

Hochschule der Medien Stuttgart
Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement
Sommersemester 2007
Seminar: Renaissance der Hörmedien
Leitung: Prof. Dr. Richard Stang

Kinderhörspiele

Entwicklung, Marktübersicht und Problemfelder

von
Wibke Henrichs
Miriam Horst

Inhaltsverzeichnis:

1. EINLEITUNG.....	3
2. HÖREN.....	3
3. WIE UND WARUM NUTZEN KINDER HÖRMEDIEN?.....	4
5. GENRES	8
6. VERLAGE	9
7. EMPFEHLUNGSLISTEN	11
8.HÖRBUCHPREISE	11
9. PROBLEMFELDER	12
10. LITERATURVERZEICHNIS UND INTERNETQUELLEN.....	14

1. Einleitung

Hörspiele und Hörbücher gehören heutzutage ebenso zum Leben wie Bücher oder das Fernsehen. Auch Kinder haben dieses Medium längst für sich entdeckt und rezipieren es intensiver als jede andere Altersgruppe. Ganze 68,2% nutzen Hörbücher in ihrer Freizeit. Dies haben auch die Verlage registriert und ihr Angebot dementsprechend ausgeweitet. Nach der Belletristik hat der Kinder- und Jugendbereich inzwischen den zweitgrößten Anteil am Hörbuchmarkt. 2006 betrug dieser 28,32%, 2005 waren es 22,5% (vgl. Schwietert 2007, S.16).

Im Gegensatz zu den Erwachsenen werden Hörbücher bei Kindern und Jugendlichen in jedem Alter genutzt. 88% der 5-9-Jährigen hören sie in ihrer Freizeit, sowie 79,3% der 10-12-Jährigen und immerhin noch 61,8% der 14-17-Jährigen. Der Anteil der weiblichen Hörer ist hierbei leicht erhöht gegenüber dem der männlichen Zuhörer. Bis sie neun Jahre alt sind hören Kinder im Jahr ungefähr zehn Hörbücher. Mit steigendem Alter sinkt dieser Konsum auf ungefähr fünf Hörbücher pro Jahr (vgl. Kinder und Jugendliche – Fans von Hörbüchern? 2006, S.15ff).

Dieser Artikel beschäftigt sich mit der historischen und technischen Entwicklung der Kinderhörmedien, sowie mit den verschiedenen Verlagen. Außerdem gibt er einen Überblick über die Gründe, warum gerade Kinder so gerne Hörbücher nutzen und welche Probleme sich aus deren Nutzung ergeben können.

2. Hören

In einer Welt, in welcher der Sehsinn dominiert, ist das Hören eine wichtige Sinneserfahrung. Für Kinder bleibt der Hörsinn lange Zeit viel wichtiger als er später für Erwachsene ist. Da der Sehsinn noch nicht so stark ausgebildet ist, überwiegt bei Jüngeren der Hör-, Tast-, und Geruchssinn. Diese Sinne lassen im Verbund eine ganzheitliche Erfahrung der Umwelt zu.

Hören ist für Kinder ein fesselndes und gefühlsbetontes Erlebnis. Sie erfassen die Handlung auf eine Art und Weise, die vor allem mit den Besonderheiten der kindlichen Entwicklung und Wahrnehmung zu tun hat.

Für Heranwachsende hat das Hören auch deshalb eine so starke emotionale Bedeutung, da Kinder nicht nur mit dem Ohr, sondern auch über die Haut und den Knochenbau Töne wahrnehmen. Sie hören sozusagen mit Haut und Haaren.

