



Struktur- und Entwicklungsplan 2012 - 2017

Struktur- und Entwicklungsplan

Dritter 5-Jahres-Plan der HdM

Hochschule der Medien Stuttgart

1. September 2012 bis 31. August 2017

Stellungnahme Senat am

19. Oktober 2012

Beschluss Hochschulrat am

28. November 2012

Vorlage vorbehaltlich der Zustimmung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg gemäß Paragraph 7 (2) LHG.



Eine Hochschule der



Impressum

Herausgeber

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

Redaktion und Gestaltung Struktur- und Entwicklungsplan

Alexander Roos, Franziska Böhl

Redaktion Gleichstellungsplan

Alexandra Moroff, Cornelia Vonhof

Der Struktur- und Entwicklungsplan ist nur dienstlich zu verwenden.

* 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.

Inhaltsverzeichnis

1. Management Summary	7
2. Planungsbasis	9
2.1. Selbstverständnis und Strategie.....	9
2.1.1. Einordnung in das Qualitätsmanagement	9
2.1.2. Leitbild	11
2.1.3. Vision und Strategie	13
2.2. Ausgangssituation	14
2.3. Gliederung der Hochschule	17
2.4. Umfeldanalyse	18
2.4.1. Studienbewerber	18
2.4.2. Das wissenschaftliche Umfeld der Region	20
2.4.3. Akzeptanz im Arbeitsmarkt	21
3. Handlungsfelder und Ziele	23
3.1. Überblick	23
3.2. Studium und Lehre	25
3.2.1 Übersicht über das Studienangebot	25
3.2.2 Entwicklung Bachelor-Studiengänge	26
3.2.3 Entwicklung Master-Studiengänge	28
3.3. Forschung und Transfer	29
3.3.1. Felder für Forschung und Transfer	29
3.3.2. Kooperationspartner	32
3.3.3. Promotionsoptionen	33
3.4. Akademische Weiterbildung	33
3.5. Internationalisierung	34
3.6. Organisationsentwicklung	37
3.6.1 Qualitätsmanagement	37
3.6.2. Organisationsstruktur	38
3.6.3. Hochschulförderung SüdWest	42

3.7. Ressourcen	43
3.7.1. Personal	43
3.7.2. Finanzen	46
3.7.3. Technische Infrastruktur	51
3.7.4. Baumaßnahmen	53
4. Gleichstellung	57
4.1. Chancengleichheitsplan für den nicht wissenschaftlichen Dienst	57
4.1.1. Bestandsaufnahme und Analyse	57
4.1.2. Zielvorgaben	59
4.1.3. Einzelmaßnahmen	59
4.1.4. Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie	60
4.1.5. Sonstiges	62
4.2. Chancengleichheitsplan für den wissenschaftlichen Dienst	62
4.2.1. Bestandsaufnahme, Analyse und Zielerreichung	63
4.2.2. Ziele und Maßnahmen	70

1. Management Summary

Der vorliegende Struktur- und Entwicklungsplan der Hochschule der Medien ist durch den Senat am 19. Oktober 2012 und den Hochschulrat am 28. November 2012 der Hochschule der Medien beschlossen worden.

Der Rektor dankt der Gleichstellungsbeauftragten, Frau Professor Vonhof, und der Beauftragten für Chancengleichheit, Frau Moroff, für den Gleichstellungsplan (vgl. Kapitel 4).

Ausgangssituation

Die Hochschule der Medien in Stuttgart 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. Die Attraktivität bei Bewerbern ist ungebrochen sehr hoch. Zudem hat die Hochschule die Fusion und den starken Ausbau der Studiengänge sehr gut verwirklicht. Damit verbunden war auch der starke Zuwachs bei Studierenden und Personal. Die Bewältigung ist ebenso dem großen Engagement vieler Kolleginnen und Kollegen zu verdanken. Das größte Problem sind aktuell die räumlichen Engpässe.

Ziel

Die Hochschule der Medien will eine einzigartige Medienhochschule mit überdurchschnittlichen Leistungen auf allen relevanten Feldern sein: Dazu gehören die Gebiete Lehre, Forschung und Transfer sowie die Fähigkeit zur Medienproduktion und die internationale Vernetzung.

Planung

Der vorliegende Plan enthält eine Vielzahl operativer Einzelmaßnahmen zur Verfolgung dieses Ziels. Die Hochschule der Medien braucht dazu eine Kultur, welche die Balance aus effektiven Strukturen und kreativer Umgebung wahrt. Dies setzt ein klares Commitment aller Beschäftigten zur Hochschule und individuelle Verantwortungsbereitschaft voraus. Sie setzt auf Konsens, Transparenz und Nachvollziehbarkeit bei der Entscheidungsfindung. Sie will den raschen Wandel in den Medienbranchen antizipieren und mitgestalten.

Die Hochschule will autonom agieren können. Die angestrebte Systemakkreditierung ist dazu ein wesentlicher Bestandteil. Der Struktur- und Entwicklungsplan selbst ist daher ein Baustein in den bereits implementierten Steuer- und Regelungskreisläufen.

Die Verbesserung der Ressourcensituation soll vor allem durch die bereits eingeleiteten beiden Bauvorhaben erreicht werden.

Risiken

Ein Risiko geht von der unklaren strategischen Positionierung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Politik und Gesellschaft neben Universitäten und Dualer Hochschule aus. Ein weiteres Risiko für die Erreichung des Ziels besteht in der weiteren Entwicklung der Finanzsituation, die durch die Beendigung des Solidarpakts unklar ist. Eine strukturelle Schwäche der Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist nach wie vor die unzureichende Mittelbausituation.

Ich danke allen Beteiligten für ihre Mitwirkung am Struktur- und Entwicklungsplan.

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

Stuttgart, November 2012

Alexander Roos

Rektor

2. Planungsbasis

2.1 Selbstverständnis und Strategie

2.1.1 Einordnung in das Qualitätsmanagement

Der Struktur- und Entwicklungsplan ist Bestandteil des Qualitätsmanagement-Systems der Hochschule der Medien und ordnet sich im Rahmen der Systemakkreditierung und der Steuerung der Hochschule in Regelkreisläufe ein. Dieser ist im Kontext der Strategiepapiere der Hochschule, der Fakultätskonzepte und des Leitbilds als mittelfristige Vorschau zu betrachten. Konkrete operative Maßnahmen sind zwei Jahre im Voraus planbar. Hingegen ist eine Fünf-Jahres-Vorschau auf Basis der extrem dynamischen Entwicklung nur in Form strategischer Leitgedanken sinnvoll.

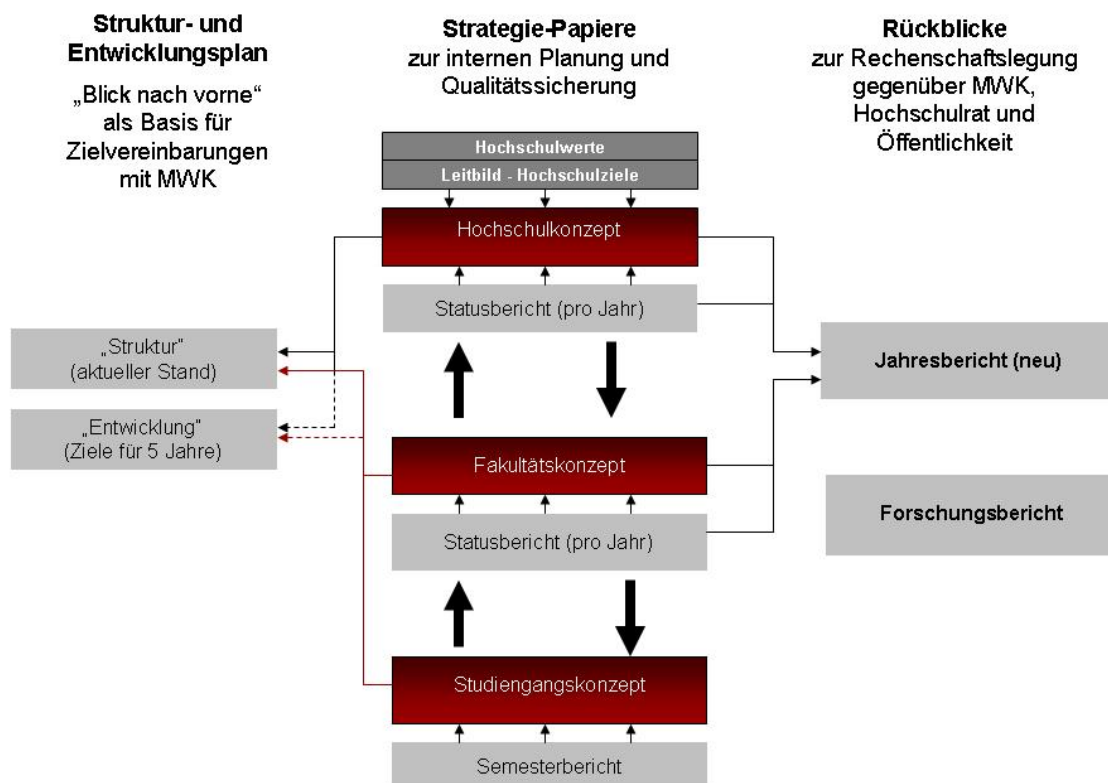


Abb. 2-1: Einordnung des Struktur- und Entwicklungsplans in das Qualitätsmanagement-System

Zwischen dem Rektorat, den Fakultätsleitungen und den Studiengängen, besteht ein wechselseitiges Einflussverhältnis (vgl. Abb. 2-2). Das Rektorat und die Dekanate definieren die strategischen Ziele für die gesamte Hochschule und fügen diese in einen administrativen Rahmen. Der gemeinsame Rahmen ermöglicht es der Studiengänge, Freiräume autonom und produktiv zu nutzen. Basierend auf den eigenen Leitgedanken der jeweiligen Studiengänge können diese so ihre eigenen Ziele entwickeln.

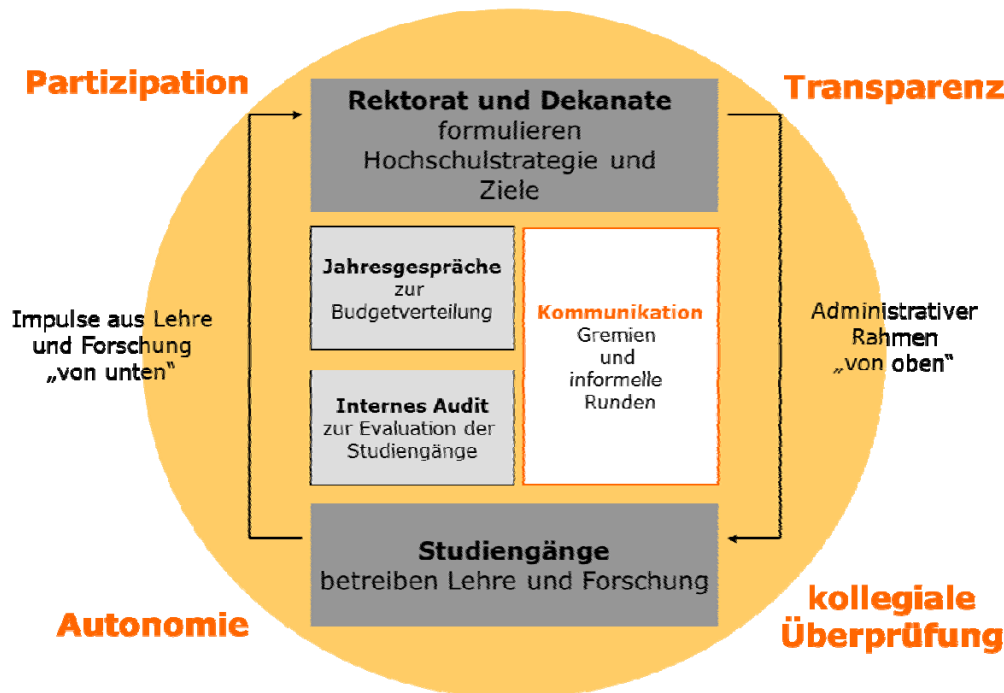


Abb. 2-2: Steuerung der Hochschule im Rahmen des Qualitätsmanagements

Das wechselseitige Einflussverhältnis zwischen dem Rektorat, den Fakultätsleitungen und den Studiengängen lässt sich am besten in einer doppelseitigen Zielpyramide wiedergeben (vgl. Abb. 2-3). Dort ist auch das Zusammenwirken der verschiedenen Ebenen aus Sicht der Hochschule der Medien erkennbar, das auf der demokratischen Struktur von Hochschulen und der Bedeutung des Partizipationsgedankens besteht.

Ferner muss die Bedeutung der Hochschulwerte hervorgehoben werden: Damit sind Normen und Werthaltungen gemeint, die in der Institution Hochschule und ihrem Ethos begründet sind. Zu ihnen gehören die Prinzipien der Hochschuldemokratie und der guten wissenschaftlichen Praxis, das heißt Ausschluss von Täuschung, Plagiat und Fälschung, sowie gegenseitiger Respekt und Vertrauen. In die Hochschulwerte fließen zudem Aspekte der Qualitätskultur ein.

Das Leitbild gibt Aufschluss über Profil und Selbstverständnis der Hochschule der Medien. Gemeinsam mit den strategischen Zielen der Hochschule und der Dekanate ist es Bestandteil des strategischen Managements. Die strategischen Ziele der Hochschule basieren auf dem Selbstverständnis der Hochschule, das im Leitbild formuliert ist, und determinieren ihrerseits die Inhalte des operativen Managements. Die strategischen Ziele der Hochschule stellen einen verbindlichen Rahmen für das längerfristige Handeln der Fakultäten und Studiengänge dar.

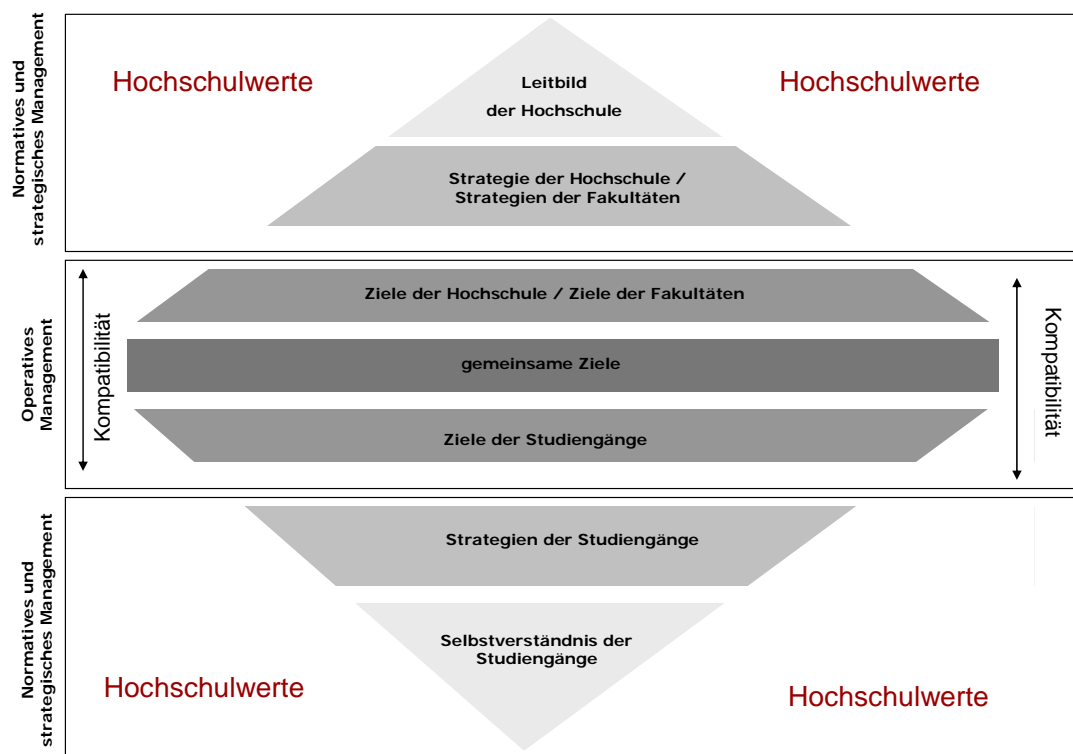


Abb. 2-3: Wechselseitiges Einflussverhältnis zwischen dem Rektorat, den Fakultätsleitungen und den Studiengängen

2.1.2. Leitbild

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, Fach- und Methodenkompetenz

In 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, 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 künstlerische 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. Dabei ist die Entwicklung der Medien nicht linear zu betrachten. – Dies gilt auch für die Ablösung von Technologien, wie Printmedien, elektronischen Massenmedien und Individualmedien. – Sondern neue Medien sind eine Erweiterung und nur partiell eine Substitution bestehender Medien.

Die Hochschule der Medien will ein einzigartiges Medienspektrum unter einem Dach sein. Dies ist in Form von Leitbild, Vision und Strategie in der nachfolgenden Abbildung (vgl. Abb. 2-4) dargestellt.



Abb. 2-4: 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 und die Fähigkeit zu Medienproduktion weiterentwickelt werden müssen.

2.2 Ausgangssituation

Strategie und Struktur

Die Zusammenarbeit zwischen den ehemaligen Fusionspartnern der Hochschule der Medien hat sich sehr zufriedenstellend entwickelt. Ebenso hat sie den starken Ausbau von Studiengängen gut verkraftet (vgl. Abb. 2-5): Dieser war und wird auch weiterhin mit einem starken Zuwachs von Studierenden und Personal verbunden sein.

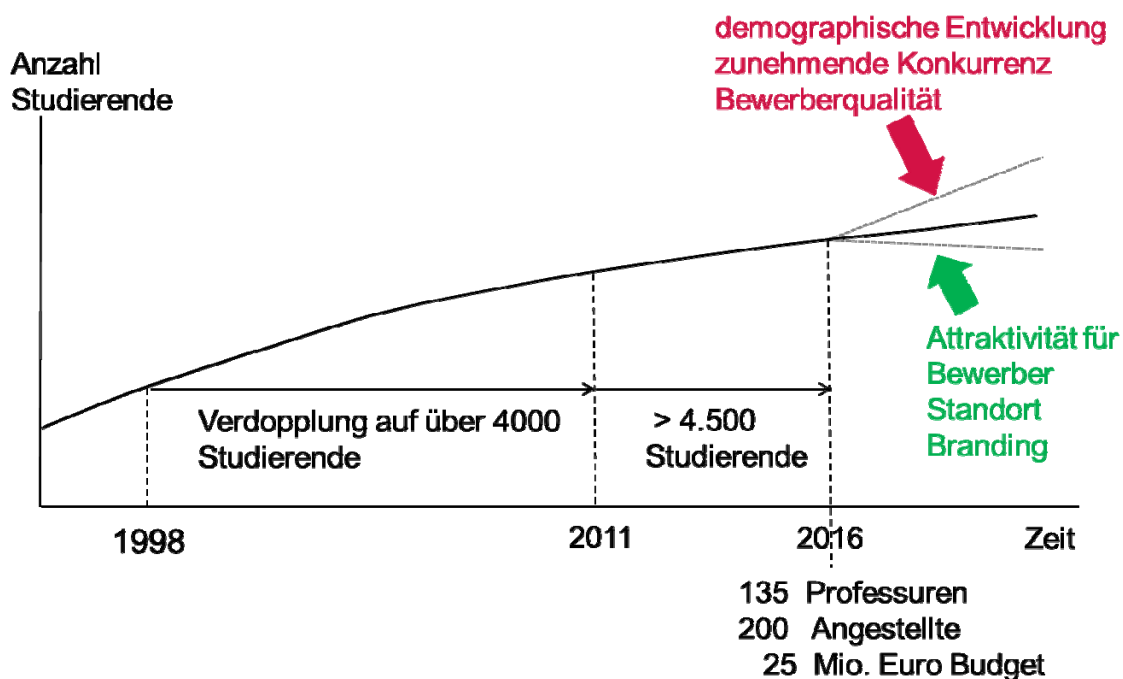


Abb. 2-5: Wachstumsperspektive der Hochschule der Medien

Die Umstellung aller Bachelor-Studiengänge auf sieben Semester wurde zum Wintersemester 2011/2012 realisiert. Dabei wurde der Studiengang Mobile Medien eingeführt. Neu sind seit dem Sommersemester 2011 auch der Deutsch-Chinesische Studiengang Verpackungstechnik und seit dem Wintersemester 2012/13 der Studiengang Crossmedia-Redaktion. Die inhaltliche Zusammensetzung der Studierenden nach Bereichen zeigt das nachfolgende Kreisdiagramm.

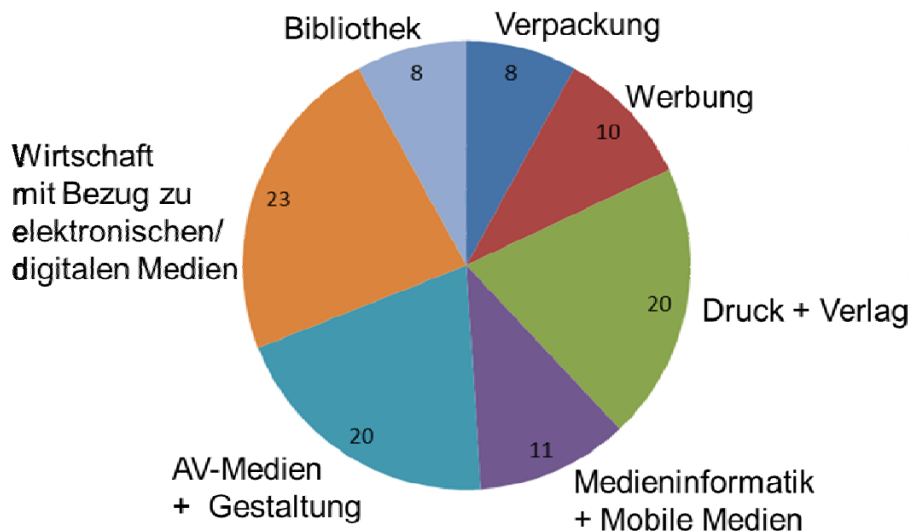


Abb. 2-6: Studierende nach Bereichen (Prozentuale Verteilung, Sommersemester 2012 für Bachelor und Master)

Weitere Neuerungen betreffen die personelle Stärkung des akademischen Auslandsamtes, den weiteren Ausbau der Zusammenarbeit mit lokalen Partnern im Medienbereich und die Schaffung eines Sprachenzentrums: Vor allem Englischtests sind in den meisten Studiengängen obligatorisch. Auch für Dozenten werden Fortbildungen angeboten. Ebenfalls ist die Zahl der durchgeführten Veranstaltungen mit Außenwirkungen gestiegen. Zur positiven Außenwirkung hat auch das Institut für Moderation in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk beigetragen.

Prozesse und Systeme

Im Bereich Qualitätsmanagement und strategische Planung hat sich die Hochschule der Medien als eine der ersten Hochschulen in Baden-Württemberg für die Systemakkreditierung entschieden. Der Ausbau eines umfassenden Qualitätsmanagement-Systems ist sehr weit fortgeschritten. Das schließt strategische Komponenten, wie das Leitbild, und operative Komponenten, wie Prozessverbesserungen und -dokumentationen, ein. Die Voraudits wurden bis hin zur offiziellen Anmeldung bereits sehr gut bewältigt.

Im Bereich Verwaltung und zentrale Einrichtungen wurden zahlreiche Prozesse verbessert und teilweise die Organisationsstrukturen an neue Gegebenheiten angepasst, zum Beispiel beim Informationszentrum. Die Informationssysteme wurden im Hinblick auf Selbstbedienungsfunktionen für Studierende und um ein Finanzinformationssystem erweitert.

Ressourcen

Im Bereich von Forschung und Transfer wurden Leistungsanreize geschaffen, darunter die Anschubstellen und das Anreiz-Punktesystem. Die Promotionsoptionen wurden durch einen Kooperationsvertrag mit der „University of the West of Scotland“ sowie durch das kooperative Promotionskolleg mit den Universitäten Stuttgart und Tübingen verbessert und durch interne Unterstützungsmaßnahmen begleitet. Ein Fortbildungsetat wurde eingeführt. Trotz nachvollziehbarer Bedenken von Kollegen sind W3-Berufungen an der Hochschule akzeptiert. Außerdem wurden Vereinbarungen zu Förder- und Führungsgesprächen sowie zur Home Office-Tätigkeit getroffen. Auch wurde ein erstes Audit durchgeführt, die Qualitätsprüfung als „familiengerechte Hochschule“. Diese Maßnahmen werden den Einsatz und die Entwicklung von Personal sowie die Personalakquisition erleichtern.

Bei der Finanzplanung wurden transparente Regelungen gefunden. Die Zusammenfassung von Investitionsmitteln in Verbindung mit den Studiengebühren ermöglichte die Durchführung mehrerer Großprojekte, wie die Umstellung des Fernsehstudios auf HD-TV, aber auch Projekte, zum Beispiel in den Bereichen visuelle Effekte, Ton- und Drucktechnik.

Der Campusstandort in der Landeshauptstadt hat mehrere Vorteile, denn es besteht eine Campussituation mit mehreren Einrichtungen, zu denen die Universität Stuttgart und mehrere Fraunhofer- und Max-Planck-Institute gehören. Dadurch kann die Infrastruktur der Universität gleichsam mit der gemeinsamen Infrastruktur genutzt werden. Zu Letzterer gehören die Studentenwohnheime und die Bibliothek. Weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit betreffen zum Beispiel das kooperative Promotionskolleg oder das Hochschulradio. Außerdem verfügt Stuttgart über ein attraktives Kulturangebot, eine hervorragende Abnehmerstruktur mit Beschäftigungsmöglichkeiten, wie in den Verlagen, IT-Unternehmen oder dem Südwestrundfunk, sowie über Hochschulen mit Vernetzungsmöglichkeiten für die Hochschule der Medien, wie sie die Musikhochschule in Stuttgart bietet. Diese Faktoren sind neben der zugkräftigen Thematik Medien auch entscheidend, um für einen demographischen Abschwung in Baden-Württemberg gerüstet zu sein.

Allerdings ist die räumliche Situation an der Hochschule noch unbefriedigend, bis die eingeleiteten Baumaßnahmen greifen (vgl. Kapitel Ressourcen). Die Planungen zum Neubau wurden bereits abgeschlossen. In der Nobelstraße 5 wurden zusätzliche Flächen angemietet und durch Umwidmung und Umbau wurden weitere Flächen im Bestand nutzbar.

Die Entwicklung zur Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist inhaltlich und politisch noch nicht ausgestaltet. Die Hochschule der Medien ist zwar von der Sandwich-Situation zwischen Dualer Hochschule und Universitäten durch ihre inhaltliche Ausrichtung weniger als andere Hochschulen betroffen, aber sie muss im Differenzierungswettbewerb um gute Bewerber bestehen.

Besonders Universitäten haben klare Vermarktungsvorteile durch die Exzellenz-Initiative und das Promotionsrecht, hingegen sind es bei Dualen Hochschulen das Arbeitsplatzargument und die Verdienstmöglichkeit während des Studiums. Die Hochschule der Medien muss es schaffen, die Vorteile der Hochschule für Angewandte Wissenschaften mit ihren eigenen spezifischen Vorteilen zu kommunizieren. Zu jenen der Hochschule für Angewandte Wissenschaften zählen die Verbindung von Theorie und Praxis sowie die Unabhängigkeit. Bei der Hochschule der Medien sind es die thematische Einzigartigkeit und die Campussituation in der Landeshauptstadt.

2.3 Gliederung der Hochschule

Die Hochschule wird getragen von drei Fakultäten, fünf zentralen Einrichtungen und der Zentralverwaltung. Zu den Einrichtungen gehören das Studienbüro als Anlaufpunkt bei allgemeinen studentischen Angelegenheiten, das Akademische Auslandsamt als Anlaufstelle für deutsche und ausländische Hochschulangehörige, die Zentrale IT, das Sprachenzentrum und die Bibliothek mit über 60 000 Medieneinheiten und rund 400 Fachzeitschriften.

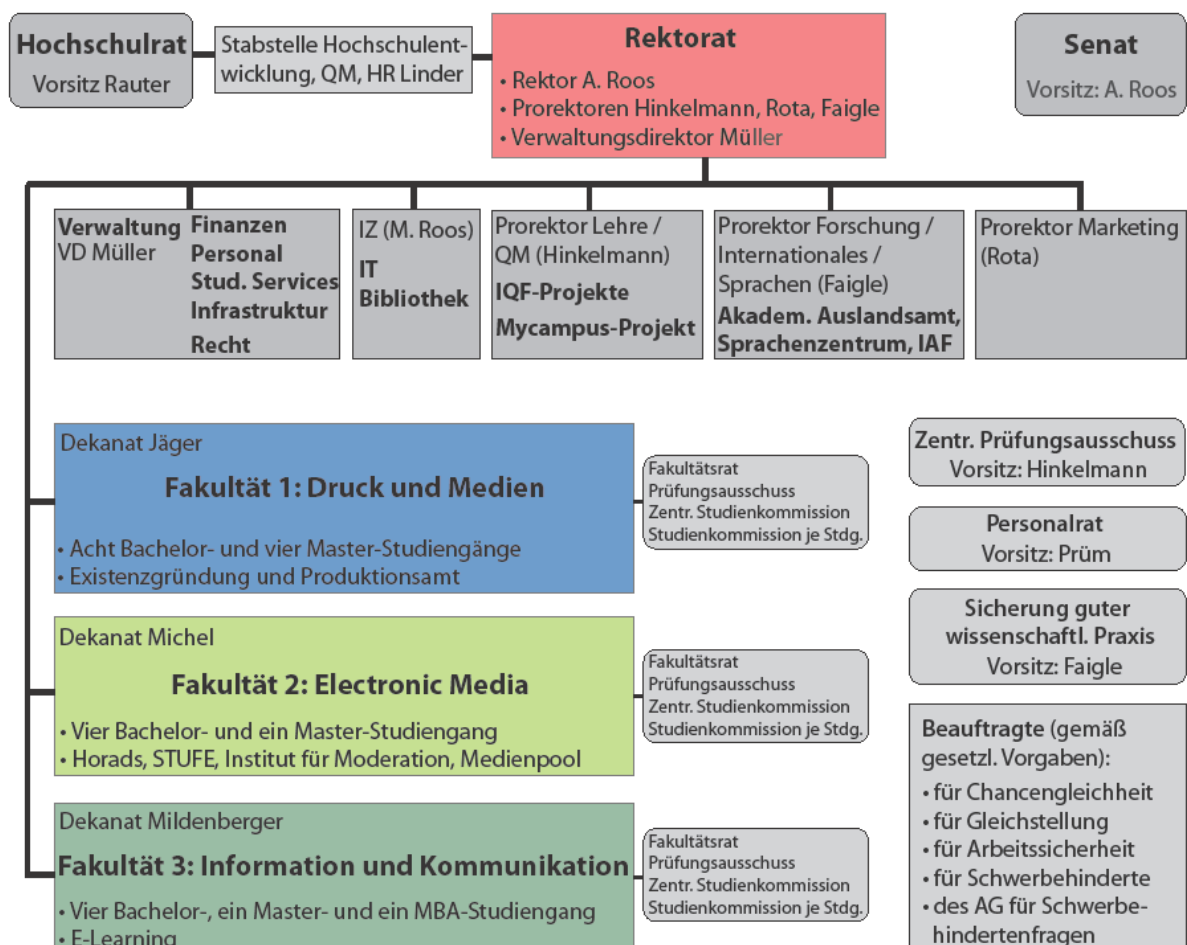


Abb. 2-7: Organigramm (Stand August 2012)

2.4 Umfeldanalyse

2.4.1. Studienbewerber

Herkunft der Studierenden

Etwa 4000 Studierende sind an der Hochschule der Medien immatrikuliert, von denen rund 74 Prozent aus Baden-Württemberg und neun Prozent aus dem Ausland kommen. Der hohe Nahbereichsanteil mit knapp 52 Prozent unterstreicht die starke regionale Bedeutung der Hochschule. Zu berücksichtigen ist, dass Studierende teilweise den Hauptwohnsitz nach Stuttgart verlegen.

Herkunft der Studierenden an der Hochschule der Medien (Stand 1. Juli 2012)		
	Anzahl	In Prozent
Studierende insgesamt	3992	100
Studierende aus dem Ausland	353	8,85
Studierende aus Deutschland	3639	91,15
• davon aus Baden-Württemberg	2952	73,95
• davon aus anderen Bundesländern	687	17,20

Studierende an der Hochschule der Medien aus Baden-Württemberg		
	Anzahl	In Prozent
Studierende in Baden-Württemberg	2952	100
Studierende aus dem Nahbereich	2067	70,02
• davon Stadtkreis Stuttgart	922	31,23
• davon Landkreis Ludwigsburg	279	9,45
• davon Landkreis Esslingen	277	9,39
• davon Landkreis Böblingen	269	9,11
• davon Landkreis Rems-Murr-Kreis	248	8,40
• davon Landkreis Göppingen	72	2,44
Studierende aus anderen Kreisen	885	29,98

Hochschulzugangsberechtigung

Eine hochschuleigene Analyse der über 7100 Bewerber zum Wintersemester 2012/13 ergab, dass 69 Prozent die allgemeine Hochschulreife haben, von denen 61 Prozent auf die Abiturienten an Gymnasien entfallen. Ein weiteres Prozent hat die allgemeine Hochschulreife im Ausland erworben. Die übrigen 29 Prozent bewarben sich mit der Fachhochschulreife, wofür rund die Hälfte ein Kolleg besuchte.

Die nachfolgende Tabelle zeigt eine Auflistung über den Erwerb der Hochschulzugangsberechtigung. Erkennbar an der Zusammensetzung wird der besondere Bildungsauftrag von Hochschulen für Angewandte Wissenschaften wie der Hochschule der Medien.

Hochschulzugangsberechtigung der Bewerber zum Wintersemester 2012/13			
Abschlussart	Erwerbort	Anzahl	Prozent
Allgemeine Hochschulreife	gesamt	4927	69,02
	Gymnasium	4388	61,47
	Fachgymnasium	427	5,98
	Gesamtschule	83	1,16
	Abendgymnasium	20	0,28
	Deutsche Schule im Ausland	9	0,13
Allgemeine Hochschulreife	Im Ausland	78	1,09
Fachhochschulreife	gesamt	2133	29,89
	Kolleg	1100	15,41
	Fachoberschule	338	4,74
	Berufoberschule	114	1,60
	Berufsfachschule	81	1,14
	Beruflich Qualifizierte	50	0,70
	Gymnasium	45	0,63
	Fachgymnasium	35	0,49
	Kollegschule	18	0,25
	Studienkolleg	14	0,20
	Fachschule	4	0,05
	FH-Reife ohne Angabe (FHR)	280	3,93
	Fachg. HS-Reife ohne Angabe (fgHR)	41	0,57
	Sonstige Studienberechtigung (FHR)	13	0,18
	Gesamtzahl der Bewerber		7138

2.4.2. Das wissenschaftliche Umfeld der Region

Im wissenschaftlichen Umfeld der Hochschule der Medien befinden sich zahlreiche Bildungs- und Forschungseinrichtungen: Zu ihnen gehören unter anderem die Universitäten Stuttgart und Hohenheim, die Pädagogische Hochschule Ludwigsburg sowie die beiden Kunsthochschulen in Stuttgart, die Staatliche Akademie der Bildenden Künste und die Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst. Zudem gibt es vier Hochschulen für angewandte Wissenschaften: Neben der Hochschule der Medien sind es die Hochschule für Technik in Stuttgart, die Hochschule Esslingen für Technik und Soziales sowie die Hochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen in Ludwigsburg. Fünf weitere nichtstaatliche Hochschulen ergänzen die Hochschulregion Stuttgart: Dies sind die Freie Hochschule Stuttgart als Seminar für Waldorfpädagogik, die AKAD-Hochschule Stuttgart, die Merz Akademie als Hochschule für Gestaltung, Kunst und Medien in Stuttgart, die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Stuttgart sowie die Evangelische Hochschule Ludwigsburg. Auch die Duale Hochschule Baden-Württemberg hat in Stuttgart einen Sitz.

