausbildungsinhalten, den Abschlussarten, der Studiendauer etc.) kaum zu durchschauen.
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 ist bestrebt, eine Hochschule zu werden, die universitäre Handlungsspielräume hat. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Kernbereiche Studium und Lehre, Forschung, Internationalisierung sowie Infrastruktur möchte sich die HdM deutlich von den Wettbewerbern differenzieren.

Die nachfolgende Liste der Hochschulen in der Rektorenkonferenz der HAWs zeigt die Größenverhältnisse bei den staatlichen Hochschulen in Baden-Württemberg (Stichtag 01.01.2014):

Hochschule/HAW	Prof.-stellen GESAMT
Ludwigsburg - Ev.	26,5
Freiburg - Ev.	26,5
Schwäbisch Gmünd	29,0
Rottenburg	31,0
Freiburg - Kat.	35,0
Kehl - Verwaltung	45,5
Biberach	82,0
Ludwigsburg - Verwaltung	87,0
Albstadt-Sigmaringen	95,5
Ravensburg-Weingarten	103,0
Nürtingen-Geislingen	135,0
Stuttgart (Technik)	138,0
Stuttgart (Medien)	145,0
Ulm	147,0
Offenburg	151,0
Aalen	166,0
Reutlingen	171,0
Konstanz	173,0
Mannheim	180,5
Furtwangen	193,0
Pforzheim	201,0
Karlsruhe	227,0
Esslingen (Technik)	237,0
Heilbronn	244,0

3.9. Wahlen

Am 30. April 2014 wurden die Mitglieder des Senats und der Fakultätsräte 1 bis 3 sowie die Verfasste Studierendenschaft (VS) neu gewählt. Die Amtszeit beginnt am 1. Oktober 2014. Die Professoren und Mitarbeiter haben eine Amtszeit von 4 Jahren, die studentischen Vertreter werden für 1 Jahr gewählt.

In der Folge wurden in den einzelnen Fakultäten die Wahlen für das Dekanat und die Studiendekane durchgeführt. Folgenden Ergebnisse wurden für die Dekanate festgestellt:

Fakultät Druck und Medien
Dekan: Prof. Dr. Edmund Ihler
Prodekane: Prof. Dr.-Ing. Heinrich Witting, Prof. Dr. Michael Herrenbauer,
Prof. Dr. Joachim Charzinski

Fakultät Electronic Media
Dekan: Prof. Dr. Burkard Michel
Prodekane: Prof. Dr. Michael Weißhaupt, Prof. Dr. Thomas Keppler

Fakultät Information und Kommunikation
Dekan: Prof. Dr. Udo Mildenberger
Prodekan/Prodekanin: Prof. Dr. Michael Burmester, Prof. Cornelia Vonhof

3.10. Gesundheitsmanagement, Familiengerechte Hochschule und Chancengleichheit

Gesundheitsmanagement

Der Steuerkreis zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement besteht aus fünf internen und zwei externen Mitgliedern. Im Wintersemester 2013/2014 und im Sommersemester 2014 fanden unter anderem folgende Aktivitäten statt:

25.09.2013 Yoga (12 Termine á 90 Minuten)
01.10.2013 Rückenfit in Kooperation mit der Sportvereinigung Feuerbach (12 Termine à 60 Min.)
26.09.2013 6. Fitness-Kurs im STEP SPORTS & SPA STUTTGART (10 Termine à 60 Min.)
18.03.2014 Rückenfit in Kooperation mit der Sportvereinigung Feuerbach (12 Termine à 60 Min.)
19.03.2014 Yoga (12 Termine à 90 Minuten)
20.03.2014 7. Fitness-Kurs im STEP SPORTS & SPA STUTTGART (10 Termine à 60 Min.)
03.07.2014 8. Fitness-Kurs im STEP SPORTS & SPA STUTTGART (10 Termine à 60 Min.)

Montags	Mobile Massage (alle 2 Wochen)
Dienstags	Treff der Laufgruppe
Dienstags	Badminton

Familiengerechte Hochschule

Im Dezember 2013 wurde der 2. Jahresbericht zum Audit familiengerechte Hochschule abgeschlossen. Umgesetzt wurden eine Reihe von Maßnahmen, unter anderem die verbesserte Informationsversorgung bei Fragen zu „Studieren mit Kind". Die Verfasste Studierendenschaft hat ein Referat „Studieren mit Kind" eingerichtet. Außerdem werden Studierende bei Vereinbarkeitsfragen bei der Studienverlaufsplanung unterstützt. Es wurde eine Facebookgruppe für Studierende mit Kind zum Austausch gegründet und ein Flyer verteilt.

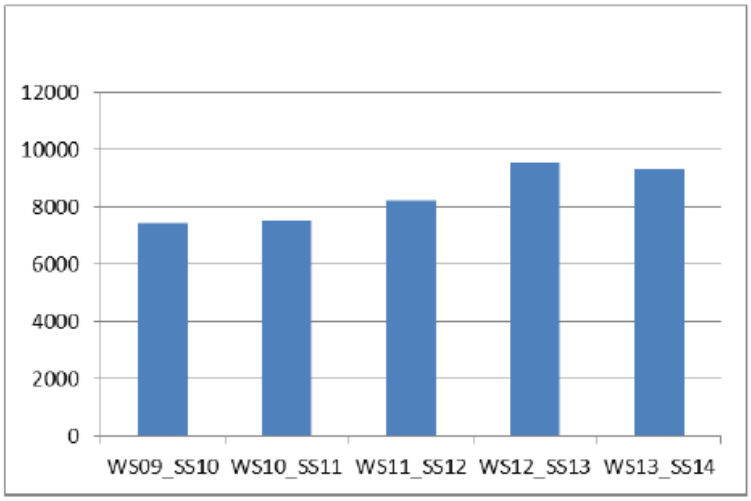
Ebenso wurde die Möglichkeit etabliert, bei Vereinbarkeitsfragen dezentral arbeiten zu können. HdM-Angehörige, die sich in Elternzeit befinden, werden zu Veranstaltungen eingeladen.

Momentan befindet sich die HdM in der Re-Auditierung zur familiengerechten Hochschule. Das Zertifikat wird voraussichtlich im Dezember 2014 erteilt.

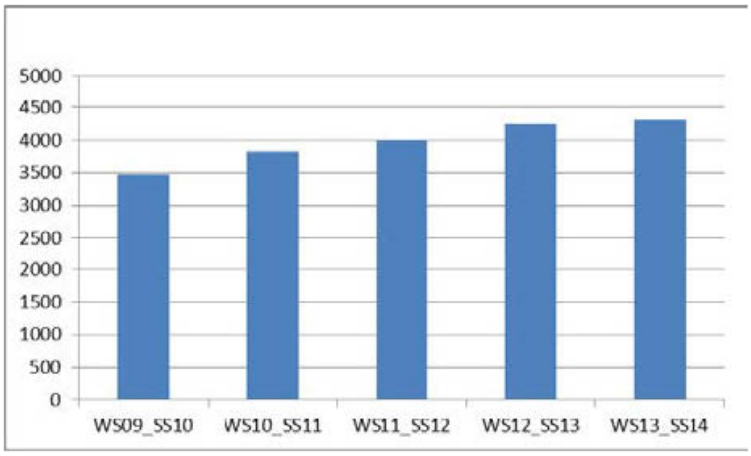
Beauftragte für Chancengleichheit

Frau Alexandra Rambacher wurde mit Wirkung zum 29.04.2014 in ihrem Amt als Beauftragte für Chancengleichheit der Hochschule der Medien bestätigt. Frau Andrea Asche wurde als ihre Stellvertreterin bestellt. Die Amtszeit beträgt vier Jahre.
Alexandra Rambacher ist gleichzeitig Sprecherin des Arbeitskreises der Beauftragten für Chancengleichheit der Pädagogischen Hochschulen, Hochschulen für angewandte Wissenschaften und der Dualen Hochschule in Baden-Württemberg.

