

# STRUKTUR- UND ENTWICKLUNGSPLAN 2023 – 2027

Planungszeitraum 01. September 2022 bis 31. August 2027

Fünfter 5-Jahres-Plan der Hochschule der Medien





Beschlussfassung im Hochschulrat am 31.03.2023

Zustimmung im Senat am 31.03.2023

Zustimmung Personalrat zum Gleichstellungsplan (Bereich nicht-wiss. Personal) ist erfolgt.

Vorlage vorbehaltlich der Zustimmung des

Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg

## **Impressum**

### **Herausgeber**

Hochschule der Medien

Rektor

Prof. Dr. Alexander W. Roos

Nobelstraße 10

70569 Stuttgart

### **Redaktion Gleichstellungsplan**

Prof. Dr. Vera Spillner (Gleichstellungsbeauftragte), Magdalena Weinle (Beauftragte für Chancengleichheit) und  
Michaela Dieterle (Mitarbeiterin Gleichstellungsbüro)

Der Struktur- und Entwicklungsplan ist nur dienstlich zu verwenden.

### **Stand**

23.03.2023

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Management Summary</b> .....	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Status der HdM</b> .....	<b>8</b>
2.1	Bilanz des vorherigen SEP .....	8
2.2	Bewertung des aktuellen Status der HdM .....	9
<b>3</b>	<b>Strategischer Rahmen</b> .....	<b>11</b>
3.1	Mission Statement.....	11
3.2	Leitwerte.....	13
3.3	Aufgaben der Hochschule.....	15
3.4	Leitbild Lehre .....	17
3.5	Strategische Handlungsfelder .....	18
<b>4</b>	<b>Veränderungsanzeige der Organisationsstruktur</b> .....	<b>20</b>
<b>5</b>	<b>Entwicklung der Ressourcen</b> .....	<b>22</b>
5.1	Mittelfristige Finanzplanung.....	22
5.2	Personalplanung .....	24
5.3	Flächenplanung und Baumaßnahmen .....	25
<b>6</b>	<b>Einzelbereiche der Strategieumsetzung</b> .....	<b>27</b>
6.1	Übersicht wichtiger geplanter Projekte.....	27
6.2	Lehre: Studienangebote, Didaktik und QM .....	28
6.3	Internationalisierung .....	36
6.4	Weiterbildung.....	39
6.5	Forschung und Transfer .....	44
6.6	Existenzgründung .....	47
6.7	Digitalisierung .....	49
6.8	Kommunikation .....	54
<b>7</b>	<b>Gleichstellungsplan gemäß § 4 Absatz 7 LHG</b> .....	<b>56</b>
	Kapitel 1: Ziele der vergangenen Planungsphase und Ziele der Planungsphase 2023-2027 .....	56
	Kapitel 2: Ziele für die kommende Planungsperiode 2023-2027 .....	56
	Kapitel 3: Zusätzliche Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung und Chancengleichheit.....	56
	Kapitel 4 Auswertung der Zielerreichung und Zielsetzung auf Fakultätsebene.....	56

Kapitel 5: Ergänzende Ausführungen zum nicht-wissenschaftlichen Personal.....	56
<b>8 Klimaschutzkapitel gemäß HoFV II, Ziffer II.2.....</b>	<b>71</b>
<b>9 Veränderungsanzeige zu Funktionsbeschreibungen.....</b>	<b>75</b>
9.1 Erfolgte Veränderungen .....	75
9.2 Dienstendeübersicht .....	79
9.3 Planungen.....	83
<b>10 Veränderungsanzeige zu Studiengängen.....</b>	<b>86</b>

# 1 Management Summary

Gesellschaftliche, gesetzgeberische und politische Rahmenbedingungen definieren den Handlungsrahmen der Hochschule der Medien (HdM). Die wichtigsten Rahmenbedingungen für die Entwicklung im Planungszeitraum werden oft mit den vier "D" charakterisiert:

- Digitalisierung aller Lebensbereiche
- Dekarbonisierung
- Demografische Entwicklung
- Diversität.

Diese Rahmenbedingungen prägen als Querschnittsthemen die Entwicklung der HdM und sind daher für den Planungszeitraum prägend. **Als Leitmotiv für den Planungszeitraum dieses SEP wird daher die Adaption der Hochschule an die Rahmenbedingungen Digitalisierung aller Lebensbereiche, Dekarbonisierung, Demografische Entwicklung und Diversität definiert.**

**Digitalisierung** aller Lebensbereiche umfasst für die HdM die Planung der Digitalisierung von Prozessen und Arbeitsweisen, von Studiengangsinhalten und Forschungsthemen. Eine wichtige Aufgabe im Rahmen des Transfers ist die Nutzung des Digitalisierungswissens der HdM für die digitale Transformation von Unternehmen und die Anpassung ihrer Geschäftsmodelle ("Data is the new Oil"). Als Präsenzhochschule muss die HdM die Balance aus Nutzung der Präsenzvorteile und der Möglichkeiten digitaler Lehrformate finden. Dazu ist eine Rahmensetzung notwendig, welche die Studierbarkeit sicherstellt und die Freiheit von Lehre und Forschung wahrt.

**Dekarbonisierung** bedeutet, dass die Planung die verstärkte Betrachtung von Nachhaltigkeits- und Klimaschutzthemen nach innen und außen umfasst. D.h. einerseits muss die HdM selbst ihre Bestrebungen in diesen Bereichen verstärken und dafür Ressourcen bereitstellen, andererseits wirkt die HdM auch nach außen durch ihre Erkenntnisse im Medienproduktions- und Forschungsbereich. Exemplarisch seien Themen wie Green Shooting und biogene Verpackungen genannt. IT-gestützte Prozesse und neue Technologien wie IoT ermöglichen relevanten Klimaschutz durch effizientes Flächenmanagement und damit reduziertes Bauvolumen.

**Demografische Entwicklung** bedeutet für die HdM im Planungszeitraum trotz rückläufiger Bevölkerungsentwicklung ihre Attraktivität für Studierende aufrecht zu erhalten. Es bedeutet auch, als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben (Employer Branding). Die Lage in der Landeshauptstadt und einer starken Industrieregion ist zwar einerseits attraktiv, aber andererseits zunehmend durch Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt (war for talents) und hohe Preise geprägt.

**Diversität** bedeutet nicht nur Gleichstellung, sondern die verstärkte Betrachtung aller Dimensionen von Diversität, z.B. auch die Altersstruktur bei der Personalplanung und Personalentwicklung in die Gesamtplanung mit einzubeziehen. Ebenso bedeutsam ist die Entkopplung von Herkunft und Bildung. Die Notwendigkeit Diversität zu fördern, ergibt sich auch aus der benannten demografischen Entwicklung. Für die HdM ist auch die Internationalisierung ein bedeutsamer Faktor für das Thema Diversität. Die HdM will die Internationalität der Hochschule weiter verstärken, sowohl im Bereich der Studierenden als auch der Lehrenden.

Für diese Zielsetzungen ist eine Vielzahl von Maßnahmen erforderlich. Ein permanent weiterentwickeltes und zunehmend internationalisiertes Lehrangebot, die ständige thematische Anpassung von Forschung und Transfer, den Ausbau von Weiterbildung und die Existenzgründungsförderung gehören dazu. Nach innen muss die HdM dazu ihre personelle und strukturelle Innovationsfähigkeit sowie ihre Medienproduktionsfähigkeit sicherstellen.

Die Folgen der Covidpandemie, der Krieg in der Ukraine, die Diskussion um die Globalisierung in Anbetracht massiv gestörter Lieferketten und eingeschränkter Reisemöglichkeiten sowie eine zunehmende Bürokratisierung, die Energiekrise und eine hohe Inflationsdynamik bilden zu Beginn des Planungszeitraums ein herausforderndes Szenario. Diese multiplen Krisen können nur durch Innovationen überwunden werden, zu denen auch die HdM ihren Beitrag leisten kann. Die Entwicklung der notwendigen Ressourcen für den Planungszeitraum wird wie folgt eingeschätzt:

Die mittelfristige **Finanzplanung** der HdM ermöglicht es der HdM, sowohl das bestehende Personal wie auch die Sachausgaben bis zum Ende der HoFV II für die konstant bleibende Zahl von ca. 5500 Studierenden (inklusive Weiterbildung) sicher zu finanzieren. Ebenso sind die Investitionen wie z.B. in die notwendige Erneuerung der Netzinfrastruktur, in Digitalisierungsprojekte und die Finanzierung der geplanten Baumaßnahme Erweiterungsbau Süd - Dritter Bauabschnitt gesichert. Über den Zeitraum der HoFV II (Ende 2025) hinaus können keine begründeten Annahmen getroffen werden. Die Hochschule geht von ungefähr gleichbleibenden finanziellen Rahmenbedingungen aus.

Bei der **Personalplanung** ist davon auszugehen, dass die Zahl der Professuren konstant bleibt, die Zahl der Beschäftigten wird leicht ansteigen. Ein moderates Wachstum ist primär im Bereich der drittmittelfinanzierten Beschäftigten durch steigende Forschungs- und Transferleistungen zu erwarten. Die Personalgewinnung dürfte durch hohe Lebenshaltungskosten und hohe Gehälter der Industriebetriebe in der Region weiterhin angespannt bleiben.

Bei der **Flächenplanung** sind die wichtigsten Maßnahmen die lange verzögerte Brandschutzsanierung in der Nobelstraße 10 und der geplante Erweiterungsbau Süd - Dritter Bauabschnitt. Bei der Entwicklung der Mobilitätssituation und der sozialen Infrastruktur auf dem Campus ist die HdM von den entsprechenden Gesamtplanungen abhängig.

Die HdM blickt zuversichtlich in die Zukunft: Die Thematik "Medien", ein attraktiver Standort auf einem großen Campus, ein kreatives Mindset und ein überdurchschnittliches Engagement von Studierenden und Beschäftigten sind wichtige Faktoren für die Erreichung unserer Ziele. Der strategische Wert der Hochschule für das Land ergibt sich aus der Fähigkeit die Kernbranchen Baden-Württembergs in der digitalen Transformation zu unterstützen, basierend auf Medien- und Digitalisierungswissen (Today every company is a media company), basierend auf einem Mindset zu selbständiger Handlungsfähigkeit. Eine 5-Jahresplanung mit konkreten Planungszielen und 5-Jahresprognosen in einer Zeit extremer Veränderungen würde geradezu postsowjetisch anmuten. Ziel muss es sein, Flexibilität und Innovationsfähigkeit der Hochschule zu erhöhen, für die nächsten absehbaren 1-2 Jahre konkrete Projekte zu benennen und ein konsistentes Verständnis unseres Selbstverständnisses und unserer strategischen Ausrichtung zu erzielen und darzulegen.

Im Sinne Mintzbergs, dass Strategie ein "pattern in a flow of decisions" ist, sollte dieser SEP sicherstellen, dass die Hochschule sich über die "Patterns" für ihre Entscheidungen einig ist und diese auch formuliert.

Unser Anspruch muss weiterhin sein, die Zukunft nicht zu planen, sondern sie zu gestalten.

Stuttgart, im September 2022



Prof. Dr. Alexander Roos  
Rektor

## 2 Status der HdM

### 2.1 Bilanz des vorherigen SEP

Die Zielsetzungen des vorherigen SEP konnten erreicht bzw. teilweise auch übertroffen werden, wie nachfolgende Tabelle mit den Vorhaben aus dem vorherigen SEP zeigt.

Projekt aus dem vorherigen SEP	Zielerreichung
Weiterentwicklung des IAF	umgesetzt
Forschungsflächen schaffen (die Maßnahmen wurden durch das Wachstum im SEP-Zeitraum wieder kompensiert)	teilweise umgesetzt
Forschungsprofessuren einführen	umgesetzt
Marktgerechter Ausbau berufsbegleitender Weiterbildungsangebote	umgesetzt
Verstärkter Aufbau starker "multi-level" Partnerschaften, sowie Einführung von Minorprogrammen	umgesetzt
Einführung eines Akzelerators (Entrepreneurship) und Förderung Entrepreneurship-Mindset	umgesetzt
System-Reakkreditierung	umgesetzt
Netzinfrastruktur aktualisieren und vereinheitlichen (es wurden Maßnahmen umgesetzt, durch die schnelle Entwicklung der Technik sind weitere Maßnahmen erforderlich)	teilweise umgesetzt
Einführung Dokumentenmanagementsystem im Bereich der elektronischen Studierendenakte	umgesetzt
Einführung eines Campusmanagementsystems (wird gemeinsam von 4 Hochschulen umgesetzt)	gestartet
Einführung eines komplett onlinegestützten Bewerbungsverfahrens	umgesetzt
Anpassung an EU-Datenschutzverordnung	umgesetzt
Aufbau Makerspace	umgesetzt
Brandschutzsanierung (Maßnahme wird vom UBA durchgeführt und ist verspätet)	nicht umgesetzt
Neubau Existgebäude (wird von der Universität Stuttgart realisiert)	nicht umgesetzt
Unterstützung der Digitalisierung von Lehr- und Lernformen	umgesetzt
Ausbau Medienpool	umgesetzt



## 2.2 Bewertung des aktuellen Status der HdM

Die einzelnen SEPs sind durch verschiedene, für die HdM wichtige, Ereignisse gekennzeichnet:

**1. SEP:** *01. September 2002 – 31. August 2007*

- » Der SEP steht unter dem Eindruck der Fusion der Vorgängereinrichtungen zur HdM
- » Programmakkreditierung

**2. SEP:** *01. September 2007 – 31. August 2012*

- » Starkes Wachstum durch Ausbauprogramme
- » Neue Gebäude: Nobelstr. 8 und Nobelstr. 10a
- » Nicht vorhersehbar: Weltfinanzkrise ("Lehman")

**3. SEP:** *01. September 2012 – 31. August 2017*

- » Starkes Wachstum durch Ausbauprogramme
- » Systemakkreditierung 2013

**4. SEP:** *01. September 2017 – 31. August 2022*

- » Start Qualitätsbeiratsmodell
- » Nicht vorhersehbar: Pandemie ("Covid 19") und Ukraine-Krieg (Energiekrise)

**5. SEP:** *01. September 2022 – 31. August 2027*

- » Adaption an neue Herausforderungen  
(Digitalisierung, Dekarbonisierung, Demografie, Diversität)
- » Erweiterungsbau Süd - 3. Bauabschnitt
- » Ende der HoFV II 2025

Es erfolgt eine kurze Einschätzung der Situation der HdM als SWOT-Analyse:

<p><b>Stärken sind</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Hochschule hat einen guten Standort in der Landeshauptstadt (attraktive Industrieumgebung, großes Bewerberpotential)</li> <li>• Großer Campus mit vielen Partnern (Uni Stuttgart, Arena 2036, HLRS, FhG usw.)</li> <li>• Die Hochschule ist ausgelastet, auch jede einzelne Fakultät ist ausgelastet.</li> <li>• Die Strukturen (große Fakultäten, relativ kleine Gremien) haben sich bewährt bei notwendigen Veränderungen</li> <li>• Die HdM ist strukturell in allen relevanten Bereichen gut aufgestellt (Lehre, Forschung &amp; Transfer, Weiterbildung, Existenzgründung, Internationalisierung)</li> </ul>	<p><b>Schwächen sind</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flächenfehlbestand (bis Baumaßnahmen greifen)</li> <li>• Soziale Infrastruktur auf dem Campus unterentwickelt</li> <li>• Nutzung der Globalisierung des Bildungsmarkts/Sichtbarkeit im globalisierten Bildungsmarkt</li> </ul>
<p><b>Chancen sind</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoher Bedarf an Medien- und Digitalisierungs- Know how in allen Industriebereichen (Today every company is a media company)</li> <li>• Guter Ruf als kreative und innovative Hochschule</li> <li>• Zugkräftiges Thema "Medien"</li> </ul>	<p><b>Risiken sind</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zusätzliche regulatorische Herausforderungen (Zahl der Beauftragten etc. wächst ständig)</li> <li>• Preisniveau für Leben und Wohnen in Stuttgart</li> <li>• Konkurrenz durch andere Arbeitgeber (Industrie, Ministerien usw.)</li> <li>• zunehmende heterogene Bildungsbiografien bei Studierenden</li> <li>• Globalisierung des Bildungsmarktes durch Distance Learning Angebote</li> <li>• Demografischer Wandel</li> </ul>

## 3 Strategischer Rahmen

Aus dem Mission Statement leitet sich die Strategie der Hochschule der Medien ab. Das Leitbild und die Leitwerte der Hochschule der Medien stellen den Rahmen für das Zusammenwirken an der Hochschule und die Strategie dar. Den rechtlichen Rahmen bei der Aufgabestellung bildet das Landeshochschulgesetz. Aus der Strategie leiten sich dann konkrete Maßnahmen ab. Diese finden im Struktur- und Entwicklungsplan, den Regelkreisläufen des Qualitätsmanagements, der Finanzplanung und den jährlichen Budget- und Maßnahmenplanungen ihren Ausdruck.

### 3.1 Mission Statement

Wir sind eine Hochschule, an der man sich trifft, um kreativ und innovativ zu sein. Wir wollen eine einzigartige Hochschule der Medien in Lehre, umsetzungsorientierter Forschung und Medienproduktionen sein, die Fachspezialisten mit Realisierungskompetenz ausbildet. Wir fördern Interdisziplinarität, Kreativität, Internationalität und unternehmerisches Denken als Teil des Selbstverständnisses. Wir wollen die Chancen aus der Veränderung von Gesellschaft und Hochschulen ergreifen, die sich durch die Digitalisierung ergeben und aktiv mitgestalten.

#### Rahmenbedingungen und Positionierung

Gesellschaftliche, gesetzgeberische und politische Rahmenbedingungen definieren den Handlungsrahmen der HdM.

Das Landeshochschulgesetz (LHG) definiert die Aufgaben von HAWs: Die Hochschulen für angewandte Wissenschaften vermitteln durch anwendungsbezogene Lehre und Weiterbildung eine Ausbildung, die zu selbstständiger Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden oder zu künstlerischen Tätigkeiten in der Berufspraxis befähigt; sie betreiben anwendungsbezogene Forschung und Entwicklung.

Die Hochschulen

- unterstützen beim Übergang in das Berufsleben und fördern die Verbindung zu ihren Absolventinnen und Absolventen.
- fördern die internationale, insbesondere die europäische Zusammenarbeit im Hochschulbereich.
- beraten Studierende und studierwillige Personen.
- fördern die Chancengleichheit von Frauen und Männern und berücksichtigen die Vielfalt ihrer Mitglieder.
- fördern durch Wissens-, Gestaltungs- und Technologietransfer die Umsetzung und Nutzung der Ergebnisse.
- können Unternehmensgründungen fördern.

Hochschulpolitisch bestehen vielfältige Herausforderungen durch den Wandel im Bereich der Didaktik. Weltweit verändern sich Hochschulstrukturen, die binäre Gliederung Universität vs. Fachhochschule wird durch verschiedene Hochschultypen ersetzt. Die HdM sieht sich hier vergleichbar der Modern University britischer Prägung, welche besonderes Augenmerk auf Didaktik und Anwendungsorientierung legen.

Diese Leistungsfähigkeit und der creative spirit werden der HdM auch in der Zusammenarbeit mit renommierten internationalen Partnern bestätigt. Aufgrund der besonderen Ausgestaltung sieht die Hochschule der Medien Chancen, sich im Differenzierungswettbewerb der Hochschulen durch überdurchschnittliche Leistungen auf allen relevanten Handlungsfeldern universitäre Handlungsspielräume zu erarbeiten, abhängig von den Veränderungen in den politischen Rahmenbedingungen.

Die HdM will den raschen Wandel in den Medienbranchen antizipieren und mitgestalten. Das Erreichen dieser Positionierung wird durch den Standort, die attraktiven Gebäude, die flexible Organisation, die notwendige Größe für Spezialisierungen, die attraktive Thematik und die hohe Bewerberattraktivität unterstützt. Dabei setzt die Hochschule auf eine hohe Qualitätskultur in allen Bereichen.

Die HdM kann ihre Zielsetzungen durch ein permanent weiterentwickeltes und zunehmend internationalisiertes Lehrangebot, angewandte Forschung und Transfer, den Ausbau von Weiterbildung und die Existenzgründungsförderung unterstützen. Das frühe Einsetzen der Digitalisierung in vielen Medienbereichen, die Notwendigkeit zu interdisziplinärem Arbeiten und die notwendige Suche nach neuen Geschäftsmodellen haben an der HdM frühzeitig entsprechende Kompetenzen entstehen lassen. Fähigkeiten aus dem Medienkontext unterstützen heute Wandlungsprozesse in vielen Branchen. Dies gibt der HdM zusätzliche Relevanz.

## 3.2 Leitwerte

Die übergeordneten Werte und Grundsätze für Kultur und Zusammenarbeit an der HdM wurden gemeinsam von einem Senatsausschuss mit einer großen Anzahl von Beschäftigten erarbeitet. Unsere Leitwerte bieten Orientierung für alle Hochschulangehörigen. Sie liefern uns eine Antwort, warum wir morgens Aufstehen und gerne an die Hochschule kommen, um hier sinnerfülltes Handeln und Wirken zu erfahren. Unsere Leitwerte entfalten Wirkung, wenn sie zum Gegenstand von Austausch, Diskussion und Handlung werden. Es geht nicht nur darum, Ziele zu erfüllen, sondern um das dauerhafte gemeinsame Arbeiten, Entwickeln und miteinander Ringen, um das Beste aus uns hervorzubringen. Die Leitwerte umfassen **sieben Dimensionen**, die in Summe eine spezifische HdM-Kultur ergeben:

### 1. Dimension: Wertschätzung

Wir begegnen uns auf Augenhöhe und schätzen wert, was jeder hier leistet. Einzelnen und gemeinsam.

Wir haben exzellente Kolleginnen und Kollegen auf allen Ebenen. Wertschätzung ist nicht nur die Anerkennung der fachlichen Kompetenzen, sondern des ganzen Menschen. Dies gilt für alle, die sich täglich für unsere Hochschule einsetzen, ganz egal auf welcher Ebene.

### 2. Dimension: Partizipation

Alle können sich einbringen, alle sollen sich engagieren.

Partizipation ist ein Teil unseres Selbstverständnisses. Sie führt zu verantwortungsvollem Handeln und Vertrauen in die Organisation. Je breiter die Arbeit von allen getragen wird, desto vielfältiger und effizienter funktioniert Hochschule.

### 3. Dimension: Verantwortung

Wir verantworten unser Handeln und begreifen uns als Teil der Gesellschaft. Verantwortung erwächst aus Vertrauen. Verantwortung übernehmen, auch für Abhängige, bedeutet, durchdachte Entscheidungen zu treffen und umzusetzen. Dazu gehört auch, Fehler zugeben zu können, daraus zu lernen und gemeinsam nach tragfähigen Lösungen zu suchen.

### 4. Dimension: Innovation

Wir haben den Willen zu gestalten und wagen Veränderung. Mut heißt für uns, auch aus Fehlern zu lernen.

Anlass und Zweck einer Hochschule ist Innovation: Neues entdecken, entwickeln und anwenden. Wir stellen Dinge und Abläufe in Frage, nehmen unterschiedliche Perspektiven ein und entdecken neue Sichtweisen.

### 5. Dimension: Transparenz

Wir sind offen und klar. Wir kommunizieren umfänglich, nachvollziehbar und verlässlich. Transparenz schafft Vertrauen und Effizienz. Durch Transparenz schaffen wir Offenheit und Orientierung an gemeinsamen Zielen. Damit haben wir alle die Chance zur Partizipation, zur Mitgestaltung und zur Übernahme von Verantwortung.

## **6. Dimension: Vertrauen**

Wir bauen auf Vertrauen und Partnerschaft und schaffen Raum für gegenseitiges Verständnis.

Vertrauen macht Zusammenarbeit einfach, effizient und erfreulich. Vertrauen entlastet uns und ermöglicht eine Kultur des Ausprobierens, der Offenheit und Flexibilität. Durch Vertrauen entstehen Chancen für Innovation. Wer Vertrauen gibt, erhält mehr zurück.

## **7. Dimension: Vielfalt**

Wir leben die Unterschiedlichkeit der Menschen und Themen. Gemeinsam gestalten wir eine vielfältige Hochschule. Der Einblick in unterschiedliche Lebens- und Denkweisen bereichert nicht nur unsere Perspektiven. Kreativität und Innovation entstehen aus der Vielfalt von Denk- und Lebensweisen.

### **» HdM-Kultur «**

Wir sind Ort des Austauschs und der Möglichkeiten. Dafür schaffen wir die Voraussetzungen. So lernen wir, den Wandel zu verstehen und Perspektiven zu eröffnen. In der Summe aller oben genannten Wertdimensionen haben wir eine spezifische HdM-Kultur:

Wir **studieren**, um die Welt zu verstehen.

Wir **wissen**, um uns kritisch zu hinterfragen.

Wir **machen**, um Neues zu wagen.

**Wir sind die HdM.**

### **3.3 Aufgaben der Hochschule**

Nachfolgend erfolgt die Konkretisierung des Strategie-Leitbilds in Bezug auf die Aufgaben der Hochschule.

#### **Qualifikation von Medienspezialisten**

Die Hochschule der Medien begreift sich als wissenschaftlich fundierte Bildungsanbieterin für Medienspezialisten. Sie passt sich individuell an unterschiedliche Bildungsbedürfnisse an. Gemäß ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bildet sie Fach- und Führungskräfte für medienrelevante Tätigkeiten in allen Bereichen der Wirtschaft und des öffentlichen Sektors aus. Sie befähigt ihre Absolventinnen und Absolventen, sich im internationalen Wettbewerb wirtschaftlich erfolgreich durchzusetzen. 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 legen die Angehörigen der Hochschule vor. Voraussetzung ist das selbstverantwortliche Handeln aller Hochschulangehörigen. Die Hochschule setzt sich für bessere Bedingungen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf beziehungsweise Studium ein. Unser Handeln basiert auf Integrität und akademischen Standards.

