

## **Weiterbildung: Strategisches Ziel oder Belastung über Gebühr?**

**16. November 2004**

### **Vorstellung eines Best Practice Beispiels von Weiterbildung**

**Professor Dr. Dieter Dörr**

Ehe ich zu meinem eigentlichen Thema von heute „Weiterbildung – Vorstellung eines Beispiels – komme, muss ich erst eine Richtigstellung an dem Ihnen vorliegenden Programm vornehmen: Es geht um den Zusatz „in privatrechtlicher Form“, der so nicht stimmt. Ich werde Ihnen die Erfahrungen aus zwei Jahren mit dem Weiterbildungsstudiengang „Medienrecht“ schildern. Dieser Studiengang wurde vom Mainzer Medieninstitut, dessen Direktor ich bin, initiiert und wird weiter von diesem Institut betreut und organisiert. Das Mainzer Medieninstitut wird von einem Verein getragen, dessen Mitglieder das Land Rheinland-Pfalz, das Zweite Deutsche Fernsehen, der Südwestrundfunk sowie die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter in Ludwigshafen sind.

Insoweit wäre die Ankündigung „Weiterbildung in privatrechtlicher Form“ richtig. Aber es handelt sich hier gerade nicht um einen Studiengang des Mainzer Medieninstituts, sondern um ein Angebot der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Die Universität hat dazu mit dem Mainzer Medieninstitut einen Kooperationsvertrag geschlossen, in dem die Aufgaben der beiden beteiligten Partner genau festgelegt sind:

Das Mainzer Medieninstitut hat sich verpflichtet, in Absprache mit der Universität auswärtige Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Praxis für die Lehre zu gewinnen. Darüber hinaus liegen die Betreuung der Studenten, die Aufstellung des Lehrplans, die Organisation der Kurse und zusätzlicher Veranstaltungen und sämtliche Verwaltungsarbeiten in den Händen des Mainzer Medieninstituts bzw. von dessen Mitarbeiter.

Die Johannes Gutenberg-Universität hingegen trägt die Gesamtverantwortung für die Weiterbildung der in den

Masterstudiengang eingeschriebenen Studierenden, bestellt die Dozenten zu Lehrbeauftragten nach dem Universitätsgesetz und verleiht den Abschluss „Master of Laws“ (LL.M.). Außerdem verwaltet sie noch die Studiengebühren.

Gerade im Hinblick auf die Studiengebühren ist diese Kooperation von besonderer Bedeutung. Würde ein solcher Studiengang privatrechtlich organisiert, müssten die Studiengebühren so bemessen sein, dass sie dem Veranstalter einen Gewinn einbringen. Sie werden sicherlich auch schon Angebote zu beruflicher Fort- oder Weiterbildung in der Hand gehabt haben, bei denen der Teilnehmerbeitrag für ein Wochenende zwischen 1000 und 1500 Euro liegt. Für den Weiterbildungsstudiengang Medienrecht werden von der Universität Studiengebühren in Höhe von 1500 Euro pro Semester, also insgesamt bei dem auf ein Jahr angelegten Programm 3000 Euro erhoben. Da wir nicht mehr als 50 Studenten in jedem Jahr aufnehmen, können Sie sich leicht selbst ausrechnen, dass die Einnahmen, wenn es gut geht, die Kosten decken. Ein Gewinn ist jedenfalls damit nicht zu machen. Zu zahlen sind nämlich aus diesem Topf z. B. die Honorare der Dozenten, die nicht gerade üppig sind. Sie entsprechen der üblichen Lehrauftragsvergütung an Universitäten. Außerdem müssen die Kosten für die Korrekturen der Klausuren und Masterarbeiten, das Unterrichtsmaterial für die Studierenden, Sonderveranstaltungen wie Eröffnungs- und Abschlussfeiern oder auch zusätzliche Vortragsveranstaltungen von den eingenommenen Gebühren bestritten werden. Nicht eingerechnet ist der Teil der Arbeit, den die Mitarbeiter des Mainzer Medieninstituts von ihrer Arbeitszeit für den Studiengang aufwenden. Dieser Teil ist – wie ich aus eigener Anschauung weiß – erheblich.

Nachdem ich nun erst einige – wie ich meine – notwendige Ausführungen zur Organisation des Studiengangs gemacht habe, komme ich jetzt zu den Inhalten:

Im Zeitalter der Informationsgesellschaft ist die Medienbranche von einem enormen Wachstum und weit reichenden technischen Innovationen geprägt. Multimediakompetenz ist deshalb ein Muss für viele Berufszweige. Die sich ständig wandelnde Medienlandschaft und die Konvergenz der Medien stellt immer mehr auch die Medienordnung auf den Prüfstand. Neue Geschäftsbereiche und –wege sowie der erleichterte Zugang zu Massenmedien und Kommunikationswegen für die Endverbraucher werfen neue Rechtsfragen auf, die mit den herkömmlichen Regelwerken nicht oder nur unzureichend zu beantworten sind. Das Medienrecht durchdringt inzwischen sehr viele Rechtsgebiete. Nicht nur Presserecht, Rundfunkrecht und das so

genannte Recht der neuen Medien regulieren den Medienbereich, sondern auch die allgemeinen Rechtsgebiete wie Verfassungs-, Verwaltungs- und Strafrecht sowie Urheber-, Wettbewerbs- und Kartellrecht.

Mit der wachsenden Bedeutung medienrechtlicher Fragestellungen entsteht auch ein erhöhter Bedarf an Juristen und Mitarbeitern, die über spezielle medienrechtliche Qualifikationen verfügen. Während der Europäisierung des Rechts durch zahlreiche Aufbau- und Weiterbildungsstudiengänge bereits Rechnung getragen wurde, gab es bisher noch keine vergleichbare Weiterbildung für den Bereich des Medienrechts. Trotz seiner immer größer werdenden Bedeutung ist das Medienrecht an den meisten Universitäten auf einzelne Veranstaltungen beschränkt. Diese Lücke sollte der Studiengang als neues – und bundesweit bisher einziges - Angebot einer umfassenden Ausbildung im Medienrecht schließen, um die Absolventen mit den Kenntnissen und Fähigkeiten auszustatten, die es ihnen ermöglichen, im Zeitalter der neuen Medien in allen Bereichen problembewusst, sachgerecht und erfolgreich zu arbeiten.

Durch Kombination von wissenschaftlicher und unternehmerischer Sichtweise werden fundierte Kenntnisse vermittelt, die auch im Hinblick auf die sich ständig entwickelnde Medienlandschaft dazu befähigen sollen, fachgerechte Entscheidungen zu treffen. Der Studiengang versteht sich nicht als rein akademische Ausbildung, sondern als praxisnahe Ergänzung und Vertiefung bereits erworbener Rechtskenntnisse oder Berufserfahrungen in diesem Bereich. Wegen der umfassenden Behandlung sowohl privatrechtlicher als auch öffentlich-rechtlicher Rechtsgebiete ist er gleichermaßen für Beschäftigte in Unternehmen, Kanzleien sowie Medieneinrichtungen geeignet.

Der Weiterbildungsstudiengang richtet sich vor allem an Absolventen der Rechts- bzw. Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten, die Kenntnisse in den verschiedenen Bereichen des Medienrechts erwerben oder vertiefen wollen. Auch Berufstätigen, die bereits seit einigen Jahren im Medienbereich tätig sind, bietet der Studiengang eine Aktualisierung ihres Wissens auf dem sich ständig wandelnden und fortentwickelnden Rechtsgebiet. Um Referendaren und jungen Berufstätigen zu ermöglichen, den Studiengang berufsbegleitend zu absolvieren, wird ein Großteil der Lehrveranstaltungen als Blockunterricht angeboten.

Das Studium vermittelt neben den Grundlagen in den wichtigsten Bereichen des Medienrechts auch Einblicke in Randbereiche und behält den Praxisbezug immer im Auge. Dabei werden auch kommunikations-

und politikwissenschaftliche sowie journalistische und publizistische Aspekte in den Studiengang integriert. Der Zweck des Studienganges bestimmt dessen Aufbau. Die Unterteilung in Pflicht- und Wahlpflichtkurse garantiert eine umfassende Ausbildung und ermöglicht daneben individuelle Schwerpunktsetzung.

Das Studium dauert zwei Semester und umfasst mindestens 15 verschiedene Lehrveranstaltungen. Abschließend ist eine praxisorientierte, wissenschaftlich fundierte Master-Arbeit zu schreiben. Für die Teilnahme wird – wie schon gesagt – eine Studiengebühr von 1500 Euro pro Semester erhoben. Die Lehrveranstaltungen werden von Professoren der Universität Mainz sowie von auswärtigen Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Praxis durchgeführt. Nach erfolgreich absolviertem Studiengang wird der Titel „Master of Laws“ (LL.M.) verliehen.

Ein Masterabschluss im Medienrecht: Was vor drei Jahren als Novum begann, gehört nun schon fast selbstverständlich zur deutschen Hochschullandschaft. Denn der Weiterbildungsstudiengang Medienrecht, den die Johannes Gutenberg-Universität Mainz in Kooperation mit dem Mainzer Medieninstitut veranstaltet, geht im Oktober mit großem Erfolg in das dritte Jahr. Ohne Lobhudelei betreiben zu wollen, ist es doch außergewöhnlich, dass der Studiengang bereits in seinem Premierenjahr 2002, als es kaum genügend Zeit für eine Bewerbung des Angebots gab, mit über 30 Studenten anfang. Im zweiten Jahr waren es knapp 50 Studenten, die den Masterabschluss im Medienrecht erwerben wollten. Das Kursangebot wurde daher deutlich erweitert und wird auch weiterhin ergänzt. Neben den sieben Pflichtkursen, die die Grundlagen des Medienrechts abdecken, gibt es eine große Zahl von Wahlpflichtkursen, die es den meist noch jungen Juristen ermöglichen, eigene Schwerpunkte zu setzen und den individuellen Interessen auf dem Weg zur Spezialisierung Rechnung zu tragen.

Zu diesen Kursen gehören selbstverständlich auch englischsprachige Vorlesungen, die von amerikanischen Professoren und Medienrechtsexperten gehalten werden. Generell gilt die Regel, dass die Dozenten gleichgewichtig aus dem akademischen Bereich und der Praxis kommen, so z.B. Rechtsanwälte mit dem Schwerpunkt Medienrecht, Justizariatsmitarbeiter öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder Juristen in der Planungsetage privater Rundfunkanstalten sowie von Landesmedienanstalten. Gerade dies und die thematische Orientierung an einem der dynamischsten Rechtsgebiete sind der Grund, dass der Weiterbildungsstudiengang für Aufsehen gesorgt hat.