Insgesamt ist das wissenschaftliche Umfeld für die Hochschule der Medien als sehr gut einzuschätzen, da sie die einzige staatliche Medienhochschule in der Region und auch in ganz Baden-Württemberg ist. Sie deckt eine hohe Bandbreite von Medienbereichen unter einem Dach ab. Allerdings lassen sich Schnittstellen finden, wie zur Merz Akademie, der Musikhochschule und zur Hochschule in Ludwigsburg. Ihr größter Konkurrent ist die Macromedia Hochschule.



Abb. 2-8: Wissenschaftliches Umfeld der Region

2.4.3. Akzeptanz im Arbeitsmarkt

Wie mehrere Absolventenbefragungen belegen, sind die Berufsaussichten für Absolventen der Hochschule der Medien sehr gut und es winken vergleichsweise hohe Einstiegsgehälter. Dies ging zum Einen aus der letzten umfassenden Befragung des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg von 2008 hervor, wie auch aus der hochschuleigenen Erhebung, die vier Jahre zuvor durchgeführt wurde.¹

Besonders die starke Praxisorientierung, der stetige Blick auf die Entwicklung in den Medienbranchen und die damit verbundene aktuelle Lage auf den Arbeitsmarkt sind Gründe für diese ausgezeichneten Aussichten. Zukunftsträchtige Arbeitsfelder, wie im Bereich der Mobilien Medien oder der Verknüpfung von mehreren Medienformaten, stehen dabei ebenso im Blick wie klassische Bereiche, zu denen die Wirtschaftsinformatik gehört. Zudem bereiten viele der Studiengänge auf gestalterische, management- und produktionsorientierte Tätigkeiten in den Bereichen Medien und Marketing vor. Andere Arbeitsmöglichkeiten finden Absolventen unter anderem in den Bereichen Kommunikation, Entwicklung, Design, Produkt- und Projektmanagement, Unternehmensentwicklung, Konzeptionierung oder Geschäftsführung.

Exzellente Berufsaussichten erwarten auch die Absolventen der Deutsch-Chinesischen Studiengänge Druck- und Medientechnologie sowie Verpackungstechnik: Der Bedarf an technisch qualifizierten Ingenieuren und Managern, die Erfahrungen mit China, der chinesischen Sprache und mit den Industrien beider Länder haben, wächst stetig.

¹ Vergleich: www.hdm-stuttgart.de/berichte/; letzter Aufruf: 29. August 2012.

3. Handlungsfelder und Ziele

3.1 Überblick

Strategie und Kultur

Die Hochschule der Medien sieht sich großen Veränderungen gegenüber: sowohl hochschulpolitisch durch die Entwicklung zur Hochschule für Angewandte Wissenschaften als auch thematisch durch die starken Umbrüche in den Medienbranchen. Die Konkurrenzsituation und die Differenzierung zwischen Hochschulen verschärfen sich weiter unter dem Druck des demographischen Wandels und der politisch gewollten erweiterten Hochschulzugangsmöglichkeiten. Das starke Wachstum durch das Ausbauprogramm „2012“ beansprucht die Hochschule nach wie vor stark.

Die Hochschule befindet sich thematisch, personell, technisch und – nach dem Abschluss des Neubaus und mit ihrem Campusstandort – auch räumlich in einer guten Ausgangssituation. Die Hochschule hat eine klare und von den Gremien akzeptierte Strategie entwickelt und diese gleichsam in den Gremien und hochschulöffentlich diskutiert. Im Kern geht es um die Vision, sich zu einer Hochschule zu entwickeln, die über die gleichen Ressourcen und Möglichkeiten einer Universität verfügt. Die Strategie ist, eine einzigartige Hochschule der Medien zu sein, mit überdurchschnittlichen Leistungen auf allen relevanten Feldern: Lehre, angewandte Forschung und Transfer, Medienproduktionsfähigkeit und internationale Vernetzung. Die Hochschule der Medien sieht sich bei ihrer Weiterentwicklung dem Grundsatz der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet, der durch eine gleichmäßige Berücksichtigung von wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Aspekten eine zukunftssichere Entwicklung zu garantieren versucht. Dazu müssen eine Vielzahl von Maßnahmen weitergeführt und neue Herausforderungen gemeistert werden. Die bestehenden Studiengänge müssen Entwicklungen der Medienbranchen antizipieren und sich so in den Ausbildungsinhalten an diese Entwicklungen anpassen.

Eine weitere Herausforderung ist in der teilweise mangelhaften Studierfähigkeit der Bewerber zu sehen: Deshalb muss zeitnah eine zielgerichtete Auswahl von Studierenden in Angriff genommen werden. Ebenso erforderlich sind entsprechende Fördermaßnahmen für Studienanfänger (vgl. Kapitel Lehre). Dazu ist auch die Verbesserung der bisherigen didaktischen Ansätze der Hochschule notwendig. Eine neu eingerichtete Abteilung für Hochschuldidaktik wird Lösungsansätze erarbeiten.

Auch der Weiterbildungsbereich wird in den kommenden Jahren starke Veränderungen erfahren: Der Verein der Freunde und Förderer der Hochschule der Medien hat eine privatrechtliche Gesellschaft gegründet. Die Hochschule wird mit dieser Einrichtung Vereinbarungen schließen, um verstärkt Weiterbildungsangebote realisieren zu können.

Prozesse und Systeme

Im Bereich des Qualitätsmanagements muss die Systemakkreditierung zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht und das Qualitätsmanagement im Sinne einer permanenten Anpassungsfähigkeit weiterentwickelt werden. Die landesweit eingesetzte Software zur Hochschulverwaltung „HIS“ wird fundamental umgestellt, was für die Hochschule einen erheblichen Anpassungs- und Schulungsaufwand bedeutet.

Ressourcen

Der Abschluss des Neubaus und die Realisierung daraus folgender Synergien stehen an. Ein Kernstück des Neubaus wird die neue Bibliothek sein. Sie soll einen Vorbildcharakter haben, gemäß ihrer bibliothekarischen Ausbildungstradition. Darüber hinaus musste ein weiterer Neubau kurzfristig realisiert werden, der sogenannte „Erweiterungsbau Süd“: Dies wurde im Zuge mit dem Neubau der Fakultät Information und Kommunikation notwendig, da dort zwar qualitativ deutliche Verbesserungen vorgenommen wurden, doch konnten keine größeren Flächen neu entstehen.

Auch im Bereich der Personalentwicklung müssen weitere Schritte erfolgen: Ein Beispiel hierfür ist das Audit zur „familiengerechten Hochschule“. Im Rahmen dessen müssen Maßnahmen umgesetzt werden.

Forschung und Entwicklung bedürfen der Weiterentwicklung der bestehenden Anreizsysteme, um die Fokussierung auf Forschungsfelder zu erhöhen. Ebenso ist die Integration von Forschung in die Master-Studiengänge zu verbessern. Die Master-Studiengänge müssen an die neuen siebensemestrigen Bachelor-Studiengänge angepasst und ausgebaut werden. Außerdem ist die Internationalität der Master weiter zu verbessern.

Ferner befinden sich neue und teilweise leistungsorientierte Finanzverteilungsmechanismen in Planung. Diese müssen entschieden und umgesetzt werden.

Die Veränderungen im Umfeld lassen sich zusammenfassend wie folgt beschreiben:

- Demographischer Wandel
- Politisch gewollte erweiterte Hochschulzugangsmöglichkeiten
- Umbrüche in den Medienbranchen
- Neue didaktische Herausforderungen
- Starkes Wachstum der Hochschule
- Verschärfte Konkurrenzsituation und Differenzierung zwischen Hochschulen
- Unsicherheiten durch Auslaufen des „Solidarpakts“

3.2 Studium und Lehre

3.2.1 Übersicht über das Studienangebot (Stand Oktober 2012)

Die Hochschule der Medien gliedert sich in drei Fakultäten: Die Fakultäten Druck und Medien sowie Electronic Media befinden sich am Standort Nobelstraße in Stuttgart-Vaihingen, während die Fakultät Information und Kommunikation am Standort Wolframstraße in Stuttgart-Mitte zu finden ist. Insgesamt 16-Bachelor- und sechs Master-Studiengänge sowie ein MBA-Studiengang verteilen sich auf die Fakultäten, darunter drei deutsch-chinesische Studiengänge.

	Abschluss	Studiengang	Plätze pro Jahr
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelor	• Druck- und Medientechnologie	110
		• Dt.-Chin. Druck- und Medientechnologie	12
		• Medieninformatik	94
		• Mobile Medien	51
		• Mediapublishing	54
		• Print-Media-Management	79
		• Verpackungstechnik	82
		• Dt.-Chin. Verpackungstechnik	5
	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	140
		• Medienwirtschaft	140
		• Crossmedia-Redaktion	20
		• Werbung und Marktkommunikation	99
	Master	• Elektronische Medien mit den Schwerpunkten Audiovisuelle Medien, Medienwirtschaft und Unternehmenskommunikation	95
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelor	• Bibliotheks- und Informationsmanagement	100
		• Wirtschaftsinformatik und digitale Medien	80
		• Online-Medien-Management	75
		• Informationsdesign	43
	Master	• Bibliotheks- und Informationsmanagement (berufsbegleitend)	15
		• International Business (MBA; berufsbegleitend)	15

3.2.2 Entwicklung Bachelor-Studiengänge

Die Hochschule der Medien ist aktuell gut aufgestellt und an die Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz in der Fassung vom 4. Februar 2010 angepasst. Die Studiengänge wurden auf siebensemestrige Bachelor-Studiengänge umgestellt. Die Content-Ausrichtung wurde gestärkt, in dem der neue Studiengang Crossmedia-Redaktion aufgebaut wurde, der im Oktober 2012 gestartet ist. Die laufenden Untersuchungen des Statistischen Landesamts bestätigen die Arbeitsmarktfähigkeit der Studiengänge.


Die laufende Anpassung des Bildungsangebots ist veränderten Rahmenbedingungen geschuldet, den Medienentwicklungen und teilweise der angestrebten Akademisierung von Berufen. Die Hochschule der Medien ist bestrebt, diesem Bildungsauftrag gerecht zu werden. Daher hat sie sich zum Ziel gesetzt, Studienangebote für unterschiedliche Bildungsbiographien und berufsbegleitende Weiterbildungsangebote einzurichten. Benötigt werden hierfür flexible Strukturen, die ressourcenschonend sind und zugleich den akademischen Anspruch der Hochschule sicherstellen.



Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung sind:


- Viele Pendler, Aufenthalt während des Tages an der Hochschule
- Anfänger werden jünger (G8) und sind „Digital Natives“
- Teilweise abnehmende Studierfähigkeit, große Heterogenität bei den Bewerbern
- Hohe Abbrecherquoten in einzelnen Studiengängen
- Die Inkubatorenmodelle sollen weitergeführt werden

Die Hochschule der Medien hat insgesamt sehr hohe Bewerberzahlen (bis zu 40 Bewerber je Studienplatz). Diese können sich aber studiengangsspezifisch sehr unterschiedlich entwickeln. Die Bewerberzahlen sind nicht „der Maßstab“ zur Beurteilung eines Studiengangs, aber ein wichtiger Maßstab. Konkret: Die Hochschulleitung folgt nicht der Ansicht, dass wir Kapazitäten nur nach verfügbaren Bewerbern orientieren sollten. Der Arbeitsmarkt, der gesellschaftliche Auftrag und so weiter spielen dabei ebenso eine wichtige Rolle. Das heißt, die Hochschule lehnt durchaus sehr gute Bewerber in einem Studiengang ab, und nimmt in anderen Studiengängen Bewerber mit schlechten Noten auf.

Es gibt aber eine klare „rote Linie“, die nicht unterschritten werden darf. Ein Studiengang muss alle vorgeschriebenen Plätze besetzen können – ohne auf Hilfsanträge auszuweichen und unter Berücksichtigung der Annahmquote –, sonst müssen die Kapazitäten eines Studienganges angepasst werden. In einem solchen Fall werden Stellen auf andere Studiengänge oder Fakultäten umgeschichtet.

Ziel: Studierendenauswahl verbessern		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Annahmeverhalten verbessern • stärkeres Commitment der Bewerber • Kreative Fähigkeiten nicht aus Note der Hochschulzugangsberechtigung ablesbar 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Studiengänge Mediapublishing und Crossmedia-Redaktion als Vorreiter; weitere Studiengänge sollen folgen 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Studiendekane, Dekanat 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 bis 2014 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	-	

Ziel: Didaktikzentrum aufbauen			
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Beratung und Coaching von Dozenten und Studierenden • Studierfähigkeit verbessern • Didaktikführerschein für Dozenten organisieren 		
Maßnahmen	-		
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung durch „MyCurriculum“-Projekt (fünf Stellen; Qualitätspakt Lehre des Bundesministeriums für Bildung und Forschung) 		
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 bis 2017 		
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Risiko: Anschlussfinanzierung muss sichergestellt werden 		

Ziel: Marketingmaßnahmen anpassen		
Begründung	• Studienbewerber werden jünger (G8, Wegfall Wehrdienst, etc.)	
Maßnahmen	• Werbung zielgruppengerecht umbauen, zum Beispiel Ansprache für Eltern und minderjährige Schüler	
Personelle Ressourcen	• Hochschulkommunikation	
Zeitplan	• 2012 bis 2013	
Finanzieller Aufwand und Risiken	• Etwa 50.000 bis 60.000 Euro	

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. Problematisch ist jedoch, dass diese Master in der Verordnung über die Kapazitätsverordnung nach wie vor nicht angerechnet werden. Die Anrechnung wird hoffentlich mittelfristig der Fall sein. Allerdings ist eine Konkretisierung des Programms „Master 2016“ der Landesregierung zurzeit noch nicht gegeben.

Zu den Zielen gehören:

- Verbesserung der Internationalisierung
- Anpassen und Ausbauen der Master-Studiengänge an die neuen siebensemestrigen Bachelor-Studiengänge
- Verknüpfung Aus- und Weiterbildung: gemäß dem Koalitionsvertrag von 2011 sind „Weiterbildung und lebensbegleitendes Lernen [...] angesichts des raschen Wandels von Arbeitswelt und Gesellschaft unverzichtbare Säulen der heutigen Wissensgesellschaft“; die Hochschule der Medien ist bestrebt, Weiterbildung und Masterangebote zu verknüpfen, wie dies zum Beispiel beim Institut für Moderation bereits umgesetzt wurde

Ziel: Konzeption „Neue Master“	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassung an siebensemestrig Bachelor erforderlich • Chancen im Bereich berufsbegleitender Studiengänge nutzen • Forschungsaspekte verstärkt in den Master-Studiengängen verankern
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • konsekutive Master an siebensemestrig Bachelor anpassen • Master (Weiterbildung) gemeinsam mit Industrie realisieren (konkrete Gespräche laufen) • Forschungsmaster (fakultätsübergreifend realisieren) • Games-Master prüfen • Konzept „Berufsbegleitend zum Master an der Hochschule der Medien“ realisieren • Chancen in Spezialbereichen prüfen, da Master in Drucktechnik für kleine europäische Länder ohne eigenes Angebot ist
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Studiengänge
Zeitplan	<p>Zeitplan für konsekutive Master:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SoSe 2012 bis WS 13/14 Konzeption (Studiengangskonzepte, Studienprüfungsordnungen, Modulbeschreibungen) und Diskussion in der Fakultät • SoSe 2014: Einrichtung neuer Studiengänge im Senat sowie Verabschiedung neue Studienprüfungsordnungen in den Senat • Anfang WS 2014/15 Verabschiedung der Studienprüfungsordnungen im Senat • SoSe 2015: Start neue Master (die ersten siebensemestrig Bachelor-Studenten beenden ihr Studium)
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

3.3 Forschung und Transfer

3.3.1 Felder für Forschung und Transfer

Die Hochschule der Medien will die Leistung in der angewandten Forschung ausbauen. Es besteht in so weit eine Sondersituation, als Projekte nicht nur in Lehre und Forschung abgewickelt werden, sondern auch Medienproduktionen dienen (vgl. Abb. 3-1). Die Reflektion dieser Produktionen kann Basis für Forschungsarbeiten sein. Auch können dabei neue Technologien getestet werden. Ferner stehen die Medienproduktionen für eine gute Außenwahrnehmung der Hochschule der Medien.