#### **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.

#### **Strukturierter Kompetenzerwerb**

Die Hochschule versteht das Studium als einen Abschnitt im lebenslangen Lernen und nimmt daher den Auftrag zur Weiterbildung wahr. Aktuelle didaktische Konzepte sichern einen nachhaltigen Kompetenzerwerb. Als systemakkreditierte Hochschule legt die Hochschule der Medien großen Wert auf die kontinuierliche Entwicklung ihrer Studienangebote.

### **Internationalität**

Die Hochschule der Medien sieht sich dem europäischen Gedanken verpflichtet. Sie begreift sich als Teil einer internationalisierten Gesellschaft. 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. Die Hochschule der Medien arbeitet dazu mit ausgewählten Hochschulpartnern weltweit zusammen. Der Aufbau gemeinsamer Studienangebote sowie der wissenschaftliche Austausch mit ihren Kooperationspartnern sind dafür die Basis.

### **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, gesellschaftliche, ethische, inhaltliche und gestalterische Aspekte. In Zusammenarbeit mit ihren Partnern verknüpft sie dazu Ausbildung, umsetzungs- orientierte Forschung und Technologietransfer. Die Hochschule integriert Studierende in Forschungsprojekte. Ebenso unterstützt sie die Existenzgründungsaktivitäten ihrer Studierenden und Absolventinnen und Absolventen. Dabei sind wissenschaftliche und künstlerische Leistungen für die Hochschule von gleicher Bedeutung.



### **3.4 Leitbild Lehre**

Das Leitbild Lehre ist nachfolgend in Kurzform wiedergegeben. Die Lehre ist das Kernarbeitsgebiet der Hochschule der Medien. Das Leitbild Lehre reflektiert das Kernverständnis der Hochschule in der Lehre.

Die Hochschule der Medien stellt sich mit ihrem Leitbild für Lehre den Chancen und Herausforderungen von Lehre in Zeiten der Digitalisierung. Unter dem Begriff Digitalisierung verstehen wir die massiven gesellschaftlichen Veränderungen unseres Jahrhunderts, die durch die zunehmend leistungsfähigen Computertechnologien, die rasante Vernetzung der Menschheit über das Internet und die Globalisierung angetrieben werden. Digitalisierung bedeutet nicht nur Anreicherung einer analogen Welt durch digitale Technologien, sondern eine umfassende Transformation. Im digitalen Zeitalter stehen nahezu alle Informationen online zur Verfügung und sind somit jederzeit und an jedem Ort nutzbar. Dies ermöglicht selbstgesteuertes Lernen und erfordert ein hohes Maß an Informationskompetenz. Vor diesem Hintergrund brauchen wir an der Hochschule der Medien eine Lehre im Dialog mit der Digitalisierung in all Ihren Facetten.

#### **Selbstverständnis der HdM**

Wir bereiten Studierende auf eine sich wandelnde Zukunft mit Medien vor, sodass sie bereit und fähig sind diese mitzugestalten. Wir fördern an der HdM Lernende mit unterschiedlichen Voraussetzungen, unabhängig ihrer Herkunft und Verweildauer an der HdM. Wir unterstützen Lernende bei der Weiterentwicklung ihrer (Studier-) Fähigkeiten.

#### **Selbstverständnis Lehrende**

Auf Basis unserer in Theorie und Praxis erworbenen Fachkompetenz sehen wir uns in der Rolle der Anleitung und Begleitung von Lernenden. Dabei setzen wir auf die kontinuierliche Weiterqualifizierung unserer fachlichen Expertise sowie unserer methodisch- didaktischen, personalen und sozialen Kompetenzen.

#### **Selbstverständnis Studierende**

Wir übernehmen eine Rolle als eigenverantwortliche und aktive Lernende. Durch das Studium an der HdM streben wir eine kontinuierliche Kompetenzentwicklung auf fachlicher, methodischer, sozialer und persönlicher Ebene an.

#### **Gemeinsames Verständnis – Lehren & Lernen**

Lernen an der HdM ist ein aktiver Prozess, bei dem Lehrende und Studierende Verantwortung für ein erfolgreiches Studium teilen. Lernaktivitäten werden dabei planvoll und reflektiert durchgeführt. Wir fördern verstärkt verschiedene Formen von Lerninteraktionen. Wir gestalten Prüfungen bewusst, um Lernaktivitäten anzustoßen und angestrebte Lernziele möglichst umfassend zu ermöglichen (Constructive Alignment).

#### **Gemeinsames Verständnis – Kommunizieren & Feedback**

Lehren und Lernen braucht Feedback in einer Vertrauenskultur, in der Fehler als Lernerfahrungen wahrgenommen werden. In diesem Rahmen fördern wir Lern- und Entwicklungsprozesse auf allen Ebenen in der Hochschule (Lehrveranstaltung, Studiengang, Hochschule).

### **3.5 Strategische Handlungsfelder**

Die strategischen Handlungsfelder stellen den Bezugsrahmen für die im SEP beschriebenen Maßnahmen dar. Das Alleinstellungsmerkmal der Hochschule ist der thematische Fokus auf die Medien, der sich in der Ausrichtung aller Studiengänge widerspiegelt. Dem Selbstverständnis der Hochschule der Medien entsprechend ist sie in der Region Stuttgart die größte Ausbildungseinrichtung im Medienbereich und zählt in Europa zu den profiliertesten Hochschulanbietern im Medienbereich. Die Informationstechnologie ist Basis für die technische Entwicklung aller Medien. Aspekte der Digitalität von Wirtschaft und Gesellschaft sind daher von zentraler Bedeutung für die HdM. Die HdM deckt als einzige staatliche Hochschule in Europa das gesamte Medienspektrum unter einem Dach ab. Sie ist ein systemakkreditierter, autonom agierender, staatlicher, international und interdisziplinär orientierter und qualitativ hochwertiger Bildungsanbieter.

Die HdM hat sich überproportional bei den Ausbauprogrammen engagiert. Wir haben mit mehr als 5.500 Studierenden eine Größe erreicht, welche wir auf Dauer halten möchten. Sie gibt uns eine kritische Masse, welche Handlungsspielräume schafft, uns als Partner attraktiv macht und es gleichzeitig erlaubt weiterhin unsere Werte wie persönliche Interaktion zu leben. Digitalisierung, personelle (Personalentwicklung) und strukturelle Innovationsfähigkeit, die Förderung von Kreativität sowie die Sicherstellung der Medienproduktionsfähigkeit, die Übernahme sozialer Verantwortung und die Förderung der Aufenthaltsqualität auf dem Campus sind für den Erfolg der Hochschule essenziell.

Für die strategischen Handlungsfelder sind folgende Ziele angestrebt:

#### **Lehre**

Die kontinuierliche didaktische Weiterentwicklung und Anpassung der Lehrinhalte ist Kernaufgabe der HdM. Dabei werden die Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area ebenso wie die nationalen Standards der Qualitätssicherung und der Akkreditierung umgesetzt. Sich ergebende Chancen und Möglichkeit werden genutzt, um eine Qualitätskultur zu etablieren, die sich an den speziellen Erfordernissen einer Medienhochschule orientiert. Das Qualitätsbeiratsmodell bildet den passenden und zukunftsfähigen Ansatz zur Entwicklung des Qualitätsmanagements. Die Schaffung neuer Angebote ist nur im Weiterbildungsbereich möglich oder durch Umwidmung bestehender Inhalte bzw. Stellen.

#### **Angewandte Forschung und Transfer**

Eine moderate quantitative Steigerung der Drittmittel und Veröffentlichungen wird angestrebt. Neben der thematischen Fokussierung ist auch der Ausbau von Transfereinrichtungen und methodischer Instrumente (z. B. forschende Lehre) erforderlich. Die Promotionsmöglichkeit über das Promotionsverbandsmodell ermöglicht eine verstärkte Unabhängigkeit im Promotionsbereich.

### **Internationalisierung**

Die bestehenden Produkte (Minor-Programme) und Betreuung von Studierenden durch das International Office sollen erhalten werden. Englischsprachige Lehrangebote sollen durch das IO unterstützt werden, eine Fokussierung auf hochwertige internationale Partner soll erfolgen. Forschung mit internationalen Partnern (z. B. über Promotionen) soll ausgebaut werden, ebenso wie englischsprachige Lehrangebote.

### **Existenzgründung**

Die sehr gute Position bei der Betreuung in allen Gründungsphasen, die Integration der Thematik in die Lehre soll gehalten und die Zusammenarbeit mit hochwertigen Partnern ausgebaut werden.

### **Weiterbildung**

Die Position in ertragsstarken innovativen Bereichen der akademischen Weiterbildung (Master, DAS, Kontaktstudien) soll weiter ausgebaut werden.

### **Verwaltung und zentrale Einrichtungen**

Die Einrichtungen sollen eine definierte Servicequalität bieten, die Prozesse stärker digitalisiert und den zusätzlichen Aufgaben angepasst werden. Dazu gehört auch die Weiterentwicklung der Bibliothek in Richtung umfassender Aufgaben (digitale Informationsversorgung, Lernumgebungen, Makerspace).

### **Digitalisierung**

Die HdM möchte die Chancen der Digitalisierung nutzen und gestalten. Im Vordergrund steht dabei nicht die Einführung von Informationstechnologien um ihrer selbst willen, sondern das Ausschöpfen der Potentiale der IT zur zukunftsorientierten Ausgestaltung von Lehre, Forschung, Transfer/ Weiterbildung und Verwaltung. Der Erweiterung und Zusammenfassung der traditionellen IT zu einer umfassenden und einheitlich geleiteten Campus-IT ist dafür eine Schlüsselaufgabe, ebenso das Großprojekt einer neuen Student-Lifecycle-Software.

## 4 Veränderungsanzeige der Organisationsstruktur

### Status und Veränderungen zum letzten SEP

Wie aus den beiden Abbildungen der Organisationsstruktur der Hochschule (siehe Abb. 2 und Abb. 3) ersichtlich, ist die Grundstruktur der HdM gleichgeblieben, d. h. die Gliederung in drei Fakultäten. Es gibt keine Planung diese zu verändern. Ebenso gibt es keine Planung, die drei Prorektorate (Lehre & Qualitätsmanagement, Innovationsmanagement: Forschung, Weiterbildung; Existenzgründung, Internationales und Hochschulkommunikation) im Planungszeitraum zu verändern. Die Hochschule ist einerseits quantitativ gewachsen. Es wird von einer stabilen Gesamtgröße der Fakultäten ausgegangen, quantitatives Wachstum im größeren Umfang ist vor allem in der Forschung und im Transfer sowie im Weiterbildungsbereich zu erwarten. Sollte die Landesregierung weitere Ausbauprogramme ermöglichen, wäre die HdM in der Lage im Rahmen der bestehenden Organisationsstruktur und auf Basis der hohen Bewerberzahlen an einem möglichen Ausbau teilzunehmen. Voraussetzung dafür wäre allerdings vorab die Realisierung des geplanten Neubaus.

Durch zusätzliche Aufgaben und veränderte Rahmenbedingungen ist vor allem die Zahl der Beauftragten und Stabsstellen stark angewachsen. Zu nennen sind u. a. die folgenden Bereiche:

- Gleichstellungsbüro & Personalentwicklung
- Informationssicherheit und Datenschutz
- Justizariat und Compliance
- Klimaschutz- und Nachhaltigkeit

Im Zuge personeller Neubesetzungen wurden die organisatorischen Zuteilungen, wie auch fachlichen Verantwortlichkeiten im Bereich der Campus IT entsprechend den IT-bezogenen Betriebsaufgaben, wie auch projektbezogenen Themen im Bereich der Digitalisierung angepasst und aufgrund der zahlreichen Schnittstellen an einer Stelle gebündelt. Kurze und einheitliche Abstimmungs- und Kommunikationswege sollen eine entsprechende Transparenz, Effizienz und Flexibilität bei der Umsetzung der vielfältigen und zunehmend komplexen Anforderungen im Bereich der Digitalisierung ermöglichen.

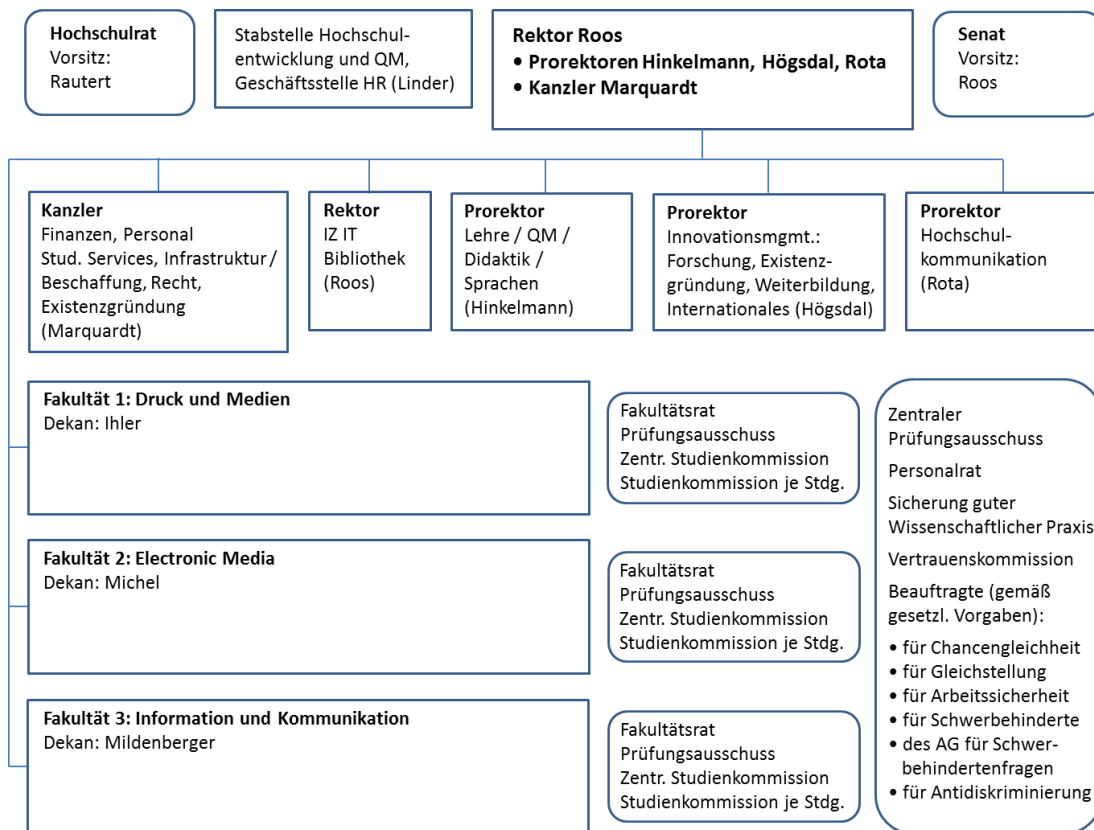


Abb. 4-1: Organisationsstruktur der HdM (Stand 2017)

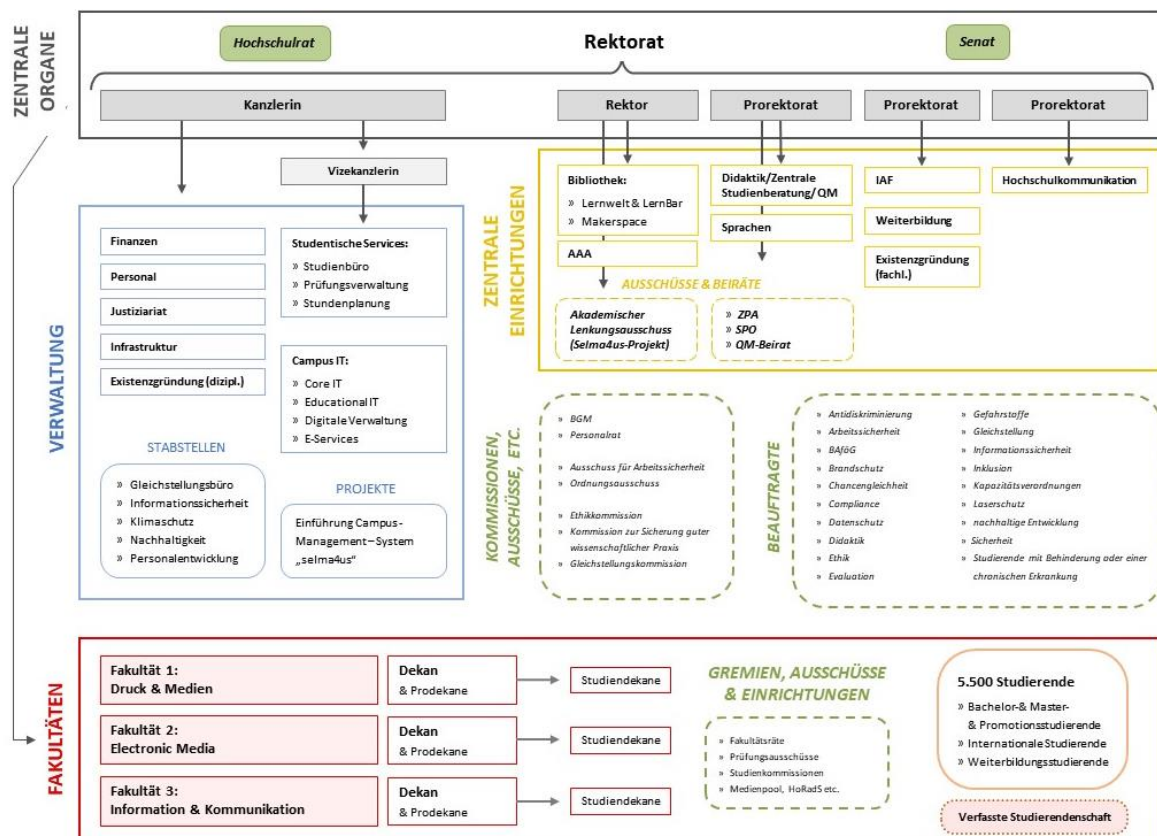


Abb. 4-2: Organisationsstruktur der HdM (ab 01.08.2022)

## 5 Entwicklung der Ressourcen

### 5.1 Mittelfristige Finanzplanung

Die Finanzen sind durch die Hochschulfinanzierungsvereinbarung II (HoFV II) bis 2025 zum Großteil abgesichert. Die HdM verfügt über eine mittelfristige Finanzplanung, welche sicherstellt, die Hochschule in diesem Zeitraum auf dem bestehenden Niveau zu finanzieren und wichtige Einzelmaßnahmen durchzuführen. Die wichtigsten Maßnahmen sind die weitere Digitalisierung u.a. das neue Campus-Management-System mit ca. 2,2 Mio. Euro, die Erneuerung der Netzinfrastruktur mit ca. 1,8 Mio. Euro sowie ein Eigenanteil für den Neubau „Erweiterungsbau Süd – 3. Bauabschnitt“ und dessen Erstausrüstung in Höhe von bis zu 12,5 Mio. Euro. Die Maßnahmen sind durch die Mittelfristige Finanzplanung abgesichert und wurden in den Gremien erörtert und beschlossen.

Nach Möglichkeit sollen keine weiteren Dauerstellen über die beantragten Stellen hinaus geschaffen werden, um einen weiteren Aufbau von Fixkosten zu vermeiden und weiter Handlungsspielräume offen zu halten.

Die Drittmiteinnahmen entwickeln sich positiv, führen jedoch in der Umsetzung der Projekte auch zu Mehraufwänden, die nur zum Teil durch Gemeinkostenumlagen gedeckt werden können.

#### **Risiken**

Sowohl im Bereich der Drittmittel, durch unternehmerische Tätigkeit der Hochschule (Haftungsrisiken), Neuregelung des Umsatzsteuerrechts (§2b UStG) wie auch im Weiterbildungszentrum bestehen Risiken.

Die Entwicklung der Bewerber- und Studierendenzahlen hat durch den mit der HoFV II eingeführten Ausgleichsmechanismus ab 2023 direkte Auswirkungen auf die bereitgestellten Haushaltsmittel. Die RKH hat beschlossen, das Ministerium um einen Dämpfungsfaktor des Ausgleichsmechanismus für die Jahre 2024 und 2025 zu bitten.

Die Risiken werden durch Angebots- und Finanzplanung (u.a. Rücklagenbildung) begrenzt.

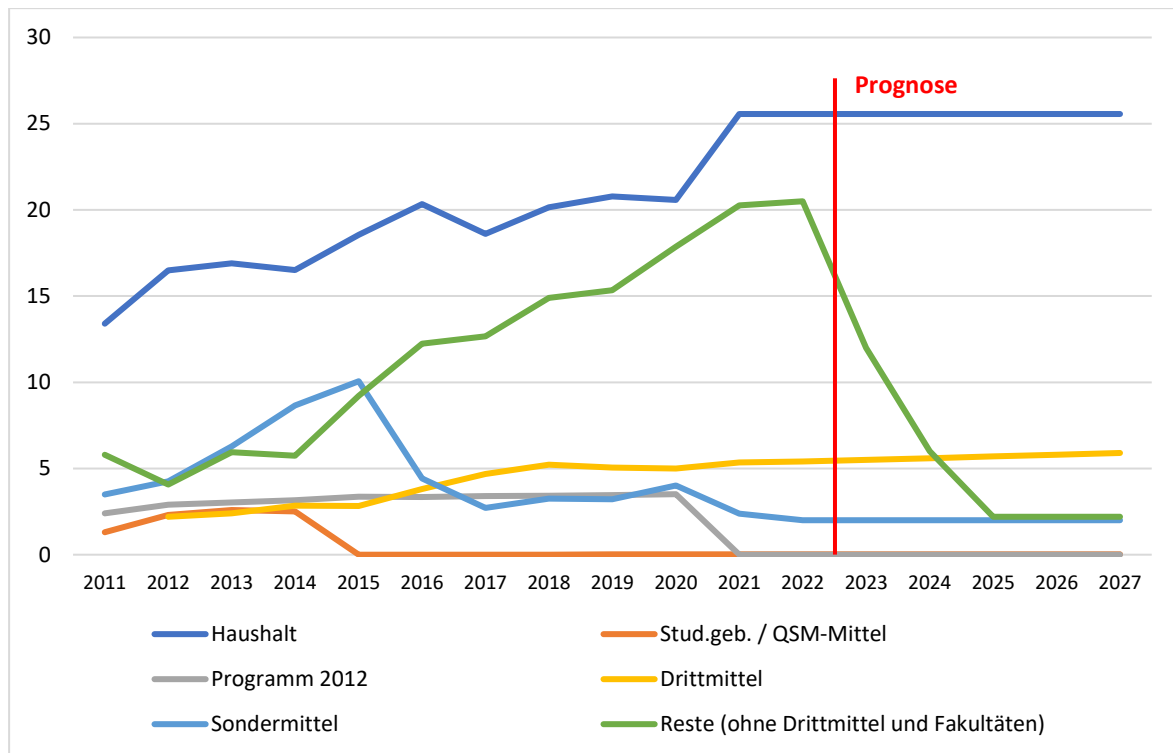


Abb. 5-1: Finanzentwicklung in Millionen Euro

#### Erläuterung der Prognosen in Abbildung 5-1

- Mit Auslaufen der HoFV II Ende 2025 sind Entwicklungen kaum abzuschätzen.
- Die HdM ist sehr gut ausgelastet und erwartet daher, vom Ausgleichsmechanismus zu profitieren.
- Die Reste sind vor allem für den Neubau (10,5 Mio.) und IT-Maßnahmen im Rahmen des Brandschutzes vorgesehen und werden daher bis Ende 2025 massiv abgebaut sein.
- Die HdM hat außerdem Bedarf für zentrale Invests in die Ausstattung (z. B. Tontechnik, UX etc.) und wird diese bis 2025 forcieren, wie immer durch DFG-Anträge flankiert.

## 5.2 Personalplanung

### Prognosen

- Leichte Steigerungen bei Drittmittelbeschäftigten (leichter Anstieg Forschung und Promotionen) und IT (Digitalisierungsprojekte)
- Da die HS insgesamt nur noch wenig wächst, sind keine wesentlichen Personalsteigerungen zu erwarten.
- In der Verwaltung kamen neue Aufgaben hinzu, wenn keine weiteren Aufgaben durch den Gesetzgeber induziert werden, sollte auch hier kein relevantes Wachstum zu erwarten sein.
- Stellenbesetzungen wegen allgemeiner Arbeitsmarktlage und hohen Lebenshaltungskosten in Stuttgart nicht einfach.
- Dies wird auch in Zukunft erwartet. Altersbedingt ist hohe Fluktuation bei Professuren (ca. 18 Stellen) zu erwarten.
- Employer Branding wird im Rahmen des Website-Projekts verbessert.

