



Prüfungsstandards

für die Zertifizierungsprüfung nach § 4a SDG

Fachgruppe/Fachgebiet:

79.80 Medienwesen

Fassung:

April 2013

(rechtliche Adaptierungen und Ergänzungen Pkt 5.2. Literatur im März 2017)

Die in diesen Standards verwendeten personenbezogenen Ausdrücke umfassen Frauen und Männer gleichermaßen.

1. Allgemeines

Das **Sachverständigen- und Dolmetschergesetz** idgF (zu finden unter <http://www.gerichts-sv.at/sdg.html>) sieht ein **gerichtliches Zertifizierungsverfahren** vor, in dem die **Eignung** jener Personen geprüft wird, die sich in die gerichtliche Sachverständigenliste eintragen lassen und dort verbleiben wollen. In einem eigenen **Begutachtungsverfahren**, das von den Präsidenten der Landesgerichte geführt wird, werden die in den §§ 2, 2a SDG angeführten materiellen Eintragungsvoraussetzungen überprüft. Neben den in der Person des Bewerbers **allgemein erforderlichen Voraussetzungen** (Geschäftsfähigkeit, persönliche Eignung, Vertrauenswürdigkeit, österreichische Staatsbürgerschaft oder Staatsangehörigkeit eines EWR-Staates oder der Schweiz, gewöhnlicher Aufenthalt oder Ort der beruflichen Tätigkeit im Sprengel des Landesgerichts, bei dessen Präsidenten die Aufnahme beantragt wird, geordnete wirtschaftliche Verhältnisse) werden folgende **fachliche Voraussetzungen** gefordert:

- **Sachkunde**
- **Verfahrensrechtskunde** (Kenntnis der wichtigsten Vorschriften des Verfahrensrechts und über das Sachverständigenwesen)
- **Gestaltung der Befundaufnahme** und **Aufbau** eines schlüssigen und nachvollziehbaren **Gutachtens** auf dem betreffenden Fachgebiet (Gutachtensmethodik)
- **Berufserfahrung** in der vom Gesetz geforderten Art und Dauer
- **Ausstattung** mit der erforderlichen Ausrüstung für die konkrete Gutachterarbeit im betreffenden Fachgebiet

Weiters ist **vor Eintragung in die Liste** auch der **Abschluss einer Haftpflichtversicherung** nachzuweisen.

Über das **Vorliegen der genannten fachlichen Voraussetzungen** holt der entscheidende Präsident eine **begründete Stellungnahme einer unabhängigen Kommission** nach § 4a SDG ein (Zertifizierungskommission). Dieser Kommission gehören ein **Richter als Vorsitzender** und zwei **Fachleute**, die von der **Kammer** oder gesetzlichen Interessensvertretung, zu der das betreffende Fachgebiet gehört und vom **Hauptverband** der allgemein beeideten und gerichtlich zertifizierten Sachverständigen Österreichs namhaft gemacht wurden, an. Die Kommission hat den Bewerber **mündlich**, allenfalls auch schriftlich **zu prüfen**.

Die Kommission hat die **Prüfungsschritte zu dokumentieren** und eine **begründete Stellungnahme zu erstatten**.

Um eine **faire und transparente Abwicklung der Prüfung** zu gewährleisten und den Bewerberinnen und Bewerbern eine **effiziente Vorbereitung** auf die Prüfung durch die Kommission zu ermöglichen, wurden diese **Prüfungsstandards** geschaffen, die einen **Überblick über die erwarteten Kenntnisse und Fähigkeiten** und über die **Prüfungsmodalitäten** geben.

2. Voraussetzungen allgemein

Das Fachgebiet Medienwesen beinhaltet das **allgemeine** bzw. **ganzheitliche Medienwesen, Medienstrukturen** sowie **Medieninhalte, Interaktion** und **Nutzung** sowie **Ein- und Zweiweg-Kommunikation** und **Kommunikationsdienste** im medialen Sinn.