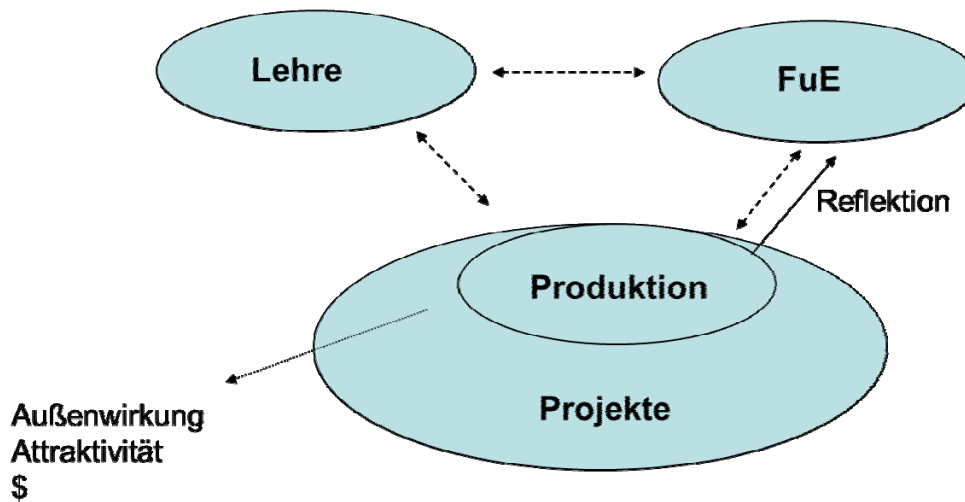



Abb. 3-1: Spezifika der Medienhochschule

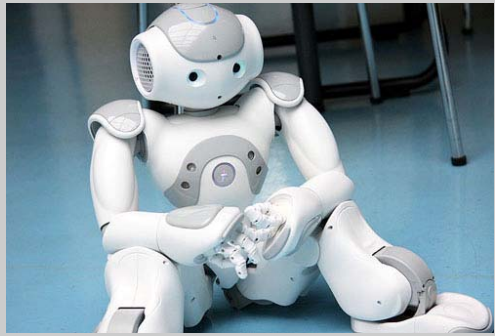
Die Hochschule der Medien wird in Zukunft verstärkt die Rolle der Medien für gesellschaftliche Megatrends bei den Forschungsthemen hervorheben. Medien beeinflussen diese Trends und werden von ihnen beeinflusst. Staatliche Förderprogramme machen sich außerdem entlang dieser Trends fest. Als Beispiel sei hier das Thema „alternde Gesellschaft“ genannt: Die Hochschule der Medien arbeitet an einem Roboter und erforscht zugleich die Mensch-Maschine-Interaktion. Der Roboter könnte ältere Personen unterstützen. Wichtig ist auch die verstärkte Integration von Forschungsthemen in die Master-Studiengänge.

Globalisierung und multipolare Weltordnung	
Frauen: „gender war“	
Individualisierung: Der Aufstieg des Ich	
Downaging	Die Medien als Teil der Megatrends
Gesundheit: Wellbeing als Ressource	
New Work: „kooperativer Individualismus“	
Connectivity	
Urbanisierung & Mobilität	
Neue Bildung	
Umweltschutz/Nachhaltigkeit	

Megatrends in Anlehnung an Matthias Hox

Abb. 3-2: Zukunft Medienhochschule - Medien nicht nur branchenbezogen denken

Ziel: Neue Bonuspunktregelung		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Es sollen verstärkt Anreize für Forschung gegeben werden. Dazu ist die bestehende Bonuspunktregelung fokussiert worden. Die Finanzielle Belohnung ist nach oben offen und sieht feste Beträge für eingeworbene Drittmittel, Veröffentlichungen und Promotionsbetreuungen (nach Abschluss) vor 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Bonuspunkte im Bereich Forschung wurden neu definiert 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Leitung Institut für Angewandte Forschung, Rektor 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung ab 2013 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	-	

Ziel: Strategisch wichtige Forschungsfelder definieren (Leuchttürme)		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Sichtbarkeit und „impact“ von Forschung verlangt wenige konzentrierte Felder bei Förderung und Außenwahrnehmung 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Felder werden in 2012 erstmals definiert und sollen in gesonderter Weise gefördert werden 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung durch Institut für Angewandte Forschung 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung 2012/2013 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Risiko: Breite darf durch „Spitzenforschung“ nicht verloren gehen 	

3.3.2 Kooperationspartner

Das Potential an Kooperationspartnern ist hoch. Zu ihnen gehören Unternehmen aus der Medienbranche, die Zulieferer der Medienbranche und die Mediendienstleister in den Industrieunternehmen. Auch haben zahlreiche bedeutende Medienunternehmen ihren Sitz in Baden-Württemberg, darunter große Verlage wie Ernst Klett, Georg von Holtzbrinck, Motor Presse Stuttgart, Deutscher Sparkassenverlag und Hubert Burda Media. Renommierte Einrichtungen im Bereich der elektronischen Medien, wie der Südwestrundfunk, oder regionale Fernsehanbieter, wie das Rhein-Neckar-Fernsehen, runden das breite Spektrum ab.

Baden-Württemberg ist ein industrielles Zentrum für Zulieferer der Medienindustrie mit Weltbedeutung, zum Beispiel für den Druckmaschinenbau (Heidelberger Druckmaschinen), die Druck-Verarbeitungstechnik (MBO Maschinenbau Oppenweiler) und die notwendige Informationstechnik in der Medienindustrie (SAP-Lösungen für Verlage). Auch werden industriennahe Dienstleistungen mit hoher Wertschöpfung in Werbeagenturen und einer Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen erbracht, wie im Computeranimationsbereich das Unternehmen Pixomondo. Zu nennen sind auch mittelständische Druckereien und Verlage mit innovativen crossmedialen Dienstleistungen, zu denen das Unternehmen SDZ. Druck und Medien mit ihrer Verlagsgruppe in Aalen gehört. Gleichsam gibt es Beispiele aus dem Bereich des Verpackungsdrucks und der Verpackungsherstellung, wie das Unternehmen Edelmann. Nicht vergessen werden darf in dem Zusammenhang, dass auch die Südwestdeutsche Medien Holding GmbH (SWMH) als eine der größten Unternehmensgruppen für Zeitungen und andere Medien in Deutschland ihren Sitz in Stuttgart hat: Zu ihr gehören neben den „Stuttgarter Nachrichten“ und der „Stuttgarter Zeitung“ auch die „Süddeutsche Zeitung“.

Im Bereich der Ausbildung, Innovationsförderung und der Reflektion des Mediengeschehens besteht ebenfalls eine sehr gute Infrastruktur: Film-, Theater- und Popakademie, Musik- und Kunsthochschulen sowie das Zentrum für Kunst- und Medientechnologie Karlsruhe sind in der Region beheimatet. Hinzu kommen öffentliche Aufsichts- und Fördereinrichtungen wie die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg. Ebenso lassen sich wichtige Einrichtungen für die Unterstützung der Informationsversorgung, wie die Landes-, Universitäts- und Kommunalbibliotheken, Mediatheken, Archive und das Bibliotheksservicezentrum in Konstanz aufzählen.

Die Aufstellung zeigt ein hohes Potential: Die Hochschule der Medien arbeitet mit vielen dieser möglichen Partner bereits zusammen und baut diese Beziehungen stets aus. Daneben existieren selbstverständlich Partner bei Verbänden und Ministerien als Geldgeber auf Bundes- und EU-Ebene. Außerdem wird die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern gestärkt, die vor allem im Hochschulbereich bestehen – auch außerhalb der EU (siehe Kapitel Internationalisierung).

Partner in Verbindung zu Politik und Positionierung der Hochschule der Medien sind:

- Hochschulförderung Südwest: die Hochschule der Medien ist Mitglied
- Hochschul- und Wissenschaftsregion Stuttgart e. V.: die Hochschule der Medien ist Mitglied, der Prorektor Marketing ist im Vorstand
- Rektorenkonferenz der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (darunter Professionalisierung durch Einführung der Geschäftsstelle): der Rektor ist Mitglied kraft Amtes

3.3.3 Promotionsoptionen

Um qualifiziertes Personal im Mittelbau zu bekommen und sehr guten Studierenden eine Promotionsmöglichkeit zu eröffnen, ist ein geregelter Promotionszugang unerlässlich. Die begonnenen Aktivitäten sollen fortgesetzt und ausgebaut werden.

Zu den Promotionsoptionen gehören:

- Kooperatives Promotionskolleg mit der Universität Stuttgart und der Universität Tübingen im Bereich Computeranimation
- vertraglich geregelte Promotionszusammenarbeit mit der „University of the West of Scotland“ (UWS)
- Fallweise Zusammenarbeit mit anderen Universitäten in Europa und mit der Partnerhochschule in Xi'an in China

3.4 Akademische Weiterbildung

Die akademische Weiterbildung soll verstärkt werden. Dazu wurden 2012 ein Kooperationsvertrag und ein Geschäftsbesorgungsvertrag mit der Hochschule der Medien und der Weiterbildungs- und Transfer UG (haftungsbeschränkt) geschlossen. Diese Gesellschaft gehört zu 100 Prozent dem Verein der Freunde und Förderer der Hochschule der Medien.

Neben akademischen Weiterbildungsmöglichkeiten mit Zertifikatsabschluss ist auch die Verbindung von Master-Studiengängen und Weiterbildungsangeboten eine wichtige Thematik (siehe Kapitel „Master-Studiengänge“).

3.5 Internationalisierung

Das Hochschulziel besteht in der konsequenten Stärkung und Förderung der Internationalisierung. Dieses Bestreben beruht auf zwei Säulen: Einerseits ist die Hochschule der Medien verpflichtet, sich in der internationalen Hochschul- und Forschungslandschaft zu positionieren, andererseits muss sie der Globalisierung in den Medienbranchen Rechnung tragen. Sowohl auf der Seite der Studienbewerber und auch aus Sicht der späteren Arbeitgeber nimmt das Interesse an international orientierten Studienprogrammen massiv zu: Studienbewerber fragen gezielt nach Studienmöglichkeiten im Ausland und potentielle Arbeitgeber erkundigen sich nach Fremdsprachenkenntnissen, Auslandserfahrung und interkultureller Kompetenz der Hochschulabsolventen.

Die bestehenden Aktivitäten zum Studierenden- und Dozentenaustausch einschließlich der Gewinnung von Gastdozenten und zur Förderung der internationalen Kontakte soll beibehalten und ausgebaut werden. Die Hochschule der Medien ist sehr gut in verschiedene Netzwerke eingebunden, wodurch sich oft bedeutende und bisweilen unerwartete Synergien ergeben. Das Zentrum dieser Aktivitäten liegt nach wie vor in Europa. Die Hochschule nutzt die Förderprogramme der Europäischen Union, aber auch anderer Geldgeber, nach Kräften.

Zurzeit verbringt etwa ein Drittel der Studierenden der Hochschule der Medien ein Studien- oder Praxissemester im Ausland: Dieser Anteil soll durch verstärkte Werbung, Beratung und Unterstützung weiter erhöht werden.

Eine Fokussierung und Intensivierung der organisierten Partnerschaften ist angestrebt. Die Doppelstudiengänge mit der Technischen Universität Xi'an in China stellen ein gutes Beispiel dafür dar. Auch die Bestrebungen ein Konfuzius-Institut in Stuttgart zu etablieren, sollen fortgesetzt werden.

Sowohl zur Vorbereitung von Auslandsaufenthalten von Studierenden der Hochschule der Medien als auch zur Verbesserung der Bedingungen für ausländische Studierende sollen verstärkt Sprachunterricht (ebenso Deutsch für Ausländer) sowie andere Formen des interkulturellen Austauschs und Erfahrungserwerbs angeboten werden. Vor allem letzteres ist im Sinne der „Internationalisation at home“ als Ergänzung und teilweise als Ersatz von Auslandsaufenthalten zu sehen. Auch Professoren und Angestellten der Hochschule wird die Möglichkeit geboten, ihre Sprachkenntnisse zu verbessern.

Die Hochschule der Medien betreibt federführend das Verbundprojekt VESPA, in dessen Rahmen sich zur Zeit vier Stuttgarter Hochschulen um die Optimierung ihrer Sprachlehre bemühen; es ist jedoch für weitere Teilnehmer offen.


Erste Priorität bei der angestrebten Fokussierung haben für die Hochschule der Medien der angloamerikanische Sprachraum (auch außerhalb Europas; es bestehen gute Partnerschaften nach Kanada, in die USA und nach Singapur) und die Förderung englischer Fachsprachenkenntnisse. Der flächendeckende englische Eingangssprachtest für alle Studierenden wird dazu beibehalten.

Zweite Priorität haben die anderen europäischen Sprachen, insbesondere das Spanische (auch für Südamerika; es bestehen gute Beziehungen nach Mexiko, Ecuador, Chile und Argentinien), und das im Verbund mit den deutsch-chinesischen Doppelstudiengängen unverzichtbare Chinesische. Besonders die Marktbedeutung Chinas und die bestehende, gut funktionierende Partnerschaft sollen hier hervorgehoben werden.

Eine weitere Option könnte eine erweiterte Zusammenarbeit mit Hochschulen in der Türkei sein. Das muss jedoch geprüft werden. Dort besteht ebenfalls ein hohes Bewerberpotential in der Region Stuttgart. Auch ist die Türkei ein zunehmend wichtiger Wirtschaftsraum. Bestehende Kontakte zu Hochschulen in Istanbul und Ankara könnten ausgebaut werden.

Internationalität bei Studierenden der Hochschule der Medien		
Incoming students	Austauschstudenenten	ca. 100 / Jahr
Outgoing students	Studierende der Hochschule der Medien in 2011 Schätzwerte des Akademisches Auslandsamt, Aufenthalt > 3 Monate	
	Austauschplatz an einer Partnerhochschule	ca. 200 / Jahr
	davon im Rahmen von Erasmus	ca. 75 / Jahr
	Studierende mit Praktikum im Ausland	ca. 70 / Jahr
	davon Förderung durch europäische Programme	ca. 15 /Jahr
	InWent - Praktika in Übersee	ca. 10 / Jahr
Ausländische Studierende	Ziel: Studienabschluss, Zugang nach Sprachtest	
	<ul style="list-style-type: none"> • Bildungsinländer • alle EU • alle Nicht-EU mit HZB-Inland 	keine Quote
	Bildungsausländer	max. 8 Prozent der Studierenden (derzeit ca. 400)

<p>Ziel: Fokussierung und Intensivierung internationaler Partnerschaften</p>		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Intensivierung der Internationalisierung setzt starke Integration der Aktivitäten in Studiengängen voraus 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Neudefinition internationaler Partner und Forschungsfelder 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Rektorat und Akademisches Auslandsamt 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung 2012 und 2013 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<p>-</p>	


<p>Ziel: Einführung Englischsprachiges Studiensemester</p>		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Erweiterung von Partnerschaften vor allem im angloamerikanischen Raum ist nur bei gegenseitigem Austausch ohne extrem hohe Studiengebühren möglich. Dieser Austausch setzt ein entsprechendes englischsprachiges Angebot voraus 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines abgestimmten Veranstaltungskanons 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Rektorat und Akademisches Auslandsamt 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung 2012 und 2013 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<p>-</p>	

Ziel: Erweiterung des Sprachangebots mit anderen Hochschulen der Region	
Begründung	• Verbessertes Angebot und verbesserte Effizienz
Maßnahmen	• Durchführung durch Sprachenzentrum im Rahmen eines geförderten Projektes
Personelle Ressourcen	• Sprachenzentrum
Zeitplan	• Durchführung 2012 und 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	• Förderung durch „Vespa“-Projekt

3.6 Organisationsentwicklung

3.6.1 Qualitätsmanagement


Die Systemakkreditierung ist zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen. Das Qualitätsmanagement ist im Sinne einer permanenten Anpassungsfähigkeit weiter zu entwickeln.

Ziel: Abschluss Systemakkreditierung		
Begründung	• Die Systemakkreditierung passt von ihrer Ausrichtung her von den bestehenden Alternativen am Besten zu einer autonomen Hochschule	
Maßnahmen	• Verbesserung der bereits eingeführten Regelkreisläufe • Formaler Abschluss der Akkreditierung (zweite Begehung und Programmstichproben)	
Personelle Ressourcen	• Koordination liegt bei Qualitätsmanagement-Stabsstelle und Prorektor Lehre. Studiengänge sind bei Programmstichprobe besonders beansprucht	
Zeitplan	• Abschluss in 2014	
Finanzieller Aufwand und Risiken	• Aufwand für Erstellung der notwendigen Dokumentation und Projektkoordination ist hoch. Notwendiges Personal für Weiterentwicklung kann über Projekte finanziert werden. Risiko ist auf Grund bisheriger erfolgreicher Schritte beherrschbar	

3.6.2 Organisationsstruktur

Mehrere konkrete Vorhaben sind wie nachfolgend aufgeführt in Vorbereitung.

