
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: 28.02.2025

Inhalt

Modulhandbuch Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft, LL.M.	3
1 Studiengangbeschreibung	3
2 Absolvent*innenprofil	3
3 Handlungsfelder	4
4 Studienverlaufsplan	5
5 Module	6
5.1 Medienrecht I	6
5.2 Medienrecht II	8
5.3 Medienrecht III	10
5.4 Datenschutz und Datensicherheit I	12
5.5 Datenschutz und Datensicherheit II	15
5.6 Datenschutz und Datensicherheit III	20
5.7 Informationstechnologierecht I	22
5.8 Informationstechnologierecht II	24
5.9 Informationstechnologierecht III	26
5.10 Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I	29
5.11 Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht II	31
5.12 Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht III	34
5.13 Medienwirtschaft I	36
5.14 Medienwirtschaft II	39
5.15 Recht und Videowirtschaft	41
5.16 Recht und Gameswirtschaft	44

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 sowohl 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. Dabei 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 Absolventen können auf der Basis einer spezialisierten, wissenschaftlich fundierten und forschungsorientierten Ausbildung mit **medienrechtlichen, ökonomischen sowie informationstechnischen** Anteilen gemäß Hochschulgesetz die Anforderungen ihres Berufslebens erfolgreich meistern.

Die Studierenden sind nach Beendigung des Studiengangs in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern des Medienrechts verantwortungsvoll und effizient unter Anwendung des erworbenen juristischen, wirtschaftswissenschaftlichen und technischen Fach- und Methodenwissens und der Heranziehung **ethischer Grundsätze** zu bearbeiten und ausgewogene Lösungen zu entwickeln.

Sie verstehen die Wirkung der verschiedenen Medien auf die Meinungsbildung in der Gesellschaft und treffen **verantwortungsvolle Entscheidungen** unter ethischen Gesichtspunkten. Dabei fühlen sie sich den Grundwerten einer freiheitlich-offenen, demokratischen Gesellschaft gegenüber verpflichtet.

Der anwendungsorientierte Studiengang enthält einen erheblichen Anteil an **forschungsba-sierten Elementen**.

Durch intensive Gesetzes- und Fallstudien sowie die erlernten Forschungsmethoden sind die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs befähigt, neue rechtliche Fragestellung anhand von systematischer Literatur- und Gesetzesrecherche und unter Berücksichtigung der ökonomischen und technischen Komponenten selbstständig zu entwickeln und **eigenverantwortlich, strukturiert und ergebnisorientiert** Lösungen zu formulieren. Sie nutzen dabei Datenbanken und andere digitale Informationsquellen. Darüber hinaus verwenden sie digitale Informationssysteme zur Schaffung und zum Aufbereiten von Wissen.

Sie kennen die mit der **Digitalisierung** und dem Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** verbundenen rechtlichen, ökonomischen und informationstechnischen Herausforderungen und Risiken für die Medienwirtschaft und wissen, wie diese Bereiche **ineinandergreifen**.

Auf Grundlage ihres **interdisziplinären** Wissens können die Studierenden Fachabteilungen in Medienunternehmen beraten und als Bindeglied interdisziplinäre Prozesse moderieren. Mit Hilfe ihres erlernten informationstechnischen Wissens können die Studierenden die mit der Digitalisierung einhergehende rasante technische Entwicklung juristisch begleiten und geeignete rechtliche **Steuerungselemente entwickeln** und umsetzen.

Sie sind in der Lage Sachverhalte unter Berücksichtigung des erlernten Wissens und der Methoden selbstständig zu beurteilen und ihre Positionen zu vertreten und zu verhandeln. Ebenso nehmen Sie **konstruktiv** an Arbeitsprozessen im Team teil, reflektieren eigenes Handeln und leben ein **respektvolles Miteinander**.

Absolventinnen und Absolventen sind durch das Studium und die spezifischen Studieninhalte befähigt, eine berufliche Tätigkeit im Berufsfeld der Medienwirtschaft, der Beratung und im höheren Verwaltungsdienst aufzunehmen. Sie sind mit dem Master of Laws außerdem zur Promotion berechtigt.

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 geltenden 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 Rechtsschutz und Urheberrecht											12	18
	GRU4.01. Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I	1	4	6								
	GRU4.02. Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht II	1			4	6						
	GRU4.03. Gewerblicher Rechtsschutz 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

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., Prof. Dr. Stefan Sporn
Dozierende:	Dr. Frederik Ferreau, Rechtsanwalt, CBH Rechtsanwälte RA Felix Gatzmaga; Syndikusrechtsanwalt; Axel Springer National Media & Tech GmbH & Co. KG 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 <ul style="list-style-type: none"> • 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:	<p>Teil Prof. Dr. Hentsch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das gesamte Medienrecht; Medienverfassungsrecht <p>Teil Prof. Dr. Sporn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rundfunkrecht nach Art. 5 Abs. 1 GG; Abgrenzung zu anderen Grundrechten. <p>Teil Dr. Ferreau</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Teil RA Felix Gatzmaga</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recht der Bildberichterstattung; <p>Teil RA Wahlen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recht der Wortberichterstattung
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftensammlung, 18. Auflage, 2023; Schwartzmann, Schmid, Schulenberg, u.a. in Schwartzmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Dörr/Schwartzmann/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:	SoSe 2025

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:	RA Jan Dombrowski, LL.M. 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 <ul style="list-style-type: none"> • 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).

	<p>Teil Prof. Dr. Hentsch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul Medienrecht I
Empfohlene Literatur:	Dörr/Schwartzmann/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:	SoSe 2025

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:

Michael Terhörst
Dr. Markus Dinkelbach

Dozierende:

Michael Terhörst, Leiter des Referats Prüfstelle / gesetzlicher Jugendmedienschutz,
Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz
Dr. Markus Dinkelbach, Rechtsanwalt, Kanzlei Gercke Wollschläger

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. Markus 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. Markus 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 \cong 1 ECTS credit) :	2 SWS; 90 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	30 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	70 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: <ul style="list-style-type: none"> • Medienrecht I • Medienrecht II
Empfohlene Literatur:	Dörr/Schwartzmann/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:	SoSe 2025

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:	RA Harald Beck Dr. Marek Steffen Jansen
Dozierende:	RA Harald Beck. 1 SWS, Senior Attorney, Wolters Kluwer Financial Services GmbH, 1 SWS RA Maximilian Hermann, LL.M.; Syndikusrechtsanwalt Markt, Datenschutz & digitale Geschäftsmodelle, EnBW Energie Baden-Württemberg <u>AG</u> 1 SWS Dr. Tobias Jacquemain, LL.M. wissenschaftlicher Referent bei der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V. (GDD) 1 SWS Dr. Marek Steffen Jansen 1 SWS
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • 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 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. Marek Steffen 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
-

Dr. Jacquemain LL.M./RA Hermann 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

Dieses Modul ist Teil des Handlungsfelds „Vermittlung und Vertiefung von wirtschaftlichem oder technischem Fachwissen“ und ist auf dem Niveau des zweiten Studienzyklus (Master) einzuordnen.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / Fallstudien in Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Präsentation/schriftliche Ausarbeitung: 50 % (RA Hermann/Dr. Jacquemain) Klausur: 50% Dauer der Klausur: 45 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 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; Digitalisierungsbericht 2010 der ZAK (https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Publikationen/Digibericht_Video/2005_bis_2015/DigiBericht_2010.pdf) Schwartzmann/Jaspers/Thüsing/Kugelman – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 3. Auflage 2024 Schwartzmann/Jaspers, TTDSG, Heidelberger Kommentar, C.F. Müller, 1. Auflage, 2022 Dörr/Schwartzmann/Mühlenbeck, Medienrecht, C. F. Müller, 7. Auflage, 2023
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	

Letzte Aktualisierung: SoSe 2025

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. Rainer W. Gerling

Dozierende

StA Andreas Brück 1 SWS, Generalstaatsanwaltschaft Köln

Prof. Dr. Rainer W. Gerling, Stellvertretender Vorsitzender, Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V. (GDD)

Dr. Anne Brandenburg, Referentin, ORR'in, BfDI

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.

Modulinhalte:**Teil StA Brück:**

1. Vorstellung der Arbeit der Zentral- und Ansprechstelle Cybercrime NRW
2. Überblick Phänomene und Lagebild Cybercrime
3. Cybercrime aus Sicht des Strafverfolgers
 - a. Gesamtüberblick
 - b. Soziales Hacken / CEO Fraud
 - i. Risiken des Social Engineering
 - ii. Angriffsmöglichkeiten
 - iii. Technische Möglichkeiten
 - c. Phishing / Whaling etc.
 - d. Ransomware
 - i. Entstehung
 - ii. Gefahren und Risiken
 - iii. Beispiel eines Verfahrensgangs
 - e. APT-Angriffe
4. Angriffsvektoren (Social Engineering / Technische Schwachstellen)
5. Spuren und Ermittlungen
 - a. Relevanz der IP-Adressen / Vorratsdaten
 - b. Ermächtigungsgrundlagen
 - i. Postfachbeschlagnahme
 - ii. Online-Durchsuchung und Quellen-TKÜ
 - iii. Sonstiges
6. Fazit und Verschiedenes

Teil Dr. Anne Brandenburg:**Formelle Datenschutzerfordernisse**

- 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

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

RD 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

4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand

(25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :

Präsenzzeit:

60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:

135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen: Module:

- „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;

Schwartzmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 3. Auflage 2024

Schwartzmann/Jaspers, TTDSG, Heidelberger Kommentar, C.F. Müller, 1. Auflage, 2022

Dörr/Schwartzmann/Mühlenbeck, Medienrecht, C. F. Müller, 7. Auflage, 2023

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:

...

Besonderheiten:

Letzte Aktualisierung:

SoSe 2025

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:	Ri`inVG Kristin Benedikt Ri`inAG Isabelle Biallaß Dr. Marek Steffen Jansen, LL.M. Yvette Reif, LL.M. 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. Rain Yvette Reif, LL.M., Geschäftsführerin der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit (GDD) Prof. Dr. Rolf Schwartmann
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> 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 4 SWS
(25 bis 30 h \cong 1 ECTS credit): 180 Stunden Arbeitsaufwand

Präsenzzeit: 60 Unterrichtseinheiten (à 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;
Schwartzmann/Jaspers/Thüsing/Kugelman – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 3. Auflage 2024
Schwartzmann, Rolf/Reif, Yvette/Benedikt, Kristin (Hrsg.) - Handbuch Datenschutz im Internet, C.H.Beck, München (erscheint vrs. 2024).
Schwartzmann, 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: SoSe 2025

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:	<p>Mit Beendigung des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Softwareerstellung- 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: <ul style="list-style-type: none"> • Verträge über die Beschaffung sowie die Wartung von Hardware, • Verträge über die Beschaffung sowie die Pflege von Software.
Modulinhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • 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 bis 30 h \cong 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
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:	SoSe 2025

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:	<p>Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in Bezug auf die u.a. Vertragstypen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 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:	SoSe 2025

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:	<p>Teil Prof. Gennen:</p> <p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage:</p> <p>IT-Projekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Medienarbeitsrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Arbeitneh-

	<p>merurheberrecht 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,</p>
Modulinhalte:	<p>IT-Projekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. <p>Medienarbeitsrecht (jeweils mit Bezug nur zu IT- und Medienunternehmen):</p> <ul style="list-style-type: none"> 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), Tarifvertragsrecht, 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 $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: <ul style="list-style-type: none"> „Informationstechnologierecht I und II“
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2025