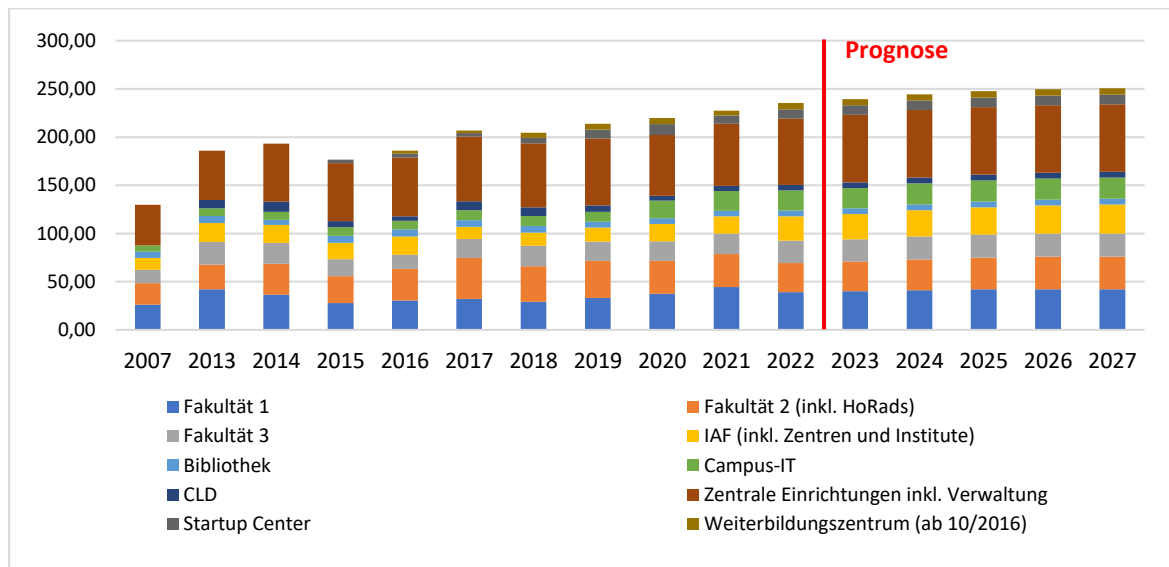


Abb. 5-2: Beschäftigte in VZÄ

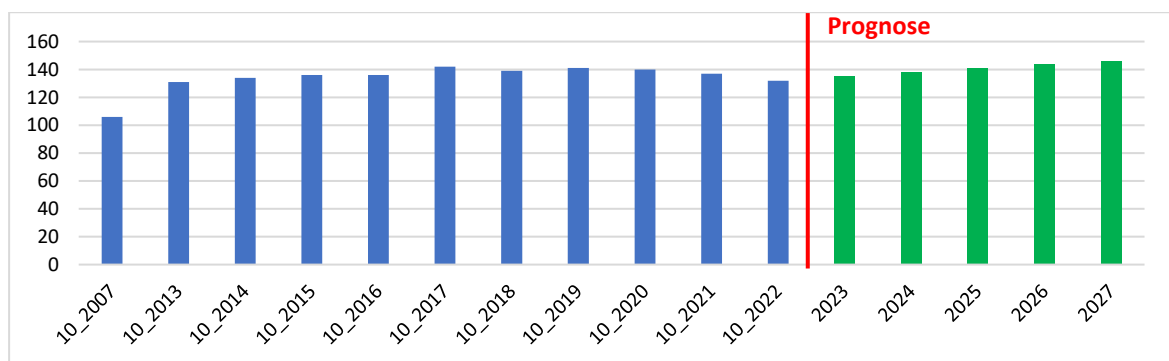


Abb. 5-3: Besetzte Professuren (146 Stellen gesamt)



## 5.3 Flächenplanung und Baumaßnahmen

### Erweiterungsbau Süd – 3. Bauabschnitt

Das ursprünglich geplante Bauvorhaben zur Minderung des Flächendefizits konnte nicht im Haushalt 2023/24 etatisiert werden. Stattdessen wird das Vorhaben Erweiterungsbau Süd – 3. Bauabschnitt durchgeführt, das vollständig von der HdM finanziert wird. In das Vorhaben fließen Ideen ein, die für den zweiten Bauabschnitt entwickelt wurden, ebenso konzeptionelle Ideen aus einem Forschungsantrag des Ministeriums für Finanzen und des Fraunhofer IAO (Neue Arbeitswelt – Entwicklung einer pilothaften, flexiblen Lehr-, Lern- und Arbeitsumgebung für die HdM).

### Brandschutzsanierung

Die umfangreiche Brandschutzsanierung im Hauptgebäude (Nobelstr. 10) musste immer wieder verschoben werden. Mit Fertigstellung des Interimsgebäudes 2022 kann die mehrjährige Maßnahme beginnen.

### Klimaschutz- & Nachhaltigkeit

Für den Gesamtcampus Vaihingen besteht ein Masterplan Campus 2030, welcher auch Aspekte der sozialen Infrastruktur und ein Mobilitätskonzept umfasst.

Bis zum Ende des Planungszeitraums ergeben sich folgende Flächenänderungen an der HdM:

#### Nutzfläche der HdM nach DIN 277 in qm (Stichtag 28.09.2022)

N10	15.654
N8	4.742
N10a (Erweiterungsbau Süd)	1.658
N5 (angemietet)	432
Forschungsfläche Lenningen (angemietet)	350
<b>Summe</b>	<b>22.836</b>

<b>Neubau:</b> Erweiterungsbau Süd - 3. Bauabschnitt	<b>1.700</b>
---	--------------

<b>Entfällt nach Brandschutzsanierung &amp; Erstellung Neubau:</b>	
Pavillon	646
Interimsbau	1.700
<b>Summe</b>	<b>2.346</b>

Die Flächenplanung der HdM hat zum Ziel, dass die HdM

- über einen Standort verfügt
- über eine hochwertige Bausubstanz verfügt
- primär Forschung und Lehre in eigenen Gebäuden abwickelt
- über auskömmliche Hochschulspezifische und flexible sowie an das Digitalzeitalter angepasste Flächen verfügt.

Der Fehlbedarf der HdM wird künftig durch den Erweiterungsbau Süd - 3. Bauabschnitt sowie ein intelligentes Flächenmanagement gedeckt. Der Zeitraum bis zur Erstellung dieses Baus und die notwendige Brandschutzsanierung der Nobelstr. 10 bedingen Interimsmaßnahmen. Dafür ist der Interimsbau vorgesehen. Ein Abschluss aller Maßnahmen ist für Anfang 2026 wahrscheinlich.

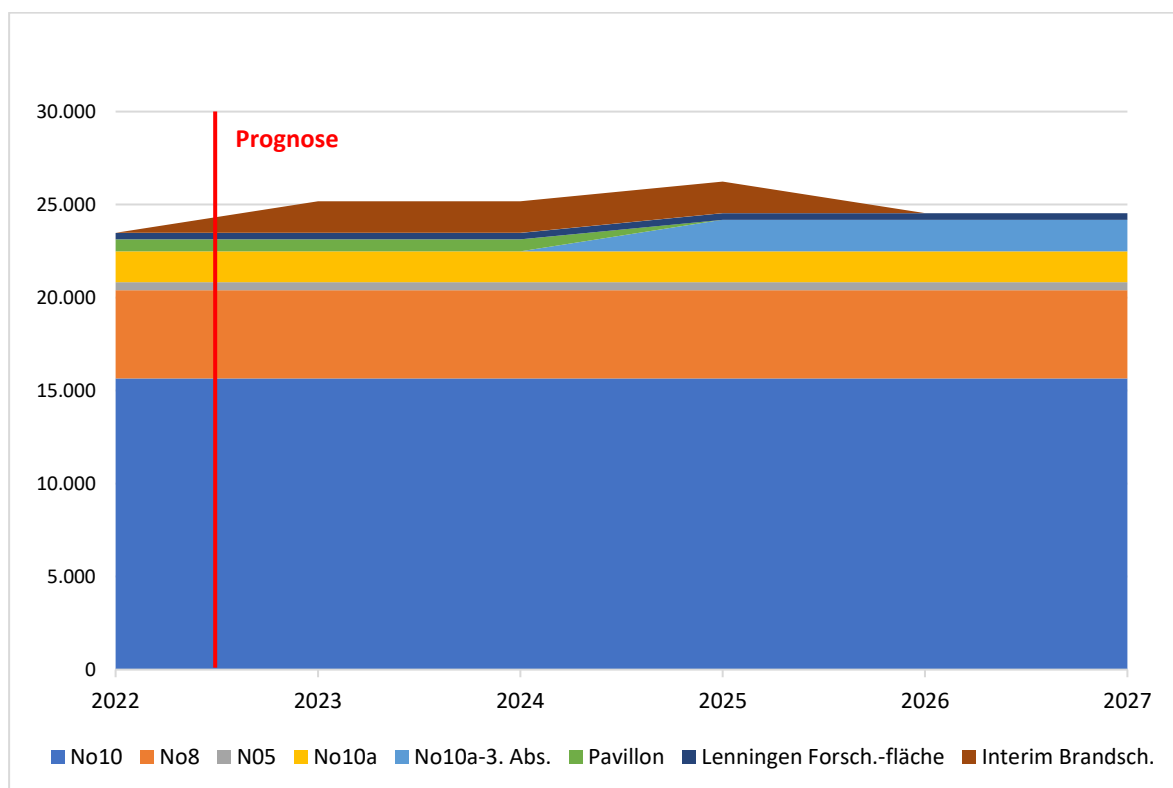


Abb. 5-4: Flächenentwicklung der Nutzfläche nach DIN 277 in qm

#### Anmerkungen zur Flächenentwicklung

- Fehlbestand 10.000 qm in 2022 wird ausgeglichen durch Neubau und intelligentes Flächenmanagement.
- Das Interim ist temporär erforderlich wegen Brandschutzmaßnahmen. Die Flächen der No 10 werden daher vorübergehend nicht nutzbar sein.
- Der Pavillon wird abgerissen.

## 6 Einzelbereiche der Strategieumsetzung

### 6.1 Übersicht wichtiger geplanter Projekte

Wesentliche Projekte für die strategische Entwicklung der Hochschule sind nachfolgend aufgeführt.

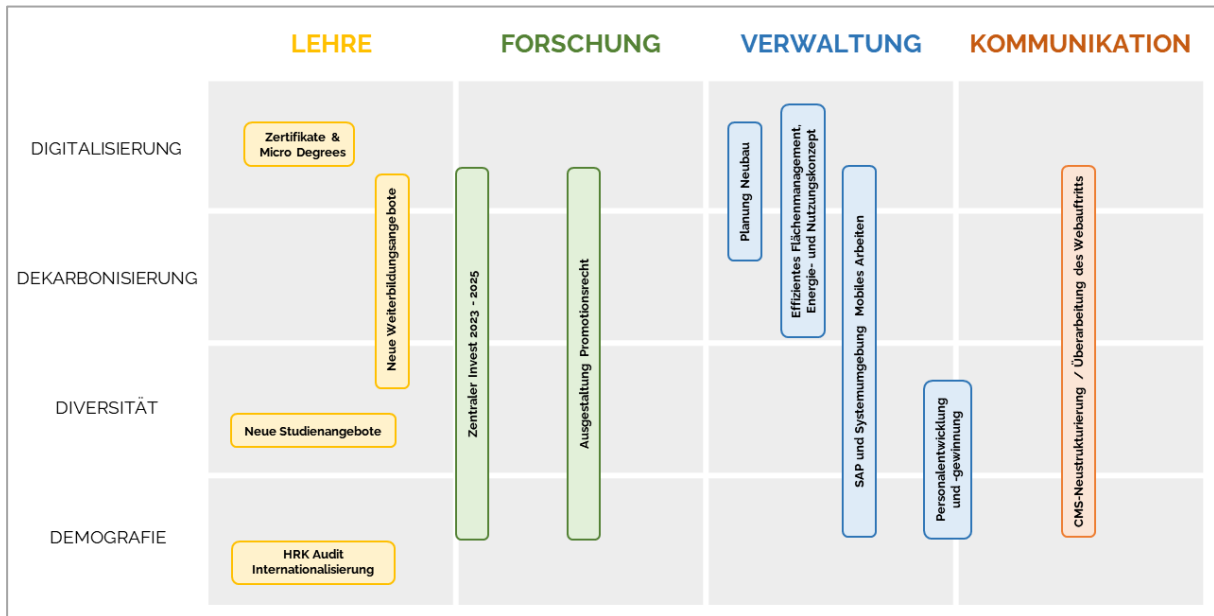


Abb. 6-1: Übersichtgrafik wichtiger geplanter Projekte

## 6.2 Lehre: Studienangebote, Didaktik und QM

Im Planungszeitraum des vorliegenden SEP gilt es die Herausforderungen des demographischen Wandels, der weiterzunehmenden Digitalisierung aller Lebensbereiche und den veränderten gesellschaftlichen Zielsetzungen (Dekarbonisierung, Nachhaltigkeit, Teilhabe, passgenaue Aus- und Weiterbildung u.v.m.) Rechnung zu tragen. Dabei spielt die zunehmende Dynamik dieser Veränderungsprozesse eine wesentliche Rolle, dieser muss durch eine agile Weiterentwicklung von Didaktik, Studienangeboten und -strukturen begegnet werden. Eine zentrale Aufgabe ist, dass die Studienangebote und auch das Qualitätsmanagement den Trend zu Micro-Credentials aufnehmen und in ein ganzheitliches Studienkonzept integrieren.

Ausgehend von einer maximalen Nachfrage im Hochschuljahr 2012/2013 ergibt sich bereits seit mehreren Jahren eine abnehmende Nachfrage. Es ist zu erwarten, dass die Nachfrage im Hinblick auf die prognostizierte demografische Entwicklung bis 2030 weiter abnehmen wird. Der Anstieg im Studienjahr 2017/2018 ist auf eine Umstellung des Zulassungsverfahrens und einer damit veränderten Datenbasis zurückzuführen und ist keine Trendänderung. Der Rückgang der Nachfrage wirkt sich durch die reduzierte Auswahl geeigneter Studienanfängerinnen und -anfängern unmittelbar auf das Niveau aus. Es gilt daher dem Rückgang durch neue Angebote, die bisher nicht oder nur verdeckt als Teil eines bestehenden Studienangebots angeboten wurden, neue Interessentengruppen ansprechen. Derartige Angebote könnten z.B. aus Themen bzw. Kombination von Themen aus den Bereichen KI, spezifischen Rechtsgebieten (Medienrecht, Urheberrecht, Datenschutzrecht), Medienethik oder inhaltlich orientierten Themen wie des Entertainments ergeben. Ebenso gilt es interne Potenziale durch Anpassung von Ressourcen an die Nachfrage nach den einzelnen Studienangebote zu nutzen. So können freiwerdenden Ressourcen in schwach nachgefragten Studienbereichen umgewidmet und in boomenden Bereichen eingesetzt werden.

Im Gegensatz zu den regulären (Vollzeit-)Studierenden ist im Bereich der Weiterbildung eine Steigerung der Teilnehmerzahlen zu erwarten. Hier ist insbesondere die Thematik der Micro-Credentials ein bestimmender Faktor. Daher widmet sich auch eines der im SEP verankerten Projekte dieser Thematik.

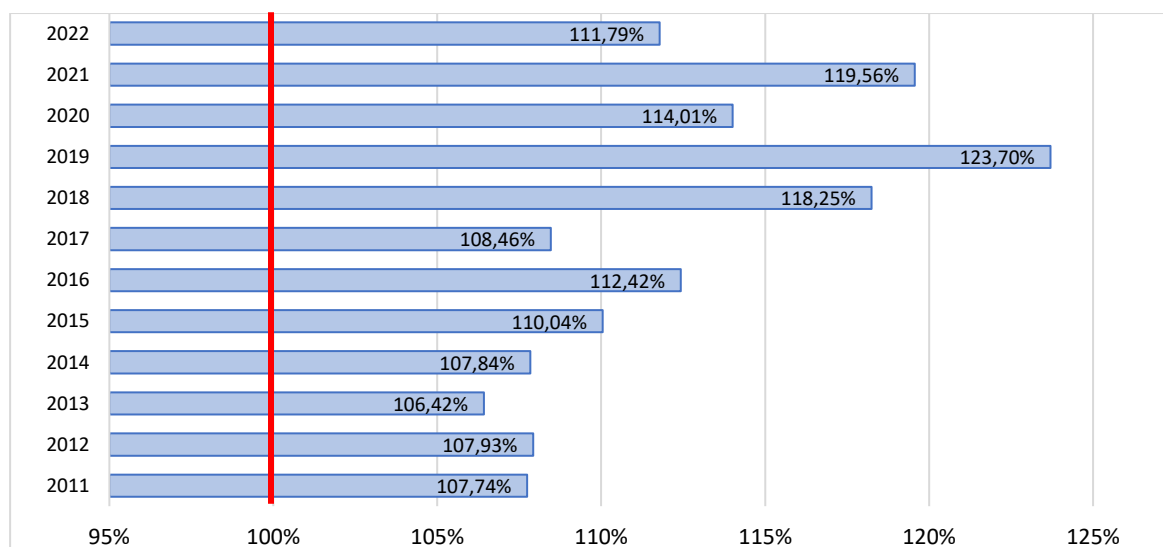


Abb. 6-2: Auslastung der Studienplätze (künftig angestrebt ist eine Auslastung von 105 bis 110 %)

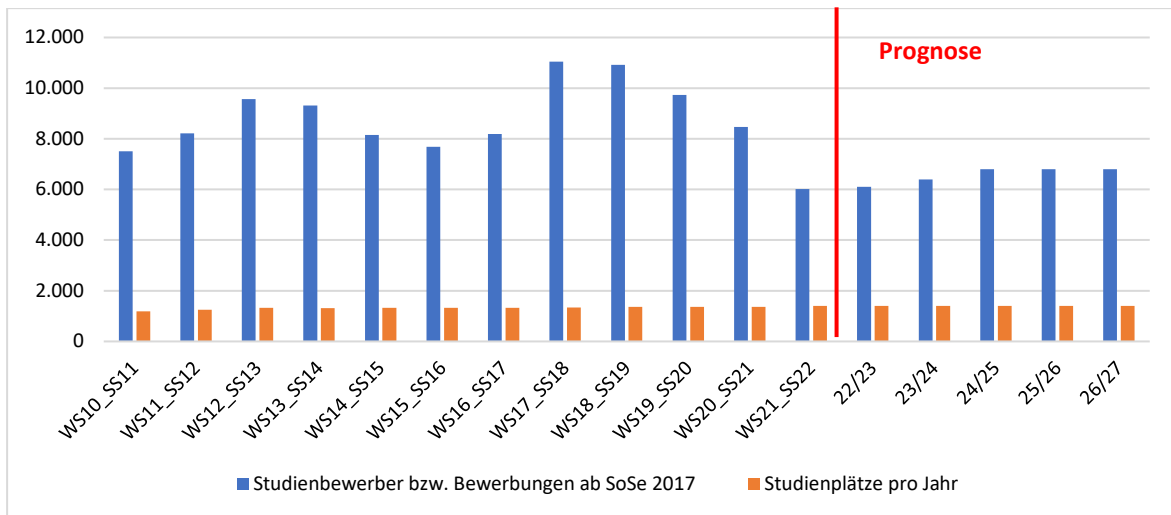


Abb. 6-3: Studienbewerber\*innen (seit DOSV-Einführung im SoSe 2017: Bewerbungen)

### Erläuterung der Prognose

- Demografiebedingt wird die Zahl der Schulabgänger\*innen mit einer HZB leicht rückläufig sein bis 2030.
- Im Gegenzug wird die Hochschule ihre Attraktivität durch neue Studienangebote (Medien- und Wirtschaftspsychologie in 2023, Digital Design Master in 2023, evtl. Entertainment Bachelor, Social Media Marketing Bachelor, Double Degree Bachelor mit BCIT und weitere) zusätzlich erhöhen.
- Die Vorteile (Ballungsraum Stuttgart, Campussituation, Attraktivität der Thematik Medien) bleiben erhalten.
- Die Nachteile (hohes Preisniveau in Stuttgart, schwieriger Wohnungsmarkt) bleiben ebenfalls erhalten.

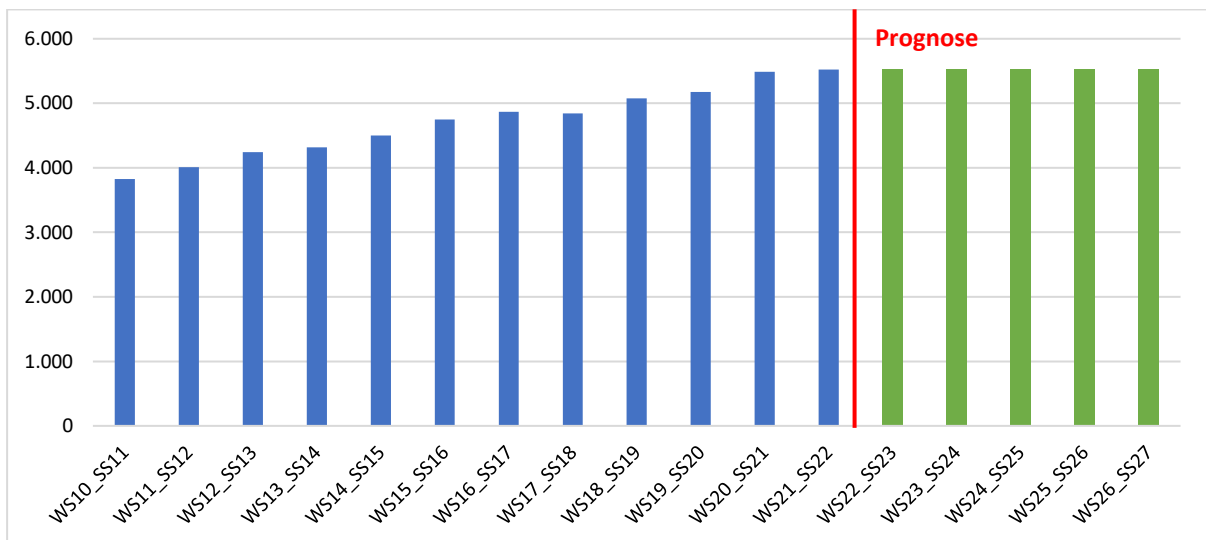


Abb. 6-4: Anzahl der Studierenden in Bachelor- und Masterstudiengängen (Durchschnitt pro Jahr, inklusive beurlaubter und internationaler Studierender und ohne Kontaktstudien)

### Erläuterung der Prognose

Es wird erwartet, dass die Studierendenzahl mit ca. 5.500 Studierenden konstant bleibt.

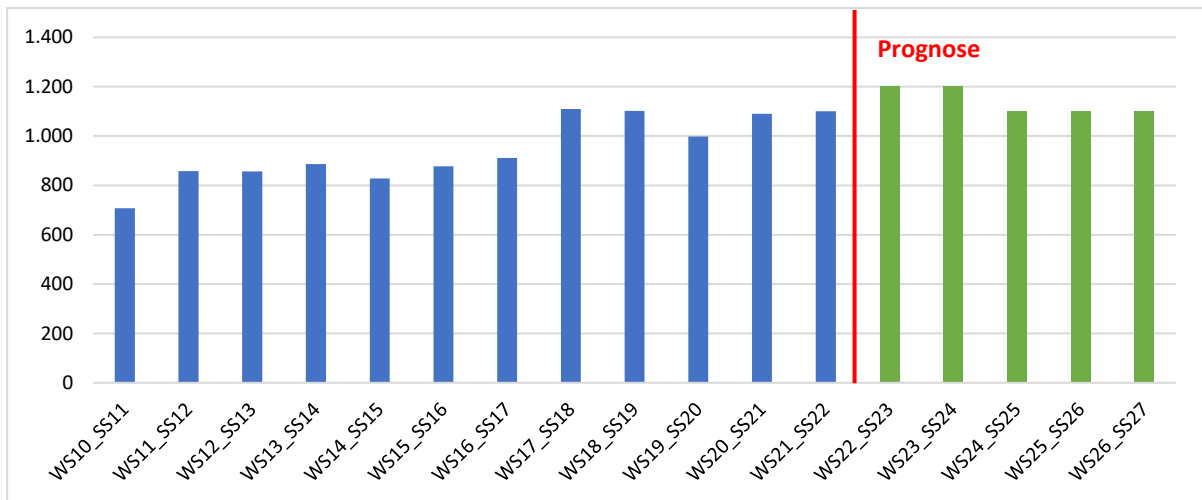


Abb. 6-5: Anzahl der Absolvent\*innen

### Erläuterung der Prognose

Durch die hohe Überauslastung bei den Studienanfängerzahlen in den Jahren 2019 bis 2021 und der angestrebten Auslastung in den Jahren 2023 bis 2027 wird bei den Absolvierenden erwartet, dass die Zahl zunächst leicht steigt. In der weiteren Folge werden jährlich ca. 1.100 Absolvierende erwartet.

