

BiblioTheke

Voller Ideen: Der Hörbuchmarkt
Ein erster Überblick
Artikel aus BiblioTheke 2.11

Voller Ideen: Der Hörbuchmarkt ***Ein erster Überblick***

Thomas Völkner

Hörbücher gibt es – erinnert sei nur an Steinbachs sprechende Bücher – seit vielen Jahrzehnten. Doch seit Anfang der 1990er Jahre steht das Hörbuch in gewisser Weise neu da. Hörbücher sind für alle Altersgruppen attraktiv geworden. Unser Autor gibt einen Überblick zum Markt für Erwachsene und weist auf aktuelle Entwicklungen hin. Ein Überblick über den Markt für Kinder- und Jugendliche folgt in einer späteren Ausgabe.

Eine Firmenübernahme sorgte zuletzt für einiges Aufsehen: Bertelsmann übernahm den in München ansässigen Hörverlag und gliederte ihn als eigenständige Marke in ihre Random House-Verlagsgruppe ein. Ab sofort agieren nicht nur die beiden umsatzstärksten Hörbuchverlage (Der Hörverlag und Random House Audio) gemeinsam unter dem Dach der Bertelsmann-Gruppe. Der bereits 1993 gegründete Hörverlag, der den Boom der Audio-Literatur in den späten 1990er Jahren und im vergangenen Jahrzehnt maßgeblich gestaltete, verliert darüber hinaus seine unternehmerische Selbständigkeit. Welche Auswirkungen dies auf die Programmgestaltung und die Entwicklung des Hörbuchmarktes haben wird, bleibt fürs erste eine spannende Frage.

Die Übernahme sei eine vernünftige Entscheidung gewesen, meinte Hörverlag-Geschäftsführerin Claudia Baumhöver in einem Zeitungsartikel (Elmar Krekeler: „Das apokalyptische Pony bleibt im Stall“, in Die Welt vom 12. Januar 2011) und weist auf einen speziellen Sachverhalt hin: Wenn ihr Verlag in Zeiten eines stagnierenden Hörbuchmarktes, einbrechender Umsätze, steigender Herstellungskosten und einer generellen Unsicherheit, welches die Medienträger der Zukunft sein werden, weiterarbeiten wolle wie bisher, sei dies nur unter den Fittichen eines noch größeren Marktteilnehmers möglich. Die Controller aus der Gütersloher Konzernzentrale fürchte sie nicht. Und potenzielle Überschneidungen mit dem Schwesterverlag Random House Audio seien dadurch zu vermeiden, dass man Unternehmensphilosophien abstimme.

Die Zahlen

Eingefleischte Hörbuch-Fans haben eine andere unternehmerische Entscheidung zu verdauen: Der Verlag falkemedia, der seit 2007 die populäre Fachzeitschrift „hörBücher“ herausgegeben hat, legt diese mit dem 2010 angekauften Titel „Bücher“ zusammen. Während dieser Schritt von den Lesern heftig kritisiert wurde, muss die Frage nach dem gegenwärtigen Zustand des Hörbuchmarkts gestellt werden. Besitzt die Sparte überhaupt noch die Dynamik, durch die sie vor Jahren zum Hoffnungsträger von Verlagen und – mit Einschränkung – Buchhändlern wurde? Die Antwort fällt zwiespältig aus. Sicher hat das recht junge Medium Hörbuch seine inhaltlichen und formalen Möglichkeiten weiterentwickelt und kann heute ein breites Spektrum an interessanten und gut produzierten Titeln vorweisen. Gleichzeitig hat der vor Jahren herrschende Hörbuch-Boom zu zahlreichen Neugründungen und in der Folge zu einem Verdrängungswettbewerb geführt, der

BiblioTheke

Voller Ideen: Der Hörbuchmarkt

Ein erster Überblick

Artikel aus BiblioTheke 2.11

hauptsächlich über den Preis ausgetragen wird. Und angesichts der Internetnutzung bei digitalen Inhalten stellt sich die Frage, auf welchen Wegen Hörbuchinhalte am besten an die Hörer gebracht werden können.

Hörbuchmarkt
Umsatzveränderung
gegenüber 2009: minus 4,3 Prozent

Umsatzanteil am gesamten Buchmarkt:
2010: 4,1 Prozent
2009: 4,3 Prozent

Absatzsteigerung:
0,6 Prozent

Durchschnittspreis:
2010: 12,48 Euro
2009: 12,92 Euro

Quelle: Media Control GfK International
zitiert nach: Börsenblatt, Ausgabe 6/2011, S. 43.

Viele Buchhändler haben die auf den Markt drängenden Hörbücher nur zögerlich ins Sortiment genommen. Nur wenige Häuser halten ein breites Angebot an CDs vorrätig, und in manchen Häusern werden Hörbücher in ein übergreifendes Non-Book-Segment einsortiert, das auch Film-DVDs und Musik-CDs umfasst. Die Verlage erkannten, dass sie zusätzlich neue Märkte erschließen mussten: Elektronikmärkte, Supermärkte, Tankstellen und sonstige Einzelhandelshäuser. Um in diese Märkte zu gelangen, wurden bisweilen niedrigpreisige Sondereditionen aufgelegt, die mit den regulären Ausgaben konkurrierten. Unabhängig davon begannen Internet-Händler, die nicht preisgebundenen Hörbücher über virtuelle Handelsplattformen zu vertreiben. Gute Geschäfte kann man dort nur machen, wenn man die Preise der Konkurrenz unterbietet, selbst wenn es sich nur um wenige Eurocent handelt. Die Hörbuchpreise gingen auf Talfahrt.

Im Februar meldete das Börsenblatt, dass einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes zufolge der Preis für Hörbücher innerhalb eines Jahres um gut 20 % gesunken sei. Kurz zuvor war gemeldet worden, dass Media Control GfK International für das Jahr 2010 einen Rückgang des durchschnittlichen Hörbuchpreises von 12,92 auf 12,48 € ermittelt hat (Meldung „Auf Talfahrt: Die Hörbuchpreise im Januar“, boersenblatt.net am 15. Februar 2011.). Derweil heißt es, dass der Verkauf von Internet-Downloads 2010 zugelegt habe. Laut einer weiteren GfK-Erhebung seien 2,7 Millionen Hörbücher über Portale wie audible.de heruntergeladen worden und der Umsatz für Downloads um ein Fünftel auf 27 Millionen Euro gestiegen. Der Durchschnittspreis für einen Titel betrage im Netz nur 9,87 € (Meldung „Hörbuchdownloads im Höhenflug“, boersenblatt.net am 13. März 2011).

BiblioTheke

Voller Ideen: Der Hörbuchmarkt

Ein erster Überblick

Artikel aus BiblioTheke 2.11

Klassenprimus: Der Hörverlag

Die besondere Beachtung der Vorgänge rund um den Hörverlag lässt sich mit dessen unangefochtener Marktführerschaft erklären. Die sieben Harry-Potter-Romane in der Interpretation von Rufus Beck wurden insgesamt über drei Millionen Mal verkauft und stellen damit einen immensen Erfolg dar. Neben dem Etablierung von Schauspielern als wiedererkennbare Hörbuch-Stimmen punktete der Hörverlag mit der Veröffentlichung von Hörspielen aus den Archiven der öffentlich-rechtlichen Sender (zuletzt – pünktlich zur Verleihung des Literaturnobelpreises – mit Mario Vargas Llosas „Tante Julia und der Kunstschreiber“, einer Produktion des Schweizer Radios DRS) sowie mit der gelungenen Zusammenstellung von dokumentarischem Archivmaterial (etwa mit der Doppel-CD „An die Nachgeborenen“, die anlässlich Bertolt Brechts 100. Geburtstag herauskam).

Für Aufsehen sorgten verschiedene ambitionierte Großprojekte, u.a. „The Spoken Arts Treasury“, einer Sammlung von über 400 Gedichten US-amerikanischer Lyriker in Originallesungen, oder kombinierte Wort-/Musik-Produktionen wie das „Rilke-Projekt“. Kürzlich wurde Marcel Prousts „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“ in einer von Peter Matic vorgetragenen 156-stündige Gesamtlesung als „Hörbuch des Jahres 2010“ mit dem Deutschen Hörbuchpreis ausgezeichnet.

In einer Liste der zehn größten Hörbuchverlage steht der Hörverlag klar an erster Stelle.