Kinder können das Geschehen eines Hörspiels erst ab dem zehnten Lebensjahr in einer zeitlich-logischen Abfolge wiedergeben, interpretieren und deuten. Erst dann lässt es ihr Abstraktionsvermögen zu, Bezüge zwischen den Szenen herzustellen. Jüngere Kinder (zwischen drei und sechs Jahren) erzählen oft sehr detailorientiert. Dies bedeutet aber

nicht, dass sie die Geschichte nicht verstanden haben. Sie nehmen nur jene Teile der Handlung stärker wahr, die für sie wichtig und bedeutsam sind. Die Teile, die ihnen unwichtig erscheinen, können sie einfach überhören, während die wichtigen Szenen oft wiederholt und ständig neu genannt werden (vgl. Rogge 1996, S.9ff).

3. Wie und warum nutzen Kinder Hörmedien?

Neben dem Fernsehen sind Kassetten und CDs das am intensivsten genutzte Kindermedium. Fast 50 Prozent aller Heranwachsenden im Alter zwischen drei und dreizehn Jahren hören sie täglich (vgl. Heidtmann 1999).

Gründe für diese Beliebtheit sind nach Finkbeiner (vgl. Finkbeiner 1997, S. 16):

- Kassetten und CDs sind jederzeit verfügbar
- man kann sich besser in die Geschichte hineinversetzen
- sie lassen mehr Raum für eigene Vorstellungen
- Kinder sind emotional stärker am Hörspielgeschehen beteiligt
- gleichzeitig lässt sich die Intensität des Emotionalen besser steuern
- und Kinder haben hier die Möglichkeit, sich jederzeit aus dem Hörgeschehen zurückzuziehen

Kassetten sind das erste Medium, das Kinder nutzen. Etwa im Alter von zwei Jahren erhalten sie ihren ersten Kassettenrekorder. Sie dürfen über ihre Tonträger meist völlig ungestört und unkontrolliert von Eltern und Erwachsenen verfügen (vgl. Finkbeiner, 1997, S. 2ff.).

Heranwachsende nutzen Hörmedien aus bestimmten Interessen und Bedürfnissen. Sie hören gerne die gleiche Kassette mehrmals hintereinander an, da ihnen dies ein Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit gibt. Sie fühlen sich ungestört und sicher vor Unvorhergesehenem und Bedrohlichem (vgl. Finkbeiner 1997, S.3).

Jedoch hören Kinder Kassetten nicht immer an einem Stück an. Oft hören sie auch nur bestimmte Passagen der Handlung immer wieder, während andere Passagen gar nicht wahrgenommen werden. So lässt sich erkennen, was sie emotional gerade beschäftigt und welche Themen für sie wichtig sind (vgl. Rogge 1996, S.10). Hörmedien werden von Kindern meist zur Unterhaltung genutzt, z.B. wenn sie schlechte Laune haben, wütend, traurig oder auch gut gelaunt sind oder sich einsam fühlen. Oft werden Hörmedien auch nur als Geräuschkulisse genutzt, da die Kinder nebenher anderen Beschäftigungen nachgehen, wie Malen, Lesen, Spielen oder Hausaufgaben machen (vgl. Finkbeiner 1997, S. 3).

Während für die Einen Hörmedien ein Mittel zum Rückzug in eine andere Welt sind, indem sie mit Kopfhörern alleine im Kinderzimmer sitzen und ihrem Hörspiel lauschen, dient es den Anderen dazu, sich mit Freunden zu treffen und gemeinsam mit ihnen das neueste Hörspiel zu hören. Durch Hörmedien können Kinder also soziale Kontakte knüpfen, mit den Freunden das Hörspiel anhören und sich anschließend darüber unterhalten (vgl. Finkbeiner 1997, S. 5).

