Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

Modulhandbuch

Medienrecht und Medienwirtschaft

LL.M.

zur Prüfungsordnung vom 05.01.2021, geändert mit Satzung vom 06.09 2021

Stand: 23.10.2026

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Inhalt

Modulhandbuch | Masterstudiengang Medienrecht und Medien- wirtschaft, LL.M. 3
1 Studiengangbeschreibung 3
2 Absolvent*innenprofil 3
3 Handlungsfelder 4
4 Studienverlaufsplan 5
4.1 Alternativer Studienverlaufsplan 6
5 Module 7
5.1 Medienrecht I 7
5.2 Medienrecht II 9
5.3 Medienrecht III 11
5.4 Datenschutz und Datensicherheit I 13
5.5 Datenschutz und Datensicherheit II 16
5.6 Datenschutz und Datensicherheit III 20
5.7 Informationstechnologierecht I 23
5.8 Informationstechnologierecht II 25
5.9 Informationstechnologierecht III 27
5.10 Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I 29
5.11 Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II 31
5.12 Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III 33
5.13 Medienwirtschaft I 36
5.14 Medienwirtschaft II 39
5.15 Recht und Videowirtschaft 41
5.16 Recht und Gameswirtschaft 43
5.17 Masterarbeit und Kolloquium 45
6 Modulmatrix 46
7 Impressum 47

Modulhandbuch | Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft, LL.M.

1 Studiengangbeschreibung

Die Medienbranche befindet sich im Wandel. Nie zuvor war die Vielfalt an medialen Angeboten so groß. Die sich verändernde Mediennutzung ist für die Medienbranche Treiber und Herausforderung zugleich. Neue Geschäfts-, Verwertungs- und Erlösmodelle müssen entwickelt und so- wohl mit Blick auf die rechtlichen als auch ökonomischen Risiken und Möglichkeiten betreut werden. Dadurch steigt der Bedarf an qualifizierten und spezialisierten Wirtschaftsjuristen mit spezialisiertem Fachwissen und interdisziplinären Kompetenzen.

Der Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft trägt dieser Entwicklung Rechnung, indem die relevanten Bereiche des Rechts interdisziplinär mit Methoden- und Fachwissen aus den Wirtschaftswissenschaften und der Daten- und Übertragungstechnik verknüpft werden. Da- bei sind die Studieninhalte zielgenau auf die Belange der Medienpraxis ausgerichtet, auf der Verzahnung und aktiven Zusammenarbeit mit Medienunternehmen liegt der besondere Fokus des Studiengangs.

Die Umsetzung des Konzepts gewährleisten zahlreiche in das Programm eingebundene Dozentinnen und Dozenten aus überregional tätigen Medienunternehmen, Kanzleien und der Gerichtsbarkeit (z.B. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), CBH Rechtsanwälte, Electronic Arts (EA), GDD Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V., Google, Nintendo, Nomos, OLG Köln, RTL Mediengruppe, Axel Springer, Vodafone).

2 Absolvent*innenprofil

Unsere Absolventinnen und Absolventen verfügen auf Basis einer spezialisierten, wissenschaftlich fundierten und forschungsorientierten Ausbildung mit **medienrechtlichen, ökonomischen und informationstechnischen** Anteilen über die Kompetenz, komplexe berufliche Herausforderungen systematisch zu analysieren, fundierte Entscheidungen zu treffen und nachhaltige Lösungsansätze zu entwickeln.

Nach Abschluss des Studiengangs sind die Studierenden in der Lage, anspruchsvolle Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern des Medienrechts selbstständig zu bewerten, innovative und praxisgerechte Lösungen zu konzipieren sowie ihre Ergebnisse kritisch zu reflektieren und weiterzuentwickeln. Dabei wenden sie erweiterte Fach- und Methodenkompetenzen aus der Rechtswissenschaft und Wirtschaftswissenschaft an und berücksichtigen **ethische, gesellschaftliche sowie technologische Rahmenbedingungen.**

Sie analysieren die Wirkung unterschiedlicher Medien auf die gesellschaftliche Meinungsbildung und leiten daraus begründete, ethisch reflektierte Entscheidungen ab. In diesem Zusammenhang erkennen und wahren sie die **Grundwerte einer freiheitlich-offenen, demokratischen Gesellschaft** und setzen sich aktiv für deren Schutz und Weiterentwicklung ein.

Der anwendungsorientierte Masterstudiengang enthält einen erheblichen Anteil an **forschungsbasierten Elementen**. Durch intensive Gesetzes- und Fallstudien sowie die systematische Anwendung wissenschaftlicher Forschungsmethoden sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, neue rechtliche Fragestellungen eigenständig zu identifizieren, diese methodisch fundiert zu untersuchen und innovative sowie praxisgerechte Problemlösungen zu erarbeiten. Sie nutzen hierzu einschlägige Fachliteratur, Gesetze sowie digitale Datenbanken und Informationssysteme zur Generierung und Strukturierung von Wissen.

Sie verfügen über eine differenzierte Kenntnis der rechtlichen, ökonomischen und informationstechnischen Herausforderungen, die mit der **Digitalisierung und dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Medienwirtschaft** verbunden sind. Sie analysieren deren Auswirkungen auf rechtliche Regulierungen, erarbeiten fundierte Steuerungskonzepte und entwickeln geeignete rechtliche Rahmenbedingungen für die Praxis.

Auf Grundlage ihres **interdisziplinären Fachwissens** sind sie befähigt, Fachabteilungen in Medienunternehmen gezielt zu beraten, interdisziplinäre Prozesse zu koordinieren und effektive Kommunikationsstrategien zwischen unterschiedlichen Disziplinen zu entwickeln. Sie integrieren dabei technische Entwicklungen in juristische Fragestellungen und formulieren adäquate Steuerungsmechanismen für digitale Transformationsprozesse.

Die Absolventinnen und Absolventen sind zudem in der Lage, komplexe Sachverhalte unter Anwendung ihres erworbenen Wissens analytisch zu durchdringen, strukturiert zu bewerten und in wissenschaftlichen oder beruflichen Kontexten argumentativ zu vertreten. Sie führen Verhandlungen souverän, setzen sich **konstruktiv in interdisziplinären Teams** auseinander und **reflektieren ihr eigenes Handeln kritisch,** um eine kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer fachlichen und sozialen Kompetenzen sicherzustellen.

Durch die im Studium vermittelten wissenschaftlichen und praxisorientierten Inhalte sind die Absolventinnen und Absolventen qualifiziert, verantwortungsvolle Positionen in der Medienwirtschaft, in der Beratung oder im höheren Verwaltungsdienst zu übernehmen. Darüber hinaus erlangen sie mit dem Master of Laws die Berechtigung zur Promotion und damit die Möglichkeit, ihre wissenschaftliche Expertise weiter zu vertiefen und eigenständige Forschungsprojekte zu realisieren.

3 Handlungsfelder

Vertragsgestaltung und –verhandlung:

Sie abstrahieren komplexe Sachverhalte mit Blick auf das Medien-, Urheber-, Informationstechnologie- und Datenschutzrecht sowie die angrenzenden Rechtsgebiete. Sie erfassen die rechtlichen, technischen und wirtschaftlichen Zusammenhänge und erstellen, überprüfen, verhandeln und entwickeln interessengerechte Vertragsklauseln. Dabei sind sie geübt im Perspektivenwechsel und wägen Risiken ab.

Rechtsberatung:

Die Absolvent*innen beraten die Fachabteilungen innerhalb eines Unternehmens sowie Mandanten in medienrechtlichen Fragen, arbeiten juristische Sachverhalte strukturiert und verständlich auf. Bestehendes und neues Recht behalten sie dabei ebenso im Blick wie die mit der Digitalisierung und dem Einsatz Künstlicher Intelligenz verbundenen rechtlichen, ökonomischen und informationstechnischen Herausforderungen und Risiken. Darauf basierend entwickeln die Absolvent*innen Strategien und moderieren diese intern und nach außen.

Datenschutzüberwachung und -betreuung:

Die Absolvent*innen entwickeln Datenschutzrichtlinien und –prozesse und unterstützen bei deren Implementierung sowie beim Monitoring und erarbeiten risikoorientiert Handlungsempfehlungen. Sie führen Datenschutzfolgenabschätzungen durch und verantworten die rechtliche Prüfung, Überwachung und Bewertung von Daten-verarbeitungen im Unternehmen.

Steuerung und Koordination von neuen medialen und digitalen Produkten/Geschäftsmodellen

Die Absolvent*innen erkennen Chancen und Risiken von neuen Geschäfts- und Produktideen sowie Werbemaßnahmen und entwickeln ausgewogene Lösungen unter Abwägung des gelten- den Rechts und in Abstimmung mit den jeweiligen Fachabteilungen, bei denen sowohl die technischen als auch die wirtschaftlichen Zusammenhänge berücksichtigt werden. Dabei arbeiten sie im Team und treffen verantwortungsvolle Entscheidungen unter ethischen Gesichtspunkten.

4 Studienverlaufsplan

	Modulbezeichnung		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Σ SWS	Σ CP
		MP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP		
1. Medienrecht											***10***	***15***
MR1.01.	*Medienrecht I*	*1*	*4*	*6*								
MR1.02.	*Medienrecht II*	*1*			*4*	*6*						
MR1.03.	*Medienrecht III*	*1*					*2*	*3*				
2. Datenschutz											***12***	***18***
DS2.01.	*Datenschutz und -sicherheit I*	*1*	*4*	*6*								
DS2.02.	*Datenschutz und -sicherheit II*	*1*			*4*	*6*						
DS2.03.	*Datenschutz und -sicherheit III*	*1*					*4*	*6*				
3. Informationstechnologierecht											***12***	***18***
ITR3.01.	*Informationstechnologierecht I*	*1*	*4*	*6*								
ITR3.02.	*Informationstechnologierecht II*	*1*			*4*	*6*						
ITR3.03.	*Informationstechnologierecht III*	*1*					*4*	*6*				
4. Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht											***12***	***18***
GRU4.01.	*Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I*	*1*	*4*	*6*								
GRU4.02.	*Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II*	*1*			*4*	*6*						
GRU4.03.	*Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III*	*1*					*4*	*6*				
5. Medienwirtschaft											***18***	***27***
MW5.01.	*Medienwirtschaft I*	*1*	*4*	*6*								
MW5.02.	*Medienwirtschaft II*	*1*			*4*	*6*						
MW5.03.	*Recht und Videowirtschaft*	*1*					*6*	*9*				
MW5.04.	*Recht und Gameswirtschaft*	*1*							*4*	*6*		
Master-Thesis												**24**
MT01.	Master-Thesis									18		18
MT02.	Kolloquium									6		6
Σ SWS			**20**		**20**		**20**		**4**		**64**	
Σ Credit Points				**30**		**30**		**30**		**30**		**120**

4.1 Alternativer Studienverlaufsplan

	Modulbezeichnung		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.		Σ SWS	Σ CP
		MP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP		
1. Medienrecht															***10***	***15***
MR1.01.	*Medienrecht I*	*1*	*4*	*6*												
MR1.02.	*Medienrecht II*	*1*			*4*	*6*										
MR1.03.	*Medienrecht III*	*1*					*2*	*3*								
2. Datenschutz															***12***	***18***
DS2.01.	*Datenschutz und -sicherheit I*	*1*					*4*	*6*								
DS2.02.	*Datenschutz und -sicherheit II*	*1*							*4*	*6*						
DS2.03.	*Datenschutz und -sicherheit III*	*1*									*4*	*6*				
3. Informationstechnologierecht															***12***	***18***
ITR3.01.	*Informationstechnologierecht I*	*1*	*4*	*6*												
ITR3.02.	*Informationstechnologierecht II*	*1*			*4*	*6*										
ITR3.03.	*Informationstechnologierecht III*	*1*					*4*	*6*								
4. Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht															***12***	***18***
GRU4.01.	*Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I*	*1*					*4*	*6*								
GRU4.02.	*Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II*	*1*							*4*	*6*						
GRU4.03.	*Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III*	*1*									*4*	*6*				
5. Medienwirtschaft															***18***	***27***
MW5.01.	*Medienwirtschaft I*	*1*	*4*	*6*												
MW5.02.	*Medienwirtschaft II*	*1*			*4*	*6*										
MW5.03.	*Recht und Videowirtschaft*	*1*									*6*	*9*				
MW5.04.	*Recht und Gameswirtschaft*	*1*											*4*	*6*		
Master-Thesis																**24**
MT01.	Master-Thesis													18		18
MT02.	Kolloquium													6		6
Σ SWS			**12**		**12**		**14**		**8**		**14**		**4**		**64**	
Σ Credit Points				**18**		**18**		**21**		**12**		**21**		**30**		**120**

5 Module

5.1 Medienrecht I

Modulnummer:	MR 1.01.
Modulbezeichnung:	Medienrecht I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (Wintersemester)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch M.A., LL.M.
Dozierende:	Dr. Frederik Ferreau, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Universität zu Köln Rainer Geritz, ehem. Senior Legal Counsel Content & Litigation Law, Axel Springer SE Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, TH Köln und Leiter Recht & Regulierung, game – Verband der Deutschen Games-Branche e.V. Prof. Dr. Stefan Sporn, Rechtsanwalt, Straßer Ventroni Freytag Rechtsanwälte RA Benjamin Wahlen, Legal Counsel, Electronic Arts GmbH
Learning Outcome:	Die Studierenden können • die unterschiedlichen Medien verfassungsrechtlich einordnen und kennen deren einfachgesetzliche Ausgestaltung ebenso wie den Regulierungsrahmen, indem sie intensive Gesetzes- und Fallstudien betreiben und erlernte Forschungsmethoden anwenden. Sie können darauf basierend die rechtlichen Risiken von medial verbreiteten Inhalten beurteilen, rechtliche Handlungsspielräume einschätzen, Lösungsvorschläge entwickeln und verantwortungsvolle Entscheidungen treffen. • streitige Rechtsfragen und Ansprüche im Bereich der Wort- und Bildberichterstattung (offline wie digital) unter Berücksichtigung der geltenden Medien- und Werteordnung abwägen, Empfehlungen erarbeiten und mit den zuständigen Regulierungsstellen erörtern.
Modulinhalte:	**Teil Prof. Dr. Hentsch** • Überblick über das gesamte Medienrecht; Medienverfassungsrecht **Teil Prof. Dr. Sporn:** • Rundfunkrecht nach Art. 5 Abs. 1 GG; Abgrenzung zu anderen Grundrechten. **Teil Dr. Ferreau** • Rechtsprechung des BVerfG; Medienrecht nach einfach gesetzlichen Vorgaben (Landespressegesetze, Medienstaatsvertrag und Landesmediengesetzen) • Medienstaatsvertrag: Rundfunkbegriff, Zulassung und Aufsicht, Werberegulierung, Recht der Telemedien, Plattform- und Intermediärsregulierung. • Duales System; Medienaufsicht durch die Landesmedienanstalten und Medienkonzentrationskontrolle durch die KEK **Teil Rainer Geritz** • Recht der Bildberichterstattung;

	Teil RA Wahlen • Recht der Wortberichterstattung
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftensammlung, 18. Auflage, 2023; Schwartmann, Schmid, Schulenberg, u.a. in Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Dörr/Schwartmann/Mühlenbeck, Medienrecht, 7. Auflage, 2023; Degenhart, Kommentierung zu Art. 5 GG in Bonner Kommentar zum Grundgesetz; Ricker/Weberling, Handbuch des Presserechts, 7. Auflage, 2021.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.2 Medienrecht II

Modulnummer:	MR 1.02.
Modulbezeichnung:	Medienrecht II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M.
Dozierende:	RA Jan Dombrowski, LL.M., Senior Regulatory Counsel bei Vodafone Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M.
Learning Outcome:	Die Studierenden • verstehen die technischen und ökonomischen Prinzipien der Telekommunikation, können regulatorische Eingriffe in ihrer Wirksamkeit und Berechtigung beurteilen und rechtliche Beratung anhand der prozessualen Besonderheiten des Regulierungsrechts strukturieren • sind in der Lage telekommunikationsrechtliche Sonderregelungen zur Frequenzverwaltung, Nummerierung und Wegerechte für die Lösung praktischer Fragestellungen zu nutzen • können die telekommunikationsspezifischen Kundenschutzvorschriften und die diesbezüglichen Vorgaben im Europäischen Recht zusammenführen und auf praktische Fälle anwenden sowie rechtsgestaltend einsetzen • können praktische Fälle aus dem Bereich des europäischen Medienrechts auf Grundlage des geltenden europäischen Rechtsrahmens einschätzen, Risiken präzise benennen, um eigenständig Lösungen zu formulieren, rechtsgestaltend tätig zu werden und/oder Stellungnahmen gegenüber Politik und Öffentlichkeit zu verfassen.
Modulinhalte:	**Teil Dombrowski:** Telekommunikationsrecht: Technik, Marktregulierung (Marktanalyseverfahren, Regulierungsverpflichtungen, Missbrauchsaufsicht, Rechtsschutz), Nummerierung, Rundfunk- und Frequenzregulierung, Verbraucherschutz, Kundenschutz und Universaldienst. Aufgaben und Funktion der Bundesnetzagentur). **Teil Prof. Dr. Hentsch:** Europäisches Medienrecht: Medienrecht nach EMRK; Europarechtliche Grundlagen des Medienrechts (Primärrechtliche Verankerung und Sekundärrechtliche Ausgestaltung, insb. AVMD-Richtlinie).

Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / Fallstudien in Gruppenarbeit sowie ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul Medienrecht I
Empfohlene Literatur:	Dörr/Schwartmann/Mühlenbeck, Medienrecht, 7. Auflage, 2023; Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Kühling/Bulowski/Schall, Telekommunikationsrecht, 3. Auflage 2023; Fink/Cole/Keber, Europäisches und Internationales Medienrecht, 2008.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.3 Medienrecht III

Modulnummer:	MR 1.03.
Modulbezeichnung:	Medienrecht III
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	3
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M.
Dozierende:	Michael Terhörst, Leiter des Referats Prüfstelle / gesetzlicher Jugendmedienschutz, Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz Dr. Markus Dinkelbach, Fachanwalt für Strafrecht, Gercke Wollschläger Kanzlei für Strafrecht
Learning Outcome:	Die Studierenden • können presserechtlich relevante Fragestellungen unter Berücksichtigung der ethischen Grundsätze prüfen und einschätzen. Sie kennen außerdem die im Presserecht geltenden Sicherungsmechanismen und sind damit in ihrem späteren Berufsleben in der Lage, Mandanten und/oder andere Interessengruppen zu beraten und gegebenenfalls, die notwendigen rechtlichen Schritte einzuleiten und zu verhandeln. • (Teil Dr. Dinkelbach) können Strafbarkeitsrisiken im Geschäftsalltag eines IT- oder Medienunternehmens identifizieren, indem sie die Prinzipien und Mechanismen des Straf- und Ordnungswidrigkeitsrechts auf Sachverhalte in der Medienwirtschaft anwenden. Das Erkennen von Risiken versetzt die Studierenden in die Lage, Lösungen zu erarbeiten oder unternehmensintern einzufordern.
Modulinhalte:	**Teil Terhörst:** Rechtlichen Grundlagen des Jugendschutzrechts, Regulierte Selbstregulierung, Bezüge des Medienrechts zu medienethischen Fragen; Verantwortung und Selbstkontrolle; Selbstkontrolleinrichtungen und -mechanismen; freiwillige Selbstkontrolle; Co-regulierte Selbstkontrolle im Jugendmedienschutz und Schutz der Menschenwürde nach dem JMStV, insbesondere Ineinandergreifen von staatlicher Aufsicht und Selbstregulierung; **Teil Dr. Dinkelbach:** Geltung deutschen Strafrechts im IT- und Medienkontext (§§ 3 ff. StGB), Implikationen des Allgemeinen Teils des Strafrechts im IT- und Medienkontext (Geltung deutschen Strafrechts, Vorsatz / Fahrlässigkeit, Täterschaft / Teilnahme, Sanktionen / Nebenfolgen für natürliche und juristische Personen etc.), Straftatbestände des Kern- und Nebenstrafrechts mit besonderer IT- und Medienrelevanz, strafprozessuale Besonderheiten im IT- und Medienkontext.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 45 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	2 SWS; 90 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	30 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	70 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: • Medienrecht I • Medienrecht II
Empfohlene Literatur:	Dörr/Schwartmann/Mühlenbeck, Medienrecht, 7. Auflage, C.F. Müller, 2023 Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftensammlung, 18. Auflage, 2023 Christian Schicha, Medienethik, utb 2019 Paschke/Berlit/Meyer/Kröner, Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht, 4. Aufl. 2021
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.4 Datenschutz und Datensicherheit I

Modulnummer:	DS 2.01.
Modulbezeichnung:	Datenschutz und Datensicherheit I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	1 Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Rolf Schwartmann
Dozierende:	Dr. Marek Steffen Jansen, LL.M., Rechtsanwalt, Kanzlei Dr. Jansen Harald Beck, Senior Attorney, Regnology FRR Germany GmbH Dr. Tobias Jacquemain, LL.M. wissenschaftlicher Referent bei der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V. (GDD) 1 SWS
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: • Die Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnik, insbesondere das Wesen von Informationen sowie die Signalübertragung und -verarbeitung, die allen Informationstechnologien zugrunde liegen und somit zur Basistechnik jedes Medienunternehmens gehören, zu verstehen und anzuwenden • die zugrundeliegenden theoretischen und technischen Voraussetzungen der Übertragungswege von Informationsübertragung und die Probleme und Risiken bei der Nutzung der einzelnen Übertragungswege zu verstehen. Sie übertragen die technischen Möglichkeiten und Anforderungen auf die rechtliche Gestaltung von Verträgen, Geschäftsmodellen und Sicherheitskonzepten, um damit prozessuale und rechtliche Steuerungselemente zu entwickeln und im Team umzusetzen. Die Studierenden können datenschutzrechtliche Regelungen anwenden und mit den täglich von ihnen genutzten Produkten und Dienstleistungen in Verbindung bringen sowie datenschutzrechtliche und datensicherheitstechnische Zusammenhänge und Zulässigkeiten erkennen, indem sie die relevanten Normen der DSGVO und des angepassten nationalen Datenschutzrechts kennenlernen, verstehen und anwenden können, um später beurteilen und entscheiden zu können, ob eine Verarbeitung personenbezogener Daten die Anforderungen des Datenschutzrechts erfüllt oder ob Anpassungen in der Praxis notwendig sind.

Modulinhalte:

Teil RA Beck:
Informationen und ihre Repräsentanten, Daten
Digitalisierung von Daten
- Grundlagen, Bits und Bytes
- Digitalisierung von Zahlen, Texten und Bildern
- Kodierung
- Digitalisierung von Tönen und Videos

Datenübertragung
- Übertragungswege
- Signale, Informationskodierung
- Absicherung der Datenübertragung (Paritätsprüfung u.ä.)

Netzwerke (LAN und WAN)
- Aufbau/Topologien lokaler und anderer Netze
- Paket- vs. Leitungsvermittlung
- Kommunikationsmodell
- Komponenten in Netzwerken (Switch, Router etc.)
- Wegfindung, Routing und Vermittlung
- VPN, NAT, DHCP, Sicherheit bei (privatem) Zugang ins Internet

Weitere Grundlagen des Internets
- Client-Server-Architektur
- Verschiedene Dienste im Internet wie DNS, SMTP
- Aufgaben und Funktionsweise eines Browsers
- Sicherheit durch Verschlüsselung, SSL etc.

Teil Dr. Jansen:

Einführung in das Datenschutzrecht

- Kundendatenschutz
- Datenschutzmanagement
- Accountability
- Aufbau und Organisationsanforderungen
- Datenschutz-Folgenabschätzung
- Dokumentation/Verfahrensverzeichnis
- Grundlagen des BDSG und DS-GVO
- Allgemeines zur Zulässigkeit personenbezogener Datenverarbeitung
- Spezielle Zulässigkeitsregelungen
- Informations- und Korrekturrechte
- Exkurs: Datensicherheit aus rechtlicher Sicht
- Die Kontrollen zur Gewährleistung des Datenschutzes

Teil Dr. Jacquemain LL.M.

• Vertiefung in das Datenschutzrecht + Datenschutz in der Anwendungspraxis

- (Kurze Wiederholung) Grundlagen des BDSG und DS-GVO
- Datenschutzmanagement
- Accountability
- Aufbau und Organisationsanforderungen
- Berufsfelder im Datenschutz
- Dokumentation/Verfahrensverzeichnis
- Die Kontrollen zur Gewährleistung des Datenschutzes

Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / Fallstudien in Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Präsentation/schriftliche Ausarbeitung: 50 % (Dr. Jacquemain) Klausur: 50% Dauer der Klausur: 45 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Meyer, Kommunikationstechnik, Konzepte der modernen Nachrichtenübertragung, 6. Auflage, 2019; Herter/Lörcher, Nachrichtentechnik, 9. Auflage, 2003; Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 3. Auflage 2024 Schwartmann/Jaspers, TTDSG, Heidelberger Kommentar, C.F. Müller, 1. Auflage, 2022 Dörr/Schwartmann/Mühlenbeck, Medienrecht, C. F. Müller, 7. Auflage, 2023
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.5 Datenschutz und Datensicherheit II

Modulnummer:	DS 2.02.
Modulbezeichnung:	Datenschutz und Datensicherheit II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Rolf Schwartmann
Dozierende	ORR'in Dr. Anne Brandenburg, BfDI Lucia Burkhardt, Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Forschungsstelle für Medienrecht, TH Köln Prof. Dr. Rainer W. Gerling, Stellvertretender Vorsitzender, Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V. (GDD) Sebastian Lottkus Referent, LDI NRW Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen Steve Ritter, Referatsleiter, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik
Learning Outcome:	Die Studierenden können • können datenschutzrechtliche Regelungen anwenden und mit den täglich von ihnen genutzten Produkten und Dienstleistungen in Verbindung bringen sowie datenschutzrechtliche und datensicherheitstechnische Zusammenhänge und Zulässigkeiten erkennen, indem sie die relevanten Normen der DSGVO und des angepassten nationalen Datenschutzrechts kennenlernen, verstehen und anwenden können, um später beurteilen und entscheiden zu können, ob eine Verarbeitung personenbezogener Daten die Anforderungen des Datenschutzrechts erfüllt oder ob Anpassungen in der Praxis notwendig sind • sind dazu in der Lage innerhalb von Unternehmen Abläufe auf die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen hin zu überwachen und notwendige Maßnahmen abzuleiten und zu entwickeln • die Bausteine der Informationssicherheit erläutern und die datenbasierte Organisation anhand der rechtlichen und technischen Anforderungen überprüfen und einordnen • Risiken analysieren und Lösungen entwickeln indem sie die Mechanismen auf die jeweiligen Sachverhalte anwenden. Teil Burkhardt

Modulinhalte:

Teil Dr. Brandenburg:

Formelle Datenschutzanforderungen

- Dokumentationspflicht/ Verfahrensverzeichnis/ Datenschutzfolgenabschätzung
- Datenschutz durch Technikgestaltung und datenschutzfreundliche Voreinstellungen
- Technisch-Organisatorischer Datenschutz, insbesondere
  - Spezifische Maßnahmen
    - Pseudonymisierung und Verschlüsselung
    - Dauerhafte Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit und Belastbarkeit
    - Wiederherstellung
    - Regelmäßige Überprüfung der Wirksamkeit
  - Beurteilung des angemessenen Schutzniveaus
- Protokollierung
- Zusammenarbeit mit der Datenschutzaufsichtsbehörde
- Konsultation der Datenschutzaufsichtsbehörde
- Notifizierungspflichten bei einer Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten

Teil Prof. Dr. Gerling:

IT-Sicherheit, Informationssicherheit und Datenschutz

- Grundlagen der Informationssicherheit
- Bausteine der Informationssicherheit

Anforderungen

- DS-GVO und BDSG
- ISO Normen
- BSI und Grundschutz
- Weitere Standards
- Technisch-organisatorische Maßnahmen (TOM)

Organisation der Informationssicherheit

- Organisation im Unternehmen
- Deming Kreis (PCDA) und die ständige Verbesserung
- Risikoanalyse und Kronjuwelen
- Grundlegende Dokumentation
- Meldepflichten und Vorfallsmanagement
- Awareness und Beschäftigte

Bausteine der technischen IT-Sicherheit

- Biometrie
- Chipkarten und Secure Hardware Token

Lösungen und Umsetzungen

- Backup
- Verschlüsselung im Einsatz
- Monitoring
- Patch Management
- Zugangssicherung und Authentisierung
- Anwendungssicherheit

Teil Ritter:

Rechtliche Vorgaben zur Informationssicherheit

- -NIS-Richtlinie (EU)
- · Rechtsakt zur Cybersicherheit (EU)
- · eIDAS Verordnung (EU)
- · BSI-Gesetz (D)
- · Geschäftsgeheimnisgesetz (D)
- · Onlinezugangsgesetz (D)
- · Sozialgesetzbuch V (D)
- · TKG und TTDSG (D)
- -Abgrenzung des BGB zu den öffentlich-rechtlichen Regelungen im Recht der Informationssicherheit

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Klausur: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit Selbststudium:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten) 135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Datenschutz und Datensicherheit I“
Empfohlene Literatur:	Kühling/Klar/Sackmann, Datenschutzrecht, 5. Auflage (2021) Laue/Nink/Kremer, Das neue Datenschutzrecht in der betrieblichen Praxis, 3. Auflage (2024) v. Lewinski/Rüpke/Eckhardt, Datenschutzrecht, 2. Auflage. 2022; Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 3. Auflage 2024 Schwartmann/Jaspers, TTDSG, Heidelberger Kommentar, C.F. Müller, 1. Auflage, 2022 Dörr/Schwartmann/Mühlenbeck, Medienrecht, C. F. Müller, 7. Auflage, 2023
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.6 Datenschutz und Datensicherheit III

Modulnummer:	DS 2.03.
Modulbezeichnung:	Datenschutz und Datensicherheit III
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Rolf Schwartmann
Dozierende:	Kristin Benedikt, Richterin am Verwaltungsgericht Regensburg. Isabelle Biallaß, Richterin am Amtsgericht und Leitung des Think Tanks Legal Tech und KI am Oberlandesgericht Köln Dr. Marek Steffen Jansen, LL.M., Rechtsanwalt. Kanzlei Dr. Jansen Rain Yvette Reif, LL.M., Geschäftsführerin der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit (GDD) Prof. Dr. Rolf Schwartmann, Leiter der Forschungsstelle für Medienrecht, TH Köln
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: Die datenschutzrelevanten Implikationen von Online Marketing Tools zu beurteilen, indem sie sich mit den einschlägigen datenschutzrechtlichen Rechtsvorschriften und mit unterschiedlichen datengetriebenen Geschäftsmodellen auseinandersetzen, um später ein wirksames Datenschutzmanagement und ein dem Risiko angemessenes Schutzniveau durch Implikationen rechtlicher, technischer und organisatorischer Art abzustimmen
Modulinhalte:	**Teil Ri'inVG Benedikt:** Datenschutzaufsicht und Rechtsprechung **Teil Ri'inAG Biallaß:** Legal Tech und KI • Geschichte der Künstlichen Intelligenz • Überblick über die eingesetzte Technik • Künstliche Intelligenz im juristischen Kontext • Überblick über Blockchain und Smart Contracts • Signaturen i.S.d. eIDAS-VO • Überblick über den elektronischen Rechtsverkehr und die elektronische Akte

- Begriffsbestimmung Legal Tech
- Legal-Tech-Unternehmen
- Einsatz in der Kanzlei
- Chancen durch Legal Tech für die Justiz

Teil Dr. Jansen, LL.M.:

Europäische Datenschutzpolitik und unternehmerische Strategie

- Datenschutzpolitik als Wettbewerbsfaktor im digitalen Binnenmarkt
- Analyse von datenschutzrechtlichen Implikationen auf das Unternehmen
- Datenschutz-Strategie und Business-Strategie
- Stakeholder-Management und politische Kommunikation im Datenschutz

Teil RAin Reif, LL.M.

- Rechtliche Grundlagen: DS-GVO, ePrivacy-Richtlinie und geplante ePrivacy-Verordnung, BDSG, TTDSG
- Verhältnis der bestehenden Regelungen untereinander
- Funktionsweise von und technische Erläuterungen zu Websites und Apps
- Zugriff auf und Speicherung von Information auf Endgeräten (Schutz der Integrität des Endgeräts); Tracking und Targeting
- Datenschutzrechtliche Rollen der Beteiligten: (Gemeinsame) Verantwortliche und Auftragsverarbeiter
- Erlaubnistatbestände für stattfindende personenbezogene Datenverarbeitungen (Datenschutz), z.B.
    - Bereitstellung und Durchführung des Dienstes
    - ggf. Abrechnung
    - Werbung und Werbefinanzierung
    - bedarfsgerechte Gestaltung und Reichweitenmessung (Analytics)
    - Sicherheit der Website bzw. App
- Einwilligung, Bannergestaltung und PIMS
- Drittlandtransfer

Teil Prof. Dr. Rolf Schwartmann:

Europäische Datenschutzpolitik

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht; Übungen zur Anwendung des Gelernten
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit):	4 SWS 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module Datenschutz und Datensicherheit I und II
Empfohlene Literatur:	v. Lewinski/Rüpke/Eckhardt, Datenschutzrecht, 2. Auflage, 2022; Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 3. Auflage 2024 Schwartmann, Rolf/Reif,Yvette/Benedikt,Kristin (Hrsg.) - Handbuch Datenschutz im Internet, C.H.Beck, München (erscheint vrsl. 2024). Schwartmann, Rolf/Jaspers, Andreas/Eckhardt, Jens (Hrsg.) - Heidelberger Kommentar zum Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz, C.F. Müller, Heidelberg 2022.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.7 Informationstechnologierecht I

Modulnummer:	ITR 3.01.
Modulbezeichnung:	Informationstechnologierecht I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	1 Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen
Dozierende:	RA Prof. Klaus Gennen

Learning Outcome:	Mit Beendigung des Moduls können die Studierenden:
	• IT-Projekte in ihrem grundlegenden Ablauf verstehen, typische Probleme in IT-Projekten identifizieren und in ihrer unterschiedlichen Bedeutung für das jeweilige Projekt differenzieren,
	• verschiedene Projektvorgehensmethoden unterscheiden, rechtlich einordnen und beurteilen,
	• urheberrechtlich relevante Bezüge zum Softwarevertrags-/Datenbank-/Patentrecht herstellen, Klauseln über Nutzungsrechte in Softwareerstellungs- und -nutzungsverträgen bewerten und entwerfen,
	• Grundzüge des Vertragsrechts der Informationstechnologien gebrauchen und die geltenden entsprechenden Vorschriften anwenden sowie vertragliche Lösungen für typische Problemstellungen aus Sicht der jeweiligen Vertragspartei (Kunden-/Anbieterseite) beurteilen und entwickeln, bezogen auf die Anwendungsfälle:
	  • Verträge über die Beschaffung sowie die Wartung von Hardware,
	  • Verträge über die Beschaffung sowie die Pflege von Software.

Modulinhalte:	• Aufsetzen und Steuerung von IT-Projekten, Projektarten • Projektvorgehensmethoden • Rechtsschutz für Software (Urheberrecht, Patentrecht) und Datenbanken • Open Source Software • Verträge über Erwerb und Nutzung von Software (Standardsoftware, Modifikation von Standardsoftware, Erstellung von Individualsoftware) sowie Pflege von Software • Rechtsfragen bei der Beschaffung von Hardware (Kauf, Miete, Leasing) und bei der Wartung von Hardware • Vertragsgestaltung in der Praxis: Verträge in der Planungsphase von IT-Projekten, IT-Projektverträge

Lehr- und Lernmethoden:	Dozentenvortrag, Lösung von Übungsfällen / Fallstudien, z.T. in Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bs 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Gennen, „IT-Recht, IT-Vertragsrecht“ in Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Schneider/Graf von Westphalen, Software-Erstellungsverträge, 2. Auflage 2014; Redeker, Handbuch der IT-Verträge, 51. Aktualisierung 2023; Intveen/Gennen/Karger, Handbuch des Softwarerechts, 2018; Gennen/Völkel: Das Recht der IT-Verträge, 2009;
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.8 Informationstechnologierecht II

Modulnummer:	ITR3.02.
Modulbezeichnung:	Informationstechnologierecht II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen
Dozierende:	RA Prof. Klaus Gennen
Learning Outcome:	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in Bezug auf die u.a. Vertragstypen in der Lage: • die Anforderungen für verschiedene Formen von Outsourcing-Verträgen zu strukturieren und notwendige Inhalte zu erkennen und zu bewerten, • den Einfluss regulatorischer Vorschriften auf Verträge im Bereich IT (einschl. Auslagerung/Ausgliederung) zu bewerten und die notwendigen vertraglichen Regelungen zu entwerfen, • das Internetvertragsrecht anzuwenden und Verträge im Zusammenhang mit diesem zu erfassen und zu überprüfen, • Vertragsklauseln in verschiedenen Arten von IT-Verträgen mit Internetbezug rechtlich zu bewerten, Risiken aus solchen Verträgen abzuschätzen und selbst Klauseln zur Regelung solcher Risiken zu entwerfen.
Modulinhalte:	General-/Subunternehmerverträge, Rahmenverträge, Rechenzentrumsverträge, Outsourcing-/ Backsourcingverträge, Hard-/Softwarevertriebsverträge, Großhändlerverträge, OEM-Gestaltungen, Quellcodehinterlegung/Escrow, regulatorische Vorschriften für den Betrieb von IT; ISP-Vertrag, ASP/XaaS; Informationshandel über Online-Datenbanken, Vertrag über Webdesign, Vertrag über den Erwerb von Rechten an Webcontent.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Lösung von Übungsfällen / Fallstudien, z.T. in Gruppenarbeit

Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Informationstechnologierecht I“
Empfohlene Literatur:	Köhler/Fetzer, Recht des Internet, 8. Auflage, 2016; Gennen/Völkel, Das Recht der IT-Verträge, 2009; Gennen, Gennen u.a. in Schwartmann (Hrsg.): Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Bräutigam, IT-Outsourcing, 4. Auflage 2019.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.9 Informationstechnologierecht III

Modulnummer:	ITR 3.03.
Modulbezeichnung:	Informationstechnologierecht III
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WiSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WiSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen
Dozierende:	RA Prof. Klaus Gennen
Learning Outcome:	**Teil Prof. Gennen:** Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: **IT-Projekt:** • das theoretisch und fachmethodisch im ersten und zweiten Semester (Informationstechnologierecht I und II) erlernte Wissen auf ein konkretes Projektthema anzuwenden, die unterschiedlichen Interessenlagen der Vertragsparteien herauszuarbeiten und in ihrer Bedeutung für das Projekt zu ermitteln, • eigenverantwortlich und im Team rechtliche Themenstellungen im Zusammenhang mit Vertragsverhandlung und -gestaltung zu bearbeiten, d.h. die rechtlichen Aspekte eines IT-Projekts zu analysieren, zu beurteilen und schriftlich und mündlich zu verhandeln und damit einen Vertragsentwurf (Rohzustand) zu entwickeln, • für einzelne, für das Projekt wesentliche Themenbereiche Inhalte zu den notwendigen Vertragsklauseln zu bestimmen und die Klauseln zu entwerfen. **Medienarbeitsrecht:** • die für das IT- und Medienrecht relevanten Bezüge des Rechts der Beschäftigung, insbesondere des Arbeitsrechts, in IT- und Medienunternehmen benennen, arbeits-, sozial- und steuerrechtlich verschiedene Möglichkeiten der Beschäftigung bewerten, • kollektivrechtliche Bezüge/Auswirkungen auf Tendenzbetriebe und tarifvertragliche Bestandteile für Medienschaffende beurteilen, die für das IT- und Medienrecht wichtigen Bezüge des Schutzes schöpferischer Leistungen im Beschäftigungs- bzw. Arbeitsverhältnis bestimmen, insbes. im Arbeitnehmerurheberrecht und Arbeitnehmererfinderrecht, insoweit Gemeinsamkeiten und Unterschiede in verschiedenen Schutzstatuten erkennen, die Auswirkungen für die Vertragsgestaltung im Arbeitsverhältnis bewerten und eigene Klauseln zu Rechten an Arbeitsergebnissen entwerfen,

Modulinhalte:	**IT-Projekt:** • Die Studierenden erhalten einen vorgegebenen Sachverhalt in einem IT-Projekt zur Kenntnis, gemäß dem in dem IT-Projekt an vier bis fünf halben Tagen (Blöcken) Vertragsunterlagen zu strukturieren und zu verhandeln sind. • Die Studierenden werden in Gruppen (Anzahl je nach Teilnehmerzahl) aufgeteilt und sollen für den Lieferanten einerseits und den Kunden andererseits Verhandlungen über die rechtlichen und (soweit für die Studierenden nachvollziehbar) fachlichen Aspekte des IT-Projekts durchführen. **Medienarbeitsrecht** (jeweils mit Bezug nur zu IT- und Medienunternehmen): • arbeitsrechtlicher Begriff des Arbeitnehmers/Abgrenzung zu anderen Personengruppen, arbeits-, sozialversicherungs- und steuerrechtlicher Status von Mitarbeitern, sozialversicherungsrechtliche Einordnung von Mitarbeitern, Grundzüge der Künstler-sozialversicherung, steuerrechtliche Behandlung von Mitarbeitern, Befristung von Arbeitsverhältnissen, Auswirkungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) auf Medienunternehmen, Beendigung von Mitarbeiterverträgen, Betriebsverfassungsrecht (§ 118 BetrVG), Tarifvertrags-recht, Tarifverträge für Medienunternehmen (z.B. Tarifvertrag für Film- und Fernsehschaffende), Schutz von schöpferischen Leistungen im Arbeitsverhältnis (Arbeitnehmerurheber- und –erfinderrecht)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht Verhandlungsworkshop – Studierende verhandeln in Gruppen in unterschiedlichen Rollen über ein IT-Projekt
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: • „Informationstechnologierecht I und II“
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.10 Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I

Modulnummer:	GRU4.01.
Modulbezeichnung:	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M. A., LL.M
Dozierende:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M. A., LL.M. RA Dr. Thorsten Schaefer, Head of Data & IP, Axel Springer SE RA Sebastian Scholl, Senior European Legal Advisor, Nintendo
Learning Outcome	Die Studierenden: • erwerben spezialisiertes, wissenschaftlich fundiertes und forschungsbasiertes juristisches Fach- und Methodenwissen im Urheber- und Markenrecht • erfassen Sachverhalte in den verschiedenen Anwendungsfeldern des Urheber-, und Markenrechts und analysieren sie unter Heranziehung der rechtlichen Grundsätze • entwickeln selbstständig neue rechtliche Fragestellungen und können eigenverantwortlich, strukturiert und ergebnisorientiert Lösungen formulieren • sind der Lage die Folgen von Entscheidungen abzuwägen, präzise zu benennen und diplomatisch unter Berücksichtigung der kennengelernten Strukturen und Mechanismen zu verhandeln
Modulinhalte:	**Urheberrecht**: Werk als Schutzobjekt des Urheberrechts; Urheber als Schutzsubjekt, Inhalte des Urheberrechts, Leistungsschutzrechte, Verwertung des Urheberrechts, Vergütungen des Urhebers; Kollektive Rechtewahrnehmung, Urheberrechtliche Ansprüche und Haftung **Markenrecht**: Marken, Markenschutz, Schutzinhalt der Marke; geschäftliche Bezeichnungen, geographische Herkunftsangaben, sonstige Rechte; kennzeichenrechtliche Ansprüche

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Eckardt/Klett/Schwartmann/Jung (Hrsg.) Wettbewerbsrecht, Urheberrecht und Gewerblicher Rechtsschutz, Vorschriftensammlung, 7. Auflage, 2023; Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Schwartmann/Hentsch, Falltraining im Urheberrecht, 2017; Dreyer/Kotthoff/Meckel/Hentsch, Urheberrecht, 5. Auflage, 2024; Eisenmann/Jautz/Wechsler, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 11. Auflage, 2022; Lutz, Grundriss des Urheberrechts, 3. Auflage, 2018; Berlit, Markenrecht, 11. Auflage, 2019.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.11 Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II

Modulnummer:	GRU4.02.
Modulbezeichnung:	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Klaus Gennen
Dozierende:	Dirk Büch, Richter am OLG Köln Dr. Christian Hoppe, Richter am OLG Dr. Carsten Föhlisch, VP Legal, Prokurist, Rechtsanwalt, Trusted Shops SE RA Dr. Prof. Ingo Jung, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtschutz, CBH Rechtsanwälte RAin Nadja Siebertz, Fachanwältin für Gewerblichen Rechtschutz, CBH Rechtsanwälte
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: • Chancen und Risiken von Werbemaßmaßnahmen gegeneinander abzuwägen, die eigenen und fremden Marketingstrategien mit Blick auf die rechtliche Zulässigkeit zu überwachen und gegebenenfalls Handlungsbedarf abzuleiten, indem sie sich mit den Vorschriften aus dem Bereich des Wettbewerbs- und Werberechts auseinandersetzen und die ergangene Rechtsprechung reflektieren, um später im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit als Bindeglied zwischen den zuständigen Fachabteilungen bei der Einführung von neuen Produkten zu beraten und Lösungen zu entwickeln. • unter Anwendung der einschlägigen Vorschriften aus dem BGB, UWG und der Zivilprozessordnung sowie der gängigen Rechtsprechung Erfolgsaussichten und Risiken eines gerichtlichen Verfahrens einzuschätzen und notwendige rechtliche Schritte einzuleiten, um später Wettbewerbsprozesse steuern zu können. • können die rechtlichen Voraussetzungen bei der Planung, Umsetzung und dem Betrieb von Web-Shops zusammenstellen und beurteilen, indem sie anhand von Fallbearbeitungen unter Anwendung der einschlägigen Rechtsvorschriften aus dem Zivil- und Datenschutzrechts sowie dem Gewerblichen Rechtschutz die Voraussetzungen und mögliche Risiken erfassen und überprüfen, um später in interdisziplinärer Zusammenarbeit mit den betroffenen Fachbereichen bei den rechtlichen, strategischen und operativen Themen zu beraten.

Modulinhalte:	**Teil Büch/Dr. Hoppe** Wettbewerbverfahrensrecht **Teil Dr. Föhlisch** E-Commerce-Recht, u.a. Fernabsatzrecht, Preisangaben- und Telemedienrecht, Informationspflichten im E-Commerce, § 7 UWG **Teil Prof. Dr. Jung und Siebertz** • Einführung in das UWG Darstellung relevanter Werbeformen, Zusammenspiel UWG und Richtlinie unlautere Geschäftspraktiken, Nebengesetze HWG, Health Claims VO etc.; Anwendungsbereiche B2B und B2C • Materielles Wettbewerbsrecht: Unlautere Wettbewerbshandlungen nach dem UWG, Formen der Unlauterkeit, aggressive Geschäftspraktiken, irreführende Geschäftspraktiken, vergleichende Werbung, Anwendungsfälle der §§ 1-6 UWG • Werberecht: Sales Promotion; Verkaufsförderungsmaßnahmen und Gewinnspiele, Ansprache spezieller Verbraucherkreise, Werbung gegenüber Kindern und Jugendlichen, Jugendmedienschutz; Medienspezifische Regelungen im Wettbewerbsrecht; Schleichwerbung (Influencer Marketing & Co.); Werbung im Internet; Instrumente der Selbstregulierung (Werberat)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen/Fallstudien in Gruppenarbeit sowie ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module • „Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I“ • „Datenschutz und Datensicherheit I und II“
Empfohlene Literatur:	Eckardt/Klett/Schwartmann/Jung (Hrsg.), Wettbewerbsrecht, Urheberrecht und Gewerblicher Rechtsschutz, Vorschriftensammlung, 7. Auflage, 2023; Dreher/Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 12. Auflage, 2023; Eckardt, u.a. in Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 4. Auflage 2019; Schwartmann, Jaspers, Thüsing, Kugelmann (Hrsg, Kommentar zur Datenschutzgrundverordnung/Bundesdatenschutz, 3. Auflage 2024.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.12 Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III

Modulnummer:	GRU4.03.
Modulbezeichnung:	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch M.A., LL.M.
Dozierende:	Susanne Barwick, LL.M. Rechtsanwältin, Stellvertretende Justiziarin, Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch M.A., LL.M., Professor für Urheber- und Medienrecht an der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, TH Köln und Leiter Recht & Regulierung bei game – Verband der Deutschen Games-Branche e.V. Dr. Josef Limper, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und für Steuerrecht, Mediator, LST Rechtsanwälte Partnerschaft mbB Dr. Christina Oelke, Rechtsanwältin (Syndikusrechtsanwältin) / Lawyer, Senior Legal Counsel, Stellvertretende Justiziarin / Deputy Legal Counsel, VAUNET - Verband Privater Medien e. V Dr. Frauke Schmid-Petersen, Senior Counsel Legal & Business Affairs bei Warner Bros. International Television Production Deutschland GmbH
Learning Outcome:	Die Studierenden können • Fragen im Lizenz-, Urheberrecht, Veranstaltungs- und Verlagsrecht eigenständig bearbeiten, indem sie sich mit den relevanten geltenden Rechtsvorschriften aus dem Wirtschaftsvertrags-, dem Lizenz- und Urheber- sowie dem Verlagsrecht auseinandersetzen, diese verstehen und anwenden, um später Schritte zur Rechteklärung und zum Rechteerwerb einzuleiten und entsprechende Verträge aufzusetzen und zu verhandeln. • Kartellrechtliche Fragestellungen zu beantworten, indem sie die zugrundeliegenden rechtlichen Vorschriften und Theorien auf Fallbeispiele anwenden und auslegen, um bei dem Entwurf, der Prüfung und Kommentierung von Verträgen in kartellrechtlicher Hinsicht unterstützen zu können.

Modulinhalte:	**Teil Barwick** Verlagsrecht, Verlagsvertrag und verlagstypische Lizenzverträge, angemessene Vergütung im Verlagsbereich, VG WORT, Rechtevergabe bei digitalen Publikationen **Teil Prof. Dr. Hentsch:** Plattformhaftung **Teil Dr. Limper:** Urheberrechtliche Leistungsschutzrechte am Beispiel der Musik (u.a. Rechts- und Vertragsbeziehungen bei Aufnahme von Musik und deren Verwertung, Musikverlagsrecht) **Teil Dr. Oelke:** Kartellrecht: Bedeutung der Kartellbehörden in der Medienwirtschaft; Regelungsgegenstand des Kartellrechts nach dem GWB; Verbot wettbewerbsbeschränkender Verträge und abgestimmter Verhaltensweisen zwischen Wettbewerbern; Generelles Kartellverbot und Ausnahmen; (Besondere) Missbrauchsaufsicht, Fusionskontrolle, Kartellordnungswidrigkeiten und deren Verfolgung, Rechtsschutz; Abgrenzung zum Medienkonzentrationsrecht; Europäisches Kartellrecht/DMA **Teil Dr. Schmid-Petersen:** • Erst-/ Zweit- und Nebenverwertung von TV- Produktionen, Auftrags-/ Lizenzproduktion • Lizenzrechtliche Fragestellungen, Formatschutz und Nutzungsrechte
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I und II“
Empfohlene Literatur:	Menche, Urheber- und Verlagsrecht, 2. Auflage 2020 Wegner/Wallenfels/Kaboth, Recht im Verlag, 2. Auflage 2011 Dörr/Schwartmann/Mühlenbeck, Medienrecht, 7. Auflage, 2023; Bießmann, u.a. in Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018. Theilmann, Medienwirtschaft und Kartellrecht: Der Begriff des relevanten Marktes im deutschen und europäischen Medienkartellrecht, 2007; Trafkowski, Medienkartellrecht, 2001; Boege/Doetz/Dörr/Schwartmann (Hrsg.), Wieviel Macht verträgt die Vielfalt – Möglichkeiten und Grenzen von Medienfusionen, 2007; Dreher / Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 12. Aufl.2023 Emmerich, Kartellrecht, 15. Auflage, 2021 Faull/Nikpay, The EU Law of Competition, 3. Auflage 2014; Bechtold/Bosch, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB, 11. Auflage 2024

	Bien/Käseberg/Klumpe/Körber/Ost, Die 10. GWB-Novelle, 1. Auflage 2021 Bunte, Kartellrecht, Bd. 1 Deutsches Kartellrecht, Bd. 2 Europäisches Kartellrecht, 14. Auflage, 2021 Bechtold / Bosch / Brinker, EU-Kartellrecht: EU-KartellR, 4. Aufl. 2023 Säcker/Wolf, Kartellrecht in Fällen, 2010 (Neuauflage erscheint im April 2025).
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.13 Medienwirtschaft I

Modulnummer:	MW 5.01.
Modulbezeichnung:	Medienwirtschaft I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Klaus Böhm, Leiter Media, Deloitte Consulting GmbH (2 SWS) Professor Dr. Christian Zabel, TH Köln (2 SWS)
Learning Outcome:	**1. Teil - Klaus Böhm** Die Studierenden verstehen mikroökonomische Grundlagen des Medienmarktes, indem sie empirische und anwendungsorientierte Analysen von Konsum- und Unternehmensentscheidungen, Unternehmensumfeld und Unternehmensperformance erarbeiten und auswerten und die Spezifika unterschiedlicher Mediengüter charakterisieren, um die Handlungsmöglichkeiten im Medienunternehmen zu evaluieren und Handlungsempfehlungen aufzuzeigen. **2. Teil - Medienökonomie, Prof. Dr. Zabel** Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage zentrale Elemente von Medienproduktion, Mediaplanung und -finanzierung zu erfassen und den ökonomischen und publizistischen Wettbewerb in zentralen Medienmärkten konzeptgestützt zu untersuchen und zu bewerten, • indem sie die besonderen Eigenschaften von Mediengütern und daraus resultierende medienökonomische Effekte erfassen und • das theoretisch und fachmethodisch erlernte Wissen auf ein konkretes Projektthema anwenden, um bei der Beratung und Überwachung von Unternehmensprozessen und –produkten die ökonomischen Herausforderungen und Risiken mit den rechtlichen beurteilen und interdisziplinär moderieren zu können.
Modulinhalte:	**1. Teil - Klaus Böhm** • Der Medienmarkt • Grundlagen

	• Führung und strategisches Management • Konstitutive Unternehmensentscheidungen • Marketing • Organisation • Investition und Finanzierung • Beschaffung und Produktion • Medienwirtschaftliche Fallstudie **2. Teil - Medienökonomie, Prof. Dr. Zabel** • Eigenschaften von Mediengütern • Analyserahmen für Medienmärkte, Effekte der Konzentration in Medienmärkten • Grundlagen der Medienfinanzierung • Volkswirtschaftliche Betrachtung der Wertschöpfungsstufen der Mediaplanung, Medienproduktion, Mediennutzung • Entwicklung digitaler Medien
Lehr- und Lernmethoden:	Einführende Vorlesungen zu jedem Thema. Erarbeitung und Vorstellung empirischer Analysen in Gruppenarbeit zu jedem Thema. Analyse und Diskussion von Fallstudien zu jedem Thema - Problemorientiertes Lernen
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Schierenbeck/Wöhle: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., München/Wien 2016 Schumann, M. / Hess, T.: Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung. 5. Aufl., Berlin 2014 Thommen, J.-P. / Achleitner, A.-C.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 10. Aufl., Wiesbaden 2023 Wirtz, B. W.: Medien- und Internetmanagement, 11. Aufl., Wiesbaden 2023 Ergänzende Literatur: Bea, F.X. / Dichtl, E. / Schweitzer, M.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre; Band 1: Grundfragen, 10. Aufl., Stuttgart 2009; Band 2: Führung, 10. Aufl., Stuttgart 2011; Band 3: Leistungsprozeß, 9. Aufl., Stuttgart 2006 Clement, R. / Schreiber, D.: Internet-Ökonomie. Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft, 4. Aufl., Berlin, Heidelberg 2019 Dewenter, R. / Rösch, J.: Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte. Eine wettbewerbsökonomische Betrachtung aus Sicht der Theorie der zweiseitigen Märkte, Wiesbaden 2014 Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl., München 2023 Teil Medienökonomie: Gläser, Martin, Medienmanagement, 4. Aufl., Vahlen, München 2021.

	Heinrich, Jürgen, Medienökonomie, Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt, 3. Aufl., Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2010. Heinrich, Jürgen, Medienökonomie, Band 2: Hörfunk und Fernsehen, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 1999. Kiefer, Marie Luise; Steininger, Christian Medienökonomik, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 3. Aufl., München 2013. Schumann, Matthias; Hess, Thomas, Grundfragen der Medienwirtschaft, 6. Aufl., Springer Verlag, Berlin et al. 2016. Von Rimscha, Björn; Siegert, Gabriele, Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung. Springer VS, Wiesbaden 2015.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	Es werden Gastvorträge zum Thema „Digitale Transformation von Presseverlagen“ gehalten.
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.14 Medienwirtschaft II

Modulnummer:	MW5.02.
Modulbezeichnung:	Medienwirtschaft II
Art des Moduls:	Seminar
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Prof. Dr. Christian Zabel
Learning Outcome:	Die Studierenden kennen die zentralen Konzepte der Digitalisierung und des digitalen Wettbewerbs in der Medienbranche. Die Studierenden sind in der Lage, anhand der fünf zentralen Handlungsfelder Strategie, Produkt/Leistung, Führung, Organisation und Kultur den Stand der Digitalisierung in Medienunternehmen zu beschreiben. Sie können das Zusammenspiel der einzelnen Faktoren in konkreten Fallbeispielen analysieren und bewerten, um Handlungsbedarfe abzuleiten. Damit sind sie später in der Lage, ein Vorgehen für Digitalisierungs- und Transformationsprozesse zu entwickeln und in der Umsetzung zu begleiten.
Modulinhalte:	Grundlagen der Digitalisierung und Innovationsökonomie (2 Sitzungen) technologische & ökonomische Kernbegriffe ökonomische Effekte der Digitalisierung auf Medienunternehmen und Wettbewerb (Medienkonvergenz,Veränderungen in der Wertschöpfungskette) Strategien im digitalen Wettbewerb (3 Sitzungen) Strategische Anworten auf den technologischen Wandel Digitale Geschäftsmodelle, Service Dominant Logic Entwicklung von Strategien (u.a. Blue Ocean Strategy) Wertschöpfungssysteme Plattformgeschäftsmodelle Innovation und Kreativität (2 Sitzungen) Kreativität in Medienunternehmen Entwicklung von Medienprodukten: Value Proposition Design, Integrierte Usability & Produkt Konzeption, Design Thinking Organisation der Digitalisierung (2 Sitzungen)

	Gestaltung & Agilisierung digitaler Prozesse Agilisierung von Unternehmensstrukturen (Kooperationen, Netzwerke, Open Innovation) Digitalisierungsstrategien von Medienunternehmen (3 Sitzungen) Change-Prozesse in Medienunternehmen und unterschiedliche Kulturen (Newsroom vs. Management) Steuerung multimedialer Produktportfolios Strategische Diversifikation Fallstudien zum multimedialen Produzieren, Online-Video-Markt, Digital Publishing
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien zu konkreten Unternehmensfällen,
Prüfungsformen:	70% mündlicher Beitrag und 30% Hausarbeit (Die Modulprüfung wird nur im Sommersemester angeboten)
Workload (30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Medienwirtschaft I“
Empfohlene Literatur:	Küng, Lucy (2017): Strategic Management in the Media. 2.A. London: Sage Bharat Anand (2016): The Content Trap. New York: Random House
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	Literatur und Fallstudien in englischer Sprache Zu ausgewählten Themen werden Experten aus der Praxis eingeladen.
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.15 Recht und Videowirtschaft

Modulnummer:	MW 5.03.
Modulbezeichnung:	Recht und Videowirtschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	9
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, MA., LL.M.
Dozierende:	Prof. Dr. Stefan Sporn u.a.
Learning Outcome:	Die Studierenden gewinnen Einblicke und teilweise vertiefte Kenntnisse in die Modulinhalte, in dem sie praktische Übungen in Einzel- und Teamarbeit erledigen, TV-Produktionsstätten besuchen und dort zum Teil auch selbst praktisch Rollen übernehmen, um nach Abschluss des Moduls die wichtigsten Grundlagen für einen potentiellen Einstieg in einer der Handlungsfelder des Studiengangs zu haben und Projekte als Bindeglied zwischen Fachabteilungen unter Anwendung ihres interdisziplinierten Wissens moderieren zu können. Im Einzelnen: • Die Teilnehmer erfahren die Grundlagen der Programmplanung durch zunächst eine theoretische Einführung, um dann anhand von Titellisten und Planungstools in praktischer Anwendung des zuvor Erlernten die Programmplanung in Teamarbeit zu simulieren, um zu einem vertieften und bereits praktisch erfahrenen Verständnis der Herausforderungen der Programmplanung zu gelangen und um entsprechende Entscheidungen nachvollziehen und selbst umsetzen zu können. • Sie erfahren die wichtigsten juristischen Rahmenbedingungen für die Veranstaltung von TV-Sendern hinsichtlich der Themen Jugendschutz, Recht der Bildberichterstattung, der Medienregulierung/-lobbying, Rechtehandel durch Vorträge und Präsentationen, auf Basis derer sie die juristischen Grenzen und Möglichkeiten von TV-Sendern verstehen, bewerten und ggf. zukünftige Kollegen beraten können. • Sie lernen anhand einer Präsentation die Rahmenbedingungen und Kriterien für den Programmerwerb und die Programmentwicklung und die relevanten Elemente und sind nach Abschluss in der Lage, anhand von Produktionsvertragsmustern eigene Einschätzungen für die Realisierbarkeit von Produktionen vorzunehmen und diese mitzugestalten. • Sie erlernen die Grundlagen der Werbevermarktung anhand von Präsentationen und Beispielen. In Team- und Einzelarbeit wenden sie das Erlernte an und reflektieren es, um Verständnis und Zusammenhänge zu vertiefen. Im Ergebnis

	sind die Teilnehmer befähigt, die Grundlagen der Werbevermarktung anzuwenden und Werbemaßnahmen mit zu kreieren und zu steuern.
Modulinhalte:	Einblick in das relevante Recht und die Fernseh-/Videowirtschaft (u. a. Rechtsrahmen, Player, Handelsplätze und Wechsel-Beziehungen) • Programmentwicklung/-produktion • Fiktionale Produktion • Signalübertragung • Werbung/Vermarktung • KI Projekt • Der Rechte- und Lizenzerwerb inklusive Nebenrechten • Jugendschutz, • Äußerungsrecht/Presserecht • Titelschutz/Markenrecht • Medienforschung • Grundzüge und Besonderheiten beim Programm-Controlling • Medienpolitik/Lobbying • Data • Streaming-Business • Metadaten
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht Einzelvorträge Gruppenarbeiten
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	6 SWS; 270 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	90 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	202 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module • „Medienrecht I, II und III“ • „Datenschutz I und II“ • „Medienwirtschaft I und II“
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Dieses Modul steht unter der Koordination von Herrn RA Prof. Dr. Sporn. Die Materie wird von Praktikern aus der TV/Film und Streamingbranche vermittelt und findet u.a. bei RTL und beim WDR statt.
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.16 Recht und Gameswirtschaft

Modulnummer:	MW5.04.
Modulbezeichnung:	Recht und Gameswirtschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, MA., LL.M.
Dozierende:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, MA., LL.M., RA Konstantin Ewald, Osborne Clark Zoran Roso, Berater, Freelancer Lukas Galinski M.Sc., Sustainability & Non-Profit Development, INSTINCT3 GmbH Lorenzo v. Petersdorff, Stellvertretender Geschäftsführer Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle, USK RA Philipp Sümmermann, LL.M., Osborne Clark u.a.
Learning Outcome:	Die Studierenden gewinnen Einblicke und teilweise vertiefte Kenntnisse in die Modulinhalte, in dem sie praktische Übungen in Einzel- und Teamarbeit erledigen, u.a. Hersteller und Publisher von Computer- und Videospielen besuchen und dort zum Teil auch selbst praktisch Rollen übernehmen, um nach Abschluss des Moduls die wichtigsten Grundlagen für einen potentiellen Einstieg in einer der Handlungsfelder des Studiengangs zu haben und Projekte als Bindeglied zwischen Fachabteilungen unter Anwendung ihres interdisziplinierten Wissens moderieren zu können. Im Einzelnen: • Die Teilnehmer erfahren die Grundlagen der Computerspieleentwicklung, des Publishings, des Vertriebs und des Marketings von Games durch zunächst eine theoretische Einführung, um dann anhand von Praxisbeispielen und use cases in praktischer Anwendung des zuvor Erlernten insbesondere Marketingmaßnahmen wie Esport, Let's Plays und Social Advertising zu simulieren, um zu einem vertieften und bereits praktisch erfahrenen Verständnis der Herausforderungen der Games-Wirtschaft zu gelangen und um entsprechende Entscheidungen nachvollziehen und selbst umsetzen oder in andere Branchen übersetzen zu können. • Sie erfahren die wichtigsten juristischen Rahmenbedingungen für die Produktion und Lokalisierung hinsichtlich der Themen Urheberrecht, Verbraucherschutz, Da- tenschutz, Jugendschutz sowie der Medienregulierung/-lobbying durch Vorträge und Präsentationen, auf Basis derer sie die juristischen Grenzen und Möglichkei- ten von Games-Publishern verstehen, bewerten und ggf. zukünftige Kollegen be- raten können.

Modulinhalte:	Einblick in das relevante Recht der Gameswirtschaft (u. a. Marktdaten, Rechtsrahmen, Player, Aufsicht) • Der Rechte- und Lizenzerwerb komplexer Werke • EULA/AGB, inklusive Widerrufsrechte und Kaufrecht für digitale Produkte • Gesetzlicher Jugendschutz, Spruchpraxis und technischer Jugendschutz, Lootboxen • Datenschutz, inklusive Tracking • Einblick in die Gameswirtschaft (u. a. Use Cases) • Vorstellung Games-Markt, EA und EA Deutschland • Vorstellung Games-Produkte (Überblick, insbesondere auch über die verschiedenen Auswertungsformen, inkl. Origin, Abo-Modelle, Trailer) • Markteinführung von Produkten (am Beispiel FIFA20, Produktionszyklen, Überblick über Werbemaßnahmen, Einblicke in die Koordinierung des internationalen Roll-out) • Events als Marketing-Tool (E3, gamescom, EA-eigene Events) • Let's Plays und Influencer als Marketing-Tool, eSports als Marketing-Tool • Marketing Case Study • Influencer als Marketing Tool, Marketing Case Study, Influencer Law Clinic • Verbraucherschutzrecht • Alterskennzeichnung • Spruchpraxis + Rechtsprechung
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht Einzelvorträge Gruppenarbeiten
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %/Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I, II, III, Medienwirtschaft I, II“
Empfohlene Literatur:	Hentsch, in: Hoeren/Sieber/Holznagel, Handbuch Multimediarecht, Teil 22 Games (2023); Hentsch/Falk, Games und Recht, 2023.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	Dieses Modul steht unter der Koordination von Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, MA., LL.M., der zusätzlich zu seiner Professur beim game - Verband der deutschen Games-Branche e.V. beschäftigt ist. Die Materie wird von Praktikern aus der Games-Branche und von führenden Rechtsanwaltskanzleien vermittelt und findet u.a. bei Electronic Arts, der ESL und bei Osborne Clark statt.
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

5.17 Masterarbeit und Kolloquium

Modulnummer:	MT.01 / MT.02
Modulbezeichnung:	Masterarbeit und Kolloquium
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	24 ECTS, siehe § 28 Abs. 3 PO
Sprache:	Deutsch oder Englisch, siehe § 25 Abs. 6 PO
Dauer des Moduls:	Regelbearbeitungszeit: 15 Wochen, siehe § 27 Abs. 2 PO
Empfohlenes Studiensemester:	4. Fachsemester, zur Zulassung siehe § 26 PO
Häufigkeit des Angebots:	Fortlaufendes Angebot
Modulverantwortliche*r:	Der/Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Dozierende:	Betreuung durch alle Professorinnen und Professoren des Schmalenbach Instituts für Wirtschaftswissenschaften, siehe § 25 Abs. 2 PO
Learning Outcome:	Die Studierenden zeigen, dass die befähigt sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema aus ihrem Fachgebiet sowohl in seinen fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden überwiegend selbstständig zu bearbeiten, um später eigenständig Themenfelder und fachübergreifende Fragestellungen selbständig in ihrer Bedeutung für die Praxis wissenschaftsbasiert bearbeiten, bewerten und ihre Folgen einschätzen zu können.
Modulinhalte:	Die Masterarbeit ist eine schriftliche Hausarbeit (18 ECTS). Daneben ergänzt das Kolloquium (6 ECTS) die Masterarbeit, siehe § 29 PO. Das Kolloquium wird als mündliche Prüfung im Umfang von etwa 30 Minuten Dauer durchgeführt. Der oder dem Studierenden ist Gelegenheit zu geben, Vorschläge für den Themenbereich der Masterarbeit zu machen. Auf Antrag sorgt die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses dafür, dass die oder der Studierende rechtzeitig ein Thema für die Masterarbeit erhält. Die Masterarbeit darf mit Zustimmung der oder des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses in einer Einrichtung außerhalb der Hochschule durchgeführt werden, wenn sie dort ausreichend betreut werden kann.
Lehr- und Lernmethoden:	Eigenständige Bearbeitung der Aufgabenstellung mit Betreuung durch Dozierende
Prüfungsformen:	siehe § 28 Abs. 2 PO
Workload (25 - 30 h ≙ 1 ECTS credit) :	360 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	-
Selbststudium:	360 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	…
Zwingende Voraussetzungen:	60 ECTS, siehe § 26 Abs. 1 PO
Empfohlene Literatur:	Abhängig vom Thema der Masterarbeit
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	…
Besonderheiten:	…
Letzte Aktualisierung:	WS 2026/2027

Modulmatrix Teil 1: Profil **Studiengang:** Medienrecht und Medienwirtschaft, LL.M. **Fakultät für** Schmalenbach Institut (Kölner Forschungsstelle für Medienrecht)

Letzte Aktualisierung: 19.06.2024

Module / Lehrveranstaltungen				ECTS - Punkte		Handlungsfelder / Aufteilung ECTS-Punkte				Zuordnung Kompetenzen Absolvent*innenprofil							Zuordnung Studiengangkriterien			
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrver		Teilmodul	Gesamt	5 Vertragsgestaltung und -verhandlung	8 Rechtsberatung	3 Datenschutzüberwachung und -betreuung	5 Steuerung und Koordination von neuen medialen und digitalen Produkten/Geschäftsmodellen	Interdisziplinäres Fachwissen	Ethik und Verantwortung	Forschungs- und Problemlösungsfähig	Digitale Kompetenz	Beratung und Moderation	Juristische Begleitung der technischen	Teamarbeit und Selbstreflexion	Global Citizenship	Internationalisierung	Interdisziplinarität	Transfer
1	Medienrecht I				6				1	×				×	×				×	
1	Datenschutz- und Datensicherheit I				6	1	1	1			×		×		×		×			
1	Informationstechnologierecht I				6	1				×				×		×	×			
1	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I				6		1		1		×	×		×					×	×
1	Medienwirtschaft I				6				1							×	×			
2	Medienrecht II				6		1			×			×						×	
2	Datenschutz- und Datensicherheit II				6			1			×	×	×					×		
2	Informationstechnologierecht II				6	1										×				×
2	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II				6		1					×		×	×				×	
2	Medienwirtschaft II				6		1		1	×	×	×					×			
3	Medienrecht III				3		1			×				×						×
3	Datenschutz- und Datensicherheit III				6			1			×			×	×					×
3	Informationstechnologierecht III				6	1							×			×				×
3	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III				6	1	1			×		×		×					×	
3	Recht und Videowirtschaft				9				1					×	×	×		×		×
4	Recht und Gameswirtschaft				6		1							×	×	×		×		×
4	Master-Thesis				18															
4	Kolloquium				6															

Modulmatrix Teil 2: Angaben Studienverlaufsplan / Prüfungslast **Studiengang:** Medienrecht und Medienwirtschaft, LL.M. **Fakultät für** Schmalenbach Institut Kölner Forschungsstelle für Medienrecht

Module / Lehrveranstaltungen				Pflicht- / Wahl-module	ECTS - Leistungspunkte	Anwesenheitspflicht als Zulassungsvoraussetzung zur (Teil) Modulprüfung			Prüfungsvorleistung als Zulassungsvoraussetzung zur Modulprüfung			Prüfungsform	Anzahl		Summe
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrver		Pflichtmodul (PF) Wahlpflichtmodul (WPF) Wahlmodul (WF)	Teilmodul	Gesamt	ja / nein?	wenn ja, Mindestpräsenzzeit angeben	wenn ja, bitte begründen	ja / nein?	wenn ja, welche(s) (Teil)Modul(e)	wenn ja, bitte begründen		Prüfungs-leistungen pro (Teil)Modul	Mindest-anzahl zu belegender WPF, WF	Prüfungen 19
1	Medienrecht I			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
1	Datenschutz- und Datensicherheit I			PF		6	nein			nein			Präsentation/schriftliche Ausarbeitung: 50 % (RA Hermann/Dr. Jacquemain) Klausur: 50%	2		2
1	Informationstechnologierecht I			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
1	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht I			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
1	Medienwirtschaft I			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
2	Medienrecht II			PF		3	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
2	Datenschutz- und Datensicherheit II			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
2	Informationstechnologierecht II			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
2	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht II			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
2	Medienwirtschaft II			PF		6	nein			nein			70% mündlicher Beitrag und 30% Hausarbeit	2		1
3	Medienrecht III			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
3	Datenschutz- und Datensicherheit III			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
3	Informationstechnologierecht III			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
3	Gewerblicher Rechtschutz und Urheberrecht III			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
3	Recht und Videowirtschaft			PF		9	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
4	Recht und Gameswirtschaft			PF		6	nein			nein			Klausurarbeit	1		1
4	Master-Thesis			PF		18	nein			ja	insgesamt 60 ECTS nach Modulprüfungen erreicht		Schriftliche Hausarbeit	1		1
4	Kolloquium			PF		6	nein			ja	Master-Thesis mit mindestens "ausreichend" bewertet		Mündliche Prüfung	1		1

7 Impressum

TH Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

www.th-koeln.de