Ziel: Entscheidung über Fakultätsneugliederung	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Der Neubau für die Fakultät Information und Kommunikation wird im Frühjahr 2014 fertig gestellt sein. Gleichzeitig wächst die Hochschule stark und die Fakultäten sind im Vergleich zu anderen Hochschulen groß und teilweise inhomogen • Daher müssen Überlegungen angestellt werden, ob die bestehende Fakultätsstruktur noch sinnvoll ist oder die Fakultäten neu gegliedert werden sollten
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Projektplan ist skizziert. Die Diskussion über eine Neugliederung soll ergebnisoffen, transparent und hochschulweit geführt werden
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination erfolgt über Rektorat
Zeitplan	<p>Zur Entscheidungsfindung wird ein strukturierter Diskussionsprozess angestoßen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Intranetseite: Zum Ende der Vorlesungszeit des SoSe 2012 wird eine Intranetseite freigeschaltet, außerdem ein Diskussionsforum 2. Umfrage: Anfang des Wintersemesters 2012/13 wird eine Umfrage gemacht werden unter allen wissenschaftlichen Mitarbeitern, Professoren und Senatsmitgliedern. Das aufsummierte Ergebnis wird veröffentlicht 3. Meinungsbild in den Fakultätsräten: Ermittlung im Wintersemester 2012/13. Das Ergebnis wird ebenfalls auf der Intranetseite veröffentlicht 4. Meinungsbild Rektorat und Dekanate (Klausur SoSe 2013). 5. Entscheidung in den Gremien (Anfang WS 13/14)
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Reorganisation der Fakultäten bedeutet einen sehr hohen Organisationsaufwand und bringt auch Nachteile: Eine höhere Zahl von Fakultäten bedeutet zum Beispiel erhöhter Koordinationsaufwand und zusätzliche Schnittstellen zwischen den Fakultäten • Der Aufwand für eine Veränderung ist nur zu rechtfertigen, wenn deutliche Vorteile dadurch entstehen • Deputatsverlust durch mehr Freistellungen für Dekane

Ziel: Verbesserung Arbeitssicherung und Umweltschutz		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Die gestiegene Organisationsgröße und die stark erhöhte Zahl an Medienproduktionen macht eine Überprüfung und Erweiterung der Maßnahmen zu Arbeitssicherheit und Umweltschutz erforderlich 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Formale Festlegung von Zuständigkeiten überprüfen und Maßnahmen zur systematischen Sicherstellung der Arbeitssicherheit und der Einhaltung von Umweltschutzvorschriften • Fertigstellung eines verbindlichen Produktionshandbuchs für Medienproduktionen 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination durch technische Betriebsleitung oder Fachkraft für Arbeitssicherheit • Fast alle Bereiche des Hauses bei der Durchführung betroffen 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Beginn in 2012, Ende in 2013 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Größerer Aufwand im Bereich Formalisierung von Zuständigkeiten und Erstellung von Produktionshandbüchern • Schulungsbedarf noch nicht genau abschätzbar 	

Ziel: Angleichung Abläufe der Fakultäten	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Teilweise existieren historisch bedingte (Fusion) und unterschiedliche Abläufe mit entsprechenden Reibungsverlusten und der Gefahr der Ungleichbehandlung von Studierenden
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Durch den Rektor erging ein Prüfungsauftrag an den Ausschuss für die Studienprüfungsordnung. Dieser soll die Abläufe im Bereich der Abwicklung von Prüfungen überprüfen
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung durch den Ausschuss für die Studienprüfungsordnung und den Prorektor Lehre
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Realisierung in 2014
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Ziel: Unterstützung bei Einführung „Verfasste Studierendenschaft“		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Gesetzliche Vorgabe 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Beratung und Organisationsanpassung 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung durch Verwaltungsleitung 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Abschluss bis Mitte 2014 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	-	

Ziel: Einführung von His-in-One (Campusmanagementsystem)		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Software zur Hochschulverwaltung „HIS“ wird fundamental umgestellt 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende Informationen über Projektfortschritt bei HIS durch Koordinationsstelle Reutlingen • Aufsetzen des Software-Projektes nach Klärung der zeitlichen Rahmenbedingungen 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Erheblicher Anpassungs- und Schulungsaufwand an der Hochschule (vor allem Verwaltungsbereiche). 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Hängt von der Einhaltung der Realisierungszeiträume bei HIS ab (wahrscheinlich in 2014 und 2015). 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Schnittstellen zu hochschuleigener Software müssen in erheblichem Umfang angepasst werden. 	

Ziel: Einführung des Dialogorientiertem Serviceverfahren	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung ist politisch gewollt • Kein Interesse der Hochschule
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende Informationen über Projektfortschritt durch Koordinationsstelle Reutlingen. • Aufsetzen des Software-Projektes nach Klärung der Rahmenbedingungen
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassungs- und Schulungsaufwand an der Hochschule
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Hängt von der Einhaltung der Realisierungszeiträume ab (wahrscheinlich in 2014 und 2015)
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • In der Vergangenheit waren größere Software-Probleme vor allem beim Dialogorientierten Serviceverfahren zu verzeichnen

Ziel: Dokumentenmanagementsystem	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Steigender Platzbedarf für Akten durch Größenwachstum der Hochschule
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufsetzen und Realisierung des Software-Projektes in 2014
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassungs- und Schulungsaufwand an der Hochschule
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Realisierung in 2014 und 2015
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Aufwand vor allem für Digitalisierung des Altbestands

Ziel: Stundenplan-Planungssoftware	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Mit Fertigstellung des Neubaus ist ein einheitliches System im Haus erforderlich
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Systemauswahl erfolgt
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter des Rechenzentrums und Verwaltungsleitung
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung bis spätestens Anfang 2014
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Zwei Systeme, die im Haus eingesetzt werden stehen zur Wahl, daher geringes Risiko

Ziel: Trennungsrechnung einführen	
Begründung	• Erforderlich durch neue Vorschriften
Maßnahmen	• Einführung durch Verwaltung
Personelle Ressourcen	• Durchführung durch Finanzabteilung und Verwaltungsleitung
Zeitplan	• In 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

3.6.3 Hochschulförderung SüdWest

Die Hochschule der Medien ist Mitglied in der Hochschulförderung SüdWest. Die föderal organisierte Kooperation zwischen ausgewählten Hochschulen wurde notwendig, weil sich das Aufgabenspektrum der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften stark erweitert hat. Dies liegt am demografischen Wandel, dem Wettbewerb zur Dualen Hochschule Baden-Württemberg und den Universitäten sowie der Autonomieförderung. Die im Vergleich zu anderen Bundesländern eher kleineren Hochschulen sehen sich deshalb vor besondere Herausforderungen gestellt. Die Hochschulförderung SüdWest soll zukünftig Lösungsansätze für die neuen Herausforderungen entwickeln.



Dem Beitritt für die beteiligten Hochschulen für Angewandte Wissenschaften, insbesondere durch „Best Practice“-Ansätze, zur Hochschulförderung SüdWest hat am 6. März 2012 der Hochschulrat der Hochschule der Medien zugestimmt. Am 30. März 2012 wurde die Beteiligung zur Förderung einstimmig im Senat der Hochschule befürwortet.

Ziel: Erschließung neuer Potenziale sowie Schaffung von Synergien zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Hochschule	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Zunehmend aufwendigere Prozesse und Aufgaben • Kritische Masse teils nicht vorhanden • Wettbewerb zu großen Akteuren für kleine Einrichtungen schwierig
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Internationalisierung • Forschung • Qualitätsmanagement • Abschluss von Kooperationsvereinbarungen mit Vereinbarung konkreter Aktivitäten
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Hochschulföderation SüdWest: Geschäftsstelle (15.000 Euro pro Jahr) und Infrastruktur (5000 Euro pro Jahr) plus Projektkosten • Art der Finanzierung: Haushaltsmittel und Land
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • März 2012: Gründung Hochschulföderation SüdWest mit aktiver Geschäftsstelle • Dezember 2012: Aktualisierung Strategiepapier
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Aufwand-, Kosten- und Ressourceneinsatz teils sehr hoch (zum Beispiel internationale Kooperationen und Konsortien) und teils nur bei Einwerbung externer Mittel umsetzbar • Risiko der Überforderung der Organisation durch Anzahl und Komplexität der Netzwerke sowie fehlende Ressourcen, insbesondere Finanzmittel sowie mangelnde Motivation einzelner Teile

3.7. Ressourcen

3.7.1. Personal

Die Personalakquisition ist in einigen Fällen nicht einfach: Die Besoldungsstrukturen werden teilweise als unattraktiv empfunden. Stuttgart gilt zwar als attraktive Stadt mit guter Verkehrsanbindung, aber eben auch als teurer Standort. Die Hochschule wird verstärkt versuchen, das Gesamtpaket der Leistungen gerade für Professoren darzustellen. Das betrifft unter anderem die Besoldung, die Pension und die Freiheitsgrade.

Im Haus ist die Besetzung von W3-Stellen akzeptiert. Derzeit sind 27 W3-Stellen vorhanden, von denen jeweils eine auf die Stelle des Rektors und eine auf den Kanzler entfallen. Es gibt sieben besetzte W3-Stellen, von denen eine der Rektor inne hat (Stand August 2012). Eine Zuordnung der Stellen auf Fakultäten ist erfolgt. Im akademischen Mittelbau besteht nach wie vor eine Schwäche. Dauerbeschäftigungen sind allerdings wegen der Einschränkung der finanziellen Flexibilität auf ein Minimum zu beschränken.

Das Ziel muss also darin bestehen, bestehende Maßnahmen für die Personalentwicklung und -akquise beizubehalten und auszubauen. Dies betrifft:


- Dienstvereinbarungen zu Home-Office
- Dienstvereinbarung zu Mitarbeitergesprächen
- Fortbildungsetat
- Zertifizierung für „familiengerechte Hochschule“
- Weiterbildungsetat beibehalten

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht zur Anzahl der Beschäftigten an der Hochschule der Medien, aufgeteilt auf die drei Fakultäten und die zentralen Einrichtungen. Dabei wird unterschieden zwischen der Anzahl der Beschäftigten und der der Professoren. Für einen Vergleich wurden neben den aktuellen Zahlen auf jene aus den Jahren 2007, 2010 und 2011 zurückgegriffen.

Vollzeitäquivalente an der HdM	IST 10/2007		IST 10/2010		IST 10/2011		IST 10/2012	
	Prof.	Besch.	Prof.	Besch.	Prof.	Besch.	Prof.	Besch.
Fakultät 1	42,00	26,00	44,17	42,13	48,83	39,78	51,51	36,75
Fakultät 2 (inkl. HoRads)	32,00	22,50	36,00	25,50	36,50	24,70	42,00	26,20
Fakultät 3	34,00	14,00	35,00	22,85	35,00	19,30	35,00	22,05
• zentrale Verwaltung / Internationales / AAA (inkl. HoRads bis 2010)	0,00	42,10	0,00	43,20	0,00	• 38,55	0,00	• 40,75
• IQF/Hochschuldidaktik						• 4,75		• 11,30
Bibliothek	0,00	6,70	0,00	6,53	0,00	6,53	0,00	6,28
IZ-IT	0,00	6,50	0,00	6,00	0,00	7,00	0,00	9,00
IAF (inkl. Zentren) und IAF-Projekte	0,00	12,00	0,00	16,55	0,00	22,85	0,00	17,76
Summe	108,00	129,8	115,17	162,76	120,33	163,46	129,51	170,00

Abb. 3-3: Anzahl der Beschäftigten an der Hochschule der Medien (Prof. = Professoren, Besch. = Beschäftigte, AAA = Akademisches Auslandsamt, IZ-IT = Informationszentrum-IT, IAF = Institut für Angewandte Forschung, HoRads = Hochschulradio)

Ziel: Onboarding-Konzept realisieren	
Begründung	• Bessere und schnellere Integration der Professoren an der Hochschule der Medien
Maßnahmen	• Konzept von Professor Weißhaupt realisieren
Personelle Ressourcen	• Personalabteilung
Zeitplan	• Realisierung 2012 und 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Ziel: Familienfreundliche Hochschule (siehe auch Gleichstellung) weiterführen		
Begründung	• Höhere Attraktivität als Arbeitgeber	
Maßnahmen	• Re-Zertifizierung muss vorbereitet werden	
Personelle Ressourcen	• Koordination durch die Beauftragte für Chancengleichheit, teilweise Verwaltung	
Zeitplan	• Laufend	
Finanzieller Aufwand und Risiken	-	

Ziel: Web-Bewerbungsplattform für Mitarbeiter, Professoren und Lehrbeauftragte	
Begründung	• Manueller Aufwand ist wegen der vielen befristeten Verträge und offenen Stellen sehr hoch
Maßnahmen	• Einführung einer Web-Plattform
Personelle Ressourcen	• Personalabteilung, Rechenzentrum
Zeitplan	• Realisierung in 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Ziel: Präzisere Fassung der Kriterien für Zulagen in der W-Besoldung	
Begründung	• Erfahrungen mit der W-Besoldung liegen vor
Maßnahmen	• Einsetzung einer Arbeitsgruppe
Personelle Ressourcen	• Rektorat und Dekane
Zeitplan	• Realisierung in 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

3.7.2 Finanzen

Entwicklung der Einnahmen

Die finanziellen Eckdaten zeigt nachfolgende Tabelle. Eine erhebliche Unsicherheit bietet das Auslaufen des Solidarpaktes in 2014. Die Hochschule ist in starkem Maße von Geldern der Programme 2012 und 2020 sowie den Studiengebührenersatzmitteln abhängig. Zudem ist der leistungsorientierte Mittelanteil am Haushalt ein weiterer, wenn auch geringerer Unsicherheitsfaktor: Dieser ist schwer prognostizierbar, da in die Zahlen Relativbewegungen zu anderen Hochschulen einfließen. Die Zahlen stehen meist erst im Oktober des Planjahres seitens des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst zur Verfügung. Strukturell ist die Masse der Mittel in Personal gebunden. Die Hochschule ist daher bestrebt, Dauerverträge auf ein Minimum zu begrenzen, um mehr Flexibilität bei finanziellen Schwankungen zu erhalten.

Finanzielle Eckdaten für die gesamte Hochschule für 2012 (ohne Haushaltsreste)	
Haushalt (eigener und Fremddhaushalt)	16,6 Millionen Euro
2012	2,9 Millionen Euro
2020	2,5 Millionen Euro
Studiengebührenersatzmittel / Qualitätsmanagementsystem	1,6 Millionen Euro
Drittmittel (geschätzt)	1,9 Millionen Euro

Entwicklung der Ausgaben

Die Hochschule der Medien wird in den Jahren 2013 und 2014 stark durch die Finanzierung des Erweiterungsbaus Süd belastet sein.

Die strategischen Themen Qualitätsmanagement und Systemakkreditierung werden weiter einen verstärkten Mitteleinsatz verlangen.

Die Mittelzuflüsse entsprechen in der Regel den Ausgabepositionen. Ausnahme ist wie unten stehend erläutert der Erweiterungsbau Süd, der sich aus Mietmitteln und dem Programm 2020 sowie Haushaltsresten speist. Die Mittel aus dem Programm 2012 werden für die Finanzierung von Stellen in der Lehre benötigt (Ausbau der Studiengänge), ebenso signifikante Teile der Haushaltsmittel. Insgesamt wendet die Hochschule der Medien rund **18 Millionen Euro für Personal (bei einem Eigenhaushalt von etwa 15 Millionen)** auf. Die Professuren sind in der Regel mit Beamtenstatus versehen, ebenso sitzt in der Verwaltung größtenteils festangestelltes Personal. Dazu kommen laufende Sachausgaben für die Aufrechterhaltung der Infrastruktur. Das bedeutet, dass der Handlungsspielraum der Hochschule im Wesentlichen von den Sondermitteln „2012“ und „2020“ bestimmt wird. Größere Mittelkürzungen führen daher zwangsläufig zu einer deutlichen Reduktion des (traditionell an Hochschulen für Angewandte Wissenschaften eher schwach ausgeprägten) Mittelbaus und damit zu massiven Einschränkungen in der Lehr- und Forschungsqualität. Die zweite Option ist der Abbau von Professuren, was zwingend zu einer Reduktion der Studierendenzahl führt. Ein sehr schwieriger Bereich sind größere Investitionen. Hochschulen für Angewandte Wissenschaften haben den Anspruch auf Anwendungsorientierung in der Ausstattung, ergänzt um dezidierte Forschungsausstattung. Gerade bei Großgeräten ist die von den relativ kleinen Hochschulen für Angewandte Wissenschaften schwer zu stemmen, da auch eine Finanzierung durch das Hochschulbauförderungsgesetz einen Eigenanteil von mindestens 50 Prozent voraussetzt. Es ist anzumerken, dass die kamerale Logik eine Reduktion auf die Betrachtung von Einnahmen und Ausgaben führt. Ohne Bilanzierung im Rahmen einer Doppik und mehr Eigenverantwortung der Hochschulen bleiben wichtige Bereiche wie Bau, Bauunterhalt, Energiekosten und Energieeinsparung außen vor.

Nachfolgend die Gesamt-Finanzgrafik und die tabellarische Darstellung gemäß Schreiben des baden-württembergischen Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst vom 27. September 2012 Aktenzeichen 44-7750.10/3/1 (Gerundete Schätzwerte in Millionen Euro als Prognose).

	Mittelherkunft	Mittelverwendung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
h	Drittmittel	angewandte Forschung	1,9	2	2	2,1	2,1	2,1
g	Mietmittel	Erweiterungsbau Süd	0,7	0,06	3,1	0,06	0,06	0,06
f	Bau Sanierung	Bausanierung	0,5	1,0	0,5			
e	Bau Information und Kommunikation (IuK)	Bau IuK inklusive Erstausrüstung	4	14	3			
d	Mittel zur Qualitätssicherung (QSM)	Lehre	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0	2,0
c	Programm 2020	Unter anderem Erweiterungsbau Süd	2,5	2	0,75	0,75		
b	Programm 2012	Lehre (vor allem Personal)	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
a	Haushalt (eigener und Fremdbaushalt)	alle Bereiche (vor allem Personal) und zentrale Projekte	16,6	16,6	16,6	16,6	16,6	16,6

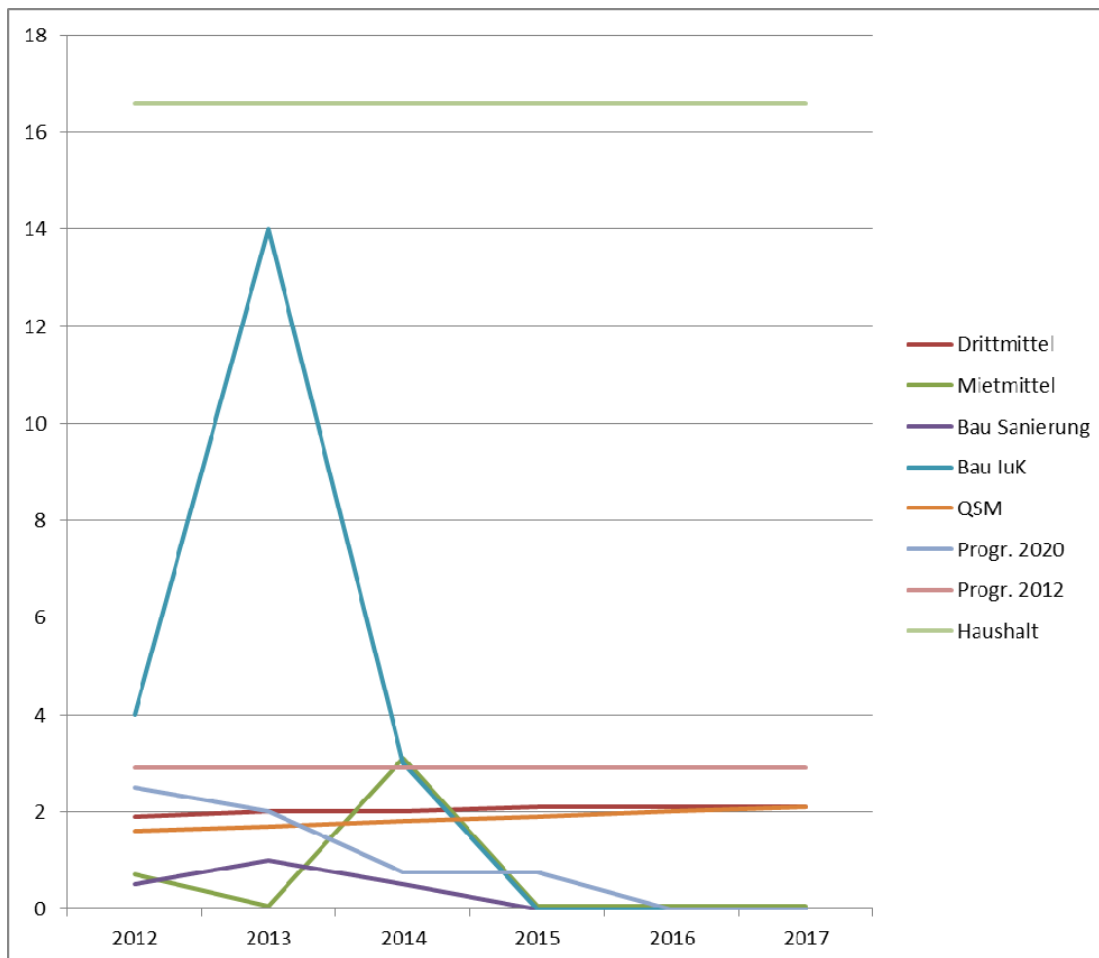


Abb. 3-4: Gesamt-Finanzgrafik

Erläuterung zur Finanztabelle und -grafik:

a) Haushalt: 2014 endet der Solidarpakt. Die Hochschule geht davon aus, dass auch nach 2014 Mittel mindestens in gleichem Umfang zur Verfügung stehen. Im Koalitionsvertrag (Seite 12 fortfolgende) ist die Zielsetzung der Förderung von Hochschulen („Wissenschaft in Höchstform“) benannt und auf Seite 16 wird ausgeführt: „Den 2014 auslaufenden Solidarpakt II werden wir auf Grundlage der realen Kosten- und Aufgabenentwicklung weiterentwickeln ...“. Große Teile des Haushalts sind in Personal fest gebunden und für unabdingbare Ausgaben des laufenden Betriebs erforderlich. Handlungsspielräume ergeben sich daher nur aus der Verfügbarkeit zusätzlicher Mittel anderer Budgets.

Enthalten sind auch Mittel für wichtige zentrale Projekte: Die Finanzierung ist gesichert, es wurden bereits Mittel fest eingeworben von etwa 2,5 Millionen für IT (Kovis 0,06 Millionen), Qualitätsmanagement & Didaktik (zum Beispiel IQF Systemakkreditierung 0,25 Millionen, „MyCurriculum“-Projekt 1,5 Millionen), Internationalisierung (Vespa 0,06 Millionen) und Existenzgründung (Inkubator 2: 0,15 Millionen, IQF Summer-/Winterschool 0,15 Millionen, SMART i.e. 0,15 Millionen, Pag.es (EXIST) 0,07 Millionen, Storeguide (EXIST) 0,08 Millionen).

Investitionen in neue Technologien für Forschung und Lehre: Bei Großvorhaben sind diese abhängig von der Verfügbarkeit von Mitteln des Hochschulbauförderungsgesetzes. Ein zentrales internes Budget zur Beantragung steht zur Verfügung.

Zu beachten ist, dass Projekte, die den organisatorischen Wandel befördern, häufig nicht durch die Finanzen, sondern durch zur Verfügung stehendes qualifiziertes Personal begrenzt sind.

b) Programm 2012: „2012“-Mittel stehen voraussichtlich bis mindestens 2020 zur Verfügung, da die Hochschule sehr gut ausgelastet ist. Die Hochschule geht davon aus, dass die Mittel für das darin enthaltene Personal dynamisiert werden, gemäß den anstehenden Personalkostensteigerungen. Außerdem erwartet die Hochschule zusätzliche Mittel wegen des anstehenden Programms Master 2016.

c) Programm 2020: „2020“-Mittel werden für den Erweiterungsbau Süd eingesetzt. Die Kosten von sieben Millionen werden komplett von der Hochschule übernommen. Dazu werden Mittel zur Anmietung von Flächen umgewidmet und „2020“-Mittel eingesetzt, sowie weitere Haushaltsreste der Hochschule. Die Baumaßnahme ist wie mit dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst und dem Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg angestimmt bis 2014 abgeschlossen. Daher ist bis 2014 eine Übertragung von Mitteln erforderlich.

d) Mittel zur Qualitätssicherung (QSM): QSM-Mittel steigen durch die steigende Studierendenzahl (Ausbau 2012), die vollständige Auslastung der Hochschule und die Master 2016 an. Die Hochschule erhält pro Studierenden und Semester 280 Euro. Ausgenommen sind die Studierenden im Praxissemester. Im Rahmen der Verfassten Studierendenschaft steht die Mittelverwendung außerdem unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Studierenden.

e) Bau IuK: Der Neubau für die Fakultät Information und Kommunikation ist im Bauhaushalt verankert. Die Baumaßnahme ist bis 2014 abgeschlossen (inklusive Erstausrüstung und Umbau der bestehenden Bibliothek).

f) Bau Sanierung: Die Kosten von etwa 1,4 Millionen für die Sanierung und den Brandschutz bei dem bestehenden Gebäudebestand sind im Haushalt des Universitätsbauamts vorgesehen und nicht von der Hochschule zu leisten. Die Maßnahmen sind zwischen Universitätsbauamt und Hochschule abgestimmt.

g) Mietmittel: Die Mittel für die Anmietung von Flächen fließen abzüglich der Mittel für die Anmietung der Nobelstraße 5 in den Erweiterungsbau Süd, wie mit dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst abgestimmt (Erlass vom 25. August 2012, Aktenzeichen 14-33 ST. FHM/4/3).

h) Drittmittel: Das Budget der Drittmittel aus Forschung und Transfer ist von der Verfügbarkeit von Förderprogrammen abhängig. Zusätzliche Anreize und „Leuchttürme“ sollen die Forschungsfähigkeit verstärken. Insgesamt ist eine Verbesserung der Situation bei den Förderbedingungen zu erwarten: „Die besondere Rolle der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften im Bereich der anwendungsorientierten Forschung wollen wir durch eine bessere Ausstattung, mehr Flexibilität und mehr Dauerstellen im Mittelbau würdigen“ (vgl. Koalitionsvertrag Seite 13).

Finanzverteilung

Eine Umsetzung neuer und teilweise leistungsorientierter Finanzverteilungsmechanismen ab 2013 ist geplant.

Grundüberlegungen zur neuen Mittelverteilung an der Hochschule der Medien ab 2013 sind:

- Dynamische Anpassung an Veränderungen der Hochschule
- Nachvollziehbare Größen und Anreize setzen
- Handhabbares Modell (beherrschbare Komplexität für Verwaltung)
- Kapitalisierung von Stellen
- Bedarf technikorientierter Bereiche wird nachvollziehbar berücksichtigt (Verbrauchsmaterial und besseres Betreuungsverhältnis nach Kapazitätsverordnung)
- Investition nach Beantragung
- Flächen werden nicht bepreist (Vorteil für technische Bereiche)
- Bei der Kopfzahl als Verteilgröße wird ein Mix aus echter Kopfzahl (Belastung) und Studienplatzzahl (kein Anreiz, alle „durchkommen zu lassen“) herangezogen

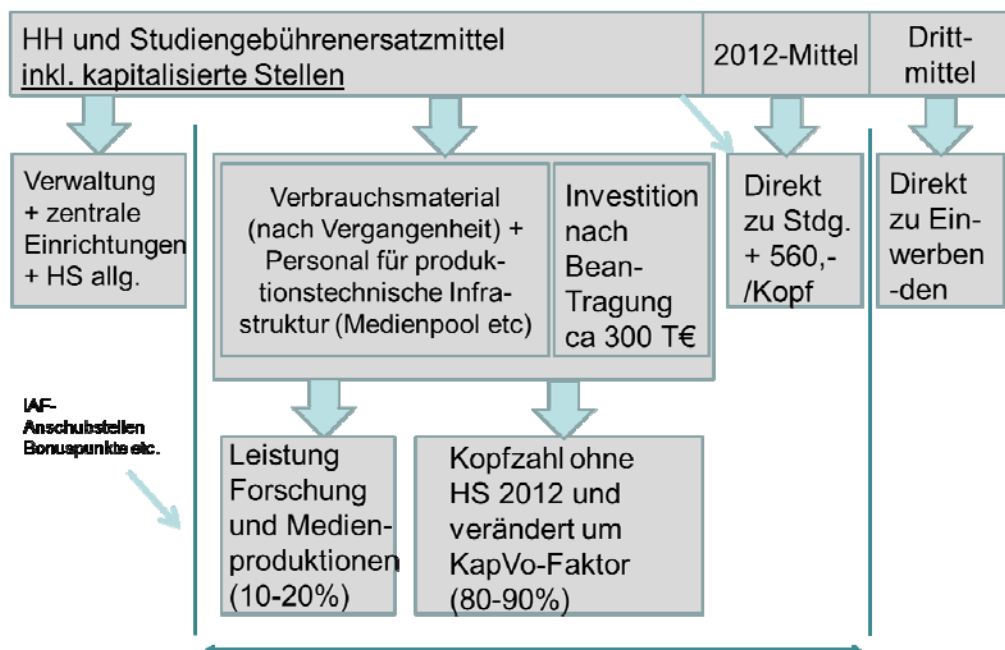


Abb. 3-5: Finanzverteilungsmechanismen

Die Landesmittel des Programms 2012 werden studiengangsscharf vergeben. Zulagen für Professoren aus 2012-Stellen sind aus dem 2012-Budget zu finanzieren. Die Budgets aus 2012 enthalten Professorenstellen. Diese Gelder werden aber – gemäß dem Stand von heute – unverständlicherweise nicht dynamisiert, deshalb hat die Hochschule folgende Regelung getroffen: Sollten durch Zulagen die Mittel zur Beschäftigung von 2012-Professoren nicht mehr ausreichen, ist zunächst das komplette Budget zu verwenden und die anteiligen Assistentenstellen abzubauen oder die Sachausgaben zu streichen. Sollte das komplette Budget nicht ausreichen, werden die Zusatzausgaben zur Deckung der Professorenhälter zentral übernommen. Die Verteilung der Gelder im Institut für Angewandte Forschung erfolgt leistungsorientiert (siehe Kapitel Forschung).

Ziel: Einführung eines neuen Finanzverteilungsmechanismus ab 2013	
Begründung	• Tradierte Verteilung ist nicht leistungsorientiert und starr
Maßnahmen	• Hochschulrat entscheidet in 2012 über den neuen Mechanismus
Personelle Ressourcen	-
Zeitplan	• Einführung für Finanzverteilung 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	• Veränderungen werden häufig unter aktuellen Gewinner- und Verliererbetrachtungen aus der Individualperspektive beurteilt

3.7.3 Technische Infrastruktur

Der IT-getriebene Wandel erfordert eine erhebliche Investition in die technische Ausstattung für die Lehre: Einerseits muss eine Vielzahl von Studierenden eine technische Grundausbildung erhalten (Breite), andererseits sollen die Studierenden in industrieüblichen Einrichtungen ausgebildet werden (Spitze). Beides muss in einem ausgewogenen Verhältnis stehen. Große Vorhaben lassen sich nur realisieren, wenn private oder öffentliche Fördergelder, wie durch das Hochschulbauförderungsgesetz, zur Verfügung stehen. Tendenziell sind dabei eher Kürzungen zu erwarten, so dass verstärkt eine Selektion und Priorisierung bei größeren Vorhaben vorgenommen werden muss. Ein wichtiger Parameter wird dabei die Auslastung der beschafften Geräte in Lehre und angewandter Forschung sein. Eine weitere Variable wird die organisatorische Verfügbarkeit sein, wie zum Beispiel durch die Einbringung in zentrale Medienpools.

Dazu wird ab 2013 ein Verfahren interner Beantragung eingeführt, bei dem der Bedarf ermittelt und gewichtet wird. Insgesamt ist zu erwarten, dass beispielsweise die Zahl der PC-Pools nicht mit der Studierendenzahl steigen wird. Die Studierenden verfügen über eigne Geräte. Pools werden dennoch benötigt, unter anderem für Spezial-Software. In Ingenieur-Studiengängen der Hochschule ist mit der verstärkten Orientierung auf die Forschung anzunehmen, dass weniger in Produktionsmaschinen und mehr in Analytik und Messtechnik investiert wird. Außerdem ist in jedem Fall zu prüfen, ob Leihgeräte zur Erprobung neuer Technologien, wie im Kamerabereich, oder Leasing günstiger als ein Kauf sind.

Bei der zentralen IT-Infrastruktur werden verstärkt Maßnahmen zum Outsourcing mit der Universität Stuttgart und zur Automatisierung angestrebt. Dies entspricht dem vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst geförderten KOVIS-Projekt. Zu den Maßnahmen gehören unter anderem die Bereiche Backup oder Netzmonitoring, während zu den Automatisierungen die zentrale Bereitstellung virtueller Server und die Software-Distribution durch Frontrange zählen.

Ziel: Bedarfsorientierte Priorisierung bei Invests	
Begründung	• Hoher Bedarf bei begrenzten Mitteln
Maßnahmen	• Verfahren zur internen Invest-Beantragung
Personelle Ressourcen	-
Zeitplan	• Einführung ab 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	• Unsicherheit der Mittelzuteilung im Hochschulbauförderungsgesetz Programm


Ziel: Rechenzentrum-Netzinfrastruktur aktualisieren und vereinheitlichen	
Begründung	• Aktivkomponenten der Netzinfrastruktur sind veraltet (bis zu elf Jahre alte Komponenten) und nicht mehr erweiterbar
Maßnahmen	• Komplette Aktivkomponenten austauschen und auf einheitlichen und aktuellen Stand bringen
Personelle Ressourcen	• Informationszentrum-Rechenzentrum
Zeitplan	• Förderantrag genehmigt, Beschaffung läuft • Realisierung bis erstes Quartal 2013 abgeschlossen
Finanzieller Aufwand und Risiken	• Etwa 250.000 Euro und etwa 50 Prozent Förderung


3.7.4 Baumaßnahmen


Bedingt durch das Wachstum der Hochschule und die sehr begrenzten Möglichkeiten zur Flächenanmietung hat eine Ausweitung der Flächen hohe Priorität. Die Synergien aus der Fusion können jedoch erst in vollem Umfang genutzt werden, wenn der zur Fusion im Januar 2002 zugesagte Neubau für die Fakultät Information und Kommunikation fertig gestellt ist.

Die Hochschule der Medien ist eine Hochschule mit vielen Pendlern aus der Region. Dies und die verstärkten Selbstlernphasen in Gruppen bedingt eine höhere Verfügbarkeit von Lernflächen für Studierende. Dazu wird die neue Bibliothek einen Beitrag leisten. Neben der Funktion als Hochschulbibliothek ist sie auch für die bibliothekarischen Studiengänge in der Ausbildung von hoher Bedeutung.


Zwei Bauvorhaben sollen bis Ende 2014 abgeschlossen sein. In der Nobelstraße 5 konnten in sehr begrenztem Umfang Flächen angemietet werden. Eine hohe Konzentration von Baumasse an einem Standort wird auch in Bezug auf eine flexible Raumnutzung von Vorteil sein.

Ziel: Brandschutz und Sanierung undichter Dächer		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassung an Brandschutzvorgaben • Mängel im Gebäudebestand 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Maßnahmen im Bestandsgebäude: unter anderem Dachsanierung und Umsetzung des neuen Brandschutzkonzepts 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination durch Haustechnik 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung durch Universitätsbauamt hat begonnen, Abschluss in 2013 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung durch Universitätsbauamt 	

Ziel: Bau für Fakultät Information und Kommunikation und Bibliothek		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Ersatz für Räume in der Wolframstraße • Verspätete Umsetzung der Fusionszusage des Landes aus 2001 	
Maßnahmen	-	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination durch Haustechnik 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung Anfang 2014 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • 21 Millionen • Derzeit keine Risiken erkennbar 	

Ziel: Umbau „alte“ Bibliothek in der Nobelstraße 10		
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Ergibt sich aus der Bibliothek im Neubau 	
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Planung durch Rektor und Verwaltung 	
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination durch Haustechnik 	
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Abschluss des Neubaus Information und Kommunikation in 2014 zu realisieren 	
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Kosten in Neubau für Fakultät Information und Kommunikation enthalten 	

<p>Ziel: Errichtung Erweiterungsbau Süd (Abriss des sogenannten Pavillon-Provisoriums)</p>	
<p>Begründung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dringender Platzbedarf durch Wachstum der Hochschule
<p>Maßnahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Raumbuch muss gegebenenfalls angepasst werden • Unterstützung des Universitätsbauamt bei weiterer Planung und Durchführung
<p>Personelle Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Raumplanung durch Rektor und Verwaltung • Koordination durch Haustechnik
<p>Zeitplan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung durch die Hochschule ist gesichert • Auswahl des Architekturbüros ist erfolgt • Beginn der Baumaßnahmen: Mitte 2013 • Abschluss in 2014
<p>Finanzieller Aufwand und Risiken</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sieben Millionen Euro • Derzeit keine Risiken erkennbar

<p>Ziel: Umzug Wolframstraße-Nobelstraße</p>	
<p>Begründung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Notwendigkeit ergibt sich aus Baufertigstellung
<p>Maßnahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planung in 2013 fertig stellen
<p>Personelle Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastrukturabteilung der Hochschule der Medien, Rektorat und Fakultätsleitung sowie externer Umzugsdienstleister
<p>Zeitplan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung Februar und März 2014
<p>Finanzieller Aufwand und Risiken</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zusatzmittel sind beantragt • Risiko: Knapper Umzugszeitraum für eine ganze Fakultät und Bibliothek

4. Gleichstellung

4.1. Chancengleichheitsplan für den nichtwissenschaftlichen Dienst

4.1.1. Bestandsaufnahme und Analyse

Auf Grundlage der gemäß Paragraph 6 des Chancengleichheitsgesetzes zum Stichtag 1. Oktober 2012 durchgeführten Bestandsaufnahme wird nachfolgend die Beschäftigungssituation an der Hochschule der Medien ausgewertet. Der vorliegende Chancengleichheitsplan erfasst 100 Beschäftigte in Vollzeit und 17 Beschäftigte in Teilzeit.