4. Historische und technische Entwicklung

Die Geschichte der Kinderhörmedien beginnt mit der Geschichte des Rundfunks. Seit 1923 gibt es in Deutschland regelmäßige Rundfunksendungen für interessierte Erwachsene. 1924 gab es dann erstmals auch feste Programme für Kinder. Sie beinhalteten vor allem Spielstunden, Kasperlespiele und Märchenlesungen. Diese Programme wurden allerdings noch nicht regelmäßig oder zu festen Uhrzeiten gesendet (vgl. Heidtmann 2002, S. 35-36). 1925 sendete die *Berliner Funk Stunde* erstmals spezielle Hörspiele für Kinder. In dieser Zeit entstanden auch die Stücke mit verteilten Sprecherrollen und einer Geräuschkulisse im Hintergrund. Entwickelt hat sich das Kinderhörspiel aus dem Kindertheater. Theaterstücke auf der Grundlage von Märchen und Kasperlestücke wurden, für den Rundfunk neu vertont, wiedergegeben. Teilweise wurden auch Märchen extra für den Rundfunk bearbeitet, dramatisiert und vertont. Zusätzlich entwickelten 1925 führende Schallplattenunternehmen das elektrische Aufnahmeverfahren. Durch diese neue Technik sanken die Produktionskosten stark und die Klangqualität verbesserte sich enorm. Dies machten sich auch die Hörspielproduzenten zu nutze. Die in den Rundfunkprogrammen zunehmend populär gewordenen Hörspiele wurden 1929 erstmals auf Schallplatte überspielt. Dabei handelte es sich in den Anfängen hauptsächlich um die beliebten Märchen. Der erste Produzent von kürzeren Hörspielen war die Firma *Grammophon* (vgl. Heidtmann 1999, S. 255). Allerdings waren Plattenspieler und Platten sehr teuer und ihre Handhabung für Kinder nicht geeignet (vgl. Heidtmann 2002, S. 36). Sie waren also nicht das passende Medium für Kinder. Deshalb waren auch bis in die 70er Jahre Schallplatten, meist mit gehobener Kinderliteratur, hauptsächlich ein Medium des Bildungsbürgertums, da nur dieses sie sich leisten konnte (vgl. Heidtmann 2002, S. 36).

Bis Ende der 20er Jahre orientierten sich die Hörspiele hauptsächlich an der zeitgenössischen Kinder- und Jugendliteratur wie z.B. *Karl May*, *Mark Twain* und *Erich Kästner*. Diese Produktionen richteten sich vor allem an Kinder ab zehn Jahren. Für jüngere Hörer gab es noch kein eigenes Programm. Zu dieser Zeit gab es auch erstmals Hörspielwettbewerbe für Kinder. Es konnten Aufsätze an die Radiosender geschickt werden, welche dann im Rundfunk vorgelesen wurden.

In der Zeit des Nationalsozialismus war das Radio eines der bevorzugten Propagandamittel. So wurden zwar auch weiterhin Kinderprogramme im Rundfunk gesendet, jedoch bearbeitet im Sinne der Ideologie der Nationalsozialisten. Nach dem zweiten Weltkrieg lag der Schwerpunkt der Kinderhörspiele wieder auf den Klassikern der Kinder- und Jugendliteratur. Im Radio erzählten Rundfunkanten und -onkel zu festen Zeiten Märchen und Geschichten (vgl. Heidtmann 2002, S.36).

1950 kam dann eine Hochzeit des Kinderhörfunks. Mit regelmäßig ausgestrahlten Hörspielen, spannenden Gute-Nacht-Geschichten und lehrreichen Schulfunksendungen avancierte der Hörfunk zu einem von Heranwachsenden täglich genutzten Medium (vgl. Heidtmann 2002, S. 36).

Leider verlor der Rundfunk schon 1960 durch die Verbreitung des Fernsehens wieder stark an Bedeutung. Kinder setzten sich nun lieber vor den Fernseher und ließen sich einfach berieseln, anstatt sich ein Hörspiel anzuhören, bei dem die Bilder von ihrer Fantasie hinzugefügt werden mussten.

Erst als der *Philips*-Konzern 1965 die Musikkassette entwickelte wurde alles anders. Die Kassette war deutlich preisgünstiger und kompakter als ihr Vorgänger, die Schallplatte (vgl. Heidtmann 2002, S. 36). Auch ihre Handhabung war deutlich einfacher und ihre Haltbarkeit höher (vgl. Heidtmann 1999, S. 255). Mit dieser Erfindung konnten nun endlich Hörspiele massenhaft produziert und verkauft werden. Die zugehörigen Kassettenrekorder waren zudem für Kinder leicht zu bedienen und sie brauchten für das Abspielen ihrer Hörspiele nicht mehr die Hilfe von Erwachsenen. Außerdem lag der Anschaffungspreis der Musikkassette im Taschengeldniveau der Kinder, sie mussten also nicht mehr erst ihre Eltern um die Hörspiele bitten. Bis heute gehören Kassettenrekorder zu der Grundausstattung jedes Kinderzimmers, und die Kassette konnte auch durch die Erfindung der CD nicht vom Kinderhörspielmarkt verdrängt werden (vgl. Heidtmann 1999, S. 255).

1968 wurde die Produktion von Hörspielen auf Schallplatten endgültig eingestellt. Auch den Kinderhörfunk nutzen Kinder seither nur noch selten. Die Rundfunkanstalten reagierten auf diesen Rückgang, indem sie ihre Kinderprogramme drastisch senkten und dafür verstärkt ein Musikprogramm für Jugendliche anboten (vgl. Heidtmann 2002, S. 36). Eine regelrechte Gründungswelle von neuen Anbietern von Kinderkassetten fand in den 70er Jahren statt. Diese neuen Anbieter boten ihre Kassetten zu sehr niedrigen Preisen an, um möglichst viele Käufer anzulocken. Ein Renner waren vor allem Serien wie TKKG oder die Biene Maja. Auch wurden diese Hörspiele erstmals im großen Maßstab beworben (vgl. Heidtmann 1999, S. 255).

Erst 1988 erreichte der Boom auf dem Kinderhörspielmarkt mit 25 Millionen verkauften Kassetten seinen vorläufigen Höhepunkt. Dies lag unter anderem an der von *Phillips* und

Sony entwickelten Compact Disc. Die CD ermöglichte erstmals die Produktion von größeren Hörspielboxen. So wurden nun zunehmend Bücher ungekürzt vertont und verkauft. Dies war zu Zeiten der Kasette wegen des großen Platzbedarfs nur selten der Fall. Entgegen der Erwartung der meisten Verlage stürzten sich die Hörer auf diese neue Angebotsform.

Leider musste der Hörspielmarkt jedoch schon 1990 wieder starke Umsatzeinbrüche verzeichnen. So verlor beispielsweise die Bertelsmann Music Group fast drei Viertel ihrer Umsätze. Die Verlage reagierten, indem sie neue Absatzwege und Angebotsformen für ihre Hörbücher suchten. Dies war von Erfolg gekrönt, denn schon in der Mitte der 90er erreichten die Kindertonträger mit knapp 200 Millionen Mark wieder 4% Anteil am gesamten Tonträgerumsatz (vgl. Heidtmann 1999, S. 255).

Heutzutage erhalten Kinder durchschnittlich mit 2 Jahren ihren ersten Kassettenrekorder (vgl. Heidtmann 1999, S. 256). Dementsprechend sind Kassetten auch das am zweithäufigsten genutzte Medium von Kindern (vgl. Heidtmann 2002, S. 37). Auch die Hörspielproduktionen wenden sich heute an ein deutlich jüngeres Publikum als früher. Waren sie früher eher an Kinder ab sechs Jahren gerichtet, werden heute schon Hörspiele für Zweijährige produziert.

In der heutigen Zeit erfreuen sich auch Internetseiten mit Hörspiel-Downloads bei Heranwachsenden zunehmender Beliebtheit. Laut einer Studie des Arbeitskreis Hörbuchverlage sind insbesondere Jugendliche unter 16 Jahren mit dem Download von Mp3-Hörbüchern vertraut. Dabei legen die Kinder und Jugendlichen im Gegensatz zu den Erwachsenen keinen Wert auf zusätzliche Angebote wie Cover-Downloads oder Booklets zum Ausdrucken. Ihnen genügt die reine Mp3-Datei.¹ Zwar meiden viele Kinder Hörspiel-Downloads noch wegen ihrer hohen Preise, doch der steigende Wettbewerb und das immer größere Angebot werden in naher Zukunft die Preise für Downloads sinken lassen. Dann sind diese auch für Kinder erschwinglich.