Dies umfasst unter anderem:

- **neue und neuartige Medien (z.B. Internetseiten und -portale, soziale Medienportale / Social Media, mobile Anwendungen etc.)**
- **klassische Medien (z.B. Printmedien, Rundfunk)**
- **medienübergreifende Kombination von Medienformen (crossmediale Anwendungen, Angebote und Dienste)**
- **Medieninhalte**
- **Mediennutzung**
- **Interaktion mit Medien und Medieninhalten**
- **Interfaces (Interaktions- und Bedienungsoberflächen)**
- **Nutzerverhalten und Gebrauchstauglichkeit (Usability)**
- **Markt und Marktstruktur von Medien und Medienwirtschaft**
- **Bewertung von Medien bzw. Medienangeboten**

Neben allgemeinen Medienfragen ist weiters die **kommunikationswirtschaftliche Nutzung von Medien** Gegenstand des Fachgebietes: z.B. Belegung, Reichweiten, Nutzungsmodelle und Wirkung bzw. Wirkungsanalysen insbesondere hinsichtlich Werbung und Public Relations.

Grundlage bildet typischerweise ein dem Fachgebiet nahestehendes Studium (z.B. Kommunikationswissenschaft, Publizistik, Medienwissenschaft, Psychologie, Wirtschaftsstudium mit besonderer Spezialisierung etc.) an einer Universität oder Fachhochschule. Überdurchschnittliche Praxiserfahrung kann dies fallweise ersetzen.

Allgemeine Voraussetzungen sind **gründliche Kenntnisse der jeweiligen Märkte, der grundlegenden Technologien, der praktischen Anwendung und der allgemein üblichen Theorien und Wirkungsmodelle.**

Weiters erforderlich ist umfassendes Wissen über

- **aktuelle Veränderungen im Bereich des Medienwesens**
- **neuartige Technologien, Medienformen und Mediennutzungsarten**
- **Tarife und Tarifmodelle von Medien**
- **Medienunternehmen und Organisationsstrukturen**
- **Branchenstrukturen national und international**

3. Prüfungsfelder

3.1. Berufserfahrung

Zehnjährige, möglichst berufliche **Tätigkeit in verantwortlicher Stellung** auf dem bestimmten oder einem verwandten Fachgebiet unmittelbar vor der Eintragung; eine **fünfstufige Tätigkeit** solcher Art genügt, wenn die Bewerberin oder der Bewerber als Berufsvorbildung ein entsprechendes **Hochschulstudium oder Studium an einer berufsbildenden höheren Schule** erfolgreich abgeschlossen hat.

Da für das vorliegende Fachgebiet **keine allgemeingültigen Berufsbilder** vorliegen, ist insbesondere auf eine **theoretisch und praktisch medienorientierten beruflichen Tätigkeit** abzustellen. Eine **Tätigkeit** als allgemein beedeter und gerichtlich zertifizierter Sachverständiger **ohne sachliche Beschränkung** setzt entsprechend **umfassende Berufserfahrung im medien- oder medienwissenschaftlich-bezogenen Bereich** voraus, etwa in einem **Medienunternehmen**, in der **Werbewirtschaft** oder einem auf das Fachgebiet entsprechend **spezialisieren Beratungs- oder Marktforschungsunternehmen.**

Als Berufserfahrung im Sinne der Zertifizierung gilt eine entsprechend lange berufliche Tätigkeit in verantwortlicher Stellung im **Haupt- bzw. Kernbereich** des Fachgebietes, gemeinhin die **kaufmännische und/oder gewerberechtliche Führung** eines Unternehmens wie zuvor definiert, dies unter **laufender Einbindung in die praktische medienbezogene Tätigkeit** des Unternehmens.

In Fällen der Tätigkeit in einem Teilbereich kann eine Zertifizierung mit einer entsprechenden sachlichen Beschränkung (z.B. nur für: Internet-Nutzerverhalten etc.) erfolgen.

3.2. Sachkunde

Hat eine Bewerberin oder ein Bewerber ein **Lehrbefugnis** für das betreffende wissenschaftliche Fach an einer **Hochschule** eines **EWR-Vertragsstaats** oder der **Schweizerischen Eidgenossenschaft** oder die **Befugnis**, einen Beruf auszuüben, dessen **Zugangs-** und **Ausübungsvoraussetzungen** in einer **österreichischen Berufsordnung** umfassend gesetzlich festgelegt sind und zu dem auch die **Erstattung von Gutachten** gehört, so ist die **Sachkunde** nach § 2 Abs. 2 Z1 lit. a **nicht zu prüfen** (§ 4a Abs 2 SDG).

Ebenso wie im Fall einer **Lehrbefugnis** besteht die **Ausnahme** für bestimmte **Berufsgruppen** (Ärzte, Zahnärzte, Dentisten, Ziviltechniker, Wirtschaftstreuhänder, in die Berufsliste eingetragene klinische und Gesundheitspsychologen sowie Patentanwälte, nicht aber Gewerbetreibende wie Inhaber technischer Büros) nur dann, wenn die **erworbene Befähigung** das angestrebte **Fachgebiet abdeckt**.

Keine Befreiung besteht hinsichtlich der **übrigen Prüfungsgegenstände** Verfahrensrechtskunde, Gutachtensmethodik, Berufserfahrung und Ausstattung.

3.3. Befundaufnahme und Gutachtensmethodik

Eine umfassende und exakte **Befundaufnahme** gehört zu den wesentlichen Voraussetzungen für ein Gutachten. Dabei können **Bilder, Skizzen, Pläne etc.** mithelfen, das Gutachten **auch für Laien verständlich und anschaulich** zu machen.

Für die Sachverständigentätigkeit muss man über die entsprechenden Kenntnisse hinsichtlich **Befundaufnahme und Gutachtensmethodik** verfügen und in der Lage sein, das **Gutachten richtig aufzubauen**.

Generell wird vorausgesetzt, dass die **Sachkunde** des Bewerbers die Kenntnisse und Erfahrungen **einer hinsichtlich Medienwesen qualifizierten Fachperson** aus dem Alltag **übersteigt** und **umfassendes Wissen** in allen Bereichen des Medienwesens vorliegt.

Prüfungsrelevante Themenfelder sind insbesondere:

- **Grundlagen zu klassischen Medien**
- **Grundlagen zu neuen Medien / digitalen Medien (inkl. „Web 2.0 und Social Media)**
- **crossmediale Anwendungen**
- **allgemeine technologische / infrastrukturelle Grundlagen zu Medien**
- **Grundlagen zu Medien-Daten, Speicherung und Datenträgern**
- **Kommunikations- und medienwissenschaftliche Theorien und Ansätze**
- **sozialwissenschaftliche Medientheorien**
- **Modelle und Trends der Mediennutzung**
- **Medienwirkung**
- **Aspekte der Medienpsychologie**

- **Medienbeobachtung**
- **Leistungswerte von Medien, Reichweiten, Analysen**
- **Kommunikationswirtschaftliche Nutzung von Medien und Medieninhalten**
- **Werbung und Werbeformen, Medienbelegung und -planung**
- **Public Relations**
- **Medienstruktur in Österreich und international (privat und öffentlich-rechtlich)**
- **Marktkonzentration von Medien**
- **(Rechtliche) Rahmenbedingungen zu Medien und Medieninhalten (inkl. Medientransparenzgesetz)**
- **Urheber- und Nutzungsrechte und Medien; geistiges Eigentum**
- **Selbstbeschränkung der Medienwirtschaft**
- **Medienethik (zB Presserat, Redaktionsstatute, Ehrenkodex)**
- **Organisationsstrukturen in Medien / Medienunternehmen**
- **Mediendienste iSd Mediengesetzes (Nachrichtenagenturen)**
- **Mobile Medien und mobile Mediendienste**
- **Nutzerverhalten, insbesondere im Internet**
- **Gebrauchstauglichkeit (Usability)**
- **Tarife und Tarifmodelle von Medien**
- **Monetäre Bewertung von Medien, Medieninhalten und –diensten**
- **Neue Medienformen und aktuelle Veränderungen im Bereich des Medienwesens**
- **Journalisten-Kollektivverträge, Kollektivvertragspartner (Verband österreichischer Zeitungen, GPA - DJP), journalistischer Arbeitsmarkt in Österreich und im deutschsprachigen Raum**

3.4. Ausstattung

Nachfolgende **Mindestausstattung** ist erforderlich (diese muss im Eigentum des Bewerbers stehen oder zumindest aufgrund einer vertraglichen Vereinbarung jederzeit verfügbar sein):

- **Personal Computer** mit erforderlicher **Software**
- **Internetanschluss** und Email-Adresse
- **Drucker**
- **Telefon**
- **Fotokopiergerät** oder -möglichkeit
- **Fachliteratur**
- **Zugang zu Branchen- und Mediadaten**

Weiters sinnvoll:

- **Wiedergabe- und gegebenenfalls Analyseausstattung für Medieninhalte**

3.5. Verfahrensrecht und Sachverständigenwesen

Dieses Prüfungsfeld wird durch den **richterlichen Vorsitzenden** geprüft und umfasst

- **Grundzüge der Gerichtsorganisation** und der **Gerichtsverfahren** (ZPO, StPO):
 - Beweisverfahren
 - Sachverständigenbeweis
 - Sachverständigengebühren - Warnpflicht - Besonderheiten bei Verfahrenshilfe
- **Aktenführung**
- **Sachverständigenlistenwesen** (Zertifizierung, Rezertifizierung - Fortbildung von Sachverständigen, Bildungs-Pass, Beeidigung)
- **sonstiges Sachverständigenrecht:**
 - Gutachtensaufbau
 - Was ist zu tun bei Zustellung des Gerichtsbeschlusses?
 - Analyse des Gerichtsauftrags
 - Befangenheit
 - Unterlagenanforderung (insbesondere auch im Zivilverfahren)
 - Alternativgutachten
 - Hilfsbefund - Hilfsgutachten
 - Hausdurchsuchungen
 - Rechte und Pflichten des Sachverständigen in der Hauptverhandlung
 - Beiziehung von Hilfskräften
 - Beweissicherungsverfahren
 - Eigenschaften eines Gutachtens (Schlüssigkeit, Nachvollziehbarkeit, Verständlichkeit, Angaben über Methoden und Hilfsmittel, Vollständigkeit der Untersuchung, Fehlerquellen angeben)
 - Fristeinhaltung
 - Beweiswürdigung
 - Beurteilung von Rechtsfragen
- **Schiedswesen**
- **Werbefragen**
- **Haftung** des Sachverständigen - Haftpflichtversicherung
- **Rechtskunde** für Sachverständige: Grundbegriffe des bürgerlichen Rechts, des Unternehmens- und Gesellschaftsrechts sowie des Strafrechts

4. Prüfungsablauf

4.1. Ort

Der **Ort**, an dem die Prüfung stattfindet, wird **rechtzeitig** (in der Regel mit der **Einladung zur Prüfung**) bekannt gegeben. Die Prüfung ist **nicht öffentlich**.

4.2. Art

Die Prüfung findet in Form einer mündlichen Befragung statt.

Nach Beendigung der Befragung und einer anschließenden kommissionellen **Beratung** wird dem Bewerber **das Ergebnis** der begründeten Stellungnahme durch den Vorsitzenden bekannt gegeben.

4.3. Dauer

Praxisnahe **mündliche Befragung** durch die **Fachprüfer: mind. 60 Minuten**;
Rechtsbefragung durch den **Vorsitzenden: mind. 20 Minuten**.

4.4. Dokumentation

Sämtliche Prüfungsschritte sind zu dokumentieren. Der Ablauf der Prüfung wird in einem **Protokoll** festgehalten, aus dem insbesondere auch die **gestellten Fragen** und der wesentliche Inhalt der darauf gegebenen **Antworten** ersichtlich sind. Das Protokoll ist von den Mitgliedern der Prüfungskommission zu unterschreiben.

5. Vorbereitung

5.1. Fachbezogene Literatur, Seminare u.ä.

Alexander Oswald, Gerald Tauchner: Mobile Marketing, Linde Verlag, 2005

Christian Itten: Farbe und Kommunikation, Verlag Seemann, 2006

Christian Mikunda: Der verbotene Ort oder die inszenierte Verführung, Redline Wirtschaft, 2005, ISBN 9783636012142

Christian Mikunda: Warum wir uns Gefühle kaufen, Econ Verlag, 2009, ISBN 9783430200684

Christian Scheier, Dirk Held: Was Marken erfolgreich macht. Neuropsychologie in der Markenführung, Haufe Verlag, 2009

Eva Heller: Wie Farben wirken, Rowohlt-Taschenbuch-Verl., 2004, ISBN 9783499619601

Georg S. Mayer: Werbe Recht Praxis, Manz, 2007, ISBN 9783214068523

Guido Zurstiege: Werbeforschung, UTB, 2007, ISBN 9783825229092

Hans H. Bauer, Marcus M. Neumann, Jürgen Rösger: Konsumentenverhalten im Internet, Vahlen Verlag, 2004

Helmut Scherer, Hans-Bernd Brosius: Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen, Fischer, 1997, ISBN 9783889272034

Kucsko, Guido: Geistiges Eigentum. Markenrecht, Musterrecht, Patentrecht, Urheberrecht, Manz Verlag, 2003

Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft, Böhlau, 2002, ISBN 9783825222598

Stefan Berns, Dirk Hennigsen: Der Twitter-Faktor, Business Village, 2009

Stephanie Agresta, B. Bonin Bough, Jason I. Miletsky: Perspectives on Social Media Marketing, Course Technology, 2010, ISBN 9781435456525

Hartmann, Frank: Medien und Kommunikation, 2008, ISBN-13: 978-3825230142

Winkler, Hartmut: Basiswissen Medien, 2008, ISBN-13: 978-3596178117

Dörr, Dieter: Medienrecht (Start ins Rechtsgebiet), 2010, ISBN-13: 978-3811496323

Karmasin, Matthias: Medien und Ethik, 2002, ISBN-13: 978-3150181881

Hans-Jürgen Bucher (Hrsg), Thomas Gloning (Hrsg), Katrin Lehnen (Hrsg): Neue Medien - neue Formate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation (Interaktiva, Schriftenreihe des Zentrums für Medien und Interaktivität, Gießen), ISBN-13: 978-3593392097

Karin Bruns (Hrsg), Ramón Reichert (Hrsg): Reader Neue Medien: Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation, ISBN-13: 978-3899423396

Niklas Mahrtdt (Autor): Crossmedia: Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen, ISBN-13: 978-3834912114

Marcus Maurer (Autor), Carsten Reinemann (Autor): Medieninhalte: Eine Einführung (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft), ISBN-13: 978-3531140087

Michael Meyen (Autor): Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster (Uni-Taschenbücher M), ISBN-13: 978-3825226213

Wolfgang Schweiger (Autor): Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung, ISBN-13: 978-3531148274

Paul Chlebek (Autor): Praxis der User Interface-Entwicklung: Informationsstrukturen, Designpatterns, Vorgehensmuster, ISBN-13: 978-3834807281

Prof. Dr. Miriam Eberhard-Yom (Autor): Medienkompetenz: Usability als Erfolgsfaktor: Grundregeln, User Centered Design, Umsetzung, ISBN-13: 978-3589237692

Andrea Beyer (Autor), Petra Carl (Autor): Einführung in die Medienökonomie (Uni-Taschenbücher M), ISBN-13: 978-3825225742

Maren Hartmann (Hrsg), Jeffrey Wimmer (Hrsg): Digitale Medientechnologien: Vergangenheit - Gegenwart - Zukunft (Medien - Kultur - Kommunikation), ISBN-13: 978-3531178387

Matthias Schumann (Autor), Thomas Hess (Autor): Grundfragen der Medienwirtschaft: Eine betriebswirtschaftliche Einführung (Springer-Lehrbuch), ISBN-13: 978-3540898702

Berthold H. Hass (Autor): Geschäftsmodelle von Medienunternehmen. Ökonomische Grundlagen und Veränderungen durch neue Informations- und Kommunikationstechnik, ISBN-13: 978-3824476541

Heinz-Peter, Schmitz-Borchert: Medienmarkt und Medienorganisation. Zum Wandel des Hörfunks durch wirtschaftlichen Wettbewerb, ISBN-13: 978-3884740293

Andreas Hepp (Hrsg), Friedrich Krotz (Hrsg), Carsten Winter (Hrsg): Globalisierung der Medienkommunikation: Eine Einführung: Eine Einführung in Medien im globalen Kontext (Medien - Kultur - Kommunikation), ISBN-13: 978-3531139982

Michael Latzer (Autor): Mediamatik. Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk, ISBN-13: 978-3531129419

Martin Kappes (Autor): Netzwerk- und Datensicherheit: Eine praktische Einführung, ISBN-13: 978-3835101562

Klaus Beck (Autor): Kommunikationswissenschaft, ISBN-13: 978-3825229641

Daniela Kloock (Autor), Angela Spahr (Autor): Medientheorien: Eine Einführung, ISBN-13: 978-3825219864

Michael Jäckel (Autor): Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft), ISBN-13: 978-3531179964

Gary Bente (Hrsg), Roland Mangold (Hrsg), Peter Vorderer (Hrsg): Lehrbuch der Medienpsychologie, ISBN-13: 978-3801714895

Josef Sawetz: Handbuch Marketing- und Kommunikationspsychologie : Medien, Konsum, Individuum, Kollektivität ; interdisziplinäre Grundlagen kommunikativer Prozesse aus Psychologie, Neurowissenschaften, Evolutionsbiologie, Systemtheorie und Semiotik

Robert M. Deg (Autor): Basiswissen Public Relations: Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, ISBN-13: 978-3531163833

Michael Latzer (Autor): Mediamatikpolitik für die Digitale Ökonomie, ISBN-13: 978-3706515184

Mario Gäbler (Autor): Medienkonzentration versus Meinungsvielfalt: Eine theoretische Betrachtung unter Berücksichtigung aktueller medienpolitischer Entwicklungen, ISBN-13: 978-3640455515

Frank Fechner (Autor): Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia, ISBN-13: 978-3825221546

Christian Schicha (Hrsg), Carsten Brosda (Hrsg): Handbuch Medienethik, ISBN-13: 978-3531158228

Rüdiger Funiok (Autor): Medienethik: Verantwortung in der Mediengesellschaft. KON-TEXTE 8, ISBN-13: 978-3170218253

Reto Stuber (Autor): Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter, XING und Co., ISBN-13: 978-3815830635

Karl Kratz (Autor): Haifischbecken Internet Marketing: So bringen Sie Ihr Unternehmen im Internet auf Erfolgskurs, ISBN-13: 978-3839116470

Torsten Stapelkamp (Autor): Web X.0: Erfolgreiches Webdesign und professionelle Webkonzepte. Gestaltungsstrategien, Styleguides und Layouts für stationäre und mobile Medien (X.media.press), ISBN-13: 978-3642020711

Frank Puscher (Autor): Leitfaden Web-Usability: Strategien, Werkzeuge und Tipps für mehr Benutzerfreundlichkeit, ISBN-13: 978-3898645812

Matthias Schumann (Autor), Thomas Hess (Autor): Grundfragen der Medienwirtschaft: Eine betriebswirtschaftliche Einführung (Springer-Lehrbuch), ISBN-13: 978-3540898702

Klaus Arnold (Hrsg), Christoph Neuberger (Hrsg): Alte Medien - neue Medien: Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Festschrift für Jan Tonnemacher (Public Relations), ISBN-13: 978-3531143736

Pressehandbuch online, Medien und Journalisten für PR und Werbung in Österreich, ISBN: 978-3-214-10502-0

5.2. Vorbereitung auf Verfahrensrecht und Sachverständigenwesen

Die Landesverbände bieten jeweils eine **rechtliche Grundausbildung für Sachverständige** an.

Folgende **Literatur** ist zu empfehlen:

- SACHVERSTÄNDIGE, Offizielles Organ des Hauptverbandes der allgemein beeideten und gerichtlich zertifizierten Sachverständigen Österreichs
- Skripten (rechtliche Grundausbildung für SV) der Landesverbände - nur in Verbindung mit dem Besuch des Seminars erhältlich
- *Krammer/Schiller/Schmidt/Tanczos*, Sachverständige und ihre Gutachten² (2015), Verlag MANZ
- *Dokalik/Weber*, Das Recht der Sachverständigen und Dolmetscher³ (2014), Verlag Linde
- *Rant (Hrsg.)*, Sachverständige in Österreich - Festschrift 100 Jahre Hauptverband der Gerichtssachverständigen (2012) - zu beziehen über den Hauptverband
- *Krammer/Schmidt*, Sachverständigen- und DolmetscherG, GebührenanspruchsG³ (2001), Verlag MANZ

- *P. Bydlinski*, Grundzüge des Privatrechts⁹ (2014), Verlag MANZ
- *Rechberger/Simotta*, Grundriss des österreichischen Zivilprozessrechts – Erkenntnisverfahren⁸ (2010), Verlag MANZ
- *Fabrizy*, Strafgesetzbuch – StGB¹² (2016), Verlag MANZ
- *Bertel/Venier*, Strafprozessrecht¹⁰ (2017), Verlag MANZ