Studiengänge der HdM im Studienjahr 2021/22

Fakultät	Abschluss	Studiengang	Plätze pro Jahr
<b>Fakultät 1: Druck und Medien</b>	Bachelor	• Dt.-Chin. Studiengang Medien und Technologie	15
		• Medieninformatik	94
		• Mobile Medien	53
		• Mediapublishing	56
		• Wirtschaftsingenieurwesen Medien	81
		• Verpackungstechnik	60
		• Integriertes Produktdesign	28
		• Print and Media Technologies	32
	Master	• Packaging Development Management	15
		• Crossmedia Publishing and Management	25
• Computer Science and Media		34	
<b>Fakultät 2: Electronic Media</b>	Bachelor	• Audiovisuelle Medien	135
		• Medienwirtschaft	130
		• Crossmedia-Redaktion/Public Relation	76
		• Werbung und Marktkommunikation	90
	Master	• Audiovisuelle Medien	36
		• Medienmanagement	48
		• Unternehmenskommunikation	41
<b>Fakultät 3: Information und Kommunikation</b>	Bachelor	• Informationswissenschaften	65
		• Wirtschaftsinformatik und digitale Medien	94
		• Online-Medien-Management	69
		• Informationsdesign	57
	Master	• Wirtschaftsinformatik	30
<b>Alle Fakultäten</b>	Master	• Master of Media Research	6
<b>Berufsbegleitende, weiterbildende Masterstudiengänge</b>		• Bibliotheks- und Informationsmanagement	
		• Business Management	
		• Data Science	
		• Intra- und Entrepreneurship (tech)	

<b>Projekt</b>	Qualitätsbeiratsmodells
<b>Ziel</b>	Umsetzung des Qualitätsbeiratsmodells
<b>Begründung</b>	Die HdM hat sich bereits 2018 auf einen alternativen Weg zur Systemreakkreditierung begeben und verantwortet zusammen den Hochschulen Furtwangen und Nürtingen-Geislingen ein deutschlandweit beachtetes Modellprojekt. Die Vorbereitungen wurden im Oktober 2021 abgeschlossen und die Operationalisierung begonnen. Mit dem Abschluss der Begutachtung durch eine Gutachtergruppe des Akkreditierungsrats, die für Herbst 2023 erwartet wird, beginnt die eigentliche operative Arbeit des Beirats. In den Zeitraum des SEP fällt die Vorbereitung und u.U. auch durch Führung einer Evaluation des Qualitätsbeiratsmodells durch eine internationale Qualitätssicherungsagentur. Dies ist für das Jahr 2027 geplant.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Das Projekt wird vom bestehenden QM-Personal bestritten. Es entsteht kein zusätzlicher Personalbedarf.
<b>Zeitplan</b>	2023: 2. Beiratssitzung; Begutachtung der HdM durch Teilgruppe der Gutachtergruppe des Akkreditierungsrats; Vorlage der Begutachtungsergebnisse und Beschlussfassung über die Begleitphase im Akkreditierungsrat 2024 3. Beiratssitzungen 2025 4. Beiratssitzungen 2026 5. Beiratssitzungen 2027: 6. Beiratssitzung und Evaluation durch int. Agentur
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Jede Beiratssitzung ist mit externen Kosten i.H.v. € 5.000.- verbunden Die jährlichen Kosten für die Begleitphase betragen gem. Vereinbarung von Oktober 2021 € 4.000. Die Kosten für die Evaluation können noch nicht genau beziffert werden. Sie werden unterhalb der Verfahrenskosten für eine Systemakkreditierung liegen, die aktuell bei ca. € 15.000.- liegen. Ebenso wird der Betrag zu gleichen Teilen von den drei Verbundhochschulen getragen.
<b>Risiken</b>	Die Beiratsarbeit wird als nicht tragfähig erkannt. Infolgedessen würde eine reguläre Systemreakkreditierung erforderlich, die dann u.U. temporär zu einem zusätzlichen Personalbedarf führen würde



<b>Projekt</b>	Onboarding für Studienanfänger								
<b>Ziel</b>	Strukturiertes außercurriculares Onboarding-Angebot für Studienanfänger								
<b>Begründung</b>	Bereits vor der Corona-Pandemie war bei den Studienanfängern eine Abnahme der Studierfähigkeit zu beobachten. Dies betraf v.a. Themen wie Selbstorganisation und grundlegende Fähigkeit im Bereich der Arbeitstechniken sowie Teamfähigkeit. Durch die Corona-Pandemie hat sich dieser Trend verschärft und die Notmaßnahmen an den Schulen haben Spuren hinterlassen. Es ist daher dauerhaft mit einer reduzierten Studierfähigkeit zu rechnen, der möglichst frühzeitig in der Phase des Studienbeginns durch ein gezieltes Onboarding begegnet werden soll.								
<b>Personelle Ressourcen</b>	Mit dem Center for Learning and Development verfügt die Hochschule über eine für diese Aufgaben bereits gut aufgestellte Organisationseinheit. Derzeit wird jedoch ein Teil der Stellen für die zentrale Studienberatung eingesetzt. Projektmittel aus bestehenden Förderprogrammen (z.B. FH-Personal) oder Ausschreibungen der Stiftung Innovation in der Hochschullehre eröffnen entsprechende Möglichkeiten zur Bereitstellung der personellen Ressourcen. Sollten keine zusätzlichen Mittel bereitgestellt werden können, so kann das Projekt mit verringertem Umfang trotzdem umgesetzt werden.								
<b>Zeitplan</b>	<table> <tr> <td>2023</td> <td>Konzept</td> </tr> <tr> <td>Studienjahr 23/24</td> <td>erste Onboardingphase mit Evaluation</td> </tr> <tr> <td>Studienjahr 24/25</td> <td>zweite Onboardingphase mit Evaluation</td> </tr> <tr> <td>ab Studienjahr 25/26</td> <td>regulärer Betrieb mit fortlaufender Anpassung</td> </tr> </table>	2023	Konzept	Studienjahr 23/24	erste Onboardingphase mit Evaluation	Studienjahr 24/25	zweite Onboardingphase mit Evaluation	ab Studienjahr 25/26	regulärer Betrieb mit fortlaufender Anpassung
2023	Konzept								
Studienjahr 23/24	erste Onboardingphase mit Evaluation								
Studienjahr 24/25	zweite Onboardingphase mit Evaluation								
ab Studienjahr 25/26	regulärer Betrieb mit fortlaufender Anpassung								
<b>Finanzieller Aufwand</b>	<p>Der finanzielle Aufwand für das Onboardingprogramm ist vollständig steuerbar. Er bestimmt sich aus der Anzahl der Studienanfänger, die p.a. bei ca. 1200 Studierenden liegt, der Teilnahmequote und dem Umfang des Angebots.</p> <p>Bei einem Angebot, das 15 Lehreinheiten umfasst (entspricht ca. 1 SWS) und einer Teilnahmequote von 50% beträgt der jährliche Aufwand 21.000 €. Dies kann als Obergrenze angesehen werden, da eine Teilnahmequote eher unter als über 50% realistisch ist. Ebenso geht die Abschätzung von einem rein über Lehraufträge realisierten Angebot aus.</p>								
<b>Risiken</b>	Onboarding wird von den Studienanfängern und -anfängerinnen nicht genutzt.								

<b>Projekt</b>	Didaktische Weiterentwicklung
<b>Ziel</b>	Etablierung einer forschungsbegleiteten und digitalintegrierten Lehre
<b>Begründung</b>	Lehrkonzepte spielen traditionell eine wichtige Rolle. Für die Studiengänge der HdM zeigt sich immer mehr, dass das Zusammenspiel von angewandter Forschung und der in Folge der Pandemie verstärkt digitalunterstützter Lehre von hoher Bedeutung wird. Digitale Elemente sind bereits heute Standard in nahezu allen Lehrveranstaltungs Konzepten. Allerdings sind integrierte Konzepte, bei denen nahtlos sowohl synchrone als auch asynchrone digitale Elemente mit klassischen Präsenzformen zu einem übergreifenden Lehrveranstaltungs Konzept zusammenwirken, noch im Entwicklungsstadium. Auf der anderen Seite entstehen laufend neue digitale Hilfsmittel, die lehrunterstützend eingesetzt werden, so dass dieser Entwicklungsprozess fortlaufend bestehen wird.
<b>Personelle Ressourcen</b>	0,25 VZÄ im Center for Learning and Development
<b>Zeitplan</b>	2023 Schwerpunktthema für das Fellowship-Programm 2024 Fortführung der ersten Fellow-Runde und Erweiterung durch eine zweite Fellowship-Runde mit ähnlicher Schwerpunktsetzung 2025ff Institutionalisierung durch Aufbau eines Entwicklungsteams Ggf. Öffnung der Treffen der Fellows für alle interessierten hauptamtlich Lehrenden
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Ist durch den personellen Aufwand determiniert.
<b>Risiken</b>	Die Freiheit von Forschung und Lehre bedingt, dass das die Kongruenz von Forschung und Lehrinhalten von den Lehrenden als Ziel gesehen und umgesetzt wird. Durch die organisatorische Aufteilung von Hochschuldidaktik und IT zur Unterstützung der Lehre besteht eine latente Gefahr, dass das notwendige Zusammenwirken durch organisatorische Grenzen oder Partikularinteressen behindert wird.

<b>Projekt</b>	Micro-Credentials in Vollzeitstudiengängen
<b>Ziel</b>	Die Studienstrukturen der Hochschule der Medien berücksichtigen Micro-Credentials sowohl in der Anerkennung als auch im Angebot, das sich an Studierende der Hochschule und von Partnerhochschulen oder hochschulexterne Personen richtet.
<b>Begründung</b>	<p>Im Zuge der Corona-Pandemie haben sich neue Formate der Kooperation mit ausländischen Hochschulen etabliert. Dabei sind Kurzzeitprogramme entstanden, die auch ganz oder teilweise im Online-Format stattfinden. Dies ist jedoch nur eine Ausprägung des sehr viel weitergehenden Trends der Micro-Credentials.</p> <p>Ein Micro-Credential ist ein anerkannter Nachweis der Lernergebnisse, die ein Lernender aus einer kurzen Lernerfahrung bzw. einem Kurs erzielt hat, nach transparenten Standards und Anforderungen sowie einer bestandenen Prüfung. Micro-Credentials sind Eigentum des Lernenden, können anderen gezeigt werden, sind zu anderen Institutionen übertragbar und können zu größeren Zeugnissen oder Qualifikationen kumuliert werden.</p> <p>Micro-Credentials sind Teil der Bildungsstrategie der Kommission der EU. In den Jahren 2023 ff. sollen Micro-Credentials in den European Standard und Guidelines for Higher Education und der fortgeschriebenen Bologna-Strategie aufgenommen werden. Es steht zu erwarten, dass die Micro-Credentials zu einem neuen Lernparadigma führt, das eine Personalisierung und Individualisierung des Kompetenzerwerbs mit sich bringen wird. Auch hier wird eine schon länger beobachtete Entwicklung konsequent weitergeführt und strukturell verankert.</p> <p>Die Hochschule der Medien wird sich in der Laufzeit des vorliegenden SEP mit diesem Thema auseinandersetzen. In einer ersten Stufe sollen Zertifikate eingesetzt werden, um Lernergebnisse zu bestätigen, die nicht oder nur in zu geringem Umfang im Studiengangskonzept oder dem Diploma Supplement dokumentiert sind.</p>
<b>Personelle Ressourcen</b>	Neben den Ressourcen in den Studiengängen muss zentralerseits mit jeweils 0,25 VZÄ im Center for Learning and Development und QM gerechnet werden.
<b>Zeitplan</b>	<p>2023 Überarbeitung der Studien- und Prüfungsordnungen hinsichtlich der Anerkennung von Leistungen aus dem Ausland inklusive Anpassung der Studien- und Prüfungsordnungen. Konkretisierung und Umsetzung von Zertifikaten zu Themen in den Bereichen der KI, dem Game-Development und Entrepreneurship.</p> <p>2024 Analyse der ESG und Bologna-Fortschreibung und Erarbeitung einer Basisstrategie für die Studienangebote der Hochschule</p> <p>2025 ff Stufenweise Umsetzung in den Studiengängen</p>
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Ist durch den personellen Aufwand determiniert.
<b>Risiken</b>	Vorgaben der ESG und Bologna-Fortschreibung sind inkompatibel mit den Strukturen der Hochschule und führen zu einem sehr weitreichenden Umbau der Studienstruktur.

### 6.3 Internationalisierung

Die HdM verfügt über ein leistungsfähiges Auslandsamt. Die (DAAD-)Kennzahlen zur Studierendenmobilität sind weit überdurchschnittlich.

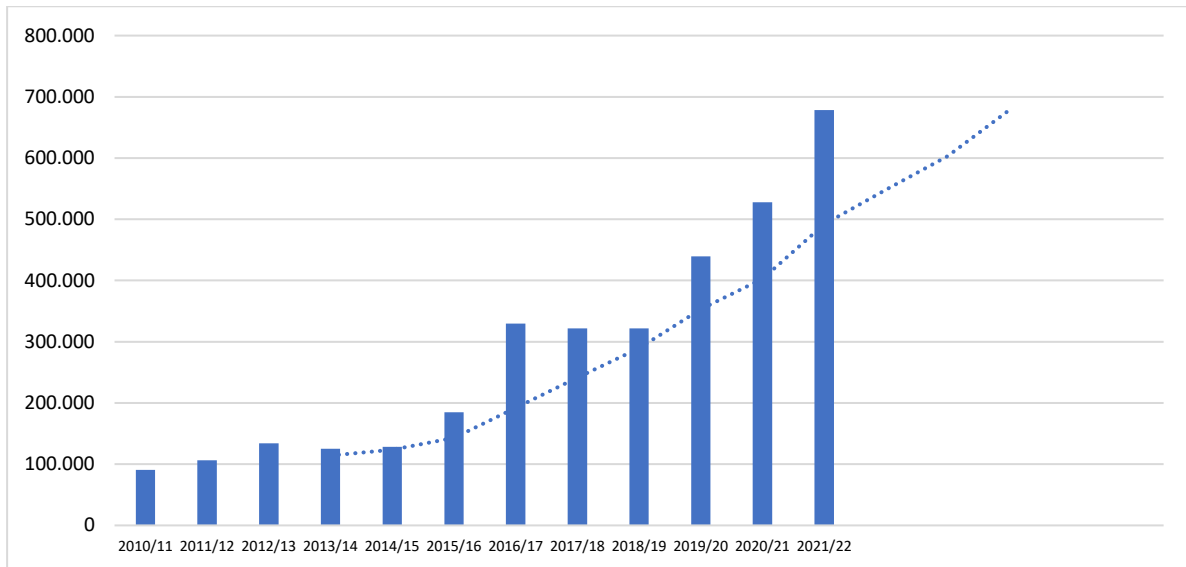


Abb. 6-6: Erasmus Fördermittel in Euro

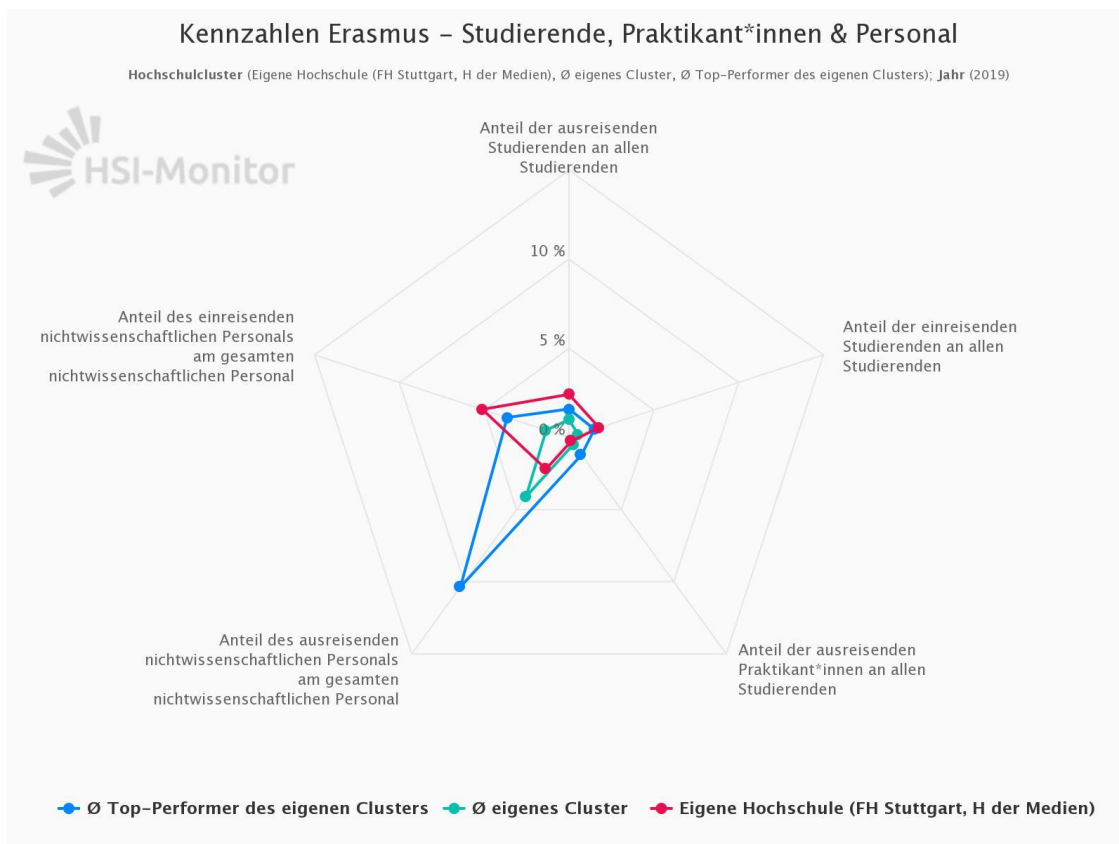


Abb. 6-7: Kennzahlen Erasmus - Studierende, Praktikant\*innen & Personal im Jahr 2019

Die HdM versteht sich als international orientierte und europäisch geprägte Hochschule. Der Austausch von Studierenden, Mitarbeitenden und Lehrenden, EU-Forschungsprojekten und (künftig) verstärkt internationale Promotionen sind daher strategisches Ziel der HdM.

Nicht die Zahl, sondern die Intensivierung von qualitativen Partnerschaften ist für die künftige Entwicklung entscheidend.

Dabei spielen weiterhin die englischsprachigen Minorprogrammen und Kurzzeitprogrammen (Sommerkurse, ERASMUS BIPs) für den Studierendenaustausch eine tragende Rolle.

Ziel ist es, die Zahl englischsprachiger Studienprogramme auszubauen (derzeit nur PMT) und Double Degree Programme zu installieren. Dabei ist echte Internationalität (d.h. ein Mix von Teilnehmern aus unterschiedlichen Sprachräumen und Kulturen) zwingend anzustreben, ein Auslandsstudiengang im Sinne von hohen Anteilen von Studierenden nur aus einem Land ist zu vermeiden.

#### **Ziel ist**

- die Vorbereitung deutscher Studierender auf einen internationalen Arbeitsmarkt (Exportfähigkeit der deutschen Industrie) und die Befähigung, in einem interkulturellen Kontext zu arbeiten. Dies soll sowohl durch internationale Studiengänge als auch durch Auslandsaufenthalte an Partnerhochschulen sowie durch praktische Studiensemester im Ausland ermöglicht werden.
- durch ausbalancierten Austausch hohe Studiengebühren weiterhin zu vermeiden.
- durch Faculty Exchange internationale Strukturen und Leistungsniveau der Partnerhochschulen erfahrbar zu machen.
- Forschungsfähigkeit im Bereich der angewandten Forschung auf europäischem Niveau und die Kenntnis internationaler Forschungsstrukturen sicherzustellen.

#### **Prognosen**

- Die Fördermittel für Mobilitäten sind bereits auf sehr hohem Niveau, gravierende Steigerungen daher nicht zu erwarten.
- Neue Partnerschaften sind in begrenztem Umfang wg. politischer Veränderungen (Russland, China, Türkei etc.) erforderlich.

<b>Projekt</b>	HRK Audit Internationalisierung
<b>Ziel</b>	Ziel des Audits ist es, den Status und weitere Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen und die Internationalisierung der Hochschule strategisch auszurichten und innerhalb der HdM dauerhaft zu verankern.
<b>Begründung</b>	Die Fähigkeit, qualifizierte internationale Studierende anzuwerben (Tätigkeit auf einem europäischen Bildungsmarkt) soll ausgebaut werden.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Akademisches Auslandsamt
<b>Zeitplan</b>	Durchführung des Audits ist im Jahr 2024 geplant.
<b>Finanzieller Aufwand</b>	10.000 Euro
<b>Risiken</b>	-

## 6.4 Weiterbildung

### Umsatzentwicklung Weiterbildungszentrum, ab 2022/2023 Prognose

Die akademische Weiterbildung an der HdM Stuttgart ist eine zentrale Säule der Hochschulstrategie und wurde in den letzten Jahren ein Weiterbildungszentrum etabliert. Abstimmung mit der Hochschulleitung und den hochschulinternen Fachexperten bietet das Weiterbildungszentrum ein Portfolio aus sechs berufsbegleitenden Masterstudiengängen (MBA, M.Sc., M.A.) sowie Kontaktstudienangeboten an. Diese werden im Weiterbildungszentrum als zentrale Abteilung im Rahmen der hochschulweiten sowie etablierter, abteilungsspezifischer Prozesse administriert. Das Weiterbildungszentrum fungiert dabei als dienstleistungsorientierte, erste Anlaufstelle für Studieninteressierte, Studierende, ProfessorInnen sowie Unternehmen.

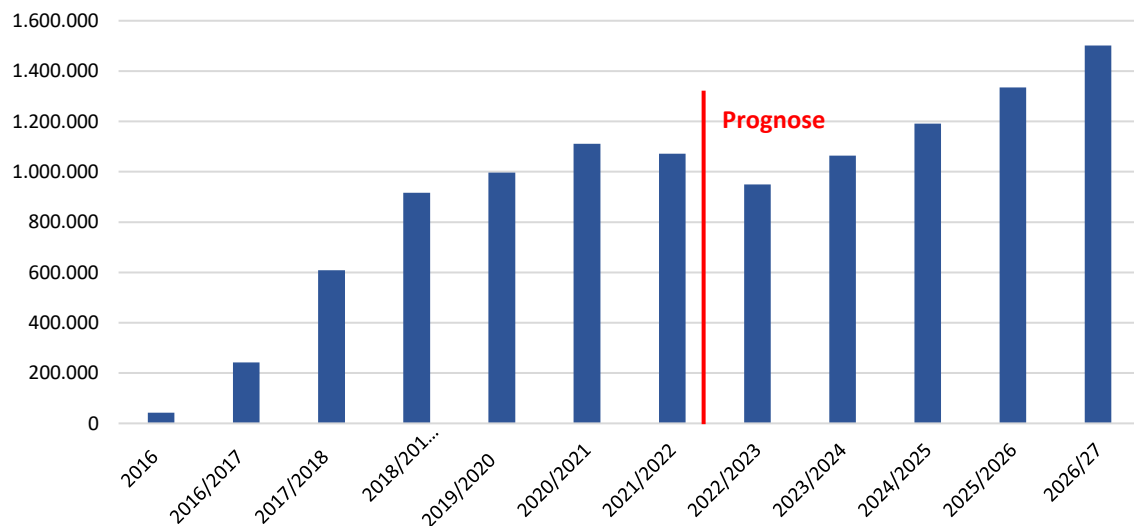


Abb. 6-8: Umsatzentwicklung Weiterbildungszentrum

Das Weiterbildungsportfolio deckt die zentralen Themenbereiche der HdM ab und ermöglicht ein berufsbegleitendes Studium im Bereich Business Management (MBA) mit Vertiefungen in Digital Innovation, Corporate Communication und International Business, im Bereich Data Science (M.Sc.) sowie im Bereich Bibliotheks- und Informationsmanagement (M.A.). Das Weiterbildungsangebot folgt dabei einem modularen Aufbau, mit der Möglichkeit, von einzelnen Weiterbildungsmodulen aus dem Masterprogramm über Zertifikatsprogramme bis hin zum Mastergrad ein lebenslanges Lernen und einen modularen Einstieg für unterschiedliche Zielgruppen zu ermöglichen.

Die Etablierung der HdM Weiterbildung zeigt sich durch Umsätze, welche sich in den letzten Jahren im Bereich von ca. 1 Mio. Euro bewegt haben. Kurzfristig ist mit einem kleinen Rückgang zu rechnen, da während der Corona-Pandemie weniger Studierenden starteten. Mittelfristig ist aber durch moderate Gebührenerhöhungen, weitere Angebote und stärkere Kooperationen mit einem organischen Wachstum im Bereich von 10% pro Jahr zu rechnen. Die Sichtbarkeit am Markt wird dabei durch zahlreiche Netzwerk- und Marketingaktivitäten wie bspw. im Rahmen der Regional- und Fachvernetzung im Projekt Hochschulweiterbildung@BW und durch

Unternehmenskontakte sowie durch Kooperationen u.a. mit Partnerhochschulen gestützt. Im Best Practice-Austausch mit anderen Hochschulen, insbesondere in der Arbeitsgruppe der Hochschul föderation Süd-West (HfSW) und der Landesgruppe der Deutschen Gesellschaft für Wissenschaftliche Weiterbildung und Fernstudium (DGWF), bringt das Weiterbildungszentrum Anregungen zur Stärkung der akademischen Weiterbildung im Hochschulkontext ein.

### **Prognosen**

- Der Bedarf an akademischer Weiterbildung mit einem Masterabschluss steigt, allerdings nimmt auch die Konkurrenz zu. Es zeigt sich, dass ein nicht unerheblicher Anteil der HdM-Absolvierenden aus Bachelorstudiengängen erfolgreich in den Beruf einsteigt und – zumindest in der aktuellen konjunkturellen Situation – das Interesse an einem konsekutiven Master abnimmt. Dies sollte mittelfristig eine weitere Zunahme des Interesses an berufsbegleitenden Masterstudiengängen bedeuten. Gleichzeitig gibt es auch mehr Anbieter sowohl bei staatlichen wie auch privaten Hochschulen sowohl im Bundesland wie auch privat, dazu kommen reine Online-Hochschulen. Hier muss die HdM die Stärke mit dem Standort Stuttgart, den besonderen Räumlichkeiten und der praxiserfahrenen Dozierenden nutzen.
- Unternehmen fördern Weiterbildungen, um Mitarbeitende zu binden und diesen die Möglichkeit geben, sich zu entwickeln. Mit der Digitalisierung und dem demographischen Wandel besteht zunehmender Bedarf an Weiterbildungsformaten, allerdings vom Umfang unter dem Niveau eines gesamten Studiums, zumal diese aktuell nicht öffentlich gefördert werden.