Der Markt für Kinderhörspiele wächst auch heute noch weiter. So stieg der Marktanteil der Kinderhörspiele am Gesamtmarkt für Tonträger 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 5,85%. Das liegt vor allem daran, dass viele Verlage Kinder und Jugendliche zunehmend als Kunden entdecken und ihr Hörspielangebot dementsprechend ausweiten. Auch 2007 wollen weitere Verlage in den Kinderhörspielbereich einsteigen (vgl. Schwietert 2007, S. 16).

¹ vgl. Arbeitskreis Hörbuchverlage, http://www.boersenverein.de/de/69181?rubrik=78849&dl_id=83394 (Zugriff: 25.07.2007)

5. Genres

Wie in allen populären Medien werden auch bei den Kinderhörspielen Motive aus verschiedenen Genres miteinander vermischt, z. B. Mythen und Märchen, Krimi und Sciencefiction oder Slapstick und klassische Abenteuergeschichten. Somit lässt sich hier nur eine grobe Einteilung der Genres vornehmen:

- Funnies
- Kriminal- und Detektivserien
- Abenteuer- und Fantasyserien
- Mädchenserien und Soap Operas
- Kinderlieder
- Sonstige Stoffe

Die *Funnies* bilden das wichtigste Marktsegment unter den Genres. Sie verbinden Komisches und Humoristisches mit Spannungselementen und integrieren oft Märchenhaft-Phantastisches oder Abenteuerliches. Hierzu gehören Serien mit Tieren, Kobolden oder Fabelwesen, wie z.B. *Benjamin Blümchen*, *Bibi Blocksberg* und *Pumuckl*.

Kriminal- und Detektivserien sind Serien in denen die Hauptcharaktere unter großen Gefahren und meist in kniffligen Situationen schwierige Fälle lösen müssen. Die bekanntesten Serien sind *TKKG*, *Die drei ???* und die *Knickerbocker-Bande*.

Die *Abenteuer- und Fantasyserien* spielen bei den Hörmedien fast keine Rolle, hier greifen Kinder wohl lieber auf andere Medien zurück, wie Bücher oder Fernsehen.

Beispiele für dieses Genre sind *Sailor Moon* und *Dragon Ball*.

Sehr marktgängig sind *Mädchenserien und Soap Operas*. Klassiker wie *Hanni und Nanni* aber auch *Bibi und Tina* und *Wendy* sind sehr gefragt. Eher resonanzlos geblieben sind Hörspiel-Bearbeitungen von *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* und *Marienhof*.

Die Produktionen der *Kinderlieder* reichen von Popmusik bis zur Klassik und machen insgesamt einen Marktanteil von 30 Prozent aus.

Die sonstigen Stoffe beinhalten unter anderem Märchen, sowohl klassische, wie auch moderne, wie *Aschenputtel* und *Jostein-Gaarder-Titel* (vgl. Heidtmann, 2000, 53 ff).

Es lässt sich jedoch sagen, dass der heutige Hörspielmarkt kein reiner Serienmarkt mehr ist, wie noch in den 80er Jahren. Immer öfter werden Titel aus der aktuellen Kinderliteratur übernommen und entweder als Lesung, oder als mit Musik und Geräuschen unterlegte Inszenierung angeboten. Außerdem gibt es zahlreiche Sach- und Wissensreihen, welche zum Teil sehr aufwendig produziert werden. Ein Beispiel ist hier *Abenteurer & Wissen* (vgl. Bischof 2006, S. 4).

Bei den Genres fällