


▷ **Auch beim Vertrag** zwischen Verkäufer und Endkunde tun sich viele Fragen auf:

■ Welche Rechte erwirbt der Kunde, wenn er ein E-Book kauft? Beim Kauf eines gedruckten Buchs gilt der »Erschöpfungsgrundsatz«: Einmal erworben, kann der Käufer mit dem Buch machen, was er will, zum Beispiel verleihen, verschenken oder weiterverkaufen. Die Rechte des Urhebers sind mit dem Kauf »erschöpft«. Ob dieser Grundsatz auch auf Downloads übertragbar ist, bleibt umstritten. Rechtsexperten raten daher, bei E-Books gegenüber dem Kunden (etwa in den AGBs) nicht von »Kauf« zu sprechen, sondern von »Nutzungsrecht«. Der Kunde erwirbt an den Dateien kein Eigentum, sondern einfache, nicht übertragbare Rechte zum persönlichen Gebrauch.

■ Kann ein Kunde ein E-Book zurückgeben? Das Widerrufsrecht gilt nach Meinung von Ole Jani, Rechtsanwalt bei CMS Hasche Sigle, nicht für Downloads, da die Dateien »nicht rückstandsfrei« zurückgegeben werden können. Sie werden immer auch auf der Festplatte des Nutzers verbleiben.

■ Hat der Kunde das Recht, eine gekaufte Datei noch mal zu laden? Umstritten ist, ob er das E-Book in seiner persönlichen Bibliothek auch dann noch laden darf, wenn der Verlag keine Rechte mehr an dem Buch besitzt.

■ Kann man eine Privatkopie in den AGB vertraglich beschränken? Ja, allerdings binden Einschränkungen nur den Vertragspartner (Kunden). Die Herstellung von Kopien durch Dritte bleibt im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen, die jedoch das Vervielfältigen ganzer Bücher nicht gestatten, zulässig. 

Antworten auf Ihre Fragen

Persönliche Beratung für Börsenvereinsmitglieder: rechtsabteilung@boev.de, Telefon 069 / 1306-314

Newsletter zu juristischen Fragen: Beziehbare über boersenverein.de, Unterpunkt »Mein Börsenverein«

Merkblätter, Musterverträge und viele weitere Dokumente der Rechtsabteilung unter boersenverein.de, Unterpunkt »Recht & Steuern«

Forschen für die Branche

Die Buchwissenschaftler der Leipziger Universität bereiten die Studenten auf Medienberufe vor – in enger Zusammenarbeit mit Buchhandlungen und Verlagen.

Ist das Buch ein Medium? Verleger und Sortimentler würden ob einer solchen Frage staunen, in der Hochschullandschaft jedoch gibt es weltweit nur wenige medienwissenschaftliche Institute, die sich dem Buch widmen. Meist werden nur die Massenmedien Zeitung, Fernsehen, Radio und Internet analysiert. Zu den Ausnahmen gehört das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig, das auch ein Studium der Buchwissenschaft anbietet.


Die enge Verzahnung von theoretischer, wirtschaftlich-praktischer und historischer Ausbildung prägt das Leipziger Profil und bereitet unmittelbar auf Medienberufe vor. Sogar ein studentisches Uni-Radio hat das Institut mit zwölf Professoren und 60 Mitarbeitern. Das Angebot unterteilt sich in die Bereiche Buchwissenschaft, PR/Öffentlichkeitsarbeit, Journalistik, Historische Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Medienpädagogik und empirische Medienforschung.

»Unser Institut ist eine Einrichtung von Rang, wie Hochschulrankings bestätigen«, sagt Privatdozent Thomas Keiderling. »Die Zahl der Bewerber übersteigt die jährlichen 180 Studienplätze im Bachelor- und 60 im Master-Studiengang um ein Vielfaches.« Über die Zulassung entscheiden Abiturnote, Praktikum und ein Aufnahmegespräch: »Die Bewerber sollten an

modernen medialen Entwicklungen ebenso interessiert sein wie an offener Unternehmenskommunikation. Viele haben eine Ausbildung im Buchhandel absolviert, manche bringen Berufserfahrung mit.«

Das Bachelor-Studium besteht aus dem Kernfach, einem Wahlbereich und einem Schlüsselqualifikationen-Bereich, wozu vertiefende Sprachkenntnisse und zwei Monate Praktikum gehören. Vor einem Jahr startete der stärker forschungsorientierte Masterstudiengang: Siegfried Lokatis, Inhaber des Lehrstuhls für Buchwissenschaft, hat den Schwerpunkt auf moderne Verlagsgeschichte und aktuelle Buchhandels- und Verlagforschung gelegt. »In enger Zusammenarbeit mit der Branche betreiben wir Grundlagenforschung«, sagt Keiderling. »So hat uns Reclam ein Teilarchiv als Depositum übergeben

und mit der Aufarbeitung der Firmengeschichte beauftragt – eine Basis für Bachelor- und Masterarbeiten.«

Einblick in die Bandbreite der bearbeiteten Forschungsthemen gibt das jüngst erschienene Jahrbuch des Studiengangs, »Flachware« (Plötner-Verlag). Die Absolventen sind meist in Verlagen tätig – von Ars Edition über Hörbuch Hamburg und DuMont bis Carlsen, aber auch im Buchhandel. Denn der Studiengang versteht sich als Dienstleister, der gezielt für die Branche ausgebildet. 

Christina Busse



»Flachware«: Das neue Jahrbuch zeigt die Bandbreite der Leipziger Buchwissenschaft