Der Weg zur Arbeit lässt sich durch eigens dafür konzipierte Audio-Sprachkurse sinnvoll nutzen.

Foto: Ernst Klett Sprachen GmbH, deutschewerbeagentur/David Spaeth

Lerneinheiten aus dem Kopfhörer

(kk). Hörbücher führen längst kein Schattendasein mehr: Im vergangenen Jahr dürfte ihr Umsatz Expertenschätzungen zufolge die 100-Millionen-Euro-Grenze überschritten haben. Immer wichtiger wird innerhalb der Sparte das Segment Schule und Lernen, auf das schon heute mehr als 15 Prozent des Umsatzes entfallen.

Als 1938 das Hörspiel „Krieg der Welten“ in den USA erstmals im Radio ausgestrahlt wurde, hielten viele Hörer diese Geschichte für einen Tatsachenbericht. Eine neue Hörkultur nahm ihren Anfang. Allerdings dauerte es noch mehr als ein halbes Jahrhundert, bis Hörbücher ihren gedruckten Pendants annähernd gleich gestellt waren. Obwohl Radiostationen vor allem in den 1950er- und 60er-Jahren erfolgreich Hörspiele produzierten, konnten sich Hörbücher auf dem Markt zunächst nicht durchsetzen. Zum einen löste bald das Fernsehen die Begeisterung für erzählte Geschichten ab, zum anderen galten Hörbücher lange Zeit als „Buchersatz“ für Senioren und Sehbehinderte oder als ein Medium für Lesefaule. Der Vorgängerin der digitalen Tonträger, der guten, alten Tonband-Cassette, haftete hartnäckig das Image der Kinderzimmer-Unterhaltung an.

Seit Beginn dieses Jahrtausends ist die Fangemeinde von Hörbüchern jedoch rapide gewachsen. Der Markt für vertonte und gelesene Literatur boomt. Gründe dafür liegen einerseits in der zunehmenden Mobilität und Flexibilität der Gesellschaft, andererseits in der damit einhergehenden wachsenden Sehnsucht nach Entspannung und sinnvoll gefüllter Zeit. Hörbücher können „nebenbei“ gehört werden: beim Auto- oder Bahnfahren, Bügeln, Abwaschen oder Joggen. Sie entsprechen dem Zeitgeist des Multitasking.

Die Branche und ihre Hörer

Dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels zufolge haben derzeit rund 500 Verlage etwa 13 000 Titel zum Hören im Angebot. Branchenanalysen führen die Hörbuchsparte mit zweistelligen Zuwachsraten als einzig boomendes Segment des Buchhandels. Die Zahl der Literatur-Hörer wird auf gut sechs Millionen veranschlagt. Laut einer Umfrage des Börsenvereins aus dem Jahr 2005 sind besonders die regelmäßigen Leser offen für Hörbücher: 41,8 Prozent aus ihren Reihen geben an, schon oft ein Hörbuch gehört zu haben, während aus der Gruppe der seltenen Leser nur 13,2 Prozent häufig zuhören. Für die Altersgruppe der 20- bis 50-Jährigen sowie für Jugendliche unter 15 Jahren gilt, dass bereits die Hälfte der Befragten Hörbücher und Bücher als gleichwertige Medien sehen.

Eine vom Münchner Hörverlag in Auftrag gegebene Marktstudie beschreibt das Profil eines typischen Hörbuch-Käufers wie folgt: Kernzielgruppe 20 bis 35 Jahre,

überdurchschnittlich gebildet, mit höherem Einkommen und wenig Zeit, mobil, kulturell interessiert, 50 Prozent weiblich, 50 Prozent männlich (im Vergleich zum Buch: 70 Prozent weiblich, 30 Prozent männlich).

Belletristik am beliebtesten

Die klassischen Hörspiele finden ihre Fans hauptsächlich bei den unter Zehnjährigen. Bei allen anderen Altersgruppen sind vorgelesene Romane und Geschichten besonders beliebt. So ist es nicht verwunderlich, dass etwa die Hälfte aller Hörbuch-Neuerscheinungen in die Rubrik Belletristik fällt. In der Regel decken sich die Inhalte der Topseller im Hörbuch-Bereich mit denen der aktuellen Topseller bei Büchern. In der Hitliste der Onlinebuchhandlung Amazon.de sind dies vor allem Titel von Dan Brown („Meteor“, „Illuminati“, „Sakrileg“), Joanne K. Rowlings „Harry Potter“ und „Bildung. Alles, was man wissen muss“ von Dietrich Schwanitz.