Beamtinnen und Beamte im höheren Dienst in Vollzeit				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
A15	1	0	1	0 Prozent
A14	1	0	1	0 Prozent
A13	1	0	1	0 Prozent

Beschäftigte im höheren Dienst in Vollzeit				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
TV-L E13Ü (St. 4a-5), E14	5	2	3	40 Prozent
TV-L E13, E13Ü (st. 2 – 3)	5	2	3	40 Prozent

Beamtinnen und Beamte im gehobenen Dienst				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
A12	1	1	0	100 Prozent
A11	1	1	0	100 Prozent

Beschäftigte im gehobenen Dienst in Vollzeit				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
TV-L E12, E13	12	1	11	8 Prozent
TV-L E11	22	5	17	23 Prozent
TV-L E10	8	1	7	13 Prozent
TV-L E9 (St.3-5)	6	3	3	50 Prozent
TV-L E9 (St. 1-2)	2	1	1	50 Prozent

Beschäftigte im gehobenen Dienst in Teilzeit				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
TV-L E11	3	2	1	67 Prozent

Beamtinnen und Beamte im mittleren Dienst				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
A6	1	0	1	0 Prozent

Beschäftigte im mittleren Dienst in Vollzeit				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
TV-L E8, E9	10	7	3	70 Prozent
TV-L E7	1	0	1	0 Prozent
TV-L E6	18	16	2	89 Prozent
TV-L E5	3	0	3	0 Prozent

Beschäftigte im mittleren Dienst in Teilzeit				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
TV-L E8, E9	1	1	0	100 Prozent
TV-L E6	12	12	0	100 Prozent
TV-L E5	1	1	0	100 Prozent

Auszubildende				
	Gesamt	Frauen	Männer	Anteil Frauen
Beschäftigt	2	2	0	100 Prozent

Analyse der Beschäftigung von Frauen an der Hochschule im nichtwissenschaftlichen Bereich

Insgesamt 50 Prozent der Beschäftigten der Hochschule der Medien im gesamten nichtwissenschaftlichen Bereich sind Frauen. Stark unterrepräsentiert ist der Anteil der Frauen vor allem im Technischen Dienst mit knapp 20 Prozent. Hingegen sind rund 86 Prozent aller Beschäftigten im Bibliotheksdienst weiblich und im Verwaltungsdienst sind es rund 64 Prozent. In diesen Bereichen liegt der Anteil der Frauen deutlich über dem Durchschnitt. Festzustellen ist auch, dass der Frauenanteil im höheren Dienst mit 31 Prozent und im gehobenen Dienst mit rund 27 Prozent unter dem Durchschnitt liegt.

Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte

Bei den Vollzeitbeschäftigten sind 42 Prozent weiblich, wogegen die Frauenquote bei den Teilzeitbeschäftigten bei 94 Prozent liegt. Das heißt, von der Möglichkeit der Teilzeitbeschäftigung wird überwiegend von den Frauen Gebrauch gemacht.

Beurlaubte

Zum Stichtag 1. Oktober 2012 ist eine Beamtin im gehobenen Dienst und eine Beschäftigte im mittleren Dienst beurlaubt.

4.1.2. Zielvorgaben

Nach Paragraph 6 Absatz 2 Chancengleichheitsgesetz muss für die Bereiche der Hochschule, in denen weniger Frauen als Männer beschäftigt sind, die Zielvorgabe aufgenommen werden, mindestens die Hälfte der durch Einstellung zu besetzenden Personalstellen durch Frauen vorzusehen. Die betroffenen Bereiche sind anschließend im Einzelnen aufgelistet. Die nachfolgenden Regelungen gelten für die Bereiche, in denen Frauen mit weniger als 50 Prozent repräsentiert sind. Bei Beförderung und der Übertragung höherwertiger Tätigkeiten soll der Anteil der Frauen in den eben genannten Bereichen deutlich erhöht werden. Der Vorrang von Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung ist zu beachten. Wird diese Zielvorgabe nicht erreicht, sind die Gründe hierfür im nächsten Zwischenbericht und im nächsten Chancengleichheitsplan darzulegen.

4.1.3. Einzelmaßnahmen

a) Personalauswahl in den Bereichen, in denen Frauen unterrepräsentiert sind

Stellenausschreibungen

Freie Stellen werden von der Hochschule der Medien grundsätzlich intern und extern ausgeschrieben. Die Vorgaben nach Paragraph 8 Chancengleichheitsgesetz werden bei der Hochschule der Medien wie folgt umgesetzt:

- Der Text muss geschlechtsneutral formuliert sein oder es ist die weibliche und männliche Form einer Berufsbezeichnung zu wählen.
- Die Ausschreibung enthält den Hinweis, dass Frauen ausdrücklich zur Bewerbung aufgefordert werden.
- In der Ausschreibung wird darauf hingewiesen, dass Vollzeitstellen, soweit zwingende dienstliche Belange nicht entgegenstehen, grundsätzlich teilbar sind.

Die Beauftragte für Chancengleichheit und der Personalrat erhalten mit der Ausschreibung eine Mehrfertigung des Ausschreibungstextes.

Vorstellungs- und Personalauswahlgespräche

Nach Paragraph 9 Absatz 1 Chancengleichheitsgesetz sollen, soweit möglich, mindestens ebenso viele Frauen wie Männer oder alle Bewerberinnen zum Vorstellungsgespräch eingeladen werden, sofern sie die für die Besetzung der Stelle vorgesehenen Voraussetzungen erfüllen. Fragen nach der Familienplanung oder wie die Betreuung von Kindern neben der Berufstätigkeit gewährleistet werden kann, sind unzulässig. Das Frageverbot soll latente Einstellungshindernisse für Frauen ausschließen und garantiert dadurch, dass Frauen und Männer gleiche Chancen im Bewerbungsverfahren haben. Nach Paragraph 9 Absatz 3 Chancengleichheitsgesetz kann die Beauftragte für Chancengleichheit generell – und nicht nur auf Antrag einer Bewerberin – an Vorstellungs- und sonstigen Personalauswahlgesprächen teilnehmen, soweit nicht nur Frauen oder nur Männer die vorgesehenen Voraussetzungen für die Besetzung der Personalstelle oder des zu vergebenden Amtes erfüllen.

Einstellung, beruflicher Aufstieg

Solange Frauen in einem bestimmten Bereich unterrepräsentiert sind, wird nach Paragraph 10 Absatz 1 Chancengleichheitsgesetz die Möglichkeit eingeräumt, Frauen bei gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung zu bevorzugen. Die Beauftragte für Chancengleichheit ist an der Entscheidung über jede Einstellung und Beförderung frühzeitig, das heißt bei Auswahl der Teilnehmer an Vorstellungsgesprächen zu beteiligen. Ihr sind die entscheidungsrelevanten Daten mitzuteilen und gegebenenfalls die erforderlichen Bewerbungsunterlagen rechtzeitig zur Einsicht vorzulegen, damit sie alle notwendigen Informationen erhält, die sie für die sachgerechte Wahrnehmung ihrer Aufgaben benötigt.

4.1.4. Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Der Rahmen für eine frauen- und familienbewusste Personalpolitik ist im Chancengleichheitsgesetz vorgegeben. Ziel der Hochschule der Medien ist, im Rahmen der Möglichkeiten und des jeweiligen Bedarfs, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter zu entwickeln. Die Lebens- und Arbeitswelt sollte so aufeinander abgestimmt werden, dass beide Lebensbereiche auch von Beschäftigten mit Betreuungsaufgaben für Angehörige, wie für Kinder oder Ältere, leichter in Einklang gebracht werden können. Damit erhöhen sich die Motivation und die Arbeitszufriedenheit. Für die Hochschule liegt der Vorteil in der Verfügbarkeit qualifizierter und gut eingearbeiteter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Am 8. Dezember 2011 hat die Hochschule der Medien das Zertifikat „audit familiengerechte hochschule“ erworben. Im Rahmen der Auditierung wurden der Bestand der Angebote zur Vereinbarkeit von Studium, Beruf und Familie begutachtet und weiterführende Ziele familiengerechter Studienbedingungen sowie einer familienbewussten Personalpolitik definiert. Die daraus resultierenden Maßnahmen werden innerhalb der nächsten drei Jahre umgesetzt. Das nächste Ziel ist die Re-Zertifizierung im Dezember 2014.

Arbeitszeit

Auf Antrag einer oder eines Beschäftigten kann nach Paragraph 13 Chancengleichheitsgesetz eine familiengerechte Gestaltung der Arbeitszeit über die gleitende Arbeitszeit hinaus eingeräumt werden, sofern dienstliche Belange dem nicht entgegenstehen. Die Beauftragte für Chancengleichheit ist zu beteiligen, wenn beabsichtigt ist, dem Antrag nicht zu entsprechen.

Teilzeit, Telearbeit

Die Möglichkeit der Teilzeitbeschäftigung ist bei vielen Beschäftigten eine wichtige Voraussetzung für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Die Hochschule der Medien ist nach Paragraph 14 Absatz 1 Chancengleichheitsgesetz verpflichtet, in allen Bereichen ein ausreichendes Angebot an Teilzeitarbeitsplätzen, auch bei Positionen mit Vorgesetzten- und Leitungsaufgaben, zu schaffen, soweit auch hier zwingende dienstliche Belange dem nicht entgegenstehen. Telearbeitsplätze sollen nach Paragraph 14 Absatz 2 Chancengleichheitsgesetz bevorzugt durch Beschäftigte mit Familienpflichten im Rahmen der dienstlichen Möglichkeiten besetzt werden. Teilzeitbeschäftigung und Telearbeit dürfen sich nicht nachteilig auf den beruflichen Werdegang, insbesondere auf die dienstliche Beurteilung auswirken.

Beabsichtigt die Hochschule der Medien dem Antrag einer oder eines Beschäftigten mit Familienpflichten auf Teilzeitbeschäftigung oder Telearbeit nicht zu entsprechen, ist die Beauftragte für Chancengleichheit zu beteiligen. Die Dienstvereinbarung zu einem Pilotprojekt für alternierendes Home Office ist am 1. Januar 2012 in Kraft getreten und gilt bis zum 30. Juni 2013. Nach Abschluss der Pilotphase werden die Erfahrungen ausgewertet. Bei positiver Auswertung wird die Dienstvereinbarung für alternierendes Home Office verlängert.

Beurlaubung

Gemäß Paragraph 15 Absatz 1 Chancengleichheitsgesetz hat die Hochschule der Medien insbesondere den aus familiären Gründen Beurlaubten, durch geeignete Maßnahmen die Verbindung zum Beruf und den beruflichen Wiedereinstieg zu erleichtern. Solche Maßnahmen sind zum Beispiel während der Elternzeit die Möglichkeit der Teilnahme an Fortbildungen und die Teilnahme von Beschäftigten an Gemeinschaftsveranstaltungen der Hochschule der Medien. Nach der Elternzeit ist eine frühzeitige Kontaktaufnahme mit den Beschäftigten ein Wiedereingliederungsgespräch zu führen, sowie die Bereitstellung von Informationsmaterial zu den wesentlich fachlichen, personellen und organisatorischen Änderungen während der Elternzeit. Die Beschäftigten sollen bei ihrem Wiedereinstieg in der Einarbeitszeit unterstützt werden.

4.1.5. Sonstiges

Schutz der Beschäftigten vor sexueller Belästigung am Arbeitsplatz

Die Hochschule der Medien setzt sich für den Schutz der Persönlichkeitsrechte ihrer Beschäftigten ein. Hierzu zählt auch der Schutz vor sexueller Belästigung am Arbeitsplatz: Eine Dienstvereinbarung gegen sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz wurde am 23. April 2008 abgeschlossen.

Sprachregelung

Im allgemeinen Schriftverkehr werden, soweit als möglich, entweder geschlechtsneutrale Bezeichnungen oder die weibliche und die männliche Sprachform verwendet.

4.2. Chancengleichheitsplan für den wissenschaftlichen Dienst

„Die Hochschulen fördern bei der Wahrnehmung aller Aufgaben die tatsächliche Durchsetzung der Chancengleichheit von Frauen und Männern und berücksichtigen diese als durchgängiges Leitprinzip.“

Diesem Grundsatz des Landeshochschulgesetzes (Paragraph 4 des Landeshochschulgesetzes) folgend, hat die Hochschule der Medien folgende strategische Ziele formuliert:

- Erhöhung des Anteils der Frauen in der Lehre sowie bei den wissenschaftlichen und technischen Mitarbeiterinnen
- Unterstützung der Professorinnen in der Lehre und Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses
- Stabilisierung des Anteils der Frauen unter den Studierenden
- Unterstützung von Absolventinnen beim Eintritt in das Berufsleben
- Förderung der Work-Life-Balance
- Schutz der Persönlichkeitsrechte
- Beteiligung von Frauen in Gremien, in denen grundlegende Entscheidungen getroffen werden
- Bereitstellung von Ressourcen für eine Gleichstellungsbeauftragte

4.2.1. Bestandsaufnahme, Analyse und Zielerreichung

Strategisches Ziel 1

- Erhöhung des Anteils der Frauen in der Lehre sowie bei den wissenschaftlichen und technischen Mitarbeiterinnen

Status Quo des Frauenanteils bei Professuren

Professuren an der Hochschule der Medien (Stand 31.08.2012)					
	Stellen 2012	Besetzte Stellen 2012 (in VZÄ)	Mit Frauen besetzte Stellen 2012 (in VZÄ)	Mit Frauen besetzte Stellen 2007 (in VZÄ)	Anteil Frauen 2012 (in Prozent)
Fakultät 1	60	48,83	4,00	3,00	8,2 Prozent
Fakultät 2	46	39,00	6,50	5,00	16,7 Prozent
Fakultät 3	37	35,50	10,00	9,00	28,2 Prozent
Summe	143	123,33	20,50	17,00	16,6 Prozent

Im Gleichstellungsplan für den Zeitraum 2007 bis 2012 wurde das Ziel formuliert, den Anteil der Professorinnen bis 2012 auf 20 Prozent zu erhöhen. Dabei wurde klargestellt, dass dies nur im Zuge von Neu- und Wiederbesetzung von Professuren erfolgen könne. Unter der Prämisse einer gleichbleibenden Gesamtzahl der Professuren, hätten, um dieses Ziel zu erreichen, acht im Zeitraum bis 2012 freiwerdende Professuren mit Frauen besetzt werden müssen.

Um dies zu erreichen, wurden folgende Maßnahmen ergriffen:

- Frühzeitige und umfassende Beteiligung der Gleichstellungsbeauftragten an Berufungsverfahren
- Transparente Dokumentation der erforderlichen Qualifikationsmerkmale
- Geschlechtsneutrale Stellenausschreibung
- Soweit möglich, direkte Ansprache geeigneter Bewerberinnen
- Beratung durch die Gleichstellungsbeauftragte soweit von Bewerberinnen gewünscht
- Aktive Nutzung des Mathilde-Plack-Lehrauftragsprogramm, um geeigneten Bewerberinnen den Weg zu einer Professur zu ebnen

Diese Maßnahmen wurden im Berichtszeitraum konsequent umgesetzt.

Es ist zu konstatieren, dass in allen Fakultäten die Anzahl der mit Frauen besetzten Professuren um jeweils eine erhöht werden konnte, so dass die Zahl der Professorinnen von 17 (Stand 2007) auf 20,5 (Stand 2012) gesteigert werden konnte. Durch die in diesem Zeitraum ebenfalls gestiegene Gesamtzahl der Professuren, bleibt der prozentuale Anteil der Professorinnen jedoch dennoch konstant.

Analyse der Berufungsverfahren Professuren HdM gesamt* für den Zeitraum 2008 – 2012						
Anzahl Ausschreibungen mit Bewerbungsschluss im Zeitraum 01.01.2008-31.08.2012	Jahr	Anzahl Bewerbungen auf diese Ausschreibungen	Anzahl Bewerbungen von Frauen auf diese Ausschreibungen	Anteil Bewerbungen von Frauen (in Prozent)	Neuberufungen im Zeitraum 01.01.2008-31.08.2012 (davon Frauen)	Anteil Neuberufungen von Frauen (in Prozent)
12	2008	159	28	18 Prozent	1 von 10	10 Prozent
17	2009	207	38	18 Prozent	0 von 6	0 Prozent
25	2010	349	58	17 Prozent	2 von 9	22 Prozent
20	2011	228	55	24 Prozent	1 von 8	13 Prozent
8	2012	74	16	22 Prozent	0 von 5	0 Prozent

* jeweils inklusive Professurvertretungen

Insgesamt wurde die Zielsetzung trotz gezielter Bemühungen nicht erreicht. Das Potenzial scheint noch nicht vollständig ausgeschöpft zu sein. Dennoch ist festzuhalten, dass die Hochschule der Medien mit einem Anteil von knapp 17 Prozent Professorinnen über dem Durchschnitt der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in Baden-Württemberg liegt (Wintersemester 2009 bis 2012 entspricht 14 Prozent).

Status Quo des Frauenanteils bei wissenschaftlichen und technischen Mitarbeitenden

Wissenschaftliche und technische Mitarbeitenden der Fakultäten (Stand 31. August 2012)				
	Stellen	Besetzte Stellen (in VZÄ)	Mit Frauen besetzte Stellen (in VZÄ)	Anteil Frauen (in Prozent)
Fakultät 1	30,30	30,30	7,15	23,6 Prozent
Fakultät 2	24,20	24,00	7,90	32,9 Prozent
Fakultät 3	16,25	16,25	8,25	50,8 Prozent
Summe	70,75	70,55	23,30	33,0 Prozent

Im Gleichstellungsplan für den Zeitraum 2007 bis 2012 wurde das Ziel formuliert, den Frauenanteil bei wissenschaftlichen und technischen Mitarbeiterinnen mittelfristig auf 25 Prozent zu erhöhen. Das heißt, durch Neubesetzungen sollte der Anteil der Frauen von 9 (Stand 2007) auf 14 bis 15 Mitarbeiterinnen (Stand 2012) erhöht werden.

Um dies zu erreichen, wurden folgende Maßnahmen ergriffen:

- Frühzeitige und umfassende Beteiligung der Gleichstellungsbeauftragten an Stellebesetzungsverfahren
- Transparente Dokumentation der erforderlichen Qualifikationsmerkmale
- Geschlechtsneutrale Stellenausschreibung, sowie der Hinweis, dass Frauen ausdrücklich zur Bewerbung aufgefordert werden
- In der Ausschreibung wird darauf hingewiesen, dass Vollzeitstellen, soweit zwingende dienstliche Belange nicht entgegenstehen, grundsätzlich teilbar sind.

Im Bereich der wissenschaftlichen und technischen Mitarbeitenden konnte das Ziel klar erreicht und deutlich überschritten werden.

Strategisches Ziel 2:

- Unterstützung der Professorinnen in der Lehre und Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses

Status Quo des Frauenanteils bei Lehrbeauftragten

Lehrbeauftragte der Hochschule der Medien				
	Anzahl (Köpfe)	Anzahl Frauen	Anteil Frauen (in Prozent)	Davon Mathilde-Planck-Förderung
Fakultät 1	48	13	27,08 Prozent	3
Fakultät 2	53	16	30,19 Prozent	4
Fakultät 3	32	13	40,63 Prozent	10
Sprachenzentrum	11	7	63,64 Prozent	0
Summe	144	49	34,03 Prozent	17

Die Hochschule der Medien nutzt das Mathilde-Planck-Lehrauftragsprogramm kontinuierlich, um potenzielle Bewerberinnen für Professuren zu gewinnen. Im Zeitraum seit 2004 ist dies hochschulweit in drei Fällen gelungen. Regelmäßige Fortbildungen für weibliche Lehrbeauftragte tragen ebenfalls dazu bei, das Potenzial für künftige Professorinnen zu erhöhen.

Status Quo des Frauenanteils bei Promovierenden

Da die Hochschule der Medien als Hochschule für Angewandte Wissenschaften kein Promotionsrecht hat, bietet sie sehr guten Studierenden verschiedene Kooperationsoptionen.

Wissenschaftliche Mitarbeitende werden auf ihrem Weg zur Promotion gefördert, in dem ihnen bei Erfüllung bestimmter Bedingungen (zum Beispielen Annahme zur Promotion, Dissertationsthema, das mit den Dienstaufgaben in Verbindung steht) ein zeitlicher Freiraum von 20 Prozent ihrer Arbeitszeit sowie definierte Aufwandsentschädigungen angeboten werden.

Promovierende an der Hochschule der Medien				
	Anzahl 31.12.2007	davon Frauen	Anzahl 31.12.2012	davon Frauen
Fakultät 1	3	0	20	2
Fakultät 2	1	1	7	5
Fakultät 3	0	0	15	9
Summe	4	1	42	16
Anteil		25 Prozent		38 Prozent

Für den Berichtszeitraum lässt sich festhalten, dass die Anzahl der Promovierenden insgesamt deutlich gesteigert werden konnte, dass sich aber auch der Anteil der Promovendinnen deutlich erhöht hat.

Strategisches Ziel 3:

- Stabilisierung des Anteils der Frauen unter den Studierenden

Status Quo des Frauenanteils bei Studierenden

Studierende an der Hochschule der Medien			
		Stand 14. März 2007	Stand 11. September 2012
Fakultät 1	Gesamt	1154	1579
	Frauen	506 (43,8 Prozent)	689 (43,6 Prozent)
Fakultät 2	Gesamt	1046	1504
	Frauen	558 (53,3 Prozent)	798 (53,1 Prozent)
Fakultät 3	Gesamt	768	1053
	Frauen	426 (55,5 Prozent)	533 (50,6 Prozent)
Studierende gesamt		2968	4136
Frauen gesamt		1490 (50,2 Prozent)	2020 (48,8 Prozent)

Im Vergleich zum vorherigen Berichtszeitraum ist der Anteil weiblicher Studierender leicht gesunken. Während der Studentinnenanteil bei den Fakultäten 1 und 2 praktisch konstant geblieben ist, ist in der Fakultät 3 ein Rückgang um knapp fünf Prozent zu verzeichnen. Dies kann jedoch durchaus positiv gewertet werden, da in drei der vier Studiengängen der Fakultät 3 traditionell männliche Studierende unterrepräsentiert sind und dies im Sinne eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses ebenso kritisch zu sehen ist wie eine Unterrepräsentation weiblicher Studierender. Dieses insgesamt ausgewogene Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Studierenden gilt es zu erhalten.

Strategisches Ziel 4:

- Unterstützung von Absolventinnen beim Eintritt in das Berufsleben

Status Quo

Das eingeführte Mentoring-Programm der Hochschule der Medien, das das Ziel verfolgt, Studentinnen der Abschlusssemester besser auf den Berufsstart vorzubereiten, musste im Berichtszeitraum aus Kapazitätsgründen ausgesetzt werden. Das Ziel der Hochschule, die Systemakkreditierung zu erreichen sowie die damit verbunden internen Audits, an denen die Gleichstellungsbeauftragte qua Amt beteiligt ist, erforderten eine neue Prioritätensetzung.

Das Mentoring-Programm, das hochschulintern immer wieder nachgefragt wird, soll jedoch nach Möglichkeit wieder aufgelegt werden.

Strategisches Ziel 5

- Förderung der Work-Life-Balance

Status Quo

Die Hochschule der Medien fördert die Work-Life-Balance ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter berücksichtigt dabei im Besonderen die familiäre Situation von Professorinnen, Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Studentinnen.

Durchgeführte Maßnahmen dazu sind:

- Die Hochschule der Medien ist seit 2011 als „Familienfreundliche Hochschule“ zertifiziert (http://www.hdm-stuttgart.de/hochschule/profil/familiengerechte_hochschule/auditierungsprozess)
- Vergabe von Teilzeitprofessuren aus familiären Gründen
- Grundsätzliche Teilbarkeit von Vollzeitstellen im wissenschaftlichen und technischen Bereich, soweit zwingende dienstliche Belange nicht entgegenstehen
- Telearbeitsplätze werden bevorzugt für Beschäftigte mit Familienpflichten geschaffen²
- Planung von berufsbegleitenden Studiengängen
- Verstärkter Einsatz von E-Learning und Blended-Learning, da dies die Flexibilität der Lehrenden und Studierenden erhöht und dadurch Wissenschaftlerinnen und Studentinnen mit Familienpflichten zu Gute kommt.
- Die Hochschule unterhält mit dem E-Learning Service Center ein Institut, das E-Learning-Aktivitäten der Hochschule bündelt und Dozentinnen und Dozenten bei der Realisierung und Optimierung virtueller Lehre unterstützt. (http://www.hdm-stuttgart.de/studenten/e-learning/service_center).

² Chancengleichheitsplan der Hochschule der Medien Stuttgart für den nichtwissenschaftlichen Dienst, 2008 – 2013.

- Die Hochschule stellt sicher, dass sich Schwangerschaft, Elternschaft sowie die Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger nicht negativ auf Studium und Studienabschluss auswirken. Dem wird in Studien- und Prüfungsordnungen Rechnung getragen, soweit es der gesetzliche Rahmen gestattet (insbesondere Beurlaubung und Verlängerung der Fristen zur Ablegung von Prüfungen oder Ermöglichung von Teilzeitstudium).

Strategisches Ziel 6

- Schutz von Persönlichkeitsrechten

Status Quo

Die Hochschule der Medien setzt sich für den Schutz der Persönlichkeitsrechte aller Mitarbeiterinnen ein. Hierzu zählt im Besonderen auch der Schutz vor sexueller Belästigung am Arbeits- oder Studienplatz. Hierzu wurde am 23. April 2008 eine Dienstvereinbarung gegen sexuelle Belästigung abgeschlossen.

Die Gleichstellungsbeauftragte ist Ansprechpartnerin für Professorinnen, Studentinnen und sowie wissenschaftliche Mitarbeiterinnen. Im allgemeinen Schriftverkehr werden, soweit als möglich, entweder geschlechtsneutrale Bezeichnungen oder die weibliche und männliche Sprachform verwendet.

Strategisches Ziel 7

- Beteiligung von Frauen in Gremien, in denen grundlegende Entscheidungen getroffen werden

Status Quo des Frauenanteils in Hochschulgremien

Gremium	Anzahl stimmberechtigter Frauen
Hochschulrat (Amtszeit 01.09.2009)	3
Senat (Besetzung zum 01.10.2010)	6
Fakultätsrat Fakultät Druck und Medien (Besetzung zum 01.10.2010)	4
Fakultätsrat Fakultät Electronic Media (Besetzung zum 01.10.2010)	6
Fakultätsrat Fakultät Information und Kommunikation (Besetzung zum 01.10.2010)	6

Strategisches Ziel 8

- Bereitstellung von Ressourcen für eine Gleichstellungsbeauftragte

Status Quo

Der Senat wählt aus dem Kreis des an der Hochschule hauptberuflich tätigen weiblichen wissenschaftlichen Personals eine Gleichstellungsbeauftragte. Ihre Amtszeit beträgt vier Jahre. Die Gleichstellungsbeauftragte wirkt bei der Durchsetzung der verfassungsrechtlich gebotenen und von der Hochschule angestrebten Chancengleichheit von Frauen und Männern und bei der Beseitigung bestehender Nachteile für wissenschaftlich tätige Frauen sowie Studentinnen mit.

Die Gleichstellungsbeauftragte ist kraft Amtes Mitglied des Senats und nimmt an Berufungs- und Auswahlkommissionen mit beratender Stimme teil. Sie hat das Recht auf Beteiligung an Stellenausschreibungen und auf Einsicht in Bewerbungsunterlagen. Bei Stellenbesetzungen kann sie an Vorstellungs- und Auswahlgesprächen teilnehmen. Über jede Angelegenheit, die einen unmittelbaren Bezug zu ihrer Aufgabenstellung aufweist, wird sie frühzeitig von den zuständigen Gremien oder den Verantwortlichen unterrichtet. Die Gleichstellungsbeauftragte wird von Seiten des Rektorats in wesentliche Hochschulentwicklungen eingebunden. So zum Beispiel als beobachtender Gast in die Findungskommissionen zur Wahl von Rektor und Kanzler, oder in interne Audits im Kontext der Systemakkreditierung der Hochschule der Medien.

Zur wirksamen Erfüllung ihrer Aufgaben wird der Gleichstellungsbeauftragten ein jährliches Budget von 5000 Euro im Haushalt der Hochschule zur Verfügung gestellt. Zur Ausübung des Amtes wird sie von ihren sonstigen Dienstaufgaben durch einen Deputatsnachlass in Höhe von vier Semesterwochenstunden entlastet.

4.2.2. Ziele und Maßnahmen

Die strategischen Gleichstellungsziele der Hochschule der Medien sind als richtig und zielführend anerkannt. Sie sollen daher auch im Zeitraum 2012 bis 2017 verfolgt werden.

Strategisches Ziel 1.1: Erhöhung des Anteils der Professorinnen bis 2017 auf 20 Prozent	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel. Das Ziel wurde bislang nicht erreicht, so dass die Anstrengungen fortgesetzt werden müssen
Fortsetzung der bisherigen Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Frühzeitige und umfassende Beteiligung der Gleichstellungsbeauftragten an Berufungsverfahren • Transparente Dokumentation der erforderlichen Qualifikationsmerkmale • Geschlechtsneutrale Stellenausschreibung • Soweit möglich, direkte Ansprache geeigneter Bewerberinnen • Beratung durch die Gleichstellungsbeauftragte soweit von Bewerberinnen gewünscht • Aktive Nutzung des Mathilde-Plack-Lehrauftragsprogramm, um geeigneten Bewerberinnen den Weg zu einer Professur zu ebnet
Zusätzliche Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Mitgliedschaft der Hochschule im Netzwerk „Dual Career Couples, indem Lösungsmodelle für Dual Career Couples entwickelt und umgesetzt werden, damit eine möglichst reibungslose berufliche Integration in die Region Stuttgart – für beide Partner gelingt • Aktive Nutzung der Datenbank der Landeskongferenz der Gleichstellungsbeauftragten, um potenzielle Bewerberinnen anzusprechen
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Gleichstellungsbeauftragte, Berufungskommissionen, Personalabteilung, Studiendekanate (MPL)
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 1.2: Erhöhung des Frauenanteils bei wissenschaftlichen und technischen Mitarbeitern bis 2017 auf 40 Prozent	
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel • Das Ziel, 2012 einen Frauenanteil von 25 Prozent zu erreichen, wurde erfüllt. Eine weitere Steigerung scheint möglich und ist vor allem im technisch geprägten Bereich erforderlich.
Fortsetzung der bisherigen Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Frühzeitige und umfassende Beteiligung der Gleichstellungsbeauftragten an Stellebesetzungsverfahren • Transparente Dokumentation der erforderlichen Qualifikationsmerkmale • Geschlechtsneutrale Stellenausschreibung, sowie der Hinweis, dass Frauen ausdrücklich zur Bewerbung aufgefordert werden • In der Ausschreibung wird darauf hingewiesen, dass Vollzeitstellen, soweit zwingende dienstliche Belange nicht entgegenstehen, grundsätzlich teilbar sind.
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Gleichstellungsbeauftragte, Beauftragte für Chancengleichheit Personalabteilung, Vorgesetzte
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 2:

Unterstützung von Professorinnen in der Lehre und Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses; Erhöhung der weiblichen Lehrbeauftragten auf 40 Prozent



Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel • Die langfristige und nachhaltige Erhöhung des Anteil von Professorinnen und Mitarbeiterinnen ist nur durch eine gezielte Nachwuchsförderung und die Schaffung von Rahmenbedingungen möglich
Fortsetzung der bisherigen Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Förderung und Fortbildung der Lehrbeauftragten • Regelmäßige Informationen über das Mathilde-Planck-Lehrauftragsprogramm
Zusätzliche Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Verstärkte Werbemaßnahmen für das Mathilde-Planck-Lehrauftragsprogramm, um den Anreiz in den Studiengängen zu erhöhen, gezielt weibliche Lehrbeauftragte einzusetzen • Nutzung des Onboarding-Programms der Hochschule sowie des Netzwerks Dual Career Couples zur schnelleren Integration neuer Professorinnen
Personelle Ressourcen	• Gleichstellungsbeauftragte, Personalabteilung, Studiendekanate (MPL)
Zeitplan	• Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 3:
Stabilisierung des Anteils der Frauen unter den Studierenden



Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel
Fortsetzung der bisherigen Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsetzung der Maßnahmen für ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis bei den Studierenden • Girl's Day in Studiengängen mit mehr als 50 Prozent männlichen Studierenden • Boy's Day in Studiengängen mit mehr als 50 Prozent weiblichen Studierenden
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Studiendekanate, Hochschulkommunikation
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 4:
Unterstützung von Absolventinnen beim Eintritt in das Berufsleben

Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel • Entwicklung von Karrierechancen für Absolventinnen
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederaufnahme des Mentoring-Programms an der Hochschule
Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Gleichstellungsbeauftragte, Studiendekanate
Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 und 2013
Finanzieller Aufwand und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Etwa 2000 Euro

Strategisches Ziel 5: Förderung der Work-Life-Balance	
Begründung	• Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • „Familienfreundliche Hochschule“ • Vergabe von Teilzeitprofessuren aus familiären Gründen • Grundsätzliche Teilbarkeit von Vollzeitstellen im Planung von berufsbegleitenden Studiengängen • Einsatz von E-Learning und Blended-Learning • Berücksichtigung der Belange von Studierenden in Familienphasen (Schwangerschaft, Elternschaft, Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger)
Personelle Ressourcen	• Gleichstellungsbeauftragte, Prorektor Lehre, Studiendekanate
Zeitplan	• Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 6: Schutz der Persönlichkeitsrechte	
Begründung	• Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel
Maßnahmen	• Gleichstellungsbeauftragte ist Ansprechperson für Professorinnen, Studentinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen
Personelle Ressourcen	• Gleichstellungsbeauftragte
Zeitplan	• Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 7:**Beteiligung von Frauen in Gremien, in denen grundlegende Entscheidungen getroffen werden**

Begründung	• Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel
Maßnahmen	• Ermutigung von Frauen, sich zur Wahl zu stellen
Personelle Ressourcen	• Gleichstellungsbeauftragte, Rektorat, Dekanate
Zeitplan	• Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

Strategisches Ziel 8:**Bereitstellung von Ressourcen für eine Gleichstellungsbeauftragte**

Begründung	• Verwirklichung der Chancengleichheit als Leitziel • Schaffen einer Arbeitsgrundlage
Maßnahmen	• Bereitstellung von Mitteln im Haushalt • Bereitstellung von Deputatsreduktion
Personelle Ressourcen	• Rektorat
Zeitplan	• Laufend
Finanzieller Aufwand und Risiken	-

