



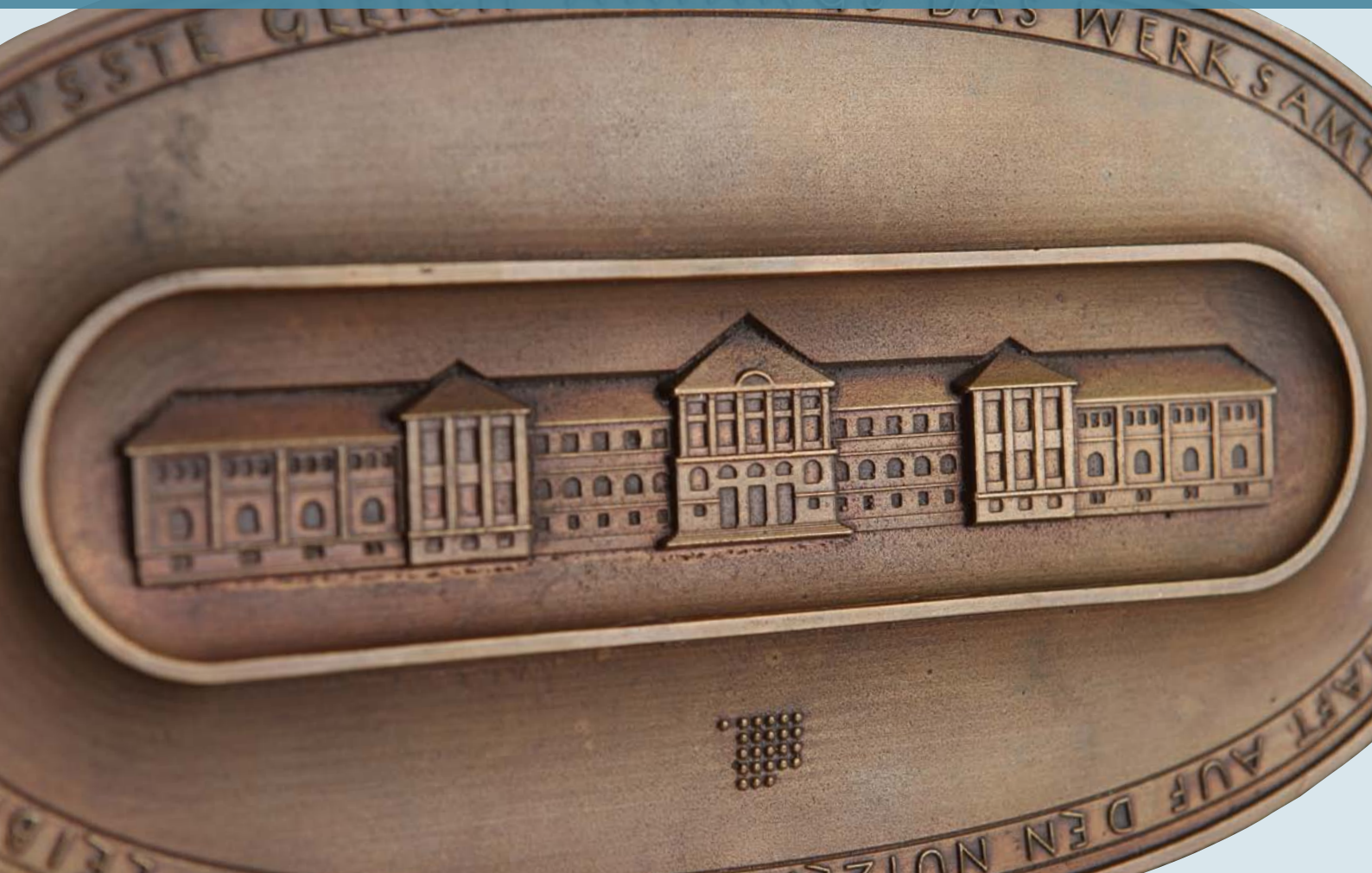
Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Kölner Forschungsstelle
für Medienrecht

MEDIENRECHT IN KÖLN

Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft LL. M.

Fachanwaltslehrgänge Urheber- und Medienrecht/Informationstechnologierecht





Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Kölner Forschungsstelle
für Medienrecht

Kölner Forschungsstelle für Medienrecht
Fachhochschule Köln

Leitung

Professor Dr. Rolf Schwartmann

Beirat

Achim Berg

Dr. Jürgen Brautmeier

Jürgen Doetz

Professor Dr. Dieter Dörr

Helmut Heinen

Professor Dr. Dr. h.c. Joachim Metzner

Eva-Maria Michel

IMPRESSUM

Kölner Forschungsstelle für Medienrecht

Fachhochschule Köln

Claudiusstr. 1

50678 Köln

medienrecht@fh-koeln.de

www.medienrecht.fh-koeln.de

Herausgeber: Der Präsident der Fachhochschule Köln,

Prof. Dr. phil. Joachim Metzner

Layout und Satz: Eva Josat, Susanne Neuzerling

Druck: Druckhaus Köln, September 2011

Bildnachweis: Titelbild, S. 7 (oben), 16, 18, Rückseite: Kölner
Forschungsstelle für Medienrecht, S. 5: Fachhochschule Köln,

S. 20: Reiner Zensen, alle weiteren Bilder: Markus Lokai

Inhalt

MEDIENRECHT IN KÖLN.	4
DIE FACHHOCHSCHULE KÖLN	5
DIE KÖLNER FORSCHUNGSSTELLE FÜR MEDIENRECHT	6
Leitung	6
Beirat der Forschungsstelle	6
Das Team – Struktur und Forschungsschwerpunkte	7
DER MASTERSTUDIENGANG.	8
Der Studiengang in Kürze	9
Förderungsmöglichkeiten/Stipendien	9
Stimmen von Studierenden.	9
Die Bewerbung.	9
Kontakt.	9
Die Module des Studiengangs	10
Übersicht der Module	15
Studieren im Unternehmen.	16
Der Preis des Beirates.	16
Die Fachanwaltslehrgänge	17
Fachanwaltslehrgang Urheber- und Medienrecht	17
Fachanwaltslehrgang Informationstechnologierecht	17
Die Dozenten.	18
KOOPERATIONEN UND VERANSTALTUNGEN	20
Kölner Mediensymposium	20
Deutsche Welle Mediendialog	21
Medienrecht trifft Medienwirtschaft	21
Medienforum NRW	21
PUBLIKATIONEN UND STUDIEN	22
Schriftenreihen.	22
Auswahl sonstiger Publikationen	22
KÖLN – STUDIEREN UND LEBEN IM HERZEN DES MEDIENLANDS NR. 1	23
KONTAKT / ANREISE.	23



MEDIENRECHT IN KÖLN

Köln ist mit rund 60.000 Arbeitsplätzen im Medienbereich einer der wichtigsten Medienstandorte Deutschlands. Er zeichnet sich insbesondere durch die Präsenz namhafter Medienunternehmen aus. So haben der WDR, größte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt Deutschlands, und RTL, quotenstärkster Privatsender in Deutschland, ihren Sitz in Köln. Bedeutende Verlage wie M. DuMont Schauberg, der Kabelnetzbetreiber Unitymedia oder Microsoft Deutschland gehören daneben ebenso zur Kölner Medienlandschaft wie zahlreiche Produktionsgesellschaften und Zulieferer.

Der Hochschulstandort Köln eignet sich daher besonders dazu, eine Brücke zwischen medienrechtlicher Wissenschaft und Medienpraxis zu schlagen. Die Gründung der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht im Jahr 2006 war Konsequenz aus der Erkenntnis von Nachfrage einerseits und den Standortgegebenheiten andererseits. Die Medien müssen sich in einer Zeit, die durch Digitalisierung und Konvergenz gekennzeichnet ist, neuen wirtschaftlichen und publizistischen Herausforderungen stellen. Aufgrund der Wechselwirkung von Wissenschaft und Praxis verlangt dies einen stetigen Diskurs zwischen Wirtschaft, Rechtswissenschaft und Politik, den die Forschungsstelle fördert und pflegt.

Neben der wissenschaftlichen Arbeit zu aktuellen Themen des Medienrechts leistet die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht einen Beitrag zur Ausbildung hochqualifizierter Medienexperten. Mit dem Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft wurde 2008 ein in Zusammenarbeit mit Medienunternehmen entwickeltes und gezielt an unternehmerischen Anforderungen der Praxis ausgerichtetes Graduiertenstudium ins Leben gerufen, das durch die Kombination rechtlicher, ökonomischer und technischer Lehrinhalte in seiner Struktur und Ausrichtung deutschlandweit einzigartig ist. In Kooperation mit dem Kölner Anwaltverein e.V. werden außerdem Fachanwaltslehrgänge sowohl im Urheber- und Medienrecht als auch im Informationstechnologierecht angeboten.

Nehmen auch Sie die Chance wahr, sich für die Medienpraxis weiterzubilden, besuchen Sie uns auf einer unserer Veranstaltungen oder profitieren Sie von unserer wissenschaftlichen Expertise!



Professor Dr. Rolf Schwartzmann

Entwurfsskizze der Plakette
für den Preis des Beirates von
Heribert Calleen



DIE FACHHOCHSCHULE KÖLN – CAMPUS SÜDSTADT

- 
Fachhochschule Köln
 Cologne University of Applied Sciences
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Kölner Forschungsstelle
für Medienrecht

Die Fachhochschule Köln ist die größte Hochschule für angewandte Wissenschaften in Deutschland. 16.000 Studierende werden von rund 400 Professorinnen und Professoren unterrichtet. Zusammen mit drei weiteren deutschen Fachhochschulen und sechs deutschen Universitäten wurde die Fachhochschule Köln Ende 2009 vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft und der Kultusministerkonferenz als Gewinner des Wettbewerbs „Exzellente Lehre“ ausgezeichnet. Die zehn Fakultäten bieten mehr als 60 Studiengänge an; jeweils zur Hälfte aus den Ingenieurwissenschaften bzw. den Geistes- und Gesellschaftswissenschaften. Zum Angebot der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften gehört u.a. der sechssemestrige Bachelor-Studiengang Wirtschaftsrecht (LL.B.), der als Zugangsvoraussetzung für den Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft anerkannt ist.



Die Fachhochschule Köln –
ausgezeichnet als Gewinner des
Wettbewerbs „Exzellente Lehre“
im Jahre 2009

DIE KÖLNER FORSCHUNGSSTELLE FÜR MEDIENRECHT

Die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht ist eine Einrichtung an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Fachhochschule Köln. Sie wurde im Jahr 2006 vor dem Hintergrund einer stetig wachsenden Bedeutung des Medienrechts und der daran anknüpfenden Rechtsgebiete gegründet.

Wesentliche Aufgabe der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht ist es, aktuelle Entwicklungen des Medienrechts in enger Verbindung mit der Medienpraxis wissenschaftlich zu begleiten. Dabei ist es zugleich eines ihrer Hauptanliegen, ein mediengattungsübergreifendes Forum für Printmedien, öffentlich-rechtliche und private Hörfunk- und Fernsehveranstalter, Telekommunikationsunternehmen sowie deren Aufsichtsorgane zu bieten und so einen dauerhaften Diskurs aller Beteiligten zur Erörterung drängender Fragen der Praxis zu ermöglichen. Dieses Ziel spiegelt sich im Beirat der Forschungsstelle wider, in dem Vertreter verschiedener Mediengattungen vertreten sind, und es findet seine Umsetzung u.a. in den von der Forschungsstelle veranstalteten Tagungen und Vortragsreihen.

Neben der Forschung und der Durchführung von Veranstaltungen widmet sich die Forschungsstelle der Ausbildung von Medienexperten. Angeboten werden der Aufbaustudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft mit akademischem Abschluss LL.M. sowie Fachanwaltslehrgänge im Urheber- und Medienrecht sowie Informationstechnologierecht zur Erlangung der theoretischen Voraussetzungen der jeweiligen Fachanwaltschaften.



Professor Dr. Rolf Schwartmann

LEITUNG

Professor Dr. Rolf Schwartmann ist Gründer und Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht. Nach dem Studium der Rechtswissenschaften wurde er 1992 in Köln promoviert und habilitierte sich nach mehrjähriger Anwaltstätigkeit 2004 in Mainz. Seit 2004 ist er Inhaber der Professur für Bürgerliches Recht und Wirtschaftsrecht, insbesondere Internationales und Öffentliches Wirtschaftsrecht an der Fachhochschule Köln und Privatdozent an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

BEIRAT DER FORSCHUNGSSTELLE

Der Beirat der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht vereint Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Medienwirtschaft, um im Gedankenaustausch mit der Forschungsstelle medienpolitische und medienrechtliche Themen von übergeordnetem Belang zu beraten. Ihm gehören an:

Achim Berg, Corporate Vice President Mobile Communications Business and Marketing bei Microsoft Corporation; Vizepräsident BITKOM

Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Jürgen Doetz, Präsident des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) und ehemals Vorstandsmitglied der ProSiebenSat.1 Media AG

Professor Dr. Dieter Dörr, Inhaber des Lehrstuhls für Öffentliches Recht, Völker- und Europarecht, Medienrecht an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Direktor des Mainzer Medien-

instituts und Mitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

Helmut Heinen, Geschäftsführer des Heinen-Verlags, Herausgeber der Kölnischen Rundschau und Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger e.V.

Professor Dr. Dr. h.c. Joachim Metzner, Präsident der Fachhochschule Köln, stellvertretender Vorsitzender der Landesrektorenkonferenz der Fachhochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen und Vizepräsident der Hochschulrektorenkonferenz.

Eva-Maria Michel, stellvertretende Intendantin, Justitiarin und Direktorin beim Westdeutschen Rundfunk in Köln

Von links oben: Stefanie Nessler-Janik, Nicola Lamprecht-Weißborn, Prof. Dr. Rolf Schwartmann, Prof. Klaus Gennen, Jennifer Bresgen, Izabela Dumistracel
 Von links unten: Katrin Brunner, Frida Kaiser, Petra Silberkuhl, Gila Polzin, Anna-Elin Fahrenkrug



DAS TEAM

Struktur und Forschungsschwerpunkte

Team

Entsprechend den weit gefächerten Anwendungsfeldern des Medienrechts in der Praxis ist die Forschungsstelle fachlich durch drei jeweils selbstständig geleitete Abteilungen aufgestellt:

- I. Der Schwerpunkt Nationales und europäisches öffentliches Medienrecht wird vom Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Professor Dr. Rolf Schwartmann, geführt.
- II. Der Schwerpunkt Internationales öffentliches Medienrecht und Telekommunikationsrecht wird von der Geschäftsführerin der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Rechtsanwältin Nicola Lamprecht-Weißborn, LL.M. Eur., geleitet.
- III. Die Leitung des Schwerpunktes Informationstechnikrecht und Urheberrecht obliegt Professor Klaus Gennen. Er ist Fachanwalt für Informationstechnikrecht und Arbeitsrecht bei LLR LegerlotzLaschet Rechtsanwälte sowie Professor für Informationstechnikrecht und Urheberrecht an der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Fachhochschule Köln.

Neben den jeweiligen Leitern der drei Schwerpunkte beschäftigt die Forschungsstelle derzeit sechs wissenschaftliche Mitarbeiter, die mehrheitlich über ein abgeschlossenes rechtswissenschaftliches Studium und überwiegend über die Zulassung zur Rechtsanwaltschaft verfügen. Zwei studentische Hilfskräfte unterstützen die Arbeit der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht.



Von links: Helmut Heinen und Achim Berg im Gespräch mit Professor Schwartmann

Qualität

DER MASTERSTUDIENGANG

Warum Medienrecht und Medienwirtschaft?

Neben klassischen Berufen entwickeln sich in einer dynamischen Medienwirtschaft zahlreiche neue Betätigungsfelder, die zum einen von Interdisziplinarität geprägt sind und die zum anderen besondere Kompetenzen aus medienrechtlicher, medienwirtschaftlicher, aber auch medientechnischer Sicht fordern. Der Studiengang kombiniert diese Bereiche und fügt sie zu einem Aufbaustudium zusammen, das die Absolventen gezielt auf die spätere Praxis im Medienunternehmen, in der Medienkanzlei oder in der Selbständigkeit vorbereitet.

An wen richtet sich der Studiengang?

Der Masterstudiengang ist als zweiter akademischer Hochschulabschluss konzipiert, dem mindestens das erste juristische Staatsexamen, ein Abschluss im Wirtschaftsrecht oder in einem vergleichbaren Studium vorausgegangen ist.

Abschluss LL.M.

Mit erfolgreichem Abschluss des Studiengangs wird den Teilnehmern der international anerkannte Titel LL.M. (Master of Laws) verliehen. Der Abschluss des Masterstudiengangs eröffnet den Zugang zum höheren Dienst in der öffentlichen Verwaltung.

Was bietet der Studiengang?

Der Studiengang bietet eine auf die Anforderungen der Medienwirtschaft zugeschnittene, praxisnahe und zugleich wissenschaftlich fundierte Ausbildung. Dabei wird besonderer Wert auf eine enge Verzahnung und aktive Zusammenarbeit mit Praktikern aus namhaften regionalen und überregionalen Medienunternehmen, Kanzleien sowie öffentlichen Einrichtungen gelegt (u.a. Axel Springer, Deutsche Welle, Oberlandesgericht Köln, Brainpool TV GmbH, M. DuMont Schauberg, Rechtsanwaltskammer Köln, Rheinisch Bergische Verlagsgesellschaft (Rheinische Post), RTL Television, Unitymedia, WDR). Mehr als vierzig Dozenten aus Wissenschaft und Praxis vermitteln die im Curriculum vorgesehenen Modulinhalte und sorgen mittels ihrer Fachexpertise für ein hohes Ausbildungsniveau.

Was ist der Inhalt des Studiengangs?

Die Module des Studiengangs umfassen rechtswissenschaftliche (34 Semesterwochenstunden), wirtschaftswissenschaftliche (22 Semesterwochenstunden) und informationstechnische (8 Semesterwochenstunden) Inhalte.

Schwerpunkt des Studiengangs bilden die zahlreichen Rechtsdisziplinen, die das Medienrecht umfasst, u. a.:

- Presse- und Rundfunkrecht
- Telekommunikationsrecht

- Internetrecht und IT-Vertragsrecht
- Urheberrecht und verwandte Rechtsgebiete
- Kartell-, Wettbewerbs- und Vergaberecht
- Datenschutzrecht und Medienstrafrecht
- Medienspezifisches Unternehmensrecht

Vermittelt werden darüber hinaus wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse in Bereichen wie:

- Grundlagen der Mikro- und Makroökonomie
- Einführung in Corporate Finance
- Brand Management (Marketing)
- Film- und Fernsehwirtschaft
- Personal- und Kundenmanagement

Ergänzt wird das Curriculum durch Lehrinheiten zum Fachbereich Informations- und Kommunikationstechnik.

Wie ist der Studiengang aufgebaut?

Die reguläre Studienzeit beträgt 4 Semester. 5 Module im Umfang von jeweils 4 Semesterwochenstunden bilden das Curriculum der jeweils ersten drei Semester. Das vierte Semester steht vornehmlich für die Anfertigung der abschließenden Masterarbeit zur Verfügung.

Die Möglichkeit einer berufsbegleitenden Teilnahme am Studiengang findet bei der Stundenplanung Berücksichtigung.

Fachanwaltskurse Urheber- und Medienrecht sowie Informationstechnologierecht

Den Teilnehmern des Masterstudiengangs ist es möglich, neben dem akademischen Abschluss zugleich die theoretischen Qualifikationen für die Fachanwaltschaften Urheber- und Medienrecht sowie Informationstechnologierecht zu erwerben. Die Fachanwaltskurse werden in Kooperation mit dem Kölner Anwaltverein e.V. angeboten (siehe hierzu Seite 17). Sie können auch unabhängig vom Masterstudiengang belegt werden.

Qualität des Studiengangs (Akkreditierung)

Der Master-Studiengang „Medienrecht und Medienwirtschaft“ wurde 2007 von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) akkreditiert und erhielt dabei die Bewertung „exzellent“ im Hinblick auf seine Positionierung im Bildungsmarkt und die Positionierung im Arbeitsmarkt bezogen auf die Beschäftigungsrelevanz (Employability). Der Studiengang entspricht den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz. Um langfristig den hohen Anforderungen an ein hochwertiges Studienprogramm gerecht zu werden, wird der er regelmäßig evaluiert und kontinuierlich weiterentwickelt.

DER STUDIENGANG IN KÜRZE

Studienbeginn: jeweils zum Wintersemester
Dauer: 4 Semester
Anmeldeschluss: 15. Juli eines jeden Jahres
Kosten: regulärer Semesterbeitrag
(216,95 €/Semester inkl. NRW-Semesterticket
und Semesterticket Verkehrsverbund Rhein-Sieg;
Stand: WiSe 2011/12)



STIMMEN VON STUDIERENDEN

„Für jedes Gebiet wird ein Fachmann eingesetzt. Zusammen mit den wertvollen Praxistipps bringen die Lehrinhalte für meinen beruflichen Alltag einen großen Mehrwert!“
Sarah Mölling, LL.B., Communology GmbH

„Mir gefällt vor allem die praxisnahe Ausbildung. Der Masterstudiengang passt als Spezialisierung sehr gut zum Diplomstudiengang Wirtschaftsrecht und ist daher eine optimale Ergänzung.“
Stefan Bodewig, Diplom-Wirtschaftsjurist

„Gerade im Urheberrecht kann der klassische Allgemeinanwalt dem Mandanten die erforderliche Fachkompetenz zumeist nicht bieten – da ist der Fachanwaltstitel quasi unerlässlich. Lehrgänge im Medien- und Urheberrecht sind aber leider Mangelware – dafür reist man wie ich auch extra aus Berlin an.“
Lennart Krause, Rechtsanwalt, Kanzlei Geyr, Hintz & Partner, Büro Berlin

„Der Masterstudiengang bot sich nach meinem zweiten Examen zur Spezialisierung im Medienbereich an, weil er neben den klassischen medienrechtlichen Themen auch den wirtschaftlichen Teil mit abdeckt. Zudem konnte zugleich der Fachanwaltslehrgang absolviert werden. Das ist quasi ein „rundum-Sorglos-Paket“ für die spätere Berufspraxis.“
Frederik Baltzer, Rechtsanwalt in Köln

FÖRDERUNGSMÖGLICHKEITEN/STIPENDIEN

Es existiert ein breites Angebot an Stipendien und Fördermöglichkeiten für Studierende an Fachhochschulen durch Stiftungen. Detaillierte Information erhalten Sie beim Career Service der Fachhochschule Köln (career-service@fh-koeln.de).

DIE BEWERBUNG

Bewerbungsvoraussetzung

Bachelor oder Diplom im Studiengang Wirtschaftsrecht oder in einem anderen einschlägigen Studiengang, Gesamtnote gut (2,5) oder gleichwertiger Abschluss (z. B. 1. Juristisches Staatsexamen) als Mindestanforderung.

Online-Bewerbung

Die Bewerbung für den Studiengang erfolgt online über die Seite www.studium.fh-koeln.de/service/studienangebot/index.php

Ansprechpartner für Fragen zum Studiengang

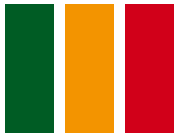
Frau Wiss. Mit. Katrin Brunner
Frau Wiss. Mit. RAIN Stefanie Nessler-Janik
Tel.: 02 21/82 75-35 18
E-Mail: medienrecht@fh-koeln.de

KONTAKT

Kölner Forschungsstelle für Medienrecht

Fachhochschule Köln
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Claudiusstr. 1
50678 Köln
Tel.: 02 21/82 75-35 18 oder -34 46
E-Mail: medienrecht@fh-koeln.de
www.medienrecht.fh-koeln.de

Postanschrift:
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln



DIE MODULE DES MASTERSTUDIENGANGS

■ MEDIENRECHT

■ Öffentlich-rechtliches Medienrecht I

Das Modul vermittelt den Studierenden die Grundzüge des öffentlichen Medienrechts. Aufbauend auf den verfassungsrechtlichen Grundlagen, insbesondere den Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 GG, werden die einfachgesetzlichen Vorgaben des Medienrechts für Rundfunk, Presse und Telemedien sowie Film behandelt. Neben materiellen Vorgaben werden die Studierenden mit den marktlichen und aufsichtsrechtlichen Strukturen der Medienlandschaft vertraut gemacht. Dies beinhaltet das Verständnis der Wertschöpfungsketten in den modernen Medien, insbesondere im Rahmen der Digitalisierung, wie auch Kenntnis der Aufsichtstrukturen im dualen Rundfunksystem.

Prof. Dr. Rolf Schwartmann, Fachhochschule Köln
RAin Dr. Monika Böhr, Rheinische Post
RA Dr. Stefan Sporn, RTL Television
RA Jan Kottmann, Google Deutschland

► 1. Semester, 4 Semesterwochenstunden

■ Öffentlich-rechtliches Medienrecht II

Das Modul baut auf den im vorangehenden Modul dargestellten Grundlagen des öffentlichen Medienrechts auf und vertieft diese in zwei Richtungen.

a) Telekommunikationsrecht

Die Studierenden werden zum einen mit den Grundlagen des Telekommunikationsrechts und des Rechts der Telemedien vertraut gemacht. Rundfunk, Telemedien und Telekommunikationsdienste werden an praktischen Beispielen vorgestellt und ihre Abgrenzung und rechtliche Verankerung anhand der theoretischen Grundlagen erörtert. Weitergehend werden im Besonderen für den Bereich der Telekommunikation die Mechanismen der sektorspezifischen Marktregulierung, unter besonderer Berücksichtigung der Rundfunk- und Frequenzregulierung, behandelt. Wesentlicher Bestandteil der Darstellung sind Marktdefinitions- und -analyseverfahren, Regulierungsverpflichtungen, Missbrauchsaufsicht und Rechtsschutzmechanismen sowie Funktion und Aufgaben der Bundesnetzagentur.

RA Stephan Wrona, Unitymedia

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden

b) Internationales Medienrecht

In einem zweiten Teil erhalten die Studierenden eine Einführung in das Internationale Medienrecht. Neben den völkerrechtlichen

Grundlagen werden völkervertragliche Vereinbarungen und die Arbeiten Internationaler Institutionen auf dem Gebiet der Medien vorgestellt. Besondere Berücksichtigung findet hierbei das Europäische Medienrecht im Rahmen des Europarates und der Europäischen Union, sowie dessen Umsetzung und Wirkweise im innerstaatlichen Recht.

RAin Nicola Lamprecht-Weißborn, Fachhochschule Köln

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden

■ Medienwirtschaftsrecht I

Das Modul vermittelt den Studierenden Grundlagen des Urheber- und Leistungsschutzrechts sowie des Kennzeichenrechts.

a) Urheberrecht

Die Definition des Werkes als Schutzobjekt des Urheberrechts sowie die Bestimmung des Urhebers als Schutzsubjekt sind grundlegend für die Befassung mit den Inhalten des Urheberrechts. Aufbauend auf der Darstellung dieser Grundlagen werden theoretische Kenntnisse über Inhalte und gesetzliche Verankerung der Urheberpersönlichkeits- wie auch der Verwertungsrechte behandelt und an Fallbeispielen aus der Praxis verdeutlicht. Neben dem Urheberrecht werden zudem Grundlagen des Leistungsschutzrechts ausübender Künstler vermittelt.

RA Dr. Peter Niepalla, Deutsche Welle

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden

b) Kennzeichenrecht und Domainnamenrecht

Ausgehend vom Begriff der Marke werden in einem weiteren Element des Moduls die Schutzhinhalte der Marke, unter besonderer Berücksichtigung von geschäftlichen Bezeichnungen und geographischen Herkunftsangaben, behandelt. Die Darstellung des Verfahrens und der Reichweite des Markenschutzes sind ebenso Bestandteil des Moduls wie kennzeichenrechtliche Ansprüche und ihre gerichtliche Durchsetzung. Als eigener Schwerpunkt des Modulelements werden Besonderheiten des Domainnamensrechts behandelt. Vor dem Hintergrund der Rechtsnatur, Funktion und besonderen Eigenheiten von Domains wird ihr kennzeichen- und namensrechtlicher Schutz erörtert. Wesentliche Aspekte der Darstellung sind auch hier mögliche Rechtsverletzungen durch Dritte, insbesondere unter den Aspekten Kennzeichenverletzung, Domaingrabbing und Namensanmaßung, sowie die Durchsetzung entsprechender Ansprüche.

Prof. Dr. Bernd Eckardt, Fachhochschule Köln

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden

Module

■ Medienwirtschaftsrecht II

Das Modul vermittelt den Studierenden die für das Medienrecht relevanten Grundzüge des Wettbewerbs-, Vergabe- und Kartellrechts.

a) Kartellrecht

Gegenstand des ersten Modulelements ist die Darstellung der Arbeit und Bedeutung der Kartellbehörden in der Medienwirtschaft. Vermittelt wird das Wissen um grundlegende Unterschiede des Kartell- und des Medienkonzentrationsrechts. Eingehend eingewiesen werden die Studierenden in die kartellrechtlichen Grundlagen des GWB. Das Verbot wettbewerbsbeschränkender Verträge und abgestimmter Verhaltensweisen zwischen Wettbewerbern, das generelle Kartellverbot und dessen Ausnahmen werden hierbei ebenso erörtert wie das Verfahren der Missbrauchsaufsicht und der Fusionskontrolle.

Jasmin Kundan, Bundeskartellamt

► 2. Semester, 1 Semesterwochenstunde

b) Wettbewerbs- und Werberecht

Ein weiteres Modulelement widmet sich schließlich wettbewerbsrechtlichen Vorgaben. Behandelt und anhand aktueller Rechtsprechung spezifiziert werden Formen des unlauteren Wettbewerbs nach UWG. Erläutert werden insbesondere die an unlauteres Handeln geknüpften Rechtsfolgen, mögliche Ansprüche und deren prozessuale Durchsetzung.

Dr. Emil Schwiippert, Vorsitzender Richter (a.D.) am OLG Köln

► 2. Semester, 1 Semesterwochenstunde

c) Werberecht

Im Rahmen einer speziellen Einheit wird das Recht der Werbung behandelt. Schwerpunktmäßig werden die Maßstäbe des UWG betreffend unlautere oder vergleichende Werbung erörtert. Als weitere Aspekte sind der Jugendmedienschutz und medienspezifische Regelungen im Wettbewerbsrecht wie auch Werbung im Internet und Markenlizenzen in der werblichen und medialen Nutzung Gegenstand der Darstellung. Neben einer Einführung in das Markenrecht wird in diesem Zusammenhang auch eine Einführung in das System des UWG und in die nach dem UWG zulässigen Werbeformen gegeben.

RA Dr. Ingo Jung, CBH Rechtsanwälte
RAin Nadja Siebertz, CBH Rechtsanwälte

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden

■ Medienwirtschaftsrecht III

Im dritten Modul des Themenkomplexes Medienwirtschaft erhalten die Studierenden Einblick in weitere medienrelevante Rechtsgebiete: Arbeitsrecht, Vergaberecht, Datenschutzrecht sowie Medienstrafrecht, einschließlich des Rechts der Ordnungswidrigkeiten.

a) Arbeitsrecht

Die Auseinandersetzung mit arbeitsrechtlichen Vorgaben gehört zum Tagesgeschäft jedes Medienunternehmens. Das Modul vermittelt daher grundlegende Kenntnisse der arbeits-, sozialversicherungs- und steuerrechtlichen Behandlung von Mitarbeitern in Medienunternehmen. Neben der Ausgestaltung von Arbeitsverträgen, einschließlich des Tarifvertragsrechts in Medienunternehmen, gehört zu dem Themenkomplex auch das Betriebsverfassungsrecht sowie Grundzüge der Künstlersozialversicherung.

Prof. Klaus Gennen, Fachhochschule Köln

► 3. Semester, 1 Semesterwochenstunde

b) Datenschutzrecht

Der im Rahmen digitaler Netzwerke zunehmend an Bedeutung gewinnende Bereich des Datenschutzes ist weiterer Bestandteil des Moduls. Vermittelt werden die Grundlagen des nationalen Datenschutzrechts unter besonderer Berücksichtigung verfassungsrechtlicher Vorgaben. Hierauf aufbauend lernen die Studierenden die internationalen Bezüge des Datenschutzes kennen. Dazu gehören konkrete Sachverhalte, wie die Übermittlung von Daten ins Ausland ebenso wie die Vorgaben des Europäischen Gesetzgebers.

RA Martin Huff, Rechtsanwaltskammer Köln

► 3. Semester, 1 Semesterwochenstunde

c) Medienstrafrecht

Als weiteres Feld der Querschnittsmaterie Medienrecht werden Bezüge zum Strafrecht dargestellt. Den thematischen Schwerpunkt bilden das Internet und mit diesem in Zusammenhang stehende Tatbestände des Kern- wie auch des Nebenstrafrechts (UrhG, KUG, MarkenG). Hierbei werden sowohl nationale als auch internationale Vorgaben erörtert.

RA Martin Huff, Rechtsanwaltskammer Köln

► 3. Semester, 1 Semesterwochenstunde

Module

d) Vergaberecht

In Rahmen eines weiteren Elements des Moduls lernen die Studierenden die Grundstrukturen des Vergaberechts kennen. Anknüpfungspunkt bildet das Vertragsrecht für IT-Leistungen des öffentlichen Auftraggebers. Anhand von Musterverträgen des öffentlichen Auftraggebers erlernen die Studierenden die Grundlagen der Vertragsgestaltung für die Beschaffung von IT-Leistungen (EVB-IT), den Kauf von Hardware, Dienstleistungen im IT-Bereich, die Überlassung von Standardsoftware, die Instandhaltung von Hardware sowie die Pflege von Software.

Prof. Klaus Gennen, Fachhochschule Köln

► 3. Semester, 1 Semesterwochenstunde

Informationstechnologierecht I

Im Rahmen des Moduls lernen die Studierenden das Informationstechnologievertragsrecht kennen. Anhand ausgewählter Beispiele werden komplexe Vertragsgestaltungen erarbeitet und so veranschaulicht.

Vermittelt wird zunächst das grundlegende Wissen über den Rechtsschutz für Software und Datenbanken, insbesondere das Urheberrecht der Arbeitnehmer und freien Mitarbeiter. Auch werden Rechtsfragen beim Erwerb (Kauf, Miete, Leasing) und bei der Wartung von Hardware, beim Erwerb, bei der Nutzung und bei der Pflege von Software erörtert.

Hierauf aufbauend werden konkrete Vertragstypen behandelt, die in der Praxis von Relevanz sind. Dies sind im Besonderen Verträge in der Planungsphase von IT-Projekten, Verträge über Systemberatung, IT-Projektverträge, General-/Subunternehmerverträge, Rahmenverträge, Rechenzentrumsverträge, Outsourcing-/Backsourcingverträge, Hard-/Softwarevertriebsverträge, Großhändlerverträge, OEM-Gestaltungen, Kooperationsvereinbarungen im Softwareentwicklungsbereich.

Prof. Klaus Gennen, Fachhochschule Köln

RA Klaus Brisch LL.M., BridgehouseLaw Cologne

► 1. Semester, 4 Semesterwochenstunden

Informationstechnologierecht II

Das Modul setzt auf dem vorangehenden Modul Informations-technologierecht I auf und vertieft die Kenntnisse im Internetrecht. Behandelt werden Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs (E-Commerce), Verträge im Zusammenhang mit der Domain (Service, Übertragung), ISP-Verträge, Informationshandel über Online-Datenbanken, Verträge über Webdesign, Verträge über den Erwerb von Rechten an Webcontent sowie rechtliche

Konsequenzen des Einsatzes moderner Kommunikationstechniken, z. B. des Web 2.0.

RA Klaus Gennen, Fachhochschule Köln

RA Klaus Brisch LL.M., BridgehouseLaw Cologne

► 2. Semester, 4 Semesterwochenstunden

Recht und Marketing in Medienunternehmen

Recht und Marketing in Medienunternehmen stehen in unmittelbarem Zusammenhang. Das Modul vertieft daher die im ökonomischen Teil des Masterstudiengangs erarbeiteten Kenntnisse, und vermittelt einen Überblick über das System der Kulturförderung als Querschnittsmaterie.

a) Marketing

Im ökonomischen Teil des Moduls werden Kenntnisse des strategischen und operativen Marketings vermittelt. Im Fokus stehen dabei Analysetechniken zur Bestimmung von Marketingzielen und Marketingstrategien sowie zur Bestimmung des adäquaten Marketing-Mix (Produkt- und Markenpolitik; Entgeltpolitik, Vertriebspolitik, Kommunikationspolitik) einerseits sowie die Marketingkontrolle andererseits.

Prof. Dr. Ulrich Stangl, Fachhochschule Köln

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden

b) Recht und Kulturförderung

Im rechtlichen Teil stehen den oben genannten Inhalten Fragen der Kulturförderung, der Werbung und der Verwertung von Werken gegenüber. Behandelt wird daher in einem Element des Moduls der Schutz von Produktbezeichnungen. Weiteres Element des Moduls ist die Darstellung des urheberrechtlichen Leistungsschutzrechts, insbesondere auch des Verlagsrechts, am Beispiel der Musik. Erläutert werden u. a. die Rechts- und Vertragsbeziehungen bei Aufnahme und Schaffung von Musik sowie das Musikverlagsrecht. Des Weiteren werden auch rechtliche Aspekte der Herstellung und Auswertung von TV-Produktionen behandelt sowie ergänzend Fragen des Veranstaltungsrechts. Erläutert werden im Besonderen der Umgang mit Verwertungsrechten, einschließlich der Arbeit der Verwertungsgesellschaften (GEMA, GVL, KSK), sowie Grundlagen des Rechts der deutschen und europäischen Kulturförderung. Weiteres thematisches Element des Moduls bilden das Buchverlagsrecht und Besonderheiten der Buchpreisbindung.

RA Josef Limper, WZR Rechtsanwälte

RA Martin Huff, Rechtsanwaltskammer Köln

RA Sebastian Möllmann/RA Peer Bießmann, Brainpool TV GmbH

► 2. Semester, 2 Semesterwochenstunden



b) Unternehmens- und Gesellschaftsrecht

Im rechtlichen Teil des Moduls sollen den Studierenden die Grundlagen des Unternehmens- und Gesellschaftsrecht und ein umfassendes Verständnis für die rechtliche Organisation und Führung von Medienunternehmen vermittelt werden.

RA Dr. Pär Johansson, Heuking Kühn Lüer Wojtek
Franz Sommerfeld, Mediengruppe M. DuMont Schauberg

► 1. Semester, 2 Semesterwochenstunden

Recht und Ethik in der Medienwirtschaft

Angesichts der kulturellen und gesellschaftlichen Bedeutung der Medien kommt der Medienwirtschaft ein hohes Maß an Eigenverantwortung zu. Berufsethik und Selbstregulierungsmechanismen sind Ansätze, die neben der harten Regulierung durch Gesetz zur Anwendung gelangen. Das Modul soll den Studierenden einen Einblick in das System der freiwilligen Selbstregulierung und Selbstkontrolle sowie die Grundsätze der Ethik der Medienschaffenden bieten. Die Darstellung umfasst dabei alle relevanten Medien, insbesondere Presse, Film und Fernsehen sowie neue Medien, insbesondere Formate des Internet. Inhaltliche Schwerpunkte liegen auf dem Schutz der Menschenwürde und dem Jugendschutz.

RAin Dr. Frauke Schmid-Petersen, Höcker Rechtsanwälte
Guido Häring, ehemals Microsoft
Christoph Keese, Axel Springer AG

► 3. Semester, 4 Semesterwochenstunden

MEDIENWIRTSCHAFT

Medienwirtschaft im Unternehmen

Das Modul setzt sich mit Unternehmensführung aus ökonomischer und rechtlicher Perspektive auseinander.

a) Mikroökonomie

Aufbauend auf den wesentlichen theoretischen Grundlagen der Mikroökonomie sollen die Studierenden im wirtschaftswissenschaftlichen Teil des Moduls mit empirischen und anwendungsorientierten Analysen von Konsum- und Unternehmensentscheidungen, Unternehmensumfeld und Unternehmensperformance vertraut gemacht werden. Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis von der Dynamik des Marktgeschehens aus dem Zusammenwirken der einzelwirtschaftlichen Entscheidungen zu vermitteln.

Klaus Böhm, Deloitte Consulting GmbH

► 1. Semester, 2 Semesterwochenstunden

Marketing (Markenführung / Brand Management)

Ziel der Veranstaltung sind ist Entwicklung von Fachkompetenz und analytischem Urteilsvermögen über die komplexen Zusammenhänge der Führung von Marken. Dies umfasst auch die Vermittlung entscheidungsorientierter Managementansätze. Im Bereich der Grundlagen werden die verschiedenen Markenbegriffe, ihre verhaltenswissenschaftliche Fundierung und die Informationsgrundlagen behandelt. Hierauf aufbauend werden die strategische Markenführung sowie der operative Markenaufbau erörtert. Der Ansatz des Markenwertes sowie die Balanced Scorecard und andere Methoden und Techniken werden in einem weiteren Themenkomplex der Vorlesung, dem Brand Controlling thematisiert. Erlerntes Wissen wird im Rahmen praktischer Fallstudien zur Markenführung angewendet.

Prof. Dr. Jörg Pfisterer, Fachhochschule Köln

► 1. Semester, 4 Semesterwochenstunden



Module

Film- und Fernsehrecht/-wirtschaft

Das Modul setzt sich aus einer Vielzahl von Themenbereichen zusammen, die in ihrer Gesamtheit einen umfassenden Überblick über das Film- und Fernsehgeschäft geben. Vermittelt wird grundlegendes Verständnis relevanter Zusammenhänge und Abhängigkeiten. Im Rahmen des Moduls werden konkrete Einblicke in Produktions- und Unternehmensvorgänge der Film- und Fernsehwirtschaft gegeben. Vertieft werden Facetten des Rechte- und Lizenzhandels, einschließlich seiner Nebenrechte. Weiterhin sind der Jugendschutz, Besonderheiten des Äußerungsrechts und des Persönlichkeitsschutzes sowie Grundzüge und Besonderheiten des Umgangs mit Filmrechten beim Controlling Bestandteil des Kurses.

RA Dr. Stefan Sporn, General Manager International Distribution and Copyright Law, Mediengruppe RTL Deutschland
In Zusammenarbeit mit:

Konstantin von Ahlefeld, VFFV media; Oliver Fay, Splendid Synchron GmbH; Joachim von Gottberg, FSF; Nina Haverkamp, AHS Rechtsanwälte; Alexandra Hülbach, RTL Television; Andrea Kaul, IP Deutschland GmbH; Sabine Moormann, RTL interactive; Thorsten Müller, WDR; Hanno Panten, RTL Television; Dr. Martin Schneider, Super RTL; Sonja Zens, RTL Television

► 3. Semester, 4 Semesterwochenstunden

Personalmanagement

Unternehmen der Medienwirtschaft sind vielfach darauf angewiesen die Ressource »Personal« flexibel zu gestalten. Dem stehen die Interessen vor allem der Beschäftigten, aber auch anderer Stakeholder gegenüber. Entsprechend setzt sich das Modul mit dem Themengebiet Personalmanagement und Unternehmensstrategie auseinander. Aufgezeigt werden Instrumente flexibilitätsorientierten Personalmanagements, die innerhalb des nationalen, aber auch internationalen rechtlichen Rahmens im Sinne eines Interessenausgleichs zur Anwendung gelangen. Die Studierenden erlernen, die Auswirkungen der Instrumente hinsichtlich wirtschaftlicher, sozialer und gesellschaftlicher Ziele sowie ethischer Normen zu ermitteln und abzuschätzen.

Prof. Dr. Christian Ernst, Fachhochschule Köln
Prof. Dr. Norbert Scharfenkamp, Fachhochschule Köln

► 3. Semester, 4 Semesterwochenstunden

Kundenmanagement (Customer Relationship Management)

Kundenbetreuung und Kundenorientierung sind essentielle Bestandteile jeder Unternehmensführung. Das Modul vermittelt entsprechend grundlegende Kenntnisse des Kundenmanage-

ments. Dargestellt werden im Besonderen die theoretischen Grundlagen des Relationship Marketings, Messprobleme und Methoden, sowie die Implementierung und Kontrolle von CRM-Maßnahmen. Die Studierenden lernen dabei die Unterschiede zwischen dem klassischen »Beeinflussungsmarketing« und dem Relationship Marketing kennen. Darüber hinaus werden die Studierenden mit den Bereichen Kundenorientierung sowie Kundengewinnung und -sicherung vertraut gemacht.

Prof. Dr. Herbert Robens, Fachhochschule Köln

► 3. Semester, 4 Semesterwochenstunden

INFORMATIONSTECHNIK

Informationstechnik I

Inhalte und Technik lassen sich in zunehmend konvergenten Medien kaum mehr trennen. Die rechtliche und ökonomische Bewertung erfordert daher stets Kenntnisse auch über die zugrunde liegende Technik. Im Rahmen des Moduls lernen die Studierenden daher die Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnik kennen. Zentrale Themenbereiche sind Signaltechnik und Datenkommunikation. Hierbei wird auf die gerätetechnischen Grundlagen ebenso eingegangen wie auf die Besonderheiten und möglichen Probleme einzelner Übertragungswege.

Prof. Dr. Matthias Groß, Fachhochschule Köln
Roland Merz, Staatskanzlei NRW
Volker Koch, WDR

► 1. Semester, 4 Semesterwochenstunden

Informationstechnik II

In Ergänzung zum vorangehenden Modul erweitern die Studierenden ihre Kenntnisse im Schwerpunkt Online-Techniken. Die Studierenden lernen, IT-Lösungen für Medienunternehmen sinnvoll zu bewerten, auszuwählen und anzuwenden. Im Rahmen des Moduls werden konkrete IT-Lösungen für wesentliche Aufgabenbereiche beim Umgang mit Daten, Informationen und Wissen vorgestellt. Dies betrifft u.a. Bereiche wie Online Kommunikation und Kollaboration, Identitäts-Management, digitale Signatur, Accessibility, IT-Risikomanagement, IT-Haftung, Strafverfolgung, Online Marktforschung sowie Dokumenten-, Content- und Knowledge Management.

Stefan Jacob, Klopotek & Partner GmbH
Konstantin von Ahlefeld, VFFV media
Eric Sollbach, SNG und Satellitentechnik WDR

► 4. Semester, 4 Semesterwochenstunden

ÜBERSICHT DER MODULE

(Semesterabfolge)

1. SEMESTER

Öffentlich-rechtliches Medienrecht I
Informationstechnikrecht I
Medienwirtschaft im Unternehmen
Marketing (Markenführung / Brand Management)
Informationstechnik I

2. SEMESTER

Öffentlich-rechtliches Medienrecht II
Informationstechnikrecht II
Medienwirtschaftsrecht I
Medienwirtschaftsrecht II
Recht und Marketing in Medienunternehmen

3. SEMESTER

Medienwirtschaftsrecht III
Film- und Fernsehrecht/-wirtschaft
Recht und Ethik in der Medienwirtschaft
Personalmanagement
Kundenmanagement (Customer Relationship Management)

4. SEMESTER

Informationstechnik II
Master-Thesis und Kolloquium



Plakette gestaltet von
Heribert Calleen
für den Preis des Beirats



Praxis

STUDIEREN IM UNTERNEHMEN

Im Rahmen des Masterkurses besuchen die Studierenden zusammen mit Ihren Dozenten verschiedene Medienunternehmen. Experten erklären vor Ort und veranschaulichen Gelerntes anhand von Praxisbeispielen. So finden zahlreiche Vorlesungen in den Räumlichkeiten des WDR, bei RTL, Brainpool TV GmbH, Unitymedia und bei der Deutschen Welle statt, und die Studierenden besuchen u. a. das Synchronstudio der Splendid Synchron GmbH. Sie erhalten so die Gelegenheit, unmittelbar Einblick in die Arbeitsweise der Unternehmen, Produktionsstätten und technischen Anlagen zu erlangen.

Daneben ermöglicht die Einbindung namhafter Experten als Dozenten in den Studiengang einen engen Kontakt der Studierenden zur Praxis. Es können Kontakte geknüpft und im Rahmen möglicher Praktika vertieft werden. Die abschließende Masterarbeit soll jeweils von einem Praktiker mitbetreut werden und kann im jeweiligen Unternehmen angefertigt werden.

DER PREIS DES BEIRATS

Zur Anerkennung hervorragender Leistung hat der Beirat der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht einen Preis für die beste Masterarbeit eines jeden Jahrgangs gestiftet. Die Auszeichnung wird dem Preisträger im Rahmen der jährlichen Eröffnungsveranstaltung „Medienrecht trifft Medienwirtschaft“ verliehen. Die dabei überreichte Plakette wurde vom Kölner Bildhauer und Medailleur Heribert Calleen gestaltet. Als Absolvent der Kölner Werkschulen und Meisterschüler von Ludwig Gies prägte er in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts das Bild von der zeitgenössischen, künstlerisch anspruchsvollen Medaille in Deutschland.

Beirat der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht:

Achim Berg, Corporate Vice President Mobile Communications
Business and Marketing bei Microsoft Corporation;
Vizepräsident BITKOM

Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der LfM

Jürgen Doetz, Präsident des VPRT

Professor Dr. Dieter Dörr, Direktor des Mainzer Medieninstituts,
Mitglied der KEK

Helmut Heinen, Geschäftsführer des Heinen-Verlags, Herausgeber der Kölnischen Rundschau, Präsident des BDZV

Professor Dr. Dr. h.c. Joachim Metzner, Präsident der Fachhochschule Köln, Vorsitzender der Landesrektorenkonferenz der Fachhochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen

Eva-Maria Michel, stellvertretende Intendantin, Justitiarin und Direktorin beim WDR

Rechtsanwältin Pia Eckertz-Tybussek,
Vorsitzende des Kölner Anwaltverein
und Rechtsanwalt Thomas Haas,
Geschäftsführer des Kölner Anwaltverein



FACHANWALTSLEHRGÄNGE URHEBER- UND MEDIENRECHT / INFORMATIONSTECHNOLOGIERECHT



Neben dem Masterstudiengang als akademischem Abschluss bietet die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht in Kooperation mit dem Kölner Anwaltverein e.V. Fachanwaltslehrgänge im Urheber- und Medienrecht sowie im Informationstechnologierecht an. Diese können unabhängig vom Studiengang belegt werden. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit, die theoretischen Qualifikationen für die Fachanwaltschaften parallel zum Studium zu erwerben. Die Inhalte der Fachanwaltskurse sind an den Vorgaben der § 14j und § 14k Fachanwaltsordnung (FAO) ausgerichtet. Die zweisemestrigen Lehrgänge beginnen jährlich zum Wintersemester. Sie umfassen die nach § 4 Abs. 1 FAO erforderlichen Zeitstunden und schließen mit jeweils vier Klausuren ab.

Ergänzend zu den Fachanwaltslehrgängen werden im Rahmen der Kooperation mit dem Kölner Anwaltverein e.V. Fortbildungen für Fachanwälte nach § 15 FAO angeboten. Weitere Informationen zum aktuellen Angebot unter: www.medienrecht.fh-koeln.de

INHALTE FACHANWALTSKURS URHEBER- UND MEDIENRECHT

- Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung
- Rundfunkrecht
- Urheber- und Leistungsschutzrecht, Urhebervertragsrecht, Internationale Urheberrechtsabkommen, Recht der Wahrnehmungsgesellschaften
- Titelschutz
- Recht der Medien- und Telekommunikationsdienste, Telekommunikationsrecht
- Recht der Unterhaltungs- und Kulturveranstaltungen, Recht der deutschen und europäischen Kulturförderung
- Verlagsrecht, einschließlich Musikverlagsrecht
- Wettbewerbsrecht
- Recht der Werbung
- Verfahrensrecht und Besonderheiten des Prozessrechts

INHALTE FACHANWALTSKURS INFORMATIONSTECHNOLOGIERECHT

- Vertragsrecht und Vertragsgestaltung in Bezug auf Informationstechnologien
- Urheberrecht- und gewerblicher Rechtsschutz
- Strafrecht im Bereich der Informationstechnologien
- Datenschutzrecht und Sicherheit der Informationstechnologien
- Kennzeichenrecht und Domainrecht
- Recht der Medien- und Telekommunikationsdienste, Telekommunikationsrecht
- Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs
- Vergaberecht in Bezug auf Leistungen der Informationstechnologien
- Verfahrensrecht und Besonderheiten des Prozessrechts

ANMELDUNGEN UND ANFRAGEN

Martin V. Sampedrono Gonzales
Kölner Anwaltverein e.V.
Telefon: 02 21/28 56 02-18
E-Mail: sampredano@koelner.anwaltverein.de

BEGINN jeweils zum Wintersemester

DAUER 2 Semester

KOSTEN 1.500 € reguläre Gebühr



Von links: Klaus Gennen, Rolf Schwartmann, Nicola Lamprecht-Weißborn

PROFESSUREN

Professor Dr. Rolf Schwartmann

Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Fachhochschule Köln

Professor Klaus Gennen

Fachanwalt für Informationstechnikrecht und Arbeitsrecht, LLR LegerlotzLaschet Rechtsanwälte, Professur für Informationstechnikrecht und Urheberrecht, Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Fachhochschule Köln

Rechtsanwältin Nicola Lamprecht-Weißborn LL.M. Eur.

Geschäftsführerin Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Fachhochschule Köln

PROFESSOREN UND LEHRBEAUFTRAGTE

Rechtsanwalt Peer Bießmann

Leiter Legal and Business Affairs Brainpool TV GmbH

Klaus Böhm

Deloitte Consulting GmbH

Rechtsanwältin Dr. Monika Böhr

Justitiarin Rheinische Post

Rechtsanwalt Klaus M. Brisch LL.M.

BridgehouseLaw Cologne

Rechtsanwalt Dr. Sven Dierkes

Höcker Rechtsanwälte Köln

Professor Dr. Bernd Eckardt

Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Köln

Professor Dr. Christian Ernst

Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Köln

Oliver Fay

Geschäftsführer, Splendid Synchron

Professor Dr. Matthias Groß

Institut für Informationswissenschaft, Fachhochschule Köln und Geschäftsführer INSIGMA IT Engineering

Guido Häring

Ehemals General Manager EMEA CSS, Microsoft

Rechtsanwältin Nina Haverkamp

AHS Rechtsanwälte

Rechtsanwalt Martin W. Huff

Geschäftsführer Rechtsanwaltskammer Köln

Rechtsanwältin Alexandra Hülbach

Ressortleiterin Business & Legal Affairs, RTL Television

Stefan Jacob

Geschäftsführer Klopotek GmbH

Dozenten

Rechtsanwalt Dr. Pär Johansson

Heuking Kühn Lüer Wojtek

Rechtsanwalt Dr. Ingo Jung

Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz,
CBH-Rechtsanwälte

Andrea Kaul

Leitung Marketing neue Projekte, IP Deutschland

Christoph Keese

Konzerngeschäftsführer Public Affairs Axel Springer AG

Volker Koch

Technologie und Innovationsmanagement, WDR

Rechtsanwalt Jan Kottmann

Leiter Medienpolitik, Google Germany

Jasmin Kundan

Regierungsdirektorin beim Bundeskartellamt

Rechtsanwalt Josef Limper

Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht sowie Steuerrecht,
WZR Rechtsanwälte

Roland Merz

Referat MTK 1 – Grundsatzfragen der Medienpolitik, Medienkompetenz, Rundfunktechnik, Staatskanzlei des Landes NRW

Rechtsanwalt Sebastian Möllmann

Syndikus Legal and Business Affairs Brainpool TV GmbH

Sabine Moormann

Teamleiterin Licensing, Games Publishing, Business & Legal Affairs, RTL interactive GmbH

Thorsten Müller

Medienforschung, WDR

Rechtsanwalt Dr. Peter Niepalla

Justitiar, Deutsche Welle

Hanno Panten, LL.M. oec.

Business & Legal Affairs, RTL interactive GmbH

Professor Dr. Jörg Pfisterer

Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Köln

Professor Dr. Herbert Robens

Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Köln

Professor Dr. Norbert Scharfenkamp

Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Köln

Rechtsanwältin Dr. Frauke Schmid-Petersen

Höcker Rechtsanwälte Köln

Dr. Martin Schneider

Leiter Controlling, Finanz- und Rechnungswesen, stellv. kaufmännischer Direktor, Super RTL, RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG

Dr. Emil Schwippert

Vorsitzender Richter (a.D.) am Oberlandesgericht Köln

Rechtsanwältin Nadja Siebertz

Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz,
CBH-Rechtsanwälte

Eric Sollbach

Teamleiter SNG und Satellitentechnik, WDR

Franz Sommerfeld

Vorstand, Mediengruppe M. DuMont Schauberg

Rechtsanwalt Dr. Stefan Sporn

General Manager International Distribution and Copyright Law,
Mediengruppe RTL Deutschland

Professor Dr. Ulrich Stangl

Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Köln

Konstantin von Ahlefeld

Freier Produktionsleiter, Vorsitzender VFFVmedia

Joachim von Gottberg

Geschäftsführer Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF)

Rechtsanwalt Stephan Wrona

Justitiariat, Unitymedia

Sonja Zens

Redakteurin Business Affairs & Dubbing, RTL Television

KOOPERATIONEN UND VERANSTALTUNGEN

KÖLNER MEDIENSYMPOSIUM

Mit dem Ziel, aktiv Impulse zu setzen und den interdisziplinären Dialog zu fördern, veranstaltet die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht seit 2006 einmal im Jahr das Kölner Mediensymposium. Die Veranstaltung ist ein Forum für aktuelle Fragestellungen des nationalen Medienrechts, die unter Beteiligung der Öffentlichkeit mit Vertretern aus Wissenschaft, Praxis und Politik erörtert werden.

Von links: Dr. Mathias Döpfner, Helmut Heinen (oben);
Anke Schäferkordt, Dr. Frank Schirmacher (unten)



Veranstaltungen

- **„Wieviel Macht verträgt die Vielfalt? Möglichkeiten und Grenzen von Medienfusionen“ (2006);** veranstaltet zusammen mit dem Mainzer Medieninstitut in Kooperation mit dem 18. Medienforum NRW; Diskussionsteilnehmer: Prof. Dr. Rolf Schwartmann; Prof. Dr. Dieter Dörr, KEK; Reinhold Albert, Direktor Niedersächsische Landesmedienanstalt; Dr. Ulf Böge, ehemals Präsident Bundeskartellamt; Jürgen Doetz, Präsident VPRT; Hans-Jürgen Jakobs, Ressortleiter Medien Süddeutsche Zeitung; Klaus Paetow, Direktor beim Bundeskartellamt
- **„Medienregulierung zwischen Brüssel und Karlsruhe“ (2008);** veranstaltet in Kooperation mit dem Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen; Moderation: Dr. Simone Sanftenberg, Landessenderdirektorin SWR; Dr. Tobias Schmid, Bereichsleiter Medienpolitik RTL-Television; Panelteilnehmer: Andreas Krautscheid; Prof. Dr. Rolf Schwartmann; Dr. Jürgen Brautmeier, stellv. Direktor LfM NRW; Prof. Dr. Dieter Dörr, KEK; Prof. Dr. Eugen Eberle, Justitiar ZDF; Dr. Christian Hauptmann, stellv. Justitiar RTL-Group; Christoph Keese, Konzerngeschäftsführer Public Affairs Axel Springer AG; Wolfgang Kopf, Leiter der Regulierung Deutsche Telekom; Annette Kümmel, Direktorin Medienpolitik ProSiebenSat.1 Media AG; Valdo Lehari jr., Präsident Europäischer Verlegerverband; Rechtsanwalt Gernot Lehr; Lukas Repa, Generaldirektion Wettbewerb der EG-Kommission; Dr. Verena Wiedemann, Generalsekretärin ARD
- **„Fesseln für die Vielfalt – Das Medienkonzentrationsrecht auf dem Prüfstand“ (2009);** veranstaltet in Kooperation mit dem Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen; Moderation: Dr. Reinhard Müller, Redakteur FAZ; Teilnehmer: Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender Axel Springer AG; Prof. Dr. Dieter Dörr, KEK; Dr. Bernhard Heitzer, Präsident Bundeskartellamt; Helmut

Heinen, Präsident BDZV und Herausgeber Kölnische Rundschau; Anke Schäferkordt, Geschäftsführerin Mediengruppe RTL Deutschland

- **„Leben im Schwarm – Wie das Internet uns verändert“ (2010);** veranstaltet in Kooperation mit dem Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen; Teilnehmer: Markus Beckedahl, netzpolitik.org; Prof. Dr. Frank Hartmann, Bauhaus-Universität Weimar; Constanze Kurz, Chaos Computer Club; Staatssekretär Michael Mertes, Staatskanzlei NRW; Prof. Dr. Christoph Neuberger, Institut für Kommunikationswissenschaften, Universität München; Dr. Frank Schirmacher, Herausgeber der FAZ und Autor von „Payback“; Prof. Dr. Rolf Schwartmann; Dr. Emil Schwippert, OLG Köln; Prof. Dr. Helga Theunert, JFF-Institut für Medienpädagogik
- **„Urheberrecht und Verfassung“ (2011);** veranstaltet in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Gesetzgebung e.V. Teilnehmer: Prof. Dr. Günter Krings, MdB, Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Gesetzgebung e.V. und stellvertretender Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion; Prof. Dr. Andreas Paulus, Richter des Bundesverfassungsgerichts; Prof. Dr. Joachim Bornkamm, Vorsitzender Richter am Bundesgerichtshof; Prof. Dr. Rolf Schwartmann, Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht (Fachhochschule Köln); Dr. Reinhard Müller, F.A.Z.; Dr. Till Kreutzer, IRights.info, Deutsche UNESCO Kommission

Von links: Christoph Keese, Rolf Schwartmann, Andreas Krautscheid





Achim Berg, Corporate Vice President Mobile Communications Business and Marketing bei Microsoft Corporation

MEDIENRECHT TRIFFT MEDIENWIRTSCHAFT

Anlässlich der Eröffnung des jeweiligen Studienjahres des Masterstudiengangs Medienrecht und Medienwirtschaft lädt die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht jährlich zu einer Vortragsveranstaltung in der Reihe „Medienrecht trifft Medienwirtschaft“ ein. Themen waren bisher:

- „Zwischen Partnerschaft und Wettbewerb: Wie IT-Unternehmen die Medienlandschaft verändern“ (2008/09), Vortragender: Achim Berg, Geschäftsführer Microsoft Deutschland.
- „Abgrenzung und Bewertung von Medienmärkten in der aktuellen Spruchpraxis des Bundeskartellamts“ (2009/10), Vortragender: Dr. Ralph Langhoff, Vorsitzender 6. Beschlussabteilung des Bundeskartellamts.
- „Medien und Justiz – Slalom zwischen Nähe und Distanz“ (2010/11), Vortragende: Brigitte Koppenhöfer, Vorsitzende Richterin a. D. am Landgericht Düsseldorf
- „Profis, Profit & Partner“ (2011/12), Vortragender: Jan Pommer, Geschäftsführer der Beko Basketball Bundesliga

MEDIENFORUM NRW

Die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht kooperiert regelmäßig mit der Ifm-nova im Rahmen des Medienforum NRW.

- „Medienregulierung in Deutschland“ (2008); Keynote: Prof. Dr. Rolf Schwartmann; Moderation: Marie-Luise Große Peclum; Diskussionsteilnehmer: Carl-Eugen Eberle, Marc Jan Eumann, Tobias Schmid, Andreas Krautscheid, Thomas Langheinrich.
- „Herausforderung Peer-to-Peer – Ist das Urheberrecht noch beherrschbar?“ (2008); Moderation: Prof. Dr. Rolf Schwartmann; Diskussionsteilnehmer: Niklas Brambring, Andreas Hamann, Michael Schmittmann, Stefan Sporn.
- „Medienpolitik in Deutschland. Medienpolitik in der Krise?!“ (2009); Keynote: Prof. Dr. Rolf Schwartmann; Diskussionsteilnehmer: Marc Jan Eumann, Kai Flatau, Ruth Hieronymi, Christoph Keese, Dr. Tobias Schmid; Moderation: Barthel Schölgens.
- „Rundfunkbegriff im Wandel“ (2009); Diskussions teilnehmer: Ruth Hieronymi, Christoph Keese, Dr. Tobias Schmid, Prof. Dr. Rolf Schwartmann.

DEUTSCHE WELLE MEDIENDIALOG

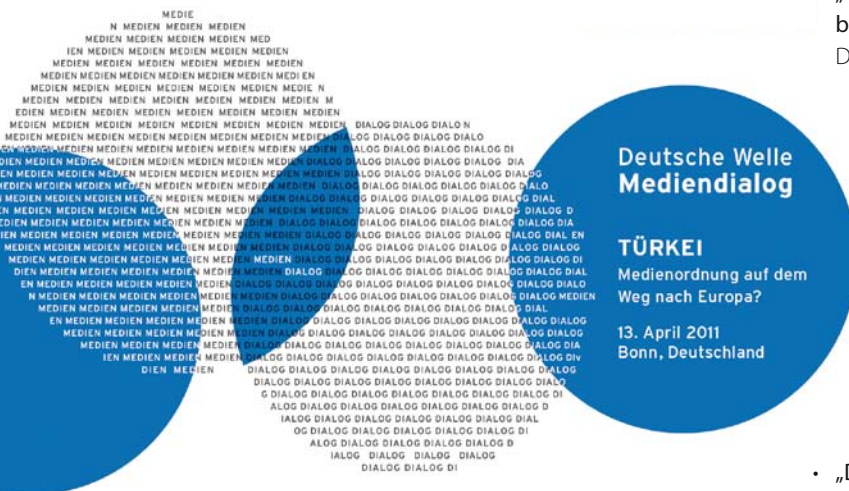
In Kooperation mit der Deutschen Welle Akademie, der Fachhochschule Rhein-Sieg und der Universität Bonn veranstaltet die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht seit 2010 jährlich eine internationale Fachkonferenz zu internationalen medienrechtlichen und medienwirtschaftlichen Themen. Die Veranstaltung findet in Bonn statt.

1. Deutsche Welle Mediendialog

Russland – Medien zwischen Staatslenkung und Kommerzialisierung. 21. April 2010, Funkhaus der Deutschen Welle, Bonn

2. Deutsche Welle Mediendialog

Türkei – Medienordnung auf dem Weg nach Europa 13. April 2011, Funkhaus der Deutschen Welle, Bonn



Wissenschaft

PUBLIKATIONEN UND STUDIEN

Schriftenreihe der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht:

Band 1: Philip Kempermann: Content-Regulierung in konvergenten Medien, 2010.

Band 2: Sebastian Kocks/Stefan Sporn: Electronic Program Guides. Eine urheberrechtliche Bewertung, 2011.

Band 3: Rolf Schwartmann (Hrsg.): Leben im Schwarm. Wie das Internet uns verändert, 2011.

Publikationen (Auswahl):

Schwartmann (Hrsg.): Praxishandbuch Medien- IT- und Urheberrecht, 2. Auflage 2011.

Schwartmann: Der Vertrag von Lissabon, 4. Auflage, 2011.

Fink/Schwartmann/Cole/Keber: Europäisches und Internationales Medienrecht, 2. Auflage, 2011.

Dörr/Schwartmann: Medienrecht, 3. Auflage, 2010.

Schwartmann/Lamprecht- Weißenborn (Hrsg.): Datenschutzrecht, Vorschriftensammlung, 2010.

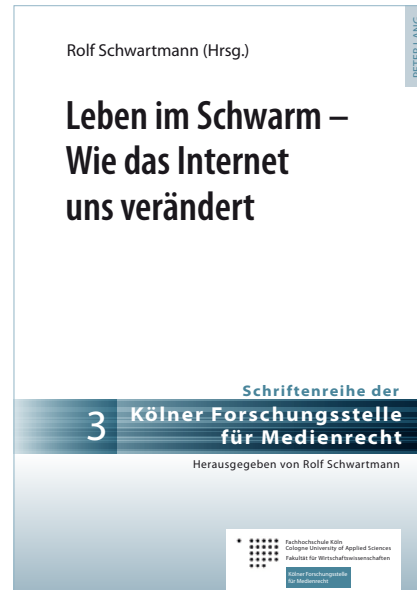
Gennen/Völkel: Recht der IT- Verträge, 2009.

Schwartmann/Gennen/Lamprecht-Weißenborn: Medienrecht in der Werkstattarbeit. Möglichkeiten und Fallstricke der medialen Welt, 2010.

Schwartmann/Gennen/Völkel (Hrsg.): IT- und Internetrecht, Vorschriftensammlung, 2009.

Schwartmann/Krautscheid: Fesseln für die Vielfalt? Das medienkonzentrationsrecht auf dem Prüfstand, 2009.

Schwartmann/Pabst/Lamprecht-Weißenborn: Datenschutz. Rechtsvorschriften für die Praxis, 2011.



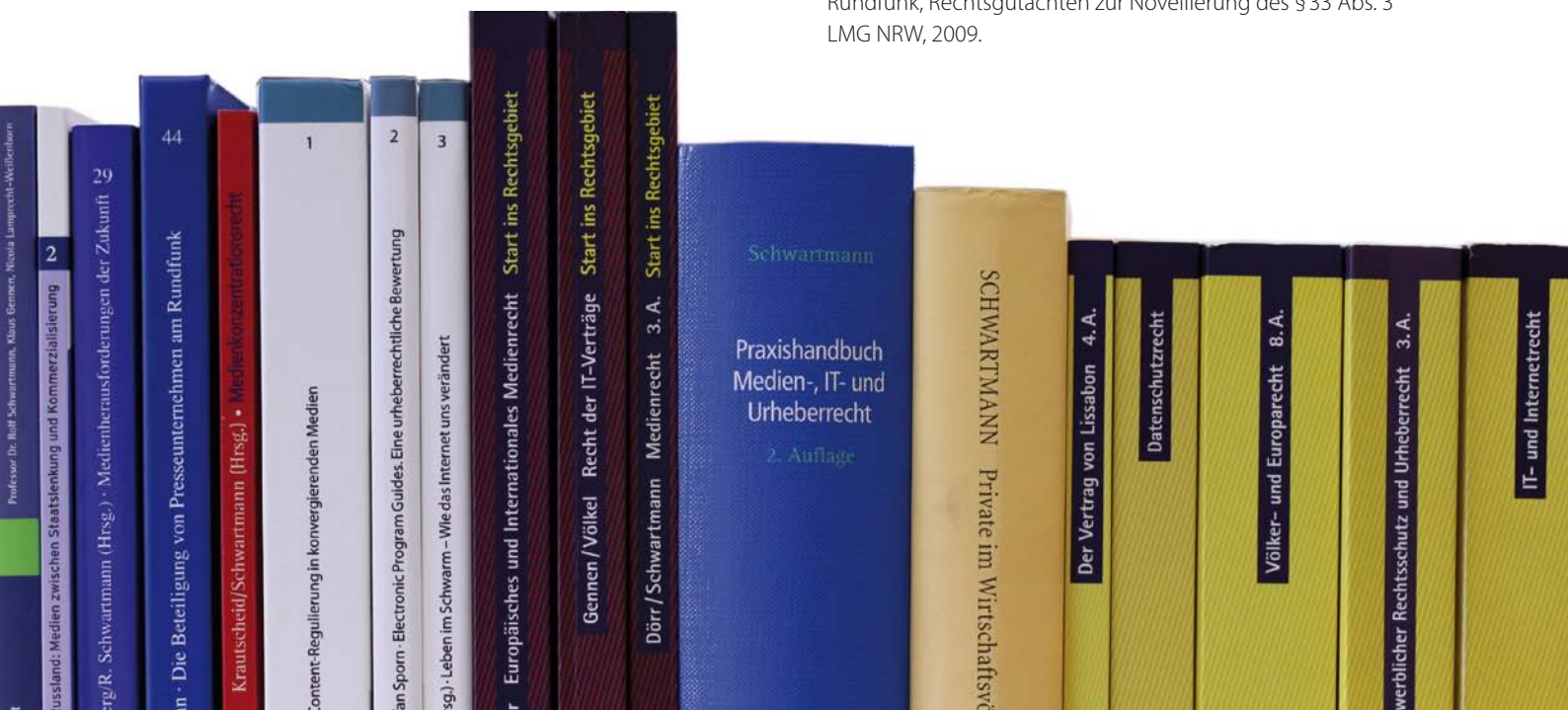
Studien:

Aktuell: vergleichende Studie über Modelle zur Versendung von Warnhinweisen durch Internet-Zugangsanbieter an Nutzer bei Urheberrechtsverletzungen, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, 2011.

Schwartmann: Jugendschutz im Teletext. Rechtsgutachten im Auftrag der Kommission für Jugendmedienschutz, Juni, 2011.

Dörr/Schwartmann, unter Mitarbeit von Lamprecht-Weißenborn, Schiedermaier, Wagner, Der Rundfunkbegriff und die Medienregulierung, Studie im Auftrag der Axel Springer AG, 2009.

Schwartmann: Die Beteiligung von Presseunternehmen am Rundfunk, Rechtsgutachten zur Novellierung des § 33 Abs. 3 LMG NRW, 2009.



KÖLN – STUDIEREN UND LEBEN IM HERZEN DES MEDIENLANDS NR. 1

Wer sich für den Studiengang Medienrecht und Medienwirtschaft oder eines der anderen Fortbildungsangebote der Fachhochschule Köln entscheidet, trifft damit nicht nur fachlich eine sehr gute Wahl. Auch für die Zeit neben oder nach dem Studium hat der Hochschulstandort Köln viel zu bieten. Die Stadt Köln ist schließlich nicht nur einer der wichtigsten Medienstandorte Deutschlands, sondern als eine der ältesten Hochschulstädte zugleich eine durch Studenten geprägte, außerordentliche lebhaft Stadt.

Abseits der Hörsäle schreibt nicht nur der legendäre Kölner Karneval Geschichte. Mit vielen namhaften Museen, Galerien, Kunstmessen sowie einer lebendigen Kunst- und Musikszene gilt Köln nicht zu unrecht als kulturelle Metropole am Rhein. Zahlreiche Kneipen, Cafés und Clubs bieten ein flächendeckendes

Netz für Abend- und Freizeitgestaltung. Gerade bei Studenten sind die Altstadt, die Zülpicher und die Luxemburger Straße, das belgische Viertel, die Ringe sowie die Südstadt besonders beliebt. In den vielen Veranstaltungsstätten wie etwa der Lanxess-Arena, dem Rheinenergie-Stadion, dem Palladium oder dem E-Werk finden regelmäßig Konzerte und andere Großevents statt, die sich stets großer Beliebtheit erfreuen.

Nicht zuletzt die Fachhochschule selbst trägt ihren Teil zur Freizeitgestaltung bei. Ein vielseitige Angebot des Hochschulsports etwa lädt zum aktiven Mitmachen ein. Neben traditionellen Mannschafts- und Individualsportarten, kann dabei auch ausgefallenen Aktivitäten, wie Lacrosse und Segelfliegen nachgegangen werden. Nähere Informationen sind unter www.hochschulsport-koeln.de erhältlich.

KONTAKT

Kölner Forschungsstelle für Medienrecht
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Fachhochschule Köln
Claudiusstr. 1
50678 Köln

Postanschrift:
Fachhochschule Köln
Kölner Forschungsstelle für Medienrecht
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

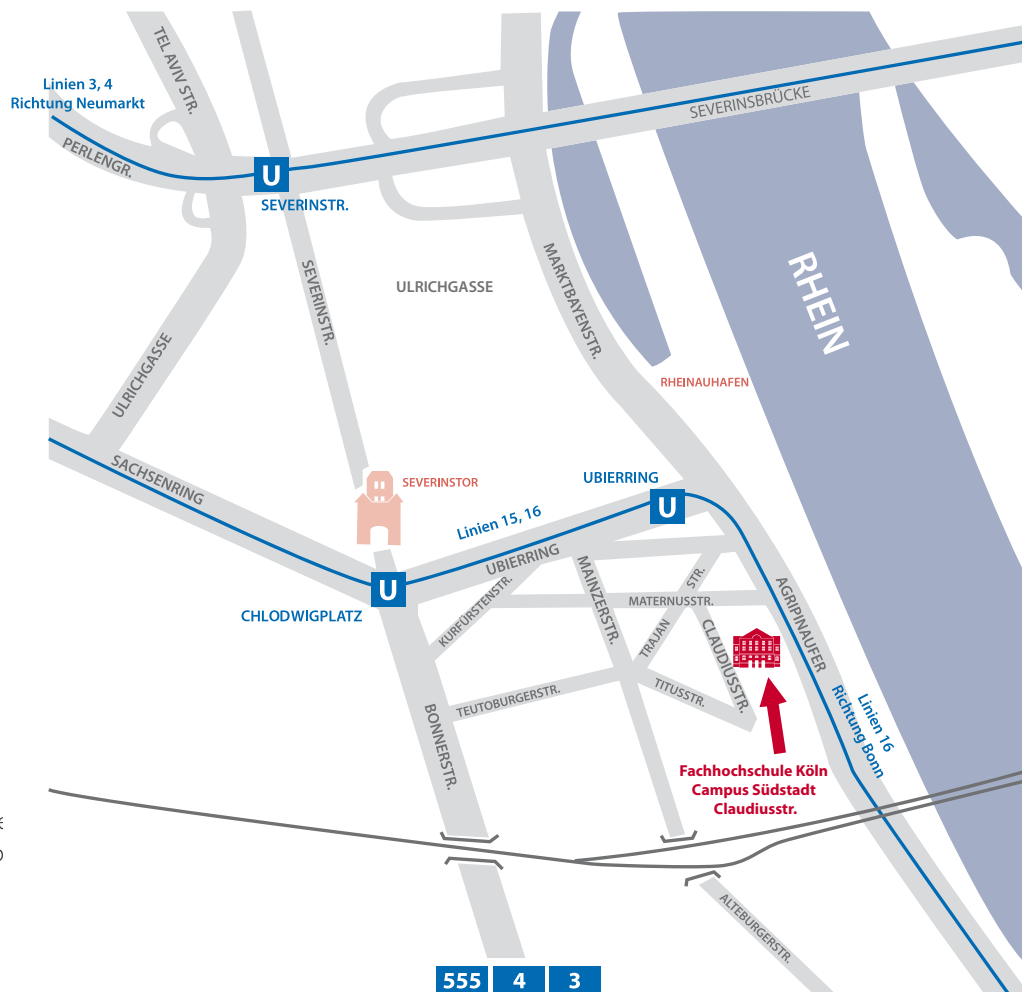
Tel.: 02 21-82 75-35 18 / -34 46
Fax: 02 21-82 75 -35 90 / -73 44 6

E-Mail: medienrecht@fh-koeln.de
www.medienrecht.fh-koeln.de

ANREISE

Mit öffentlichen Verkehrsmitteln:

Straßenbahnlinien 15/16 bis Haltestelle Ubie
Buslinien 132/133 bis Haltestelle Chlodwigp





Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Kölner Forschungsstelle
für Medienrecht

KONTAKT

Kölner Forschungsstelle für Medienrecht
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Fachhochschule Köln
Claudiusstr. 1
50678 Köln

Postanschrift:
Fachhochschule Köln
Kölner Forschungsstelle für Medienrecht
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

Tel.: 02 21-82 75-35 18 / -34 46
Fax: 02 21-82 75 -35 90 / -73 44 6

E-Mail: medienrecht@fh-koeln.de
www.medienrecht.fh-koeln.de