Die zehn größten Hörbuchverlage 2009

1. Der Hörverlag
2. Random House Audio
3. Lübbe Audio
4. Sony Music Entertainment
5. Argon Verlag
6. Jumbo Neue Medien
7. Hörbuch Hamburg
8. Kiddinx Entertainment
9. Eichborn
10. Silberfisch bei Hörbuch Hamburg

nach Umsatz; Vertriebswege: Sortimentsbuchhandel, Warenhaus, E-Commerce, Fach- und Verbrauchermärkte, Musikspezialisten

Quelle: Media Control GfK International

zitiert nach: Börsenblatt, Ausgabe 42/2010, S. 17.

In einem Radiointerview nannte Heike Völker-Sieber, die Pressesprecherin des Verlags, die Zahl von 14 Millionen verkaufter Hörbücher für das Jahr 2010 (Deutschlandfunk, „Büchermarkt“ vom 18. März 2011).

BiblioTheke

Voller Ideen: Der Hörbuchmarkt

Ein erster Überblick

Artikel aus BiblioTheke 2.11

Weitere Akteure

Mit Bestseller-Titeln machen die Verlage Lübbe Audio und Argon auf sich aufmerksam. Lübbe Audio hatte 2010 mit Ken Folletts „Sturz der Titanen“ und Iny Lorentz' „Die Wanderhure“ zwei Spitzentitel im Programm. Argon brachte mit „Hummeldumm“ von Tommy Jaud das meistverkaufte Hörbuch des Jahres auf den Markt.

Auf die Popularität des vielbeschäftigten Sprechers Christian Brückner setzt das Label parlando, das von dem Ehepaar Brückner geführt und über Random House Audio ausgeliefert wird. Gelungene Interpretationen von zumeist anspruchsvolleren Werken (Kazuo Ishiguro, Richard Ford, Herman Melville) zeichnen das kleine Programm aus. Aktuell werden u.a. Hans Keilsons „Komödie in Moll“ und David Vanns „Im Schatten des Vaters“ angeboten.

Lesungen von E- und U-Literatur bietet Hörbuch Hamburg (mit den angeschlossenen Labels Osterwoldaudio und Silberfisch). Das Programm reicht von der „Biss“-Reihe von Stephenie Meyer über Romane von Herta Müller und Orhan Pamuk bis zu Sachbüchern von Roberto Saviano („Gomorrha“). In diesem Frühjahr veröffentlichte man „Der alte König in seinem Exil“, Arno Geigers Text über seinen an Demenz erkrankten Vater, in der Lesung von Matthias Brandt.

Im Sachbuchbereich bringt der Silberfuchs-Verlag 2011 weitere Folgen seiner preisgekrönten Reihe „Länder hören – Kulturen entdecken“ heraus. Die perfekt gestalteten Neuerscheinungen beschäftigen sich u.a. mit Australien und Italien. Erst 2010 gestartet ist auditorium maximum, der Hörbuchzweig der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft (WBG), der seine Titel auch über den Buchhandel vertreibt.

Was kann das Hörbuch heute?

Mit dem Sammelbegriff „Hörbuch“ lässt sich die Umsetzung eines gedruckten Textes in eine auditive Form bezeichnen. Dabei ist es unerheblich, ob der Ausgangstext erzählerisch-fiktionaler Natur ist oder zur Sach- bzw. Fachliteratur gezählt wird. Die Umsetzung geschieht entweder in Form einer Lesung oder als Dramatisierung in dialogischer bzw. Hörspiel-Form.

Die Lesung ist die häufigste Form. In der Regel liest eine Sprecherin oder ein Sprecher den Text, wobei der Grad der stimmlichen Interpretation von Figuren und des Ausdrucks von Stimmungen sehr unterschiedlich ausfallen kann. An der Frage, ob ein Hörbuch die textliche Vorlage eins zu eins wiedergeben, der Text zum besseren Verständnis bearbeitet oder die gesamte Produktion aus wirtschaftlichen Erwägungen gekürzt werden soll, scheiden sich immer noch die Geister. In Einzelfällen bieten die Verlage eine ungekürzte Lesefassung zusätzlich oder alternativ zur bearbeiteten Hörbuchfassung an.

Sehr deutlich ist die Tendenz, bekannte Sprecher-Namen in den Vordergrund zu rücken. Die Gestaltung einer Cover-Abbildung konzentriert sich bisweilen auf das Konterfei eines Film- und Fernsehspielers, das prominenter dargestellt wird als der Titel oder der Name des Autors der Buchvorlage. Diese Entwicklung wurde durch die Konzeption besonderer Reihen wie „Starke Frauen“ und „Starke Stimmen“ (promoted von der Zeitschrift „Brigitte“) befördert.

BiblioTheke

Voller Ideen: Der Hörbuchmarkt

Ein erster Überblick

Artikel aus BiblioTheke 2.11

Opulent aufgemachte Hörspiele werden aufgrund ihrer hohen Kosten meistens von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten initiiert und/oder produziert. Häufig handelt es sich um Adaptionen bekannter Stoffe, bisweilen auch um originäre Hörspiele, die für das Medium geschrieben werden. Fast alle ARD-Anstalten haben kommerzielle Tochterunternehmen gegründet, die sich um die Vermarktung von Hörspielen und Featureproduktionen kümmern, wozu auch der Verkauf der Hörbuchrechte zählt. An dem 1999 gegründeten DAV – Der Audio-Verlag sind der Rundfunk Berlin-Brandenburg, die WDR Media Group und die SWR Media Group, gemeinsam mit dem Spiegel-Verlag, direkt beteiligt.

Daneben arbeitet hierzulande eine rege freie Hörspielszene. Deren Stücke haben inhaltlich eine große Bandbreite, konzentrieren sich aber nicht selten auf ungewöhnliche, progressive Stoffe und experimentelle Formen. Die Initiative Leipziger Hörspielsommer e.V. ist das größte Schaufenster für die freie Szene. Sie organisiert seit 2003 Open-Air-Veranstaltungen, Symposien, Wettbewerbe sowie Kooperationen mit Verlagen, Sendern und unabhängigen Akteuren. (Vgl. Hörspielsommer e.V.: Hörspielplätze (Buch mit Audio-CD). Leipzig: Voland & Quist 2011; Claes Neufeind (Hg.): *pressplay 1 – Die Anthologie der freien Hörspielszene*. MP3-CD. Hamburg: Mairisch 2006; Claes Neufeind (Hg.): *pressplay 2*. MP3-CD. Hamburg: Mairisch 2008.)

Für Aufsehen sorgen Produktionen mit dokumentarischen Inhalten und freien Formen. In diesem Frühjahr fallen verschiedene Titel auf, die Tondokumente (Hörfunkinterviews, Reden, Hörspiele etc.) von Max Frisch zusammenfassen, der im Mai 100 Jahre alt geworden wäre. Beim Züricher Christoph Merian Verlag erschienen die Doku-CD „Max Frisch spricht“ und das DRS-Hörspiel „Der Graf von Öderland“. Derweil hat sich der in Berlin ansässige *supposé* Verlag mit seinem Programm aus „Erzählter Literatur“ und „Erzählter Wissenschaft“, dem kein gedruckter Text zugrunde liegt, etablieren können. Die Sprecher, zumeist Experten verschiedener Disziplinen, vermitteln in freier Erzählung Einblicke in so unterschiedliche Themen wie Bionik, Vogelzug und Feuer-Management. Die Produktionen, die *supposé* mit Schriftstellern wie Herta Müller und Peter Kurzeck aus langen Gesprächen heraus entwickelt hat, wurden vom Feuilleton stark beachtet.

Einen neuen Trend stellen Hörbücher dar, welche auf Filmsoundtracks basieren. Die Tonspur dient dabei als Rohmaterial für eine hörspielartige Produktion, die aufgrund ihrer Wiedererkennbarkeit besondere Vermarktungsmöglichkeiten (Kino, DVD, Musik-CD) eröffnet. Bei Herder erscheint z.B. das so entstandene Hörbuch zum Dokumentarfilm „Francesco und der Papst“ (Kinostart: 21. April), in dem die Geschichte eines Chorknaben erzählt wird, der für Papst Benedikt XVI. singen soll.

Thomas Völkner ist freier Journalist für Hörfunk und Printmedien. Er gestaltet unter anderem eine Literatursendung beim Hamburger Lokalradio.