### **Ziele und Maßnahmen**

1. **Organisches Wachstum durch Ausbau der bestehenden Programme mit weiteren Schwerpunkten:** Für die Jahre 2023 – 2027 ist es geplant, das erreichte Niveau in der akademischen Weiterbildung zu verstetigen und mit der bestehenden Personalkapazität organisch zu wachsen. Angestrebt ist ein Jahresumsatz von ca. 1,5 Mio. Euro in 2027 kalkuliert. Vorgesehen ist eine inhaltliche und strukturelle Erweiterung des Weiterbildungsportfolios insbesondere im berufsbegleitenden Masterprogramm Business Management um drei neue Vertiefungsrichtungen entsprechend der Bedarfe des Weiterbildungsmarktes und des Portfolios der HdM. Parallel erhält der berufsbegleitende Masterstudiengang Data Science eine neue Grundstruktur angepasst und wird um weitere Themengebiete ergänzt. Der Anspruch ist es für jeden Bachelor-Alumni ein attraktives Master-Angebot in der Weiterbildung zu bieten.
2. **Erweiterungen der Zertifikatsprogramme** um kompakte Microdegrees wie das Certificate of Advanced Studies (CAS) und Diploma of Advanced Studies (DAS). Neben den bisherigen Angeboten zur Buchung einzelner Module sind die Pakete von Modulen, welche einen inhaltlichen Bezug haben. Sie können im Umfang von 18-30 ECTS typischerweise innerhalb eines Jahres absolviert werden. Neben Modulen auf Masterniveau wird auch geprüft, ob Angebote auf Bachelorniveau zu bestimmten Themen nachgefragt werden.



3. **Ausbau der Netzwerk- und Marketingaktivitäten:** So ist insbesondere ein Fokus auf den Ausbau und Pflege der Kontakte mit Unternehmen als Arbeitgeber zu legen, um die HdM Weiterbildungsangebote im Rahmen der unternehmensweiten Personalentwicklung zu verankern. Weiterhin werden die Aktivitäten im Bereich der Ansprache von Alumni der Vollzeitstudiengänge der HdM sowie die Pflege der Alumni aus den berufsbegleitenden Studiengängen weiter ausgebaut, um diese potenzielle Zielgruppe erneut an die HdM zu binden.
4. **Abrundung des Portfolios durch einen berufsbegleitenden Doctor in Business Administration:** Es zeigt sich, dass bei den Absolvierenden der berufsbegleitenden Studiengänge die Promotionsneigung höher ist als bei den Absolvierenden der konsekutiven Masterstudiengänge. Neben den im Abschnitt Forschung beschriebenen Zugänge zur Promotion wird eine Abrundung des Angebots speziell für diese Zielgruppe in Kooperation mit der Universität Swansea geprüft.

Die Maßnahmen 1, 2 und 4 werden über die selbstgenerierten Rückstellungen für die Weiterentwicklung der Studiengänge finanziert. Für die Maßnahme 3 besteht bis Ende 2024 Unterstützung durch eine Fachvernetzestelle des Projektes Weiterbildungsinitiative WEITER.mit.BILDUNG@BW welche verstetigt werden soll. Das Weiterbildungszentrum der HdM sieht sich als Serviceanbieter für alle Stakeholder und wird das bestehende Serviceangebot kontinuierlich prüfen und weiterentwickeln, um ein bedarfsorientiertes und innovatives Lehr- und Dienstleistungsangebot zu bieten. Hierzu gehören u.a. sowohl didaktisch-methodische Aspekte der Lehre ebenso wie die Weiterentwicklung und Digitalisierung von Prozessen der Studienorganisation. Der Fokus liegt dabei auf der Weiterentwicklung des Blended Learning Konzepts, das sich als USP herausgestellt hat. (i.S. interaktive, bedarfsgerechte Formate, Nutzung von innovativen Tools & Methoden, Präsenztage als Stärke weiter nutzen)

<b>Projekt</b>	<b>Erweiterung des Weiterbildungsangebotes</b>
<b>Ziel</b>	Ziel ist es, das Angebot bedarfsgerecht weiter zu entwickeln über ergänzende Angebote (Schwerpunkte/CAS/DAS) zu den heutigen Masterprogrammen, damit prinzipiell für jeden Bachelorabsolvierenden der HdM Zugang zu einem berufsbegleitenden Master besteht.
<b>Begründung</b>	Etwa die Hälfte der Absolvierenden der HdM entscheidet sich mit dem Bachelor für einen direkten Einstieg in den Beruf. Im Sinne eines lebenslangen Lernens soll Ihnen sowohl der Zugang zu berufsbegleitenden Mastern wie auch niedrigschwelligen Angeboten auf Masterniveau ermöglicht werden (Certificate und Diploma of Advanced Studies). Gleichzeitig sind diese Angebote auch Teil der Transferstrategie der Hochschule der Medien und regionale Unternehmen nutzen diese Angebote.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Das Äquivalent einer E13-Vollzeitstelle ist im Weiterbildungszentrum für die Programmentwicklung reserviert. Dazu kommen die Kapazitäten der beteiligten Lehrenden, welche normalerweise dies im Nebenamt durchführen und für die Moduldurchführung vergütet werden.
<b>Zeitplan</b>	Bis 09/2023: Etablierung weiterentwickelte Struktur Data Science 2023 - 2024: Entwicklung von CAS und DAS-Zertifikaten 2024 - 2025: Weitere Scherpunkte für den MBA (in Prüfung: Printing/Packaging, Business Design, Entertainment, Management von IP)
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Wird aus den Rücklagen des Weiterbildungszentrums bis Ende 2025 getragen.
<b>Risiken</b>	Der Markt für Weiterbildungsangeboten ist hoch-kompetitiv und von kürzeren Entwicklungszyklen geprägt. Somit besteht immer das Risiko, dass einzelne Module oder Schwerpunkte mit geringer Auslastung durchgeführt werden müssen. Für diese Risiken bestehen Rücklagen im Weiterbildungszentrum.

<b>Projekt</b>	<b>Abrundung des Portfolios durch einen berufsbegleitenden Doctor in Business Administration</b>
<b>Ziel</b>	Ziel ist es, neben den Masterabschlüssen Absolvierende ein Angebot zu einer berufsbegleitenden Promotion zu bieten. Ein Doctor in Business Administration ist sowohl für die MBA wie auch auch die Data-Science-Absolvierenden ein passender Abschluss.
<b>Begründung</b>	Das Interesse an einer Promotion ist bei Absolvierenden berufsbegleitender Masterstudiengänge mindestens so groß wie bei den Absolvierenden konsekutiver Studiengänge. Gleichzeitig steht diese Zielgruppe im Berufsleben und die klassischen Zugänge zur Promotion als wissenschaftliche Mitarbeitende sind für diese Zielgruppe nur bedingt attraktiv, während sie mittelfristig für die HdM für Professuren sehr interessant sind.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Es sind in erster Linie die Kapazitäten der beteiligten Lehrenden.
<b>Zeitplan</b>	Bis 09/2023: Prüfung des Bedarfs und er Nachfrage 2023 - 2024: Aufbau des Angebots in Kooperation mit Partnerhochschulen Ab 2025: Erste Promovierende in dem Programm
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Neben dem zeitlichen Aufwand der beteiligten Lehrenden handelt es sich hier in erster Linie um Reisekosten. Diese werden über Mobilitätsmittel wie auch vorhandene Rückstellungen der internationalen Promotionsprogramme gedeckt.
<b>Risiken</b>	Dieses kostenpflichtige Angebot konkurriert mit kostenlosen Zugängen zur Promotion in Kooperation mit deutschen Universitäten wie auch dem Promotionsverband der HAWs. Hier muss sich zeigen, welche Prioritäten die Interessenten setzen werden.

## 6.5 Forschung und Transfer

Derzeit laufen ca. 60 Promotionsvorhaben mit aus- und inländischen Universitätspartnern. Für die Zukunft ist zu erwarten, dass die Gesamtzahl durch das Promotionsrecht des Promotionsverbandes der HAW in BW (8 Professor\*innen der HdM sind zum Start des Verbands 2022 beteiligt) leicht steigen wird.

Bei den Drittmitteln besteht für die HdM prinzipiell ein Spannungsfeld zwischen künstlerischen Leistungen und Medienproduktionen, welche eine zwingende Aufgabe einer Medienhochschule sind und den ebenso notwendigen Leistungen in angewandter Forschung und Transfer. Kurz- und mittelfristig ist durch die Konjunkturkrise ein schwieriger werdendes Umfeld für Projekte mit Industriepartnern zu erwarten.

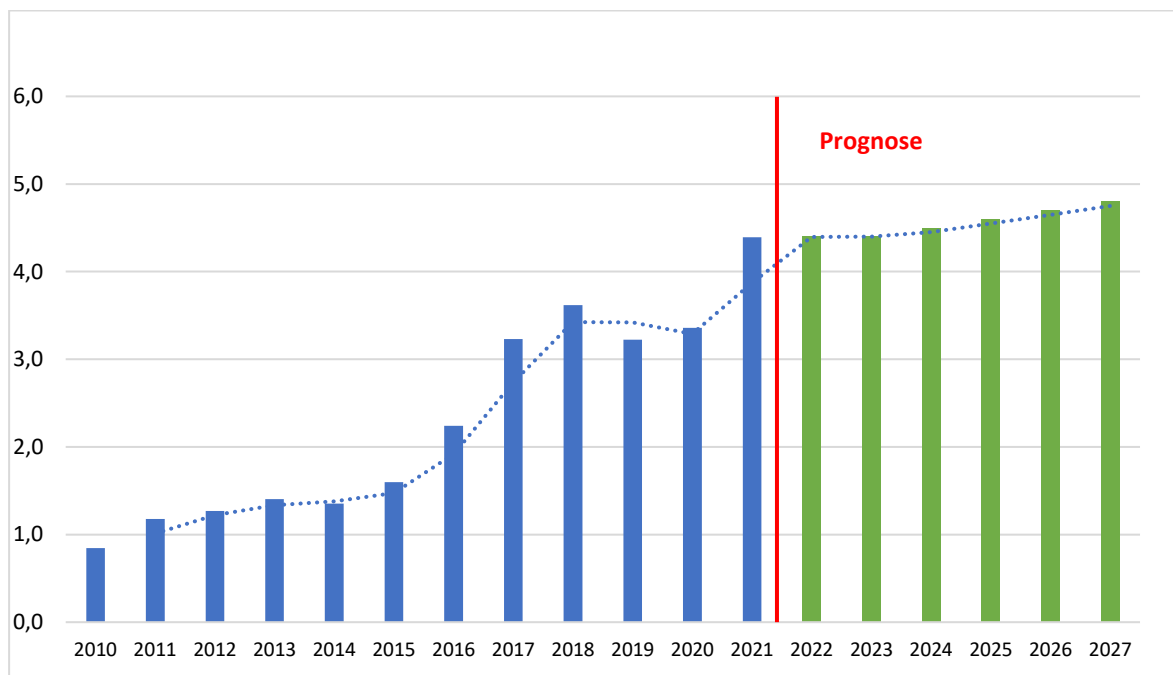


Abb. 6-9: Anerkannte Forschungsdrittmittel nach AG IV in Millionen Euro

### Prognose

- Die Drittmittel werden in den kommenden Jahren auf dem heutigen hohen Niveau stagnieren mit nur noch leichten Steigerungen. Das Vorhabensregister mit den bereits bewilligten Projekten befand sich zum Stichtag 31.12.2021 auf einem Rekordniveau von knapp 20 Millionen Euro, allerdings verzögern sich aktuell Folgeausschreibungen und neue Förderlinien wie z.B. DATI.
- Die Zahl der aktiv forschenden Kolleginnen und Kollegen nimmt weiterhin zu, allerdings werden im Berichtszeitraum auch mehrere Forschungsstätte HdM-Angehörige in den Ruhestand eintreten. Hier gilt es die Forschungsleuchttürme durch frühzeitige Nachbesetzungen an der Hochschule der Medien zu halten.

## Ziele und Maßnahmen

1. **Promotionen stärken:** Ausbau der Kooperationen im In- und Ausland und Erhöhung des Kreises der Kolleginnen und Kollegen, welche die Kriterien von BW-Car erfüllen durch gezielte Betreuung und Beratung mit dem Ziel die jährlich erfolgreich abgeschlossenen Promotionsverfahren zu verdoppeln. Darüber hinaus wird über das Förderprogramm FH-Personal eine dezidierte Personalentwicklungsfunktion für Promovierende geschaffen. Sämtliche der Maßnahmen sind kostenneutral bzw. über das Förderprogramm FH-Personal finanziert.
2. **Forschungsschwerpunkte erhalten, stärken und ausbauen:** Die Unterstützung fakultätsübergreifender und größerer Institutsstrukturen hat sich u.a. in den Bereichen KI und Games bewährt. Im Rahmen der Maßnahmen wird dies für neue Themen wie z.B. Nachhaltigkeit und Psychologie unterstützt. Für die Forschungsleuchttürme, welche von einem möglichen Kompetenzverlust durch Pensionierungen betroffen sind werden im Rahmen von FH-Personal Projekte aufgesetzt, welche helfen frühzeitig Kandidatinnen und Kandidaten für die Nachfolge zu finden und somit einen unterbrechungsfreien Übergang zu erlauben. Die Unterstützung der Förderleuchttürme erfolgt kostenneutral im Rahmen der bisherigen Finanzierungsstrukturen durch entsprechende Anreize, die Förderung der Nachfolgen im Rahmen des Projektes FH-Personal
3. **Publikationsleistung steigern:** Die Lücke der HdM zu den forschungstärksten HAWs im Lande ist weniger eine Lücke bei den Drittmitteln, sondern primär bei der Publikationsleistung. Diese gilt es in den kommenden Jahren zu steigern mit dem Ziel einer Verdoppelung des Outputs. Neben er Erhöhung der Promotionsverfahren sind eine Weiterentwicklung der Anreizsysteme und die Schaffung einer höheren Visibilität wichtige Hebel zur Erreichung dieses Ziels.

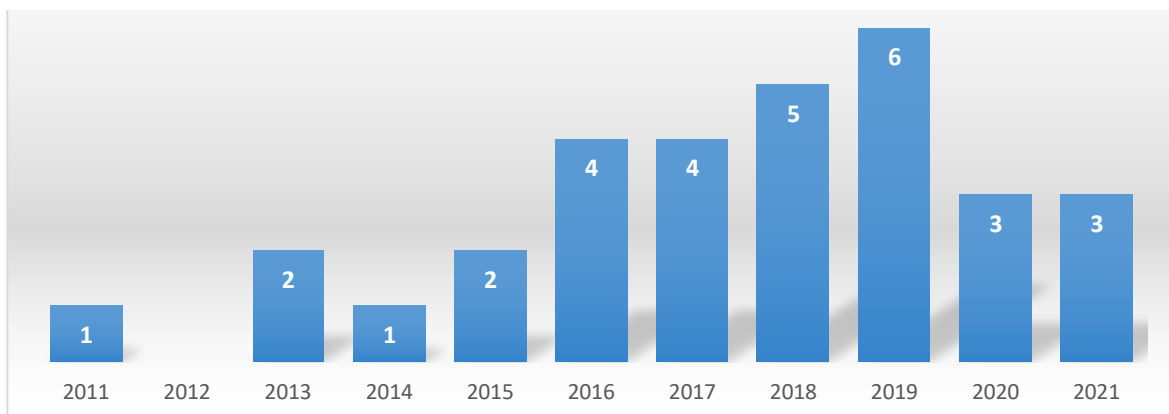


Abb. 6-10: Abgeschlossene Promotionen von Mitarbeitenden

<b>Projekt</b>	<b>Promotionen stärken</b>
<b>Ziel</b>	Promotionen stärken: Ziel ist es die Anzahl der jährlich erfolgreich abgeschlossenen Promotionsverfahren zu verdoppeln.
<b>Begründung</b>	<p>Es wurden bis heute über 100 Promotionen von HdM-Angehörigen erfolgreich betreut. Dabei zeigt sich, dass die Hochschule der Medien davon vielfach profitiert:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Attraktivität als Arbeitgeber gerade bei befristeten (Projekt-)Stellen</li> <li>2. Erweiterung des Pools an Bewerbenden gerade bei Professuren</li> <li>3. Deutlicher Einfluss auf die Publikationsleistung und die Wahrnehmung innerhalb der Scientific Community.</li> <li>4. Attraktivität als Partner im In- und Ausland („doctoral activity“)</li> </ol> <p>Ein wichtiger Hebel dazu ist eine umfassende Betreuung der Promovierenden.</p>
<b>Personelle Ressourcen</b>	Zur Unterstützung der Promovierenden wird eine E13-Stelle im Sinne einer Personalentwicklung für Promovierende geschaffen.
<b>Zeitplan</b>	<p>Bis 06/2023: Besetzung der Stelle</p> <p>Ab 09/2023: Erste Promotionen über den Promotionsverband</p> <p>2023 - 2024: Vernetzung der Promovierenden mit gemeinsamen Veranstaltungen</p> <p>Ab 2025: Durchführung der strukturierten Programme und Öffnung für externe Promovierende</p>
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Der finanzielle Aufwand ist im Zeitraum des Struktur- und Entwicklungsplans durch die eingeworbenen Mittel aus dem Programm FH Personal des BMBFs finanziert.
<b>Risiken</b>	Die Anzahl der Promovierenden korreliert stark mit deren Finanzierungsmöglichkeiten wie Promotionskollegs, eingeworbenen Drittmitteln und der Bereitschaft von Unternehmen der Region Stellen mit Promotionsoption auszuschreiben.

## 6.6 Existenzgründung

Die Hochschule der Medien ist eine der gründungsstärksten Hochschulen in Deutschland, was sich in Rankings wie dem GUESS-Monitor, dem Gründerradar des Stifterverbands, den Kennzahlen der HAWs wie auch an den eingeworbenen Förderungen zeigt. Das Drittmittelaufkommen des Startup Centers betrug im Jahr 2021 1,263 Mio € inkl. der EXIST-Stipendien und JI-Förderung.

Der überwiegende Teil des Startup-Centers Generator finanziert sich selbst durch eingeworbene Fördermittel von der Stadt Stuttgart und der Region, des Landes Baden-Württemberg, auf Bundesebene und auf europäischer Ebene. Ziel für den laufenden Struktur- und Entwicklungsplan ist eine inflationsbereinigte Verstetigung des erreichten hohen Niveaus.

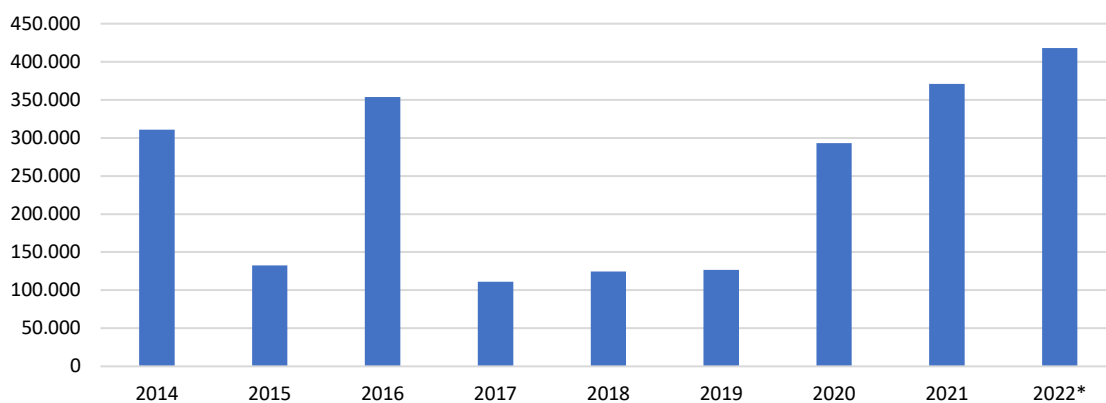


Abb. 6-11: Fördermittel EXIST-Gründerstipendien in Euro (\*ab 2022 inkl. Junge-Innovatoren-Stipendien)

### Ziele und Maßnahmen

- Beratungen und Startup-Unterstützung in Kooperationen ausbauen:** Im Rahmen des geförderten Exist V-Projektes StartupCampus0711 kooperieren die Universität Stuttgart und die Hochschule der Medien eng bei der Förderung von Startups von Studierenden und Mitarbeitenden. Das Projekt wird die ersten beiden Jahre des Planungszeitraums gefördert. Dazu kommt die landesweite Initiative Gründermotor als Public Private Partnership unter Federführung der Universität Stuttgart und der HdM. Die Folgeförderungen (Exist VI, DATI) werden nach aktuellem Stand primär an regionale Verbünde gehen. Hier müssen Konzepte unter Einbindung weiterer Partner gestaltet werden zur Einwerbung von Folgeförderungen. Dazu gehört auch Intra- und Entrepreneurship als Transfer-Mechanismus stärken.
- Stärkere curriculare Verankerung der Startup-Sensitivierung und Qualifikation:** Die HdM verfolgt weiterhin das Ziel alle Studierenden für das Thema Entrepreneurship zu sensibilisieren und auch begeistern. Dazu kommt der Anspruch, dass alle Studierenden die Möglichkeit haben passende Lehrveranstaltungen zu besuchen und dafür ECTS zu erwerben. Für den Zeitraum des Struktur- und Entwicklungsplan ist neben der Öffnung weiterer Lehrveranstaltungen, der Berücksichtigung des Themas Entrepreneurship bei der Planung der Professuren auch die Etablierung eines landesweiten Entrepreneurship-Zertifikats „Skills for Innovation“ und eines Entrepreneurship-Minors geplant.

<b>Projekt</b>	<b>Zertifikat für Innovation</b>
<b>Ziel</b>	Ziel ist das Angebot eines hochschulweiten Zertifikats, welches Studierenden die Teilnahme an Vorlesungen und Projekten im Kontext Innovation und Entrepreneurship bescheinigt.
<b>Begründung</b>	Die Rolle von Zertifikaten für bestimmte Themen („Credentials“, „Badges“ etc.) nimmt zu und ist u.a. auch von der EU gewollt. Die HdM liegt in einschlägigen Rankings im Bereich Entrepreneurship/Startups regelmäßig auf den vorderen Plätzen. Wichtig ist dabei die Verankerung sowohl im Startup Center wie auch in allen Fakultäten. Gleichzeitig erlauben es die Prüfungsordnungen zahlreiche Credits aus anderen Studiengängen zu erwerben. Im ersten Schritt wurde mit einem Booklet Transparenz über die vielfältigen Angebote geschaffen, welches von Lehrenden und Studierenden sofort angenommen wurde. Im nächsten Schritt geht es darum, diese erworbenen Kompetenzen zu dokumentieren.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Zum Aufbau ist das Äquivalent eines Personenjahres erforderlich, die Pflege der Angebote im Booklet erfordert eine wissenschaftliche Hilfskraft.
<b>Zeitplan</b>	Bis 06/2023: Katalogisierung der Angebote und Schaffen eines grundsätzlichen Rahmens für den Ausweis der Kompetenzen über Zertifikate (auch für weitere Themen). Ab WS 2023/24: Erste Vergabe von Zertifikaten.
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Der finanzielle Aufwand für den Aufbau ist durch einen erfolgreichen Antrag bei der Stiftung Innovation in der Hochschullehre finanziert. Die Pflege und Vergabe der Zertifikate wird eine Daueraufgabe des Startup Centers der HdM.
<b>Risiken</b>	Begriffe wie „Zertifikat, Credentials und Badges“ sind generisch. Neue externe Anforderungen können hier noch zu Änderungen und Anpassungen führen.



## 6.7 Digitalisierung

Die HdM hat sich 2019 unter Leitung von Frau Prof. Dr. Bettina Schwarzer eine Digitalisierungsstrategie erarbeitet, welche die Basis für nachfolgende Ausführungen darstellt:

Die HdM möchte die Chancen der Digitalisierung nutzen und gestalten. Im Vordergrund steht dabei nicht die Einführung von Informationstechnologien (IT) um ihrer selbst willen, sondern das Ausschöpfen der Potentiale der IT zur zukunftsorientierten Ausgestaltung von Lehre, Forschung, Transfer/Weiterbildung und Verwaltung.

Um diese Potentiale ausschöpfen zu können, werden adäquate Weiterbildungsmöglichkeiten für alle HdM Angehörigen angeboten werden.

### Lehre

Wir bereiten unsere Studierenden auf aktuelle und zukünftige Herausforderungen einer digitalisierten Welt vor. Durch das Studium unterstützen wir unsere Studierenden digitale und lebenslange Lernende zu werden.

Der Lehrende nimmt die Rolle eines Lernprozessbegleiters ein und nutzt die Chancen der Digitalisierung, um die Angebote innovativ, flexibel und zukunftsorientiert zu gestalten. Um seiner Rolle und den veränderten Anforderungen gerecht zu werden verstehen sich die Lehrenden selbst als lebenslang Lernende und Forschende. Ein Prozess ist eingeleitet, um neue didaktische Möglichkeiten organisatorisch besser nutzbar zu machen ("Neue Semesterstruktur").

Im Rahmen der durch die Pandemie notwendig gewordenen Virtualisierung der Lehre wurde die erforderliche technische Infrastruktur (Ausbau Lernplattform, Videokonferenzsysteme etc.) geschaffen. Die Evaluation neuer didaktische Möglichkeiten hinsichtlich verschiedener Kriterien (Aufwand, Lernerfolg etc.) läuft zum Zeitpunkt der Planerstellung noch. Davon unberührt ist, dass sich die HdM als Präsenzhochschule versteht, welche die Möglichkeiten des Austauschs in Präsenz und der Medienproduktion in Studios und Laboren als konstituierendes Merkmal sieht.

### Forschung

Wir sehen Digitalisierung als Chance für unsere Gesellschaft und wollen die Wissensbasis erweitern und transformieren, um Digitalisierung der Gesellschaft zu erklären und aktiv mitzugestalten. Die HdM wird ihre Forschungskapazitäten und -leistungen im Schlüsselbereich der Digitalisierung verbessern. Sie wird sicherstellen, dass sowohl die Ergebnisse der Forschung als auch die Forschenden kontinuierlich in das Lehr- und Weiterbildungsangebot der HdM ein gebunden werden, um einen zeitnahen Wissenstransfer zu garantieren und aktuelle, innovative und gesellschaftlich relevante Inhalte zu vermitteln.