6.10 Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I

Modulnummer:	GRU4.01.
Modulbezeichnung:	Gewerblicher Rechtsschutz 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: <ul style="list-style-type: none"> 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:	<p>Urheberrecht: Werk als Schutzobjekt des Urheberrechts; Urheber als Schutzsubjekt, Inhalte des Urheberrechts, Leistungsschutzrechte, Verwertung des Urheberrechts, Vergütungen des Urhebers; Kollektive Rechtswahrnehmung, Urheberrechtliche Ansprüche und Haftung</p> <p>Markenrecht: Marken, Markenschutz, Schutzzinhalt der Marke; geschäftliche Bezeichnungen, geographische Herkunftsangaben, sonstige Rechte; kennzeichenrechtliche Ansprüche</p>

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 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:	SoSe 2025

5.10 Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht II

Modulnummer:	GRU4.02.
Modulbezeichnung:	Gewerblicher Rechtsschutz 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:	Richter am OLG Dirk Büch Richter am OLG Dr. Christian Hoppe Dr. Carsten Föhlisch RA Prof. Dr. Ingo Jung RAin Nadja Siebertz
Dozierende:	Richter am OLG Dirk Büch, Richter Richter am OLG Dr. Christian Hoppe Dr. Carsten Föhlisch, VP Legal, Prokurist, Rechtsanwalt; Trusted Shops SE RA Dr. Prof. Ingo Jung, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, CBH Rechtsanwälte RAin Nadja Siebertz, Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz, CBH Rechtsanwälte
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Chancen und Risiken von Werbemaßnahmen 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 Werbe-rechts auseinandersetzen und die ergangene Rechtsprechung reflektieren, um später im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit als Bindeglied zwischen den zu-ständigen 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 Rechtsschutz die Vo-raussetzungen und mögliche Risiken erfassen und überprüfen, um später in in-terdisziplinärer Zusammenarbeit mit den betroffenen Fachbereichen bei den rechtlichen, strategischen und operativen Themen zu beraten.

Modulinhalte:	<p>Teil Büch und Dr. Hoppe Wettbewerbsverfahrensrecht</p> <p>Teil Dr. Föhlisch E-Commerce-Recht, u.a. Fernabsatzrecht, Preisangaben- und Telemedienrecht, Informationspflichten im E-Commerce, § 7 UWG</p> <p>Teil Prof. Dr. Jung und Siebertz</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Unlautere Wettbewerbshandlungen nach dem UWG, Formen der Unlauterkeit, aggressive Geschäftspraktiken, irreführende Geschäftspraktiken, vergleichende Werbung, Anwendungsfälle der §§ 1-6 UWG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werberecht: <p>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)</p>
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 \cong 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	<p>Module</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I“ • „Datenschutz und Datensicherheit I und II“
Empfohlene Literatur:	<p>Eckardt/Klett/Schwartzmann/Jung (Hrsg.), Wettbewerbsrecht, Urheberrecht und Gewerblicher Rechtsschutz, Vorschriftensammlung, 7. Auflage, 2023;</p> <p>Dreher/Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 12. Auflage, 2023;</p> <p>Eckardt, u.a. in Schwartzmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018;</p> <p>Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 4. Auflage 2019;</p> <p>Schwartzmann, Jaspers, Thüsing, Kugelmann (Hrsg, Kommentar zur Datenschutzgrundverordnung/Bundesdatenschutz, 3. Auflage 2024.</p>

Verwendung des Moduls in ...
weiteren Studiengängen:

Besonderheiten:

Letzte Aktualisierung: SoSe 2025

5.11 Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht III

Modulnummer:	GRU4.03.
Modulbezeichnung:	Gewerblicher Rechtsschutz 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:	<p>Susanne Barwick, LL.M. Rechtsanwältin, Stellvertretende Justiziarin, Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.</p> <p>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.</p> <p>Dr. Josef Limper, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und für Steuerrecht, Mediator, LST Rechtsanwälte Partnerschaft mbB</p> <p>Dr. Christina Oelke, Rechtsanwältin (Syndikusrechtsanwältin) / Lawyer, Senior Legal Counsel, Stellvertretende Justiziarin / Deputy Legal Counsel, VAUNET - Verband Privater Medien e. V</p> <p>Dr. Frauke Schmid-Petersen, Senior Counsel Legal & Business Affairs bei Warner Bros. International Television Production Deutschland GmbH</p>
Learning Outcome:	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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:	<p>Teil Barwick Verlagsrecht, Verlagsvertrag und verlagstypische Lizenzverträge, angemessene Vergütung im Verlagsbereich, VG WORT, Rechtevergabe bei digitalen Publikationen</p> <p>Teil Prof. Dr. Hentsch: Plattformhaftung</p> <p>Teil Dr. Limper: Urheberrechtliche Leistungsschutzrechte am Beispiel der Musik (u.a. Rechts- und Vertragsbeziehungen bei Aufnahme von Musik und deren Verwertung, Musikverlagsrecht)</p> <p>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</p> <p>Teil Dr. Schmid-Petersen: <ul style="list-style-type: none"> • Erst-/ Zweit- und Nebenverwertung von TV-Produktionen, Auftrags-/ Lizenzproduktion • Lizenzrechtliche Fragestellungen, Formatschutz und Nutzungsrechte </p>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I und II“
Empfohlene Literatur:	<p>Menche, Urheber- und Verlagsrecht, 2. Auflage 2020</p> <p>Wegner/Wallenfels/Kaboth, Recht im Verlag, 2. Auflage 2011</p> <p>Dörr/Schwartzmann/Mühlenbeck, Medienrecht, 7. Auflage, 2023;</p> <p>Bießmann, u.a. in Schwartzmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018.</p> <p>Theilmann, Medienwirtschaft und Kartellrecht: Der Begriff des relevanten Marktes im deutschen und europäischen Medienkartellrecht, 2007;</p> <p>Trafkowski, Medienkartellrecht, 2001;</p> <p>Wissmann (Hrsg.), Telekommunikationsrecht Praxishandbuch, 2. Auflage, 2006;</p> <p>Boege/Doetz/Dörr/Schwartzmann (Hrsg.), Wieviel Macht verträgt die Vielfalt – Möglichkeiten und Grenzen von Medienfusionen, 2007;</p> <p>Dreher / Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 12. Aufl.2023</p> <p>Emmerich, Kartellrecht, 15. Auflage, 2021</p> <p>Faull/Nikpay, The EU Law of Competition, 3. Auflage 2014;</p> <p>Bechtold/Bosch, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB, 11. Auflage 2024</p>

	Bien/Käseberg/Klumpe/Körper/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 (Neuaufgabe erscheint im April 2025).
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2025

5.12 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:	Klaus Böhm, Leiter Media, Deloitte Consulting GmbH Professor Dr. Christian Zabel, TH Köln
Dozierende:	Klaus Böhm, Leiter Media, Deloitte Consulting GmbH (2 SWS) Professor Dr. Christian Zabel, TH Köln (2 SWS)
Learning Outcome:	<p>1. Teil - Klaus Böhm</p> <p>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.</p> <p>2. Teil - Medienökonomie, Prof. Dr. Zabel</p> <p>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,</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, <p>um bei der Beratung und Überwachung von Unternehmensprozessen und –produkten die ökonomischen Herausforderungen und Risiken mit den rechtlichen beurteilen und interdisziplinär moderieren zu können.</p>
Modulinhalte:	<p>1. Teil - Klaus Böhm</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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: 50 % Klaus Böhmer Referat im Semester: 50% Prof. Christian Zabel Dauer der Ausarbeitung Klausur: 45 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
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

	<p>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.</p> <p>Von Rimscha, Björn; Siegert, Gabriele, Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung. Springer VS, Wiesbaden 2015.</p>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	Es werden Gastvorträge zum Thema „Digitale Transformation von Presseverlagen“ gehalten.
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2025

5.13 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:	<p>Grundlagen der Digitalisierung und Innovationsökonomie (2 Sitzungen)</p> <p>technologische & ökonomische Kernbegriffe</p> <p>ökonomische Effekte der Digitalisierung auf Medienunternehmen und Wettbewerb (Medienkonvergenz, Veränderungen in der Wertschöpfungskette)</p> <p>Strategien im digitalen Wettbewerb (3 Sitzungen)</p> <p>Strategische Antworten auf den technologischen Wandel</p> <p>Digitale Geschäftsmodelle, Service Dominant Logic</p> <p>Entwicklung von Strategien (u.a. Blue Ocean Strategy)</p> <p>Wertschöpfungssysteme</p> <p>Plattformgeschäftsmodele</p> <p>Innovation und Kreativität (2 Sitzungen)</p> <p>Kreativität in Medienunternehmen</p> <p>Entwicklung von Medienprodukten: Value Proposition Design, Integrierte Usability & Produkt Konzeption, Design Thinking</p> <p>Organisation der Digitalisierung (2 Sitzungen)</p>

	<p>Gestaltung & Agilisierung digitaler Prozesse</p> <p>Agilisierung von Unternehmensstrukturen (Kooperationen, Netzwerke, Open Innovation)</p> <p>Digitalisierungsstrategien von Medienunternehmen (3 Sitzungen)</p> <p>Change-Prozesse in Medienunternehmen und unterschiedliche Kulturen (Newsroom vs. Management)</p> <p>Steuerung multimedialer Produktportfolios</p> <p>Strategische Diversifikation</p> <p>Fallstudien zum multimedialen Produzieren, Online-Video-Markt, Digital Publishing</p>
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 $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
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:	SoSe 2025

5.14 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:	Prof. Dr. Stefan Sporn, Rechtsanwalt, Straßer Ventroni Freytag Rechtsanwälte
Dozierende:	Prof. Dr. Stefan Sporn u.a.
Learning Outcome:	<p>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 praktische 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.</p> <p>Im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Programmwerb 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 $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :

6 SWS; 270 Stunden Arbeitsaufwand

Präsenzzeit:

90 Unterrichtseinheiten (à 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:

SoSe 2025

5.15 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., u.a.

Dozierende:

- Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, MA., LL.M.,
- RA Konstantin Ewald, Osborne Clark
- Hans Jagnow, ESL Pro League
- Lorenzo v. Petersdorff, Stellvertretender Geschäftsführer Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle, USK
- RA Philipp Sümmermann, LL.M., Osborne Clark
- Lukas Galinski, Sustainability & Non-Profit Development; INSTINCT3 GmbH
- Zoran Roso, Berater, Freelancer

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 Videospiele besuchen und dort zum Teil auch selbst praktische 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 interdisziplinären 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 vertief-

ten 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, Datenschutz, Jugendschutz sowie der Medienregulierung/-lobbying durch Vorträge und Präsentationen, auf Basis derer sie die juristischen Grenzen und Möglichkeiten von Games-Publishern verstehen, bewerten und ggf. zukünftige Kollegen beraten 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

4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand

(25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :

Präsenzzeit:

60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:

135 Stunden unabhängige Studienzzeit

Empfohlene Voraussetzungen:

	Modul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I, II, III, Medienwirtschaft I, II“
Empfohlene Literatur:	Hentsch, in: Hoeren/Sieber/Holznapel, 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:	SoSe 2025

Impressum:

TH Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

www.th-koeln.de