In den ersten drei Quartalen 2005 wurden mit Hörbüchern allein im Sortimentsbuchhandel, in Warenhäusern und via E-Commerce fast 20 Prozent mehr Umsatz gemacht als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die höchsten Umsatzanteile hatten die Segmente Belletristik (48,7 Prozent), Kinder- und Jugendbuch (21 Prozent) sowie Schule und Lernen (15,3 Prozent). Der Börsenverein schätzt, dass der Hörbuchumsatz 2005 auf 100 Millionen Euro gestiegen ist. Das wären 40 Millionen mehr als im Vorjahr.

Digitale Konkurrenz

Hörbücher fallen nicht unter die Buchpreisbindung, was dazu führt, dass immer wieder einzelne Titel zu Discount-Preisen angeboten und zum Preismarketing eingesetzt werden. Dem Buchhandel erwächst zudem Konkurrenz aus dem Internet: Nach dem Vorbild der Musik-Portale können Hörer komplette Audiobooks auf ihre Festplatten laden. Eine Umfrage des Arbeitskreises Hörbuchverlage im Börsenverein hat ergeben, dass bisher etwa ein Viertel der Verlage Hörbücher über Download-Portale wie claudio.de, audible.de oder soforthoeren.de vertreibt. Knapp die Hälfte der Audioverlage plant, Hörbücher mittelfristig über eine Download-Plattform anzubieten. Andere Prognosen gehen davon aus, dass etwa 30 Prozent aller Hörer ihre Hörbücher künftig kostenpflichtig im Netz herunterladen werden. Raubkopien und illegale Downloads sind bei Hörbüchern bisher ohne große Bedeutung. Aber die Branche ist wachsam: „Wir sind eine junge Branche, die den Vorteil hat, aus Fehlentwicklungen in traditionelleren Segmenten lernen und rechtzeitig gegensteuern zu können“, so Heike Völker-Sieber vom Hörverlag.

Hören und Lernen

Ein Sektor, in dem der Hörbuchmarkt neben der Belletristik-Sparte besonders stark wächst, ist der Bereich Weiterbildung und Lernen. Immer mehr Berufstätige nutzen ihren Arbeitsweg, um sich Hörbüchern mit klaren Nutzenversprechen zu widmen. Ob Berufs-Ratgeber, Management-Kompendien oder Sprachtraining: Die letzten Lücken im Terminkalender werden mit Hörbüchern gefüllt. So ist die neue Audio-CD-Reihe „PONS mobil“ speziell für Großstadtmenschen entwickelt worden: Geboten wird ein Sprach- und Wortschatztraining in kleinen Lerneinheiten, das sich auch für kurze Strecken im Auto eignet.

Verlage wie Campus, Gabal oder Rusch haben sich auf Hörbücher für Berufstätige spezialisiert: „Wir machen Leerzeit zu Lehrzeit“, erläutert Alex S. Rusch, Verleger des gleichnamigen Kreuzlinger Verlags. Wer nur eine halbe Stunde am Tag nutze, um nebenbei ein Hörbuch zu hören, könne locker auf 180 Lernstunden pro Jahr kommen.

Anhaltender Trend

Hörbücher sind „in“ und werden es auch langfristig bleiben. Zum Ausdruck kommt dies beispielsweise dadurch, dass Neuerscheinungen immer häufiger zeitgleich als Hardcover und Hörbuch veröffentlicht werden. Auch die wachsende Zahl spezifischer Branchentreffs bestätigt den Audiotrend: Von der alljährlich im März stattfindenden Leipziger Buchmesse ist der Hörbuch-Schwerpunkt längst nicht mehr wegzudenken. Zeitgleich fand im vergangenen Jahr in Köln erstmals die Spezialmesse „AudioBooksCologne“ statt. Die großen Audioverlage haben diese neue Plattform etabliert, um zu demonstrieren, dass das Hörbuch nicht mehr als Mitläufer des Buchgeschäfts gesehen wird, sondern als eigenständiges Erfolgs-Segment.

Mirja Bauer von Amazon.de rechnet damit, dass sich „das Hörbuch-Format in der Breite noch stärker durchsetzen wird; insbesondere sicherlich in den Bereichen Belletristik, Krimi, Kinderbuch, Science-Fiction, aber auch im Ratgeberbereich und im Segment Bildung“. Marc Sieper, Mitglied im Arbeitskreis Hörbuchverlage des Börsenvereins fasst zusammen: „Hören ergänzt das Lesen immer stärker. Ein Ende dieser Entwicklung ist in unserer mobilen Gesellschaft noch nicht abzusehen“. Bleibt abzuwarten, ob das Hörbuch gar eines Tages seinen papiernen Vorgänger überflügeln kann. ‹‹

Ansprechpartnerin

Christina Heinisch
Telefon: 07 11-66 72-18 97, c.heinisch@klett.de

Alle Beiträge unter www.klett-themendienst.de | Presseabdruck aller Texte honorarfrei | Fotos anfragen | Beleg erbeten