

# Innovation, Recht und öffentliche Kommunikation

**Innovation und Recht IV**

Herausgegeben von

**Martin Eifert  
Wolfgang Hoffmann-Riem**

Abb.; 323 S. 2011

Print: <978-3-428-13524-0> € 78,-

E-Book: <978-3-428-53524-8> € 70,-

Print & E-Book: <978-3-428-83524-9> € 94,-



**Duncker & Humblot · Berlin**

„Innovation, Recht und Öffentliche Kommunikation“ bildet den letzten Band des Projekts „Innovation und Recht“. Das Projekt diene einer systematischen, trans- und interdisziplinär geöffneten Untersuchung des bestehenden Rechts hinsichtlich seiner förderlichen oder hemmenden Einflüsse auf Innovationsprozesse und zeigte Ansatzpunkte für seine Weiterentwicklung auf. Die ersten drei Bände behandelten übergreifende Fragen vor allem technologischer und Produktinnovationen querschnittsartig sowie exemplarisch in Referenzgebieten: „Innovation und Geistiges Eigentum“ (Bd. 1), „Innovationsfördernde Regulierung“ (Bd. 2) und „Innovationsverantwortung“ (Bd. 3).

Dieser Band wendet sich mit der öffentlichen Kommunikation einem Sachbereich zu, der gegenwärtig in besonderem Maße durch komplexe, meist internet-getriebene Innovationsprozesse geprägt ist. Es geht um ein Wechselspiel aus technischen und sozialen Innovationen sowie deren kulturelle Einbettung, die auch einer rechtlichen Umhegung bedürfen und dem Recht erhebliche Anpassungsleistungen abfordern.

Nach einer Einführung werden im Anschluss an die vorherigen Bände zunächst der Rechtsgüterschutz durch technologische Innovationen für die Bereiche Jugend- und Datenschutz sowie die Provider-Haftung untersucht. Im zweiten Teil rücken die Dienstinnovationen im Sinne technischer und inhaltlicher Ausdifferenzierung und ihre angemessene rechtliche Erfassung in den Vordergrund. Die an den Beispielen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der Filmförderung erörterten Möglichkeiten und Grenzen der Generierung innovativer Inhalte durch aktorsbezogene bzw. aktorsübergreifende Regulierung im dritten Teil bildet den Übergang zur Behandlung von sozialen Innovationen und ihrer rechtlichen Umhegung im vierten Teil. Netz-Communities, Wikipedia, Online-Wahlkampf, Bewertungsplattformen und virtuelle Welten bilden die hier in den Blick genommenen Innovationen. Ein Rückblick auf das Projekt insgesamt schließt den Band und die Buchreihe ab.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Wolfgang Hoffmann-Riem:</b> Innovation, Recht und öffentliche Kommunikation – zur Einführung .....	9
<b>Teil I – Rechtsgüterschutz durch technologische Innovation</b>	
<b>Murad Erdemir:</b> Technischer Jugendmedienschutz als Irrweg netzbezogenen Jugendschutzes? .....	27
<b>Alexander Roßnagel:</b> Das Gebot der Datenvermeidung und -sparsamkeit als Ansatz wirksamen technikbasierten Persönlichkeitsschutzes? .....	41

<b>Gerald Spindler:</b> Rechtliche Verantwortlichkeit nach Maßgabe technischer Kontrollmöglichkeiten? Das Beispiel der Verantwortlichkeit von Internet-Providern .....	67
--	----

## Teil II – Dienstinnovationen und die Veränderungen regulatorischer Anknüpfungspunkte

<b>Bernd Holznagel:</b> Recht der Mediendienste auf der Suche nach operationalisierbaren Kriterien kohärenter Ausdifferenzierung .....	97
--	----

<b>Thomas Hoeren:</b> Innovationsverantwortung und Haftung im Internet .....	123
--	-----

## Teil III – Generierung innovativer Inhalte

<b>Barbara Thomaß:</b> Akteursbezogene Stimulierung innovativer Angebote im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Die Bedeutung von Redaktionen und Rundfunkräten .....	149
--	-----

<b>Thomas Vesting:</b> Akteurübergreifende Quersubventionierung innovativer Angebote. Das Beispiel der Filmförderung .....	167
--	-----

## Teil IV – Soziale Innovationen und ihre rechtliche Umhegung

<b>Margarete Schuler-Harms:</b> Netz-Communities als Grundlage sozialer Innovationen und die Aufgabe des Rechts .....	191
---	-----

<b>Roger Luethi und Margit Osterloh:</b> Wikipedia: Ein neues Produktionsmodell und seine rechtlichen Hürden .....	211
--	-----

<b>Christoph Bieber:</b> Wahlkampf als Onlinespiel? Die Piratenpartei als Innovationsträgerin im Bundestagswahlkampf 2009 .....	233
---	-----

<b>Martin Eifert:</b> Innovationsverantwortung im Netz. Die rechtliche Konturierung angemessener Verhaltensstandards im Internet ....	255
---	-----

<b>Wolfgang Schulz:</b> Virtuelle Welten als Innovationsräume. Am Beispiel von Rechtsfragen der Repräsentation .....	279
--	-----

## Teil V – Rückblick

<b>Wolfgang Hoffmann-Riem:</b> Rückblick auf das Projekt „Recht und Innovation“ .....	295
---	-----

Die Autoren und Herausgeber .....	323
-----------------------------------	-----

---

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden. E-Books für den Privatgebrauch finden Sie zum Sofort-Download auf unserer Website; eine Nutzung für Institutionen ist über unsere eLibrary möglich.

**Duncker & Humblot GmbH · Berlin**

Postfach 41 03 29 · D-12113 Berlin · Telefax (0 30) 79 00 06 31

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

# Bestellung

Hiermit bestelle ich

Martin Eifert und Wolfgang Hoffmann-Riem (Hrsg.):

..... Expl. **Geistiges Eigentum und Innovation**

**Innovation und Recht I**

Tab., Abb.; 381 S. 2008 (978-3-428-12762-7) € 68,-

..... Expl. **Innovationsfördernde Regulierung**

**Innovation und Recht II**

Tab., Abb.; 341 S. 2009

Print: (978-3-428-12952-2) € 78,-

E-Book: (978-3-428-52952-0) € 70,-

Print & E-Book: (978-3-428-82952-1) € 94,-

..... Expl. **Innovationsverantwortung**

**Innovation und Recht III**

Tab., Abb.; 395 S. 2009

Print: (978-3-428-13151-8) € 84,-

E-Book: (978-3-428-53151-6) € 76,-

Print & E-Book: (978-3-428-83151-7) € 100,-

..... Expl. **Innovation, Recht und  
öffentliche Kommunikation**

**Innovation und Recht IV**

Abb.; 323 S. 2011

Print: (978-3-428-13524-0) € 78,-

E-Book: (978-3-428-53524-8) € 70,-

Print & E-Book: (978-3-428-83524-9) € 94,-

Absender: \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift: \_\_\_\_\_

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden. E-Books für den Privatgebrauch finden Sie zum Sofort-Download auf unserer Website; eine Nutzung für Institutionen ist über unsere eLibrary möglich.

**Duncker & Humblot GmbH · Berlin**

Postfach 41 03 29 · D-12113 Berlin · Telefax (0 30) 79 00 06 31

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>