## **Verwaltung**

Wir bieten einen Service, der die Bedürfnisse der Kunden erfüllt. Wir wollen die Chancen nutzen, die sich aus der digitalen Umgestaltung bestehender Strukturen und Abläufe, sowie der Schaffung neuer digitaler Dienstleistungen ergeben, um auch in der Zukunft von allen Stakeholdern als attraktive und innovative Hochschule wahrgenommen zu werden. Durch durchgängige Abläufe, effiziente Kommunikation und ein optimiertes Dienstleistungsportfolio wollen wir eine hohe Servicebereitschaft und -qualität sicherstellen.

## **Community**

Die HdM positioniert sich erfolgreich als Medien- und Digitalisierungsexpertin. Die HdM versteht sich und fungiert als dauerhafte Prozessbegleiterin der digitalen Transformation nach innen und außen.

## **IT**

Die HdM forciert den Aufbau und Betrieb einer effizienten, effektiven, nachhaltigen und sicheren IT-Infrastruktur, die die Mitarbeitenden und Lehrenden optimal in ihrer Arbeit unterstützt und sicherstellt, dass die Studierenden ihren Studienerfolg durch eine effektive Nutzung von IT verbessern können.

Mit dem strategisch bedeutsamen Projekt **selma4us** hat die HdM ihr bisher größtes IT- und Organisationsprojekt erfolgreich begonnen. Die Einführung eines neuen Student-Lifecycle-Management-Systems soll nicht nur die bisher im Einsatz befindlichen HIS-GX Systeme ablösen, sondern auch als Grundlage für zukünftige Digitalisierungsvorhaben in Bereichen der Verwaltung und der Lehre dienen.

Die HdM Stuttgart hat im Jahr 2022 die Leitlinie zur Informationssicherheit erlassen und damit den Prozess zum Aufbau eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) nach den Maßgaben der ISO 27001 bzw. des BSI-Grundschatzes initialisiert.

Mit der schrittweisen Einführung eines ISMS soll das Thema „Informationssicherheit“ an der HdM systematisch aufgebaut und Informationen und IT-Systeme in Bezug auf Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit besser geschützt werden.

Derzeit wird das zentrale Sicherheitskonzept erstellt und Richtlinien zum Umgang mit Applikationen, Netzwerkkomponenten und IT-Systemen erarbeitet. Weitere technische und -organisatorische Maßnahmen, die in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess optimiert werden, fließen in die IT-Sicherheitsstrategie und Architektur der HdM mit ein. Durch regelmäßige Weiterbildungen und Awarenesskampagnen werden die Hochschulangehörigen im sicheren Umgang mit der Informationstechnik geschult.

Das Projekt Selma4us, die Einführung eines neuen Campusmanagementsystem auf Basis von SAP-SLcM an vier HAW's in BW, ist in das ISMS eingebettet und wird im Rahmen der Systemimplementierung durch die ISB's der vier beteiligten Hochschulen gesteuert. Eine Sicherheitsleitlinie ist erstellt und das Sicherheitskonzept und erste Richtlinien werden im Laufe des Jahres 2023 erarbeitet. Penetrationstests zur Erkennung von Schwachstellen werden durchgeführt. Damit kann auch hier ein sicherer Systembetrieb gewährleistet werden.

<b>Projekt</b>	<b>selma4us (Einführung eines CMS)</b>
Ziel	Einführung eines neuen, zukunftssicheren und technologisch standardisierten „Campusmanagementsystems“, das die Optimierung und zunehmende Digitalisierung der Prozesse in den Bereichen von Studium, Lehre und Verwaltung unterstützt.
Begründung	Die Anforderungen an ein Campusmanagementsystem haben sich über die Jahre sowohl auf Seiten der Hochschulen wie auch auf Seiten der Studierenden verändert. Um den Anforderungen nach mehr Digitalisierung, örtlicher Unabhängigkeit, technischen Standards und mehr Effizienz gerecht werden zu können, bedarf es einer stabilen und zukunftsorientierten technischen Lösung, die alle Themen in dem Student-Lifecycle abdecken kann.
Maßnahmen	Nach Sichtung der am Markt verfügbaren, unterschiedlichen Campusmanagementsysteme fiel Ende 2020 nach einer europaweiten technologieoffenen Ausschreibung die Entscheidung auf das System SLCM von SAP.  Das neue CMS wird im Rahmen eines Verbundprojektes parallel an den Hochschulen HdM, HfWU Nürtingen-Geislingen, TH Ulm und HS Aalen eingeführt.
Personelle Ressourcen intern	Projektleitung, Studentische Services, Campus-IT, Verwaltungsbereiche, Lehre / Studiengänge, Studierende
Personelle Ressourcen extern	Gesamtprojektleitung HfWU Dienstleister Scheer Group, Pape & Co, MG Consulting
Zeitplan	Offizieller Projektstart: 14.01.2021 Laufzeit Projekt bis 31.12.2025 Nach einer erfolgreichen Produktivsetzung ist auch eine gemeinsame Betriebsphase vorgesehen
Finanzieller Aufwand	Für alle 4 HS ≥ 6 Mio. Euro
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zeitliche Verzögerungen im Projekt</li> <li>- Anpassungsaufwände an HS-eigene Programme / Prozesse noch nicht abschätzbar</li> <li>- Hohe Doppelbelastung bei bestehenden Fachpersonal durch Projektstätigkeit und Alltagsgeschäft</li> <li>- Ressourcenengpässe bei den Dienstleistern (Fachkräftemangel)</li> </ul>

<b>Projekt</b>	<b>Digitalisierung in der Verwaltung</b>
<b>Ziel</b>	Identifizierung von sinnhaften Digitalisierungsmöglichkeiten bei Abläufen und Prozessen, mit denen eine qualitative und quantitative Verbesserung aus Sicht der Mitarbeitenden sowie der jeweiligen Kunden erreicht werden können. Ableitung von entsprechenden Maßnahmen zur Umsetzung und Erstellung einer „Digitalisierungslandkarte“ für die Verwaltung
<b>Begründung</b>	Es besteht in allen Bereichen die Herausforderung zunehmende und komplexer werdende fachliche Anforderungen mit den bestehenden (begrenzten) personellen Ressourcen abdecken zu können. Daher müssen die Optimierungsmöglichkeiten, die sich durch eine stärkere Digitalisierung ergeben können, geprüft und bei einem entsprechenden Nutzen, nachhaltig in den jeweiligen Bereichen umgesetzt werden.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Projektleitung (Bearing Point), Führungskräfte / Mitarbeitende aus der Verwaltung / IT / zentrale Einrichtungen, Personalentwicklung, ISB, Vertretung Personalrat, Kanzlerin
<b>Zeitplan</b>	Beginn des Projektes – Dezember 2022 Projektende voraussichtlich Mai 2023
<b>Finanzieller Aufwand</b>	76.000 Euro
<b>Risiken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zeitliche Engpässe bei den Mitarbeitenden im Projekt</li> <li>- Keine Ressourcen für die Umsetzung der Digitalisierungsthemen</li> <li>- „Überholung“ der identifizierten Themen aufgrund anderer Prioritäten</li> </ul>

<b>Projekt</b>	<b>Ausbau des ISMS</b>
<b>Ziel</b>	Vollständige Einführung eines ISMS in allen relevanten Bereichen.
<b>Begründung</b>	Sowohl durch gesetzliche Anforderungen wie auch Cyberangriffe auf Hochschulen im Jahr 2022 ist der Aufbau dieses Systems zwingend.
<b>Personelle Ressourcen</b>	Mitarbeitende in der IT, Informationssicherheitsbeauftragter
<b>Zeitplan</b>	Erste Elemente sind eingeführt, vollständige Einführung bis Ende 2025
<b>Finanzieller Aufwand</b>	100.000 Euro
<b>Risiken</b>	-

## 6.8 Kommunikation

Zu den Aufgaben des zentralen Bereichs Hochschulkommunikation gehören neben der Presse- und Medienarbeit die fortlaufende Pflege von Website und Social Media-Kanälen, Erarbeitung von crossmedialem Content, Bereitstellen von Werbe- und Informationsmaterial, Beratung bei kommunikativen Fragestellungen sowie die Planung und Durchführung von Events.

Für den Planungszeitraum liegt der Fokus in Zeiten von zu erwartenden geburtenschwachen Jahrgängen in der Gewinnung von Studienbewerber\*innen, was die verstärkte Vernetzung von Studienberatung, Studiengängen, Bewerbermanagement und Kommunikation erfordern wird. Dabei kommt der Website und deren Nutzung auf mobilen Endgeräten eine größere Bedeutung zu, um bundesweite Aufmerksamkeit der HdM digital verstärken zu können und so für ein größeres Bewerberfeld sorgen zu können. Diese Anforderungen sowie der verstärkte Einsatz von crossmedialem Content und der Vernetzung mit Social Media - Kanälen werden eine Überarbeitung des externen Kommunikationsauftritts der HdM erforderlich machen. Der Einsatz von Bewegtbildformaten und crossmedial gedachten Kommunikationskampagnen - teilweise aus HdM-Bordmitteln konzipiert- und umsetzbar – wird zum Normalfall werden. Das Erproben neuer Formatideen (Entertainmentcharakter, serielle Formate usw.) sowie die Produktion zeitgemäßen Mediencontents im Rahmen zeitlich begrenzter Kampagnenformate wird den Planungszeitraum bestimmen. Mit der Möglichkeit, interne Ressourcen und Expertise von Lehrenden und Studierenden einzubeziehen, hat die HdM hier vielfältige Möglichkeiten. Eine stärkere strategische Ausrichtung der Aktivitäten ist in Zeiten von digitaler Kommunikation unabdingbar, um diese Ressourcen möglichst zielführend einzusetzen. Diese kann oder muss nicht unbedingt zu einer vergrößerten Zahl von Kommunikationsinstrumenten führen, sondern ebenfalls eine Konzentration auf bestimmte, zeitlich auch ggf. begrenzte Kanäle zur Folge haben.

Im Bereich der Personalbindung und -gewinnung werden sowohl das interne als auch das externe Employer Branding an Bedeutung gewinnen. Zum Employer Branding gehören im kommunikativen Bereich sowohl der Einsatz digitaler Formate als auch eine strategische Abstimmung von Content und Medieneinsatz, gestalterische Fragen und eine Abstimmung von Kommunikationsbotschaften nach innen und außen. Die HdM-Kultur, die sich im Leitbild und im Leitbild Lehre spiegelt, soll weiterentwickelt und gelebt werden – dazu gehört auch eine Sichtbarkeit dieser Kultur nach innen und außen sowie die persönliche Kommunikation im Sinne einer Stimmigkeit von Corporate Communication, Corporate Behavior und Corporate Design.

<b>Projekt</b>	<b>CMS-Neustrukturierung/Überarbeitung des Webauftritts</b>
<b>Ziel</b>	<p>a) Prüfung des Content-Management-Systems hinsichtlich technischer Zukunftsfähigkeit und inhaltliche Neustrukturierung im Hinblick auf Schnittstellen zum SAP-System.</p> <p>b) Überarbeitung des Webauftritt (Technik, Inhalt und Design)</p>
<b>Begründung</b>	<p>Notwendig wegen SAP-Einführung und limitierter Möglichkeiten des Zope-Systems hinsichtlich dezentraler Pflege.</p> <p>Insbesondere die mobile Ansicht der aktuellen Webseite ist nicht mehr zeitgemäß und auf mobilen Endgeräten eingeschränkt.</p>
<b>Personelle Ressourcen</b>	IT, Verwaltung, externer Dienstleister
<b>Zeitplan</b>	<p>Offizieller Projektstart: Ende 2022/Anfang 2023</p> <p>Laufzeit Projekt bis Ende 2025</p>
<b>Finanzieller Aufwand</b>	250.000 Euro
<b>Risiken</b>	Abhängigkeit von SELMA und Mehrfachbelastung beim Projektpersonal

## **7 Gleichstellungsplan gemäß § 4 Absatz 7 LHG**

*Erarbeitet von Prof. Dr. Vera Spillner (GBA), Magdalena Weinle (BfC), Michaela Dieterle (Assistenz der GBA und stellv. BfC)*

### **Gliederung**

***Tabellarische Übersicht: Zielerreichung während der vergangenen Planungsphase***

#### **Kapitel 1: Ziele der vergangenen Planungsphase und Ziele der Planungsphase 2023-2027**

- 1.1. Abgeschlossene und laufende übergeordnete Maßnahmen der vergangenen Planungsperiode
- 1.2: Abgeschlossene und laufende Maßnahmen im wissenschaftlich-künstlerischen Bereich
  - 1.2.1 Berufung weiblicher Bewerbender auf Professoren/innen-Stellen
  - 1.2.2 Frauenanteil der Beschäftigten im wissenschaftlichen/künstlerischen Bereich
  - 1.2.3 Frauenanteil in Organen, Gremien und Leitungspositionen
  - 1.2.4 Frauenanteil im nichtwissenschaftlicher Bereich

#### **Kapitel 2: Ziele für die kommende Planungsperiode 2023-2027**

- 2.1 Diversität im Fokus
- 2.2 Weitere Stärkung der internen Kommunikation und Zusammenarbeit
- 2.3 Zusammenarbeit mit dem Leitbildausschuss der HdM
- 2.4 Priorisierung und Umsetzung vielfältiger Ziele und Maßnahmen

#### **Kapitel 3: Zusätzliche Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung und Chancengleichheit**

#### **Kapitel 4 Auswertung der Zielerreichung und Zielsetzung auf Fakultätsebene**

#### **Kapitel 5: Ergänzende Ausführungen zum nicht-wissenschaftlichen Personal**



**Tabelle 1: Übersicht Zielerreichung während der vergangenen Planungsphase**

	Ausgangs- Ist vorheriger StEP 2017- 2022	Zielwerte vorheriger StEP 2017- 2022	Ist aktuell	Landesweiter Durchschnitt HAW	Bundesweiter Durchschnitt HAW	Zielwerte StEP 2022- 2027	Begründung / Bewertung
	2017	2022	2022	2017-2019	2019	2027	
Studienabschlüsse (Master u. ä.)	k.A.	k.A.	56,6%	41%	43%	56,60%	Ist bereits höher als Durchschnitte
Wiss. Mitarbeit. ohne Promotion	k.A.	k.A.	42,00%	35%	42%	42%	beibehalten, da bis auf Fak 1 keine Stellen ergeben werden bzw. Wechsel geben wird.
Wiss. Mitarbeit. mit Promotion	k.A.	k.A.	42,90%	46%	48%	46%	Bereits nah an landesweiten Durchschnitt, diesen anvisieren
Ernennungen (alle Professuren)	k.A.	k.A.	100% (2 von 2 w)	25%	n.v.	25%	laut Personal-abteilung werden 31 Professuren neu berufen werden - anvisieren landes- weiter Durchschnitt
Unbefr. Professorinnen u. Professoren	k.A.	k.A.	18,52%	17%	24%	20%	Quote realistisch erhöhen
Leistungspositionen der Hochschule	k.A.	k.A.	27,27%	18%	n.v.	27,30%	Quote bereits höher als Durchschnitt
nichtwiss. Leitungspersonal	k.A.	k.A.	12,50%	n.v.	n.v.	15%	

## Kapitel 1: Ziele der vergangenen Planungsphase und Ziele der Planungsphase 2023-2027

In der vergangenen Planungsperiode wurde eine Vielzahl von Maßnahmen eingeführt und umgesetzt, die die Diversität an der HdM und insbesondere auch Frauen unterstützen und fördern. Bislang waren diese Maßnahmen zwar hilfreich, aber noch nicht in vollem Maße ausreichend, um die teilweise sehr ambitionierten Ziele der vergangenen Planungsperiode umfänglich zu erreichen. Die Maßnahmen sind jedoch nachhaltig und werden auch in der kommenden Planungsperiode weitergeführt und erweitert, um die Ziele der kommenden Periode zu erreichen und zu unterstützen.

### 1.1. Abgeschlossene und laufende übergeordnete Maßnahmen der vergangenen Planungsperiode

#### a. Ausbau des Gleichstellungsteams (Ressourcen), Aufbau von Gender Expertise und Stärkung der internen Vernetzung

Um noch effektiver im Bereich der Gleichstellung arbeiten zu können, wurde der GBA eine **Assistenzstelle** ermöglicht. Das dazu in der vergangenen Planungsperiode formulierte Ziel lautete: *“Geschäftsstelle innerhalb der Hochschulverwaltung angestrebt, zu der ein Gleichstellungsbüro mit personeller Unterstützung (Referent/in und/oder Sekretariat) gehört”* – dieses Ziel wurde zumindest teilweise erfüllt. Frau Michaela Dieterle konnte im Dezember 2021 die Stelle antreten und unterstützt seither die Gleichstellung mit 50%. 25% ihrer Stelle gehen an die Unterstützung der Personalabteilung der HdM.

Mit Frau Dieterle werden auch die **Gender equality Kompetenzen** des Gleichstellungsteams und der HdM erweitert. Frau Dieterle besitzt einen Master in Gender-Studies und bringt ihre Expertise auch als Stellvertreterin der Beauftragten für Chancengleichheit ein. So wird auch die Vernetzung zwischen GBA und BfC intensiviert, wodurch Synergien noch stärker genutzt werden sollen.

#### b. Stärkung der internen Kommunikation

Zur Stärkung der internen **Kommunikation** zum Thema Diversität und Gleichstellung wurde 2022 ein Moodle-Kurs eingerichtet, in dem Studierende und Mitarbeitende sich in einer **Sprechstunde** einmal wöchentlich mit der GBA austauschen und Themen anregen können. In diesem Kurs werden u.a. auch Dokumente bereitgestellt, die zu den Themen berichten und informieren.

Das Gleichstellungsteam unterstützt auch den Informationsfluss der HdM, indem regelmäßig Mittagspausen-Veranstaltungen zu Themen angeboten werden, wie im Juli 22 ein Briefing zum **Mathilde-Planck-Programm**.

#### c. Veranstaltungen zur Stärkung des Frauenanteils unter den Bewerbenden

Trotz der Herausforderungen, die die Pandemie mit sich brachte, konnte 2022 wieder ein **Girls'-Day** in Präsenz durchgeführt werden. Nach einer offiziellen Begrüßung mit Begrüßungstaschen schlossen sich mehrere Workshops an, in denen junge Mädchen (im Schnitt aus der 8. Schulklasse) sich über das Studium an der

Hochschule der Medien und Berufsperspektiven informieren konnten. Diese Maßnahme soll schon früh und nachhaltig junge Frauen ermutigen, spannende und herausfordernde Karrieren ins Auge zu fassen. Das Ziel ist eine nachhaltige und langfristige Erhöhung weiblicher Bewerbender an der HdM.

Eine quantitative Auswertung des Status Quo und der Ziele finden Sie in Kapitel 2.

## 1.2: Abgeschlossene und laufende Maßnahmen im wissenschaftlich-künstlerischen Bereich

In der vergangenen Planungsperiode wurde verstärkt mit der **Verfassten Studierendenschaft** zusammengearbeitet. Dies geschah beispielsweise durch einen regelmäßigen und vertrauensvollen Austausch und soll auch in Zukunft durch den Moodle-Kurs und die wöchentliche Sprechstunde verstärkt werden.

Erfolgreich abgeschlossen wurde das **Mentoring-Verbundprojekt COMENT** (Traumberuf Professorin mit 7 Partnerhochschulen). Bei nochmaliger Ausschreibung soll dies weitergeführt werden.

Die HdM hat sich nicht zuletzt auf eine BMBF-Ausschreibung beworben - das Verbundprojekt Innovative Frauen (HfWU und HTWG).

Noch geplant und aktuell nicht umgesetzt ist das Vorhaben, mehr Informationsmaterialien zu Promotionsförderungen bereitzustellen.

### 1.2.1 Berufung weiblicher Bewerbender auf Professoren/innen-Stellen

2022 wurden 2 Frauen neu auf Prof.-Stellen berufen. Auch hier wird die Gleichstellung weiterhin intensiv die Berufungsverfahren begleiten und unterstützen, um diese Tendenz zu verstärken.

Vorgesehen war als Ziel, 40% Frauenanteil in allen Bereichen zu erreichen. Diese Quote wurde nicht überall erreicht, die starke Erhöhung des Frauenanteils ist jedoch auch für die kommende Planungsperiode ein hohes Ziel.

Fakultät	Stand 2017			Ziel für 2022	Ist - Stand 2022			Ziel erreicht? / Kommentar
	Gesamt	Frauen	%		Gesamt	Frauen	%	
Fakultät 1	51	6	12%	20%	52	7	13,46%	Nein, verfehlt um 7% (3 Stellen)
Fakultät 2	51	11	22%	30%	46	9	19,57%	Nein, verfehlt um 10% (4-5 Stellen)
Fakultät 3	39	10	26%	35%	37	9	24,32%	Nein, verfehlt um 10% (4 Stellen)
Professur HdM	141	27	19,10%	n.v.	135	25	18,52%	Zielerreichung nicht messbar

### 1.2.2 Frauenanteil der Beschäftigten im wissenschaftlichen/künstlerischen Bereich

Hier wurde ein Zielwert von 50% in allen Bereichen angestrebt. Erreicht wurde ein insgesamt hoher und zufriedenstellender Wert.

	Stand 2017				Ziel 2022	Status Quo 2022				Ziel erreicht, Kommentar
	Männer	Frauen	Gesamt	Frauenanteil %		Männer	Frauen	Gesamt	Frauenanteil %	
Fakultät 1	17	4	21	19%	50%	15	4	19	21,05%	Nein
Fakultät 2	12	13	25	52%		3	9	12	75,00%	Ja
Fakultät 3	2	9	11	82%		6	5	11	45,45%	Ja
HdM gesamt	31	26	57	46%		24	18	42	42,86%	Fast

### 1.2.3 Frauenanteil in Organen, Gremien und Leitungspositionen

Die gefassten Ziele für die Gremien und Leitungspositionen der Hochschule der Medien (HdM) konnten in den letzten Jahren zum Teil erfüllt werden.

Hochschulgremien /-organe	Stand 2017				Ziel für 2022	Ist - Stand 2022 (Stand SoSe22)				Ziel erreicht?
	M	F	Gesamt	F-Anteil %		M	F	Gesamt	F-Anteil %	
Hochschulrat	4	3	7	43%	43%	4	3	7	43%	Ja
Rektorat	5	0	5	0%	40%	3	2	5	40%	Ja
Senat	15	7	22	32%	40%	15	9	24	37,50%	Fast
Gleichstellungskommission	2	7	9	78%	70%	1	9	10	90%	Ja
Fakultätsrat Fakultät 1	17	3	20	15%	40%	14	4	18	22,2%	Nein
Fakultätsrat Fakultät 2	16	3	19	15,8%	40%	12	5	17	29,4%	Nein
Fakultätsrat Fakultät 3	14	5	19	26%	40%	8	10	18	55,5%	Ja
Dekanat Fakultät 1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	3	1	4	25%	k.A.
Dekanat Fakultät 2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	3	1	4	25%	k.A.
Dekanat Fakultät 3	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	3	1	4	25%	k.A.

Im Senat der Hochschule der Medien ist das Ziel erreicht worden. Zudem konnte erfreulicherweise auch das Ziel für das Rektorat im Berichtszeitraum erreicht werden, da auf den amtierenden Kanzler zum Ende des Berichtszeitraums eine Kanzlerin folgen wird.

In der Fakultät Information und Kommunikation (Fakultät 3) konnte der Frauen-Anteil stabil gehalten werden, während in den Fakultäten Druck und Medien (Fakultät 1) sowie Electronic Media (Fakultät 2) ein Rückgang des Frauenanteils zu beobachten ist.

#### **1.2.4 Frauenanteil im nichtwissenschaftlicher Bereich**

Hier wurden nicht alle Ziele erreicht.

Als einer der Gründe wurde identifiziert, dass die BfC bislang nicht in ausreichendem Maße in die Stellenausschreibungen einbezogen wurde. Hier soll der Work- und Informationsflow in der kommenden Planungsperiode überarbeitet werden.

Positiv zu bewerten ist indes der hohe Frauenanteil in Leitungspositionen im nichtwissenschaftlichen Bereich (s. Kapitel 5).

## Kapitel 2: Ziele für die kommende Planungsperiode 2023-2027

Für die kommende Planungsperiode 2023-2027 sind vielfältige Ziele formuliert worden. Diese sollen im Folgenden bestimmten Kategorien zugeordnet werden.

### 2.1 Diversität im Fokus

Um das Thema Diversität gemeinsam lebendig zu gestalten und auch in die Zukunft auszurichten, wurde eine hausinterne Umfrage erstellt, deren Ergebnisse das Gleichstellungsteam auswerten und berücksichtigen wird.

Ziel ist es, Diversität in den Fokus zu nehmen und beispielsweise auch das Thema Altersdiversität zu diskutieren in den kommenden Jahren stehen viele Neubesetzungen von Stellen an. Hier auf ein ausgeglichenes Altersspektrum zu achten und so Expertise verschiedener Jahrgänge in die HdM zu bringen, wird neben der Stärkung der Frauenquote ein Fokus der Aufgabe der GBA sein.

### 2.2 Gezielte Förderung weiblicher Mitarbeitender, Externer und Professorinnen

In der HdM sollen **mögliche weibliche Führungskräfte frühzeitig identifiziert und angesprochen und anschließend bei Bedarf auch gefördert werden**. Dies betrifft u.a. den Bereich Projektmanagement im nicht-wissenschaftlichen Mitarbeitendenbereich, andererseits die Weiterbildung von wissenschaftlichen Mitarbeitenden mit Weiterqualifikation auf bestimmte Führungspositionen.

Im Fokus ist auch eine aktive **Erhöhung der Frauenquote insbesondere auch bei Lehrbeauftragten** - um die Schwelle des Übergangs zu einer Professorenstelle zu senken. Dadurch soll der Beruf "Professorin" nahbarer gemacht werden.

### 2.3 Weitere Stärkung der internen Kommunikation und Zusammenarbeit

Zur Stärkung der Sichtbarkeit und Kommunikation arbeitet das Gleichstellungsteam an einer neuen **Homepage** zum Thema Diversität und Gleichstellung, dem sich auch die Abteilung Chancengleichheit anschließen wird. Auf der gemeinsamen Homepage soll eine Anlaufstelle für Fragen und Themen entstehen, die die Thematik Gleichstellung, Diversität und Chancengleichheit nach außen und innen kommuniziert und Mut macht, sich zum Thema auszutauschen. Ansprechpartner\*innen werden genannt, um Fragen zu stellen und ggf. Unterstützung zu erhalten. Die Webpage soll 2022 online gehen und wird u.a. auch den Gleichstellungsplan publik machen, Trainings und Informationen anbieten und zum Thema informieren, sensibilisieren und dadurch mehr Bewusstheit und Fokus an der HdM schaffen..

Des Weiteren arbeitet das Team am Aufstellen eines **Gleichstellungsbüros**, der die GBA sowie die BfC angehören werden, ebenso wie weitere noch zu bestätigende Vertreter\*innen verwandter Thematiken aus dem Hause, z.B. auch eine Abgesandte des Leitbildausschusses und die VS. Im Rahmen dieser Kommission sollen regelmäßige Treffen stattfinden, um Maßnahmen gemeinsam zu priorisieren und zu terminieren. Das Gleichstellungsbüro

kommuniziert dann zukünftig auch eng mit weiteren Positionen und Ämtern an der HdM. Ziel des Gleichstellungsbüros ist es, Diversität an der hdm als gemeinsames Ziel zu verfolgen.

## **2.4 Zusammenarbeit mit dem Leitbildausschuss**

Im Rahmen der Gleichstellungskommission soll die Zusammenarbeit mit dem Leitbildausschuss der HdM verstärkt werden. Hier soll evaluiert werden, inwiefern vorgeschlagene Maßnahmen zur noch stärkeren Umsetzung und Implementierung der Leitwerte an der HdM zu Synergien und Optimierung führen können. Auch soll erarbeitet werden, wie das Thema Diversität mit den leitwerten zusammenwirkt.

### Kapitel 3. Zusätzliche Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung

Die folgenden Themen wurden in Zusammenarbeit mit der BfC zusammengestellt und sollen in der Gleichstellungskommission 2022/23 evaluiert, priorisiert und gemeinsam geplant und soweit von der Gleichstellungskommission als sinnvoll erachtet und umsetzbar auch umgesetzt werden:

Ziele	Maßnahmen	Untermaßnahmen	Verantwortliche
Transparenz und Sichtbarkeit schaffen (stukt./organis. - GBA/BfC)	Kommunikation	Homepage	H-Kom, Rektorat, GBA, BfC, VS
		Nutzung social Media	
		Flyer und Infomaterial (Einstellungsmappe etc.)	
		verstärkte Zusammenarbeit mit studentischen Vertreter*innen	
	Gleichstellungsbüro	Schaffung von Örtlichkeiten/Anlaufstelle	
		Prüfung Diversitätsbeauftragte	
	Teilnahme in verschiedenen Gremien	Prüfung Senatsteilnahme BfC	
PE, Leitbildausschuss, Aks			
Partizipation und Netzwerken ermöglichen	Veranstaltungen	Thementage/-wochen analog zu Thementagen wie bspw. Weltfrauentag	GBA, BfC, PE, Familie in der Hochschule, Personalrat
		Impulsvorträge	
		Gesprächsrunden	
		Ideenworkshops	
	Umfragen		
Schutz vor sexueller Belästigung, Gewalt und Deskriminierung		Informationen erstellen	GBA, BfC, Beauftragte für Antidiskriminierung und Menschen mit Behinderungen, Personalrat
		Veranstaltungen/Schulungen anbieten	
		Ansprechpersonen ggfs. etablieren und kommunizieren	
	Angstfreier Raum schaffen	Prüfung der Einrichtung eines "Safe Space"	
Diverse Hochschule nach Innen und Außen	Prüfung der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt		Rektorat, Leitbildausschuss, Verwaltung, Personalrat, VS
	Leitbild zum Leben erwecken		
	gendergerechte Sprache	hochschulweite) Strategie	
		Leitfaden zur richtigen Kommunikation und Ansprache	
		Formulare, DV etc. ändern	
		SPO	
	gendergerechte Personalentwicklung	Mentoringprogramme	
		Führungskräfteentwicklung	
Frauenprogramme?			
themenspezifische Veranstaltungen	Altersdiversität...		
Flexibilisierung der Arbeitsbedingungen/-organisation	mobile Arbeit		Personalrat, Personalabteilung, Rektorat
	Infomaterial und Expertise schaffen	Elternzeit	
		Pflegezeit	
	teilbare Stellen	Teilzeitregelungen	
		Brückenteilzeit	



familiengerechte Hochschule	Unterstützung durch TZ-Stelle		Rektorat, GBA,BfC, Familie in der Hochschule
	Eltern-Kind-Zimmer wieder eröffnen	Prüfung wo es Räumlichkeiten gibt ggfs. befristete Interimslösung geben kann	
	Ferienbetreuung und Notzeitbetreuung		
	Pflege von Angehörigen	Infoveranstaltungen	
	gendergerechte Kidz-Box		
	Welcome Box		

## Kapitel 4. Zielzahlen auf Fakultätsebene

Übergeordnet lässt sich feststellen, dass die Berufung von Frauen eine Herausforderung bleibt. In manchen Bereichen ist es weiterhin schwer, qualifizierte Frauen zu finden oder zur Bewerbung zu animieren. Der Fokus der GBA in der Planungsperiode 2023-2027 liegt auf der Sensibilisierung der Fakultäten zu diesem Thema und auf der Erstellung entsprechender Stellenanzeigen, die insbesondere auch Frauen und diverse Menschen ansprechen und ermutigen.

### 4.1. Fakultät 1 - Druck und Medien

Fakultät 1		Studienbereich	Studienbereich
Studienbereiche der Fakultät		Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissenschaften	Ingenieurwissenschaften
Proportionalität der Studienbereiche in der Fakultät	7 Studiengänge gesamt, wovon 2 Ing (28,6%) - bessere Aufteilung 25%/75%?	25%	75%
Abschlüsse Master u.ä.: Frauenanteil	Eigene Hochschule	78,95%	30,44%
	Baden-Württemberg (HAW)	51%	33%
	Bund (HAW)	55%	24%
Wiss. MA ohne Promotion: Status quo der Fakultät (fakultätsweit)	Anzahl wiss. MA ohne Promotion	29	
	Frauenanteil der wiss. MA ohne Promotion	17,65%	
	voraus. Anzahl Neu-besetzungen in GSP-Laufzeit	25	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil wiss. MA ohne Promotion	18%	
Wiss. MA mit Promotion: Status quo der Fakultät	Anzahl wiss. MA mit Promotion	2	
	Frauenanteil wiss. MA mit Promotion	50%	
	voraus. Anzahl Neubesetzungen in GSP-Laufzeit	0	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil wiss. MA mit Promotion	50%	
		Lehr- und Forschungsbereich	
Lehr- und Forschungsbereiche der Fakultät		Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissenschaften	Ingenieurwissenschaften
Proportionalität der Lehr- und Forschungsbereiche		25%	75%
Unbefristete Professuren: Status quo der Fakultät	Anzahl der unbefristeten Professuren	52	
	Frauenanteil unbefristete Professuren	13,46%	
	voraus. Anzahl der Berufungen in GSP-Laufzeit	13	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil bei unbefristeten Professuren	19-24%	

## 4.2 Fakultät 2 - Electronic Media

Fakultät 2		Studienbereich	Studienbereich
Studienbereiche der Fakultät		Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissenschaften	Ingenieurs- wissenschaften
Proportionalität der Studienbereiche in der Fakultät		85%	15%
Abschlüsse Master u.ä.: Frauenanteil	Eigene Hochschule	82,35%	55,56%
	Baden-Württemberg (HAW)	51%	33%
	Bund (HAW)	55%	24%
Wiss. MA ohne Promotion: Status quo der Fakultät (fakultätsweit)	Anzahl wiss. MA ohne Promotion	11	
	Frauenanteil der wiss. MA ohne Promotion	73%	
	voraus. Anzahl Neubesetzungen in GSP-Laufzeit	0	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil wiss. MA ohne Promotion	73%	
Wiss. MA mit Promotion: Status quo der Fakultät	Anzahl wiss. MA mit Promotion ...	1	
	Frauenanteil wiss. MA mit Promotion	100%	
	voraus. Anzahl Neubesetzungen in GSP-Laufzeit	0	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil wiss. MA mit Promotion	100%	
		Lehr- und Forschungsbereich	
Lehr- und Forschungs-bereiche der Fakultät		Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissenschaften	Ingenieurs- wissenschaften
Proportionalität der Lehr- und Forschungsbereiche		85%	15%
Unbefristete Professuren: Status quo der Fakultät	Anzahl der unbefristeten Professuren	46	
	Frauenanteil unbefristete Professuren	19,57%	
	voraus. Anzahl der Berufungen in GSP-Laufzeit	12	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil bei unbefristeten Professuren	20%	

### 4.3 Fakultät 3 - Information und Kommunikation

Fakultät 3		Studienbereich	Studienbereich
Studienbereiche der Fakultät	Wirtschaftsinformatik ist Science, ganzer Rest ist Arts (2 Cluster)	Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissenschaften	Ingenieurwissenschaften
Proportionalität der Studienbereiche in der Fakultät	9 Studiengänge, davon 2 WI ergibt Aufteilung	80%	20%
Abschlüsse Master u.ä.: Frauenanteil	Eigene Hochschule	45,45%	20%
	Baden-Württemberg (HAW)	51%	33%
	Bund (HAW)	55%	24%
Wiss. MA ohne Promotion: Status quo der Fakultät (fakultätsweit)	Anzahl wiss. MA ohne Promotion	7	
	Frauenanteil der wiss. MA ohne Promotion	57,14%	
	voraus. Anzahl Neubesetzungen in GSP-Laufzeit	0	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil wiss. MA ohne Promotion	57,14%	
Wiss. MA mit Promotion: Status quo der Fakultät	Anzahl wiss. MA mit Promotion	4	
	Frauenanteil wiss. MA mit Promotion	25%	
	voraus. Anzahl Neubesetzungen in GSP-Laufzeit	0	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil wiss. MA mit Promotion	25%	
		Lehr- und Forschungsbereich	
Lehr- und Forschungs-bereiche der Fakultät		Geisteswissenschaften	Rechts-, Wirtschafts-, Sozialwissensch.
Proportionalität der Lehr- und Forschungsbereiche		80%	20%
Unbefristete Professuren: Status quo der Fakultät	Anzahl der unbefristeten Professuren	35	
	Frauenanteil unbefristete Professuren	22,22%	
	voraus. Anzahl der Berufungen in GSP-Laufzeit	6	
Zielwert GSP 2023-27 (fakultätsweit):	Frauenanteil bei unbefristeten Professuren	35%	

Zu diskutieren:

#### **Erläuterungen der Zahlen der Fakultäten:**

In Fakultät 1 ist der Professorinnenanteil weiter zu erhöhen und dem hochschulweiten Zielwert anzugleichen. Hierzu wird bei Ausschreibungen besonderer Wert auf das hervorheben der Familienfreundlichkeit der HdM geachtet. Ferner legt die GB besonderes Augenmerk auf die sich bewerbenden weiblichen Kandidatinnen. Eine paritätische Berufungskommissionsbesetzung wird stets angestrebt.

In Fakultät 3 liegt die Anzahl der Masterabschlüsse von Frauen ein wenig unter dem Durchschnitt in BW. Hier will die HdM in den kommenden Jahren verstärkt auf Themen achten wie Vereinbarkeit von Familie und Studium, bzw. Erhöhung des Frauenanteils unter den Lehrenden.

### **5. Ergänzende Ausführungen zum nicht-wissenschaftlichen Personal**

Aus dem Kreis der nichtwissenschaftlichen Mitarbeiterinnen wurden am 30. Juli 2019 Magdalena Weinle zur Beauftragten für Chancengleichheit und Dr. Sarah Rüegg als Stellvertreterin für die Dauer von fünf Jahren bestellt. Nach dem Weggang von Dr. Sarah Rüegg gab es einige Zeit keine Stellvertretung. Da es keine Nachfolgerin mit nächsthöherer Stimmenanzahl gab, die nominiert werden konnte, wurde im Sinne des §17 ChancenG Michaela Dieterle als Stellvertreterin der Beauftragten für Chancengleichheit bis zum Ende deren Amtszeit bestellt. Die nächste Wahl der Beauftragten für Chancengleichheit und ihrer Stellvertreterin findet somit am 30. Juli 2024 statt. Die Projektleitung im Bereich „Familiengerechte Hochschule“ hat Jana Schulze inne.“

Der Frauenanteil beim Leitungspersonal fällt mit 54,55 Prozent erfreulich hoch aus und auch insgesamt sind Frauen im nichtwissenschaftlichen Bereich nicht unterrepräsentiert. Jedoch variieren die Anteile in den einzelnen Bereichen und Stufen. Insbesondere im technischen Bereich, wo bis jetzt keine nennenswerte Erhöhung zu verzeichnen war (ZAHL), werden die BfC bei der Ausschreibung und Besetzung neuer oder vakant gewordener Stellen auf eine Ausgewogenheit hinwirken. Anzumerken ist hierbei, dass speziell im technischen Bereich Mobile Arbeit vielfach nicht möglich ist, weshalb umso mehr andere Angebote ausgebaut werden müssen, welche eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf erzielen. Weitere Ziele im Bereich Chancengleichheit werden in Kapitel 3 dargestellt.

<b>Nichtwissenschaftliches Personal an der Hochschule der Medien Stuttgart</b>				
	Verwaltung	Bibliotheksdienst	Technischer Dienst	Sonstiger Dienst
Status quo [2022]				
Anzahl VZÄ (davon Frauen)	129,62 (85,15)	6,28 (3,78)	58,0 (12,0)	0
- mittlerer Dienst	36,7 (25,2)	2,28 (1,78)	1,0 (0,0)	0
- gehobener Dienst	49,45 (35,65)	4,0 (2,0)	42,7 (9,5)	0
- höherer Dienst	38,97 (23,8)	0	1,5 (1,5)	0
Status quo [2022]				
Anzahl VZÄ (davon Frauen)	7,67 (5,8)	1,0 (0,0)	2,0 (0,0)	0
- Leitungspersonal (nach Bereichen)	8,0 (6,0)	1,0 (0,0)	2,0 (0,0)	0
- Leitungspersonal (hochschulweit)	11 (6)			
Frauenanteil Leitungspersonal Status quo [2022]	54,55 %			
In der kommenden Planungsperiode voraussichtlich neu zu besetzende Leitungspositionen (davon bisher mit Frauen besetzt)	4,0 (1,0)	0	0	0
Zielwert [2027] Frauenanteil Leitungspersonal	mind. 55%			

## 8 Klimaschutzkapitel gemäß HoFV II, Ziffer II.2.

### Ziele und IST-Zustand

Gemäß den vereinten Nationen ist Nachhaltige Entwicklung eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.

Die HdM bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen und ethischen Verantwortung und fördert durch Forschung und Transfer sowie durch das Heranbilden eines verantwortungsbewussten akademischen Nachwuchses die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft. Die HdM nimmt dazu eine Vorbildfunktion bei ihrem eigenen wirtschaften ein. Die HdM als wesentlichen Teil der Nachhaltigkeitsziele in diesem Rahmen die übergeordneten Klimaschutzziele der Landesregierung, welche eine weitgehende Klimaneutralität bis 2040 vorsehen. Die Handlungsfelder für die Institution sind insbesondere Strom, Wärme und Verkehr.

1 Keine Armut	2 Kein Hunger	3 Gesundheit und Wohlergehen	4 Hochwertige Bildung	5 Geschlechtergleichheit	6 Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
7 Bezahlbare und saubere Energie	8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	9 Industrie, Innovation und Infrastruktur	10 Weniger Ungleichheiten	11 Nachhaltige Städte und Gemeinden	12 Nachhaltiger Konsum und Produktion
13 Maßnahmen zum Klimaschutz	14 Leben unter Wasser	15 Leben an Land	16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	

Abb. 8-1: Vgl. Die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/die-un-nachhaltigkeitsziele-1553514>)

Im Bereich des Gebäudemanagements ist die HdM bei baulichen Maßnahmen vom UBA abhängig. Die Neubauten der HdM sind energetisch bereits auf einem guten Stand (Bauteilwärmung/-Kühlung über Geothermie in der Nobelstr. 8 und Nutzung der Abwärme von IT-Räumen), bei den älteren Bauten besteht noch Handlungsbedarf. Die HdM arbeitet dazu auch mit einem Energy-Contractor zusammen.

Die Heizung erfolgt durch die zentrale Wärmeversorgung auf dem Gesamtcampus Vaihingen.

Die Gesamtentwicklung ist abhängig von den Planungen des UBA (Masterplan Campus 2030) und dem dazu gehörigen Mobilitätskonzept. Öffentliche Verkehrsmittel sind vorhanden (S-Bahn und Bus), die Verfügbarkeit der S-Bahn allerdings verbesserungsfähig. Ebenso die Pünktlichkeit der Fernbahnverbindung via S-Hauptbahnhof (S21-Problematik etc.).

Der Kfz-Fuhrpark der HdM ist sehr klein (ein Lasten-E-Bike, ein E-Smart), dazu kommen zwei Transporter mit Verbrennungsmotor. Die HdM verfügt auch über zwei E-Ladesäulen und eine begrenzte Anzahl an Fahrradabstellplätzen mit Lademöglichkeiten für E-Bikes.

### **Maßnahmen**

Ein Ausbau der Lademöglichkeiten (Elektrofahrzeuge und Elektrofahräder) im Rahmen des Neubaus (Erweiterungsbau Süd - 3. Bauabschnitt) ist geplant.

Ein System zum intelligenten Flächenmanagement ist in Erprobung.

Die Schaffung von monetären Anreizsystemen zur Energieeinsparung (und den Möglichkeiten zur eigenständigen baulichen Beeinflussung) wären wünschenswert.

Die Herstellung und Nutzung von Papier (z. B. DIN A4) ist energieintensiv und verursacht große Mengen an Abfall. Deshalb ist mit einem Anteil von 50% am Gesamtverbrauch bei DIN A4 Papier die Umstellung auf Recyclingpapier geplant.

Die Trennung von Wertstoffen in nicht gefährliche Abfälle erfolgt. Eine deutliche Verbesserung wird angestrebt.

Die Trennung von Papier- und Restmüll in den Büros wurde ebenfalls verbessert. Ein neues Konzept soll die Nutzung der aufgestellten Wertstoffinseln erhöhen und zur weiteren Sensibilisierung beitragen.

Der Umbau der Studiobereiche auf LED-Beleuchtung (Einsparung von rund 60% angestrebt) soll in 2023 final abgeschlossen werden.

Der Energieverbrauch betrug 2020 1671 MWh Strom, 2687 MWh Wärme und 377 MWh Kälte. Die Frischluftzufuhr musste während der Pandemie erhöht werden, wodurch der Wärmeverbrauch in 2020 und 2021 gegenüber den Vorjahren deutlich gestiegen ist. Die HdM hat das Ziel den Wärmeverbrauch mindestens auf das Niveau von 2019 zu senken. Um dieses Ziel zu erreichen, wird ein entsprechendes Wärmekonzept erarbeitet werden.

Es ist geplant perspektivisch ein Energiemanagementsystem, das nach ISO 50001 zertifiziert ist, an der HdM einzuführen. Dadurch soll das Monitoring der Energiedaten und die Erarbeitung und Umsetzung von effizienteren Energienutzungskonzepten gezielter umgesetzt werden können.

Eine Vielzahl von Vorhaben in Forschung und Lehre laufen und sollen weitergeführt oder ausgebaut werden: Hervorzuheben sind der Forschungscampus Lenningen zu biogenen Verpackungen, der große Unterstützung des Forstministeriums und der Industrie erfährt. Der Studiengang Audiovisuelle Medien engagiert sich außerdem erfolgreich im Bereich der nachhaltigen Filmproduktionen und bietet in Zusammenarbeit mit der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg die Weiterbildung zum "Green Consultant" an. Damit sollen Film- und Medienschaffende in nachhaltigeren Produktionsverfahren geschult werden.

Die bisherigen VW- Transporter (2 Stück) sollen gegen elektrisch betriebene Fahrzeuge ausgetauscht werden, sobald diese verfügbar sind. An der letzten Ausschreibung des LZBW konnten die Anforderungen der HdM (8-9 Sitzplätze für Exkursionen) noch nicht berücksichtigt werden.



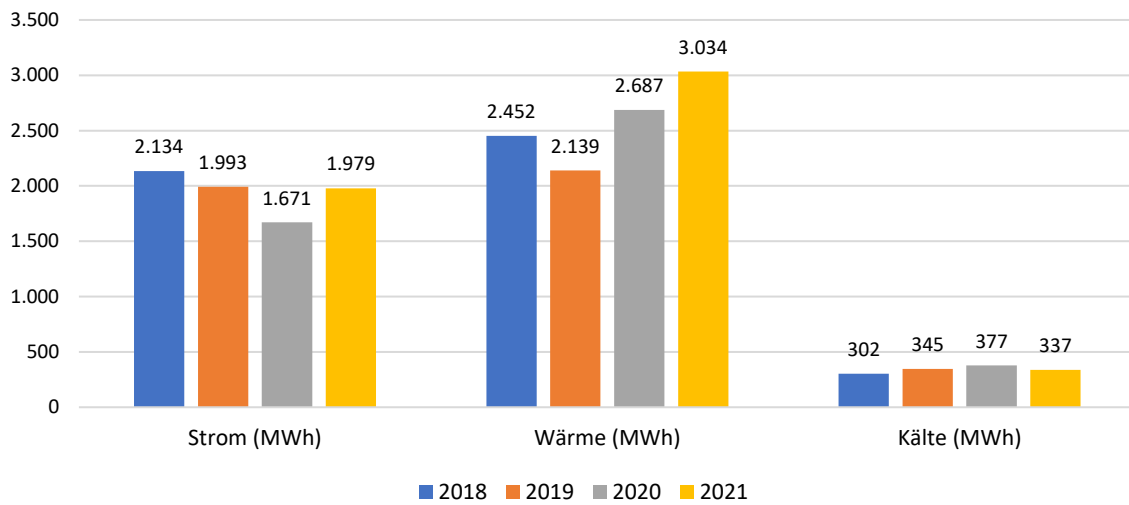


Abb. 8-2: Energieverbrauch in MWh

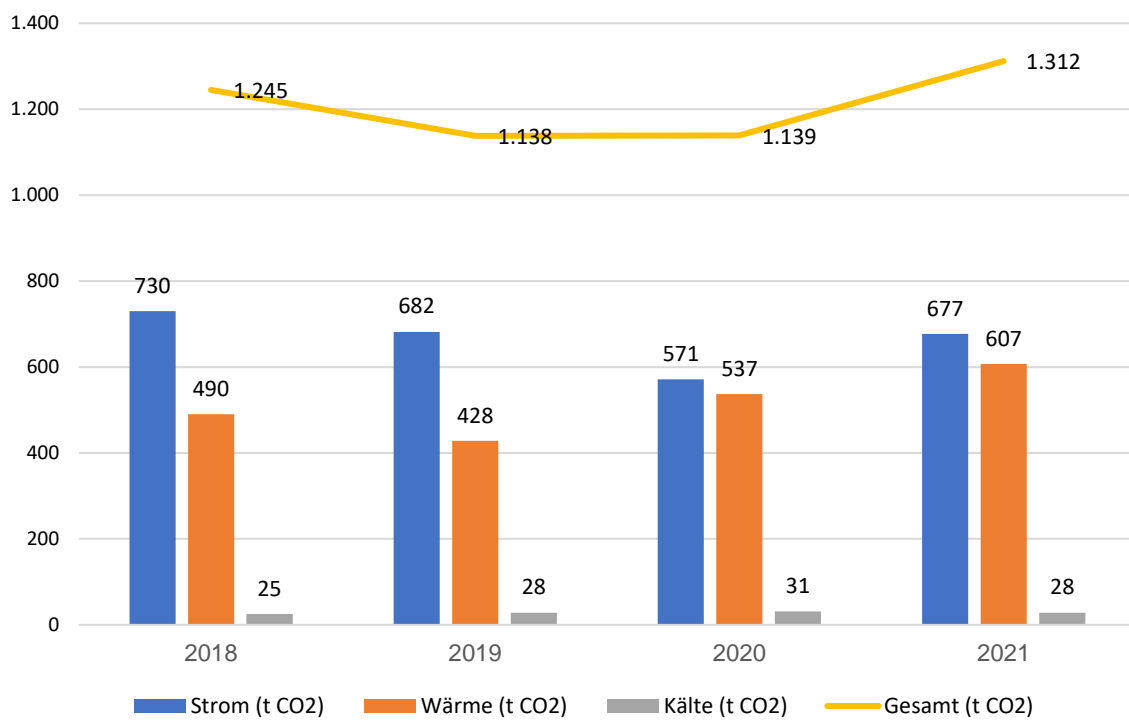


Abb. 8-3: CO2-Ausstoß in Tonnen

### Prognose

- Die Entwicklung ist durch Corona in den letzten Jahren verzerrt.
- Bei den größten Handlungsfeldern ist die Hochschule auf Externe (und externe Finanzierung) angewiesen (UBA / Heizkraftwerk).

<b>Projekt</b>	<b>Klimaneutrale Hochschule</b>
<b>Ziel</b>	Eigenbeitrag der Hochschule zur Klimaneutralen Hochschule leisten
<b>Begründung</b>	Die baulichen Maßnahmen und die Mobilitätsplanung sind von der HdM nur bedingt beeinflussbar. Die HdM kann jedoch durch ein Bündel geplanter Maßnahmen dazu beitragen, dass das Ziel der Klimaneutralität erreicht wird.
<b>Personelle Ressourcen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die HdM hat sich dazu erfolgreich um die Stelle eines regionalen Klimaschutzmanagers beworben.</li> <li>• Darüber hinaus verfügt die HdM über eine Stabsstelle für Klimaschutz.</li> <li>• Senatsbeauftragter für Nachhaltige Entwicklung ist Prof. Dr. Michael Herrenbauer.</li> <li>• Darüber hinaus wurde im Juni 2022 ein Institut für Nachhaltigkeit (Sustainable Media Institute) gegründet.</li> </ul>
<b>Zeitplan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Nutzung von Photovoltaik ist vom UBA geprüft und soll auf einem Gebäude realisiert werden (2023).</li> <li>• Klimaneutraler Fuhrpark bis 2024.</li> <li>• Zusätzliche Stellplätze und Lademöglichkeiten E-Fahrzeuge und E-Bikes mit Realisierung Neubau (2025)</li> <li>• Neubau und kompletter Campus klimaneutral bis 2030 (Verantwortung UBA).</li> </ul>
<b>Finanzieller Aufwand</b>	Der Fuhrpark ist durch die mittelfristige Finanzplanung der HdM abgedeckt.
<b>Verantwortlich</b>	Rektorat und Klimaschutzmanager

## 9 Veränderungsanzeige zu Funktionsbeschreibungen

Tabellen für den vergangenen Planungszeitraum (01.09.2017-31.08.2022) und aktuellen Planungszeitraum (01.09.2022 – 31.08.2027)

### 9.1 Erfolgte Veränderungen

Studiengang	Besoldungsgruppe	Funktionsbeschreibung	Besetzbar ab/voraussichtlich Dienstantritt	Herkunft der Stelle, Änderung
<b>Fakultät 1: Druck und Medien</b>				
Bachelorstudiengang Mobile Medien (B.Sc.)	W2	Gamification-User-Experience-Design	Wintersemester 2018/2019	Neustelle
Bachelorstudiengang Medieninformatik (B.Sc.)	W3	Künstliche Intelligenz	Wintersemester 2019/2020	Umwidmung der Professur Mediovorstufe
Bachelorstudiengang Mediapublishing (B.A.)	W2	Editorial & Marketing Management	Sommersemester 2021	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Verpackungstechnik (B. Eng.)	W2	Biobasierte Werkstoffe und Verarbeitungstechnik	Sommersemester 2021	Umwidmung der Professur Werkstoffe, Umweltschutz und Recycling
Bachelorstudiengang Integriertes Produktdesign (B.A.)	W2	Additive Fertigung und Parametrisches Design	Sommersemester 2021	Umwidmung der Professur Unternehmensführung in der Druck- und Verlagsindustrie
Bachelorstudiengang Medieninformatik (B.Sc.)	W2	Methodik der Software-Entwicklung	Wintersemester 2023/2024	Umwidmung der Professur für Verteilte Systeme / Internet-Technologien
Bachelorstudiengang Mobile Medien (B.Sc.)	W2	Interaction Design	Wintersemester 2022/2023	Umwidmung der Professur für Angewandte Messtechnik
Bachelorstudiengang Print Media Technologies (B. Eng.)	W2	Industrial Print Applications & Additive Manufacturing	Wintersemester 2023/2024	Umwidmung der Professur für Druck- und Druckverarbeitungsmaschinen
Bachelorstudiengang Mediapublishing (B.A.)	W2	Data Driven Publishing	Wintersemester 2023/2024	Umwidmung der Professur Technische Physik im Fachbereich Druck, Verpackung, Kommunikationstechnik

<b>Fakultät 2: Electronic Media</b>				
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	Regie und Inszenierung	Wintersemester 2018/2019	Umwidmung der Professur Graphic Arts und Screen Design
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Digital Entertainment und Bewegtbildmanagement	Wintersemester 2018/2019	Neustelle
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	Ton- und Elektrotechnik	Sommersemester 2019	Umwidmung der Professur Medienwissenschaft
Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A.)	W2	Kommunikationsstrategie und -management	Sommersemester 2020	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	Visuelle Gestaltung für digitale Medien und Games	Wintersemester 2019/2020	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing	Wintersemester 2022/2023	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A.)	W2	Werbung und Strategische Markenführung	Wintersemester 2021/2022	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A.)	W2	Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt strategisches Marketing	Wintersemester 2021/2022	Wiederbesetzung
Masterstudiengang Unternehmenskommunikation (M.A.)	W2	Digital Advertising	Sommersemester 2022	Wiederbesetzung
Studiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	IT-basierte Mediensysteme	Sommersemester 2022	Umwidmung der Professur Informatik und Interaktive Medien
Bachelor- und Masterstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng./M.Eng.)	W2	Artificial Intelligence in Audiovisual Media Engineering	Sommersemester 2022	Umwidmung der Professur Digitale Videotechnik
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Digital- und Medienwirtschaft, insb. Data Driven Enterprise Technologies	Sommersemester 2022	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insbesondere Konsumenten- und Nutzerforschung	Wintersemester 2022/2023	Umwidmung der Professur Kommunikationstheorie und PR

Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Controlling und Management Accounting	Sommersemester 2023	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Crossmedia-Redaktion/Public Relation (B.A.)	W2	Journalismus	Sommersemester 2023	Wiederbesetzung

<b>Fakultät 3: Information und Kommunikation</b>				
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W3	Online-Medien-Management	Sommersemester 2018	Umwidmung der Professur E-Business
Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	W2	Wirtschaftsinformatik insb. Business Analytics	Wintersemester 2018/2019	Umwidmung der Professur für Informationssysteme
Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	W2	Wirtschaftsinformatik insbes. Information Engineering	Wintersemester 2018/2019	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Informationswissenschaften (B.A)	W2	Informationswissenschaft insb. Informationspädagogik und Öffentliche Bibliotheken	Sommersemester 2019	Umwidmung der Professur für Bibliothekspolitik und Bibliothekskonzepte, Bibliotheksbau und Kulturmanagement
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W2	Online-Medien-Management, insb. Medienökonomie und Social Media	Sommersemester 2020	Umwidmung der Professur für Internationales Redaktions- und Kommunikationsmgt.
Bachelorstudiengang Informationsdesign (B.A)	W2	Informationsdesign insb. Informations- und Kommunikationspsychologie	Wintersemester 2021/2022	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insbesondere Sozial- und Medienpsychologie	Wintersemester 2022/2023	Umwidmung der Professur Informationsvermittlung
Fakultät 3: Information und Kommunikation	W2	Verhaltenorientiertes Innovations- und Projektmanagement	Sommersemester 2023	Wiederbesetzung
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W2	Online-Medien-Management, insb. Multimedia Redaktion und Social Media	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur Online-Medien-Management, insb. Medienökonomie und Social Media

Bachelorstudiengang Informationsdesign (B.A)	W3	Informationsdesign insb. Human-centered Design	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur Big Data und Data Science
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W2	Online-Medien-Management, insb. Digital Management und Entrepreneurship	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur Dienstleistungsmanagement
Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insb. Arbeits- und Organisationspsychologie	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur Bibliotheks- und Informationsmanagement, insb. Webbasierte Informationsdienstleistungen/ elektr. Publizieren

## 9.2 Dienstendeübersicht

Planungszeitraum 01. September 2017 bis 31. August 2022

Studiengang	Besoldungsgruppe	Funktionsbeschreibung	(Voraussichtl.) Dienstende des/der Vorgängers*in	Grund des Dienstendes des/der Vorgängers*in
<b>Fakultät 1: Druck und Medien</b>				
Bachelorstudiengang Mobile Medien (B.Sc.)	W2	Gamification-User-Experience-Design	--	--
Bachelorstudiengang Medieninformatik (B.Sc.)	W3	Künstliche Intelligenz	August 2019	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Mediapublishing (B.A.)	W2	Editorial & Marketing Management	Februar 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Verpackungstechnik (B. Eng.)	W2	Biobasierte Werkstoffe und Verarbeitungstechnik	Februar 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Integriertes Produktdesign (B.A.)	W2	Additive Fertigung und Parametrisches Design	Februar 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Mobile Medien (B.Sc.)	W2	Interaction Design	August 2021	Versetzung in den Ruhestand

<b>Fakultät 2: Electronic Media</b>				
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	Regie und Inszenierung	August 2018	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Digital Entertainment und Bewegtbildmanagement	--	--
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	Ton- und Elektrotechnik	August 2018	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A)	W2	Kommunikationsstrategie und -management	Februar 2020	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	Visuelle Gestaltung für digitale Medien und Games	Juli 2019	Wechsel an andere Hochschule
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing	August 2022	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A)	W2	Werbung und Strategische Markenführung	September 2020	Wechsel an andere Hochschule

Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A)	W2	Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt strategisches Marketing	August 2021	Versetzung in den Ruhestand
Masterstudiengang Unternehmenskommunikation (M.A)	W2	Digital Advertising	September 2021	Wechsel an andere Hochschule
Studiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng.)	W2	IT-basierte Mediensysteme	Februar 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelor- und Masterstudiengang Audiovisuellen Medien (B. Eng./M.Eng.)	W2	Artificial Intelligence in Audiovisual Media Engineering	August 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insbesondere Konsumenten- und Nutzerforschung	August 2022	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Controlling und Management Accounting	Februar 2020	Wechsel an andere Hochschule
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	Digital- und Medienwirtschaft, insb. Data Driven Enterprise Technologies	August 2021	Wechsel an andere Hochschule

<b>Fakultät 3: Information und Kommunikation</b>				
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W3	Online-Medien-Management	--	--
Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	W2	Wirtschaftsinformatik insb. Business Analytics	August 2018	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Informationswissenschaften (B.A)	W2	Informationswissenschaft insb. Informationspädagogik und Öffentliche Bibliotheken	August 2018	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W2	Online-Medien-Management, insb. Medienökonomie und Social Media	Oktober 2019	Kündigung
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W2	Online-Medien-Management, insb. Digital Management und Entrepreneurship	Juli 2020	Versetzung in den Ruhestand
Fakultät 3: Information und Kommunikation	W2	Verhaltenorientiertes Innovations- und Projektmanagement	September 2020	Wechsel an andere Hochschule



Bachelorstudiengang Informationsdesign (B.A)	W2	Informationsdesign inbs. Informations- und Kommunikationspsychologie	August 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insbesondere Sozial- und Medienpsychologie	August 2021	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Online-Medien-Management (B.A)	W2	Online-Medien-Management, insb. Multimedia Redaktion und Social Media	Februar 2022	Wechsel an andere Hochschule
Bachelorstudiengang Informationsdesign (B.A)	W3	Informationsdesign insb. Human-centered Design	--	--

### Planungszeitraum 01. September 2022 bis 31. August 2027

Studiengang	Besoldungsgruppe	Funktionsbeschreibung	(Voraussichtl.) Dienstende	Grund des Dienstendes des Vorgängers
<b>Fakultät 1: Druck und Medien</b>				
Bachelorstudiengang Mediapublishing (B.A.)	W2	Technische Physik im Fachbereich Druck, Verpackung	Februar 2023	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Medieninformatik (B.Sc.)	W2	Verteilte Systeme/ Internet-Technologien	August 2023	Versetzung in den Ruhestand
Print Media Technologies (B. Eng.)	W2	Druck- und Druckverarbeitungsmaschinen	Februar 2024	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Verpackungstechnik (B. Eng.)	W2	Verpackungskonstruktion und Produktionsprozesse	August 2024	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Medieninformatik (B.Sc.)	W2	Rechnernetze/Netzwerktechnik	August 2026	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen Medien (B.Sc.)	W2	Absatzorientierte Betriebswirtschaftslehre	Februar 2027	Versetzung in den Ruhestand
Print Media Technologies (B. Eng.)	W2	Verfahrenstechnik Druck	Februar 2027	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen Medien (B.Sc.)	W2	Prozessplanung / Prozesssimulation	Februar 2027	Versetzung in den Ruhestand
Print Media Technologies (B. Eng.)	W2	Tiefdruck	August 2027	Versetzung in den Ruhestand

<b>Fakultät 2: Electronic Media</b>				
Bachelorstudiengang Crossmedia-Redaktion/ Public Relation (B.A.)	W2	Journalismus	Februar 2023	Wechsel an andere Hochschule
Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A.)	W2	AV Medientechnik	Februar 2022	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien	W2	Elektronik, Computeranimation	Februar 2024	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien	W2	Medienanalyse/ Medienkonzeption	August 2024	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien	W2	Multimediale Dramaturgie/E-Learning	Februar 2026	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Audiovisuellen Medien	W2	Medienmanagement	August 2027	Versetzung in den Ruhestand

<b>Fakultät 3: Information und Kommunikation</b>				
Bachelorstudiengang Informationswissenschaften (B.A)	W2	Medienmanagement und Informations- dienstleistungen	Dezember 2021	Vorläufiger Ruhestand
Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insb. Arbeits- und Organisationspsychologie	Februar 2023	Wechsel an andere Hochschule
Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	W2	Informations- und Wissensmanagement	August 2023	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Informationswissenschaften (B.A)	W2	Medienwissenschaften	August 2025	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	W2	Wirtschaftsinformatik, insb. Betriebliche Anwendungssysteme	August 2026	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Informationsdesign (B.A)	W2	Multimediale Kommunikation, Internet und Intranet	Februar 2027	Versetzung in den Ruhestand
Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	W2	Medienwirtschaft	Februar 2027	Versetzung in den Ruhestand

## 9.3 Planungen

Studiengang	Besoldung	Geplante Funktionsbeschreibung	Reifegrad	Geplante Besetzung	Herkunft der Stelle, Änderung
<b>Fakultät 1: Druck und Medien</b>					
ME7 → IP7	W2	Additive Fertigung und Parametrisches Design	entschieden	Sommersemester 2021	Umwidmung der Professur für Unternehmensführung in der Druck- und Verlagsindustrie
VT7 → MM7	W2	Interaction Design	entschieden	Wintersemester 2022/23	Umwidmung der Professur für Angewandte Messtechnik
MP7	W2	Data Driven Publishing	entschieden	Winter-Semester 2023/24	Umwidmung der Professur für Technische Physik im Fachbereich Druck, Verpackung
PT7	W2	Industrial Print Applications & Additive Manufacturing	entschieden	Wintersemester 2023/2024	Umwidmung der Professur für Druck- und Druckverarbeitungsmaschinen
MI7	W2	Methodik der Software-Entwicklung	entschieden	Wintersemester 2023/2024	Umwidmung der Professur für Verteilte Systeme / Internet-Technologien
VT7 → IP7	W2	Integriertes Produktdesign	geplant	Wintersemester 2024/25	Umwidmung der Professur für Verpackungskonstruktion und Produktionsprozesse
ME7 → IP7 + MM7 + DD3	W2	Design / User Experience	geplant	frühestens Wintersemester 2023/24	Umwidmung der Professur für Reproduktionstechnik
MI7	W2	Rechnernetze/ Netzwerktechnik	geplant	Wintersemester 2026/27	Wiederbesetzung
ME7 → MI7 + MM7	W2	Medieninformatik und Mobile Medien	geplant	Sommersemester 2027	Umwidmung der Professur für Absatzorientierte Betriebswirtschaftslehre
PT7	W2	Print Media Technologies	geplant	Sommersemester 2027	Umwidmung der Professur für Verfahrenstechnik

					Druck
ME7 → MI7 + MM7	W2	Medieninformatik und Mobile Medien	geplant	Sommersemester 2027	Umwidmung der Professur für Prozessplanung / Prozesssimulation
PT7	W2	Print Media Technologies	geplant	Wintersemester 2027/28	Umwidmung der Professur für Tiefdruck
ME7= Wirtschaftsingenieurwesen Medien (B.Sc.), IP7=Integriertes Produktdesign (B.A.), VT7=Verpackungstechnik (B.Eng.), MM7= Mobile Medien (B.Sc.), Mediapublishing (B.A.), PT7= Print Media Technologies (B. Eng.), MI7=Medieninformatik (B.Sc.), DD3=Digital Design (M.A.)					

<b>Fakultät 2: Electronic Media</b>					
WM7 → PY7	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insbesondere Konsumenten- und Nutzerforschung	entschieden	Wintersemester 2022/2023	Umwidmung der Professur für Kommunikationstheorie und PR
MW7 → PY7	W2	Medienwissenschaft	geplant	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur für AV Medientechnik
AM7	W2	Computergraphic (Theorie)	geplant	Sommersemester 2024	Wiederbesetzung
MW7	W2	Medienproduktion und Medientheorie	geplant	Wintersemester 2024/25	Wiederbesetzung
AM7	W2	Entertainment	geplant	Sommersemester 2026	Umwidmung der Professur für Multimediale Dramaturgie/E-Learning
MW7	W2	Medienmanagement	geplant	Winter-Semester 2027/28	Wiederbesetzung
WM7=Werbung- und Marktkommunikation (B.A), MW7=Medienwirtschaft (B.A.), AM7=Audiovisuellen Medien (B. Eng.), PY7= Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)					

<b>Fakultät 3: Information und Kommunikation</b>					
PY7	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insbesondere Sozial- und Medienpsychologie	entschieden	Wintersemester 2022/23	Umwidmung der Professur für Informationswissenschaften
PY7	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie, insb. Arbeits- und Organisationspsychologie	entschieden	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur für Webbasierte Informationsdienstleistungen
OM7	W2	Online-Medien-Management, insb. Multimedia Redaktion und Social Media	entschieden	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur für Online-Medien-Management, insb. Medienökonomie und Social Media
OM7	W2	Online-Medien-Management, insb. Digital Management und Entrepreneurship	entschieden	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur für Dienstleistungsmanagement
Fakultät 3	W2	Verhaltensorientiertes Innovations- und Projektmanagement	entschieden	Sommersemester 2023	Wiederbesetzung
ID7	W3	Informationsdesign insb. Human-centered Design	entschieden	Sommersemester 2023	Umwidmung der Professur für Data Science
PY7	W2	Medien- und Wirtschaftspsychologie insbesondere Personalpsychologie	geplant	Sommersemester 2024	Umwidmung der Professur für Medienmanagement und Informationsdienstleistungen
IW7	W2	Medienwissenschaften	geplant	Wintersemester 2025	Verwendung/ Umwidmung voraussichtlich für neuen Studiengang (derzeit noch in Konzeptions-phase)
WI7	W2	Wirtschaftsinformatik-Stelle	geplant	Wintersemester 2026/27	Wiederbesetzung
ID7	W2	Informationsdesign-Stelle	geplant	Sommersemester 2027	Wiederbesetzung
WI7	W2	Wirtschaftsinformatik-Stelle	geplant	Sommersemester 2027	Umwidmung der Professur für Medienwirtschaft
PY7= Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.), OM7=Online-Medien-Management (B.A), Fakultät 3=Fakultät Information und Kommunikation, ID7=Informationsdesign (B.A), IW7=Informationswissenschaften (B.A), WI7= Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)					

## 10 Veränderungsanzeige zu Studiengängen

Tabelle für den vergangenen Planungszeitraum (01.09.2017-31.08.2022) und aktuellen Planungszeitraum (01.09.2022 – 31.08.2027)

Fakultät	Studiengang/Abschlussziel (Bachelor-/Mastergrad)	Art der Änderung	Studienkapazität (Studienanfängerplätze pro Jahr)		(Geplanter) Zeitpunkt der Änderung/Reifegrad
			Bisher <sup>1)</sup>	Geplant <sup>2)</sup>	
Fakultät 1: Druck und Medien	Deutsch-chinesischer Bachelorstudiengang Medien und Technologie (B. Eng.)	Zusammenführung der beiden deutsch- chinesischen Bachelorstudiengänge Druck- und Medientechnologie sowie Verpackungstechnik zu einem deutsch-chinesischen Studiengang Medien und Technologie	15	15	Start des Studiengangs im Wintersemester 2017/2018, umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen Medien (B.Sc.)	Zusammenlegung des Bachelorstudiengangs Print-Media-Management mit dem Schwerpunkt Digital Publishing des auslaufenden Bachelorstudiengangs Druck- und Medientechnologie	87	70	Start des Studiengangs im Wintersemester 2018/2019, umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelorstudiengang Medieninformatik (B.Sc.)	Umfangreiche Überarbeitung des Curriculums	92	100	Änderung ab Wintersemester 2019/2020 gültig, umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelorstudiengang Mobile Medien (B.Sc.)	Umfangreiche Überarbeitung des Curriculums	51	49	Änderung ab Wintersemester 2019/2020 gültig, umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelorstudiengang Verpackungstechnik (B. Eng.)	Umfangreiche Überarbeitung des Curriculums	70	45	Änderung ab Wintersemester 2019/2020 gültig, umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Masterstudiengang Crossmedia Publishing and Management (M.A.)	Einführung der neuen Vertiefungsrichtung Sportkommunikation im Masterstudiengang Crossmedia Publishing and Management	15	25	Änderung ab Wintersemester 2020/2021 gültig, umgesetzt

Fakultät 1: Druck und Medien	Masterstudiengang Digital Design (M.A.)	Einrichtung eines neuen Masterstudiengangs	--	15	Start des Studiengangs zum Wintersemester 2023/2024, wird umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Bachelorstudiengang Mediapublishing (B.A)	Änderung der Kapazität	54	60	Änderungen im Laufe des Berichtszeitraums, umgesetzt
Fakultät 1: Druck und Medien	Print Media Technologies (B. Eng.)	Änderung der Kapazität	25	40	Änderungen im Laufe des Berichtszeitraums, umgesetzt
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelorstudiengang Werbung- und Marktkommunikation (B.A)	Umfangreiche Überarbeitung des Curriculums	90	80	Änderung ab Sommersemester 2021 gültig, umgesetzt
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelorstudiengang Medienwirtschaft (B.A)	Umfangreiche Überarbeitung des Curriculums	130	--	Änderung ab Wintersemester 2021/2022 gültig, umgesetzt
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelorstudiengang Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	Einrichtung eines neuen Bachelorstudiengangs	--	40	Start des Studiengangs zum Sommersemester 2023, wird umgesetzt
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelorstudiengang Digital- und Medienwirtschaft (B.A.)	Änderung der Studiengangsbezeichnung des Bachelorstudiengangs Medienwirtschaft	--	120	Start des Studiengangs zum Wintersemester 2023/2024, genehmigungsfähig
Fakultät 2: Electronic Media	Masterstudiengangs Audiovisual Media Creation and Technology (M.Sc.)	Änderung des Abschlusses (Master of Science statt Master of Engineering), der Ausrichtung der Vertiefungsrichtungen und der Studiengangsbezeichnung des bisherigen Masterstudiengangs Audiovisuelle Medien	--	36	Start des Studiengangs zum Wintersemester 2023/2024, genehmigungsfähig
Fakultät 2: Electronic Media	Bachelorstudiengang „Bewegtbild-Entertainment“ (B.A.)	Einrichtung eines neuen Studiengangs	--	Neutral hinsichtlich Studienanfängerplätze	geplanter Start des Studiengangs zum Sommersemester 2024, geplant

Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelorstudiengang Informationswissenschaften (B.A)	Namensänderung und Neustrukturierung des Bachelorstudiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement	77	50	Änderung ab Wintersemester 2018/2019 gültig, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (B.Sc.)	Änderung der Kapazität	91	85	Änderungen im Laufe des Berichtszeitraums, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelorstudiengang Online-Medien- Management (B.A)	Änderung der Kapazität	65	70	Änderungen im Laufe des Berichtszeitraums, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Bachelorstudiengang Informationsdesign (B.A)	Änderung der Kapazität	52	60	Änderungen im Laufe des Berichtszeitraums, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Berufsbegleitender Masterstudiengang Business Management (MBA)	Umgestaltung des Studienangebots (Einführung von Vertiefungen) im berufsbegleitenden Masterstudiengang International Business und infolgedessen Umbenennung des Studiengangs	außerhalb der Kapazität		Änderung ab Wintersemester 2019/2020 gültig, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Berufsbegleitender Masterstudiengang Data Science (M.Sc.)	Umgestaltung des Studienangebots (Einführung von Vertiefungen) im berufsbegleitenden Masterprogramm Data Science and Business Analytics und infolgedessen Umbenennung des Studiengangs	außerhalb der Kapazität		Änderung ab Sommersemester 2020 gültig, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Berufsbegleitender Masterstudiengang Business Management (MBA)	Erweiterung des Studiengangs um eine weitere Vertiefungsrichtung	außerhalb der Kapazität		Änderung ab Sommersemester 2021 gültig, umgesetzt
Fakultät 3: Information und Kommunikation	Berufsbegleitender Masterstudiengang Data Science (M.Sc.)	Einführung von drei Schwerpunkten (statt Vertiefungsrichtungen bisher)	außerhalb der Kapazität		Änderung ab Wintersemester 2023/2024 gültig, wird umgesetzt

<sup>1)</sup> Betrachtung im Studienjahr 2019/2020 (ca. Mitte des abgelaufenen SEP für die Jahre 2017-2022)

<sup>2)</sup> Studienjahr 2023/2024 (Planungsstand zu Beginn des neuen SEP für die Jahre 2023-2027)