

Digital Rights Management

Springer

Berlin

Heidelberg

New York

Hongkong

London

Mailand

Paris

Tokio

Außerdem erschienen:

A. Picot, S. Doebelin (Hrsg.) **eCompanies – gründen, wachsen, ernten**

ISBN 3-540-67726-7. 2001. IX, 160 S.

A. Picot, H.-P. Quadt (Hrsg.) **Verwaltung ans Netz!**

ISBN 3-540-41740-0. 2001. IX, 201 S.

J. Eberspächer, U. Hertz (Hrsg.) **Leben in der e-Society**

ISBN 3-540-42724-4. 2002. IX, 235 S.

J. Eberspächer (Hrsg.) **Die Zukunft der Printmedien**

ISBN 3-540-43356-2. 2002. VIII, 246 S.

A. Picot (Hrsg.) **Das Telekommunikationsgesetz auf dem Prüfstand**

ISBN 3-540-44140-9. 2003. VIII, 161 S.

M. Dowling, J. Eberspächer, A. Picot (Hrsg.) **eLearning in Unternehmen**

ISBN 3-540-00543-9. 2003. VIII, 154 S.

J. Eberspächer, A. Ziemer (Hrsg.)

Video Digital – Quo vadis Fernsehen?

ISBN 3-540-40238-1. 2003. VIII, 140 S.

Arnold Picot
(Herausgeber)

Digital Rights Management

Mit 12 Abbildungen



Springer

Professor Dr. Dres. h.c. Arnold Picot
Ludwig-Maximilians-Universität München
Institut für Information, Organisation und Management
Ludwigstraße 28
80539 München

ISBN 978-3-540-40598-6
DOI 10.1007/978-3-642-55895-5

ISBN 978-3-642-55895-5 (eBook)

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York
ein Unternehmen der BertelsmannSpringer Science+Business Media GmbH

<http://www.springer.de>

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2003

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Erich Kirchner, Heidelberg

SPIN 10947159

42/3130-5 4 3 2 1 0 – Gedruckt auf säurefreiem Papier

Inhalt / Contents

1	Begrüßung und Einführung	1
	Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot, Universität München	
2	Welche Chancen hat das Urheberrecht im Internet-Zeitalter?	5
	Prof. Dr. Thomas Hoeren, Universität Münster	
3	Digital Rights Management: Technisch-organisatorische Lösungsansätze	93
	Prof. Dr. Rüdiger Grimm, Technische Universität Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften	
4	Medienprodukte im Netz – Zwischen Kommerzialisierung und freiem Zugang	107
	Prof. Dr. Rainer Kuhlen, Universität Konstanz, Lehrstuhl für Informationswissenschaft	
5	Diskussion	133
	Moderation: Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot	
	Anhang	153
	Liste der Autoren	