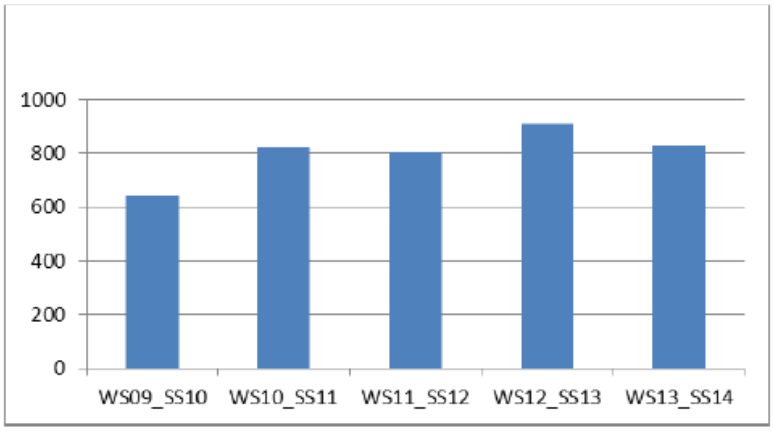
4. Auf einen Blick: Die wichtigsten Zahlen



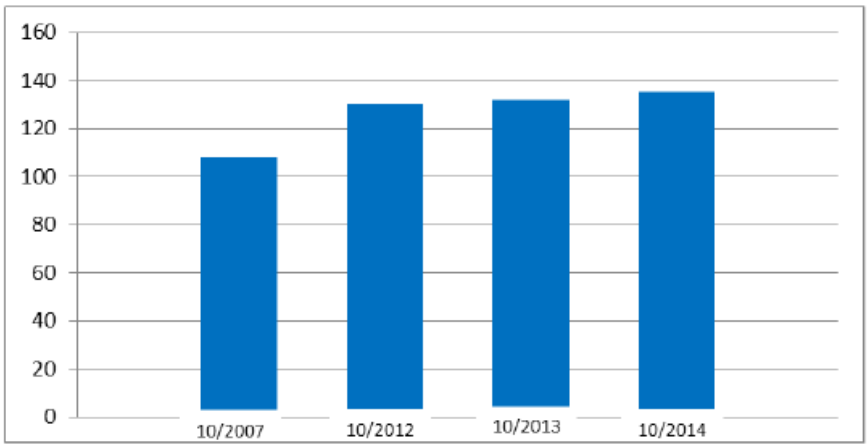
Anzahl der Bewerber (Abschwächung wegen Doppeljahrgang 2012)



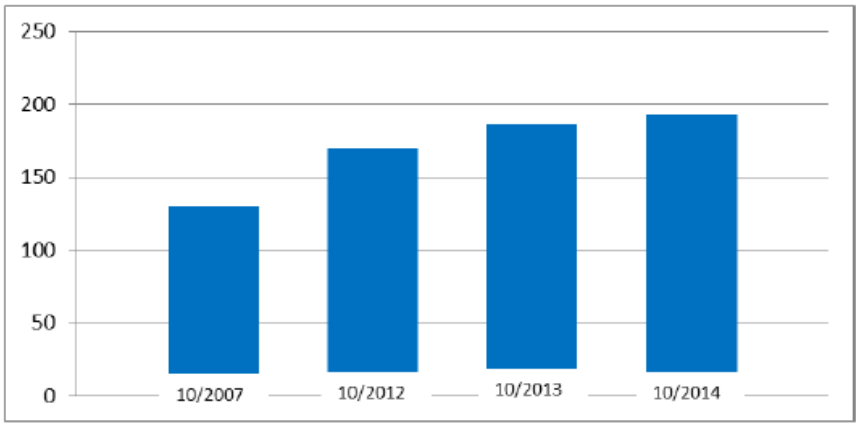
Anzahl der Studierenden (Durchschnitt pro Jahr)



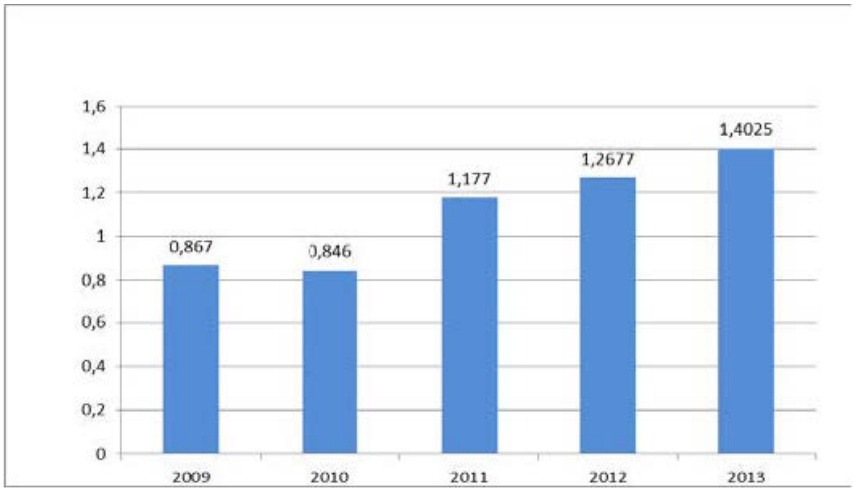
Anzahl der Absolventen



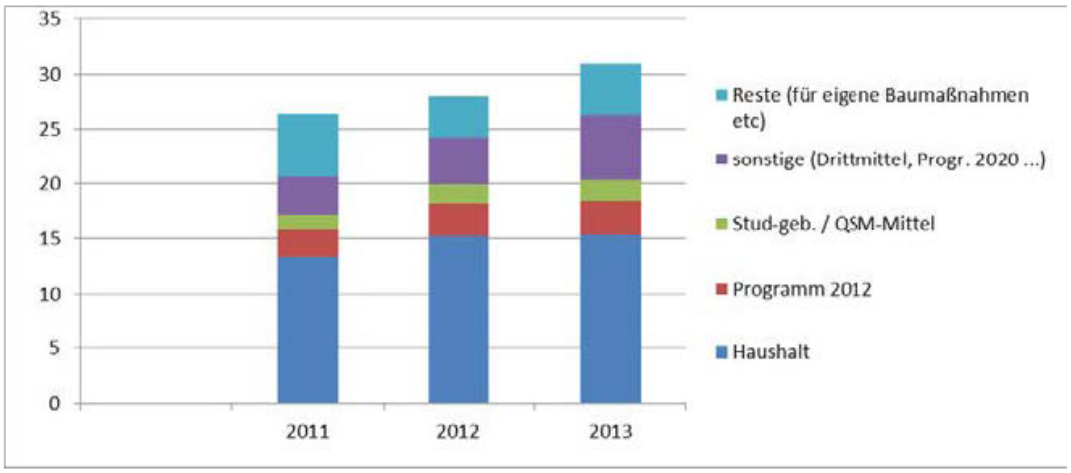
Anzahl der Professorinnen und Professoren (besetzte Stellen)



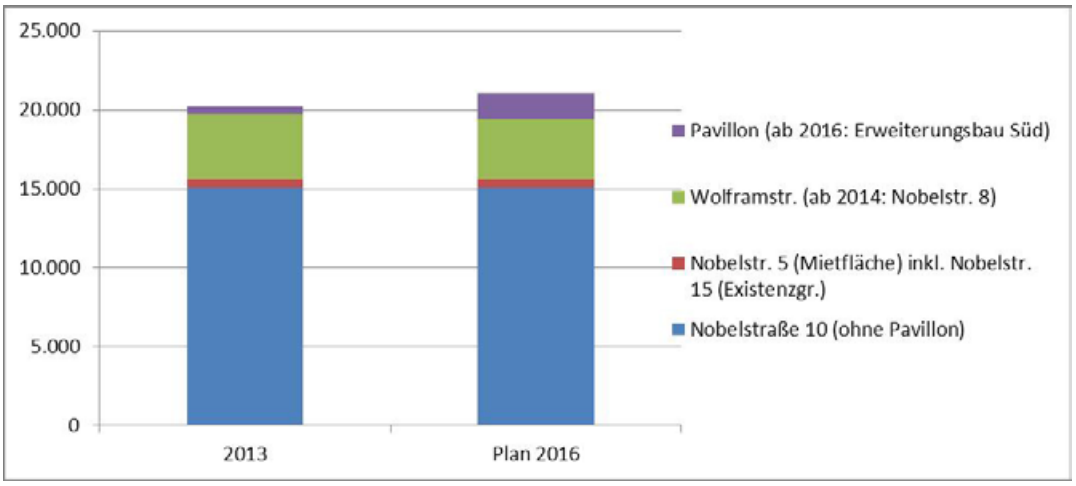
Anzahl der Beschäftigten



Anerkannte Forschungsdrittmittel nach AG IV in Mio. Euro



Finanzen (gemäß Jahresabschlüssen) in Millionen Euro



Flächenentwicklung (Hauptnutzfläche in qm) von 20.237 auf 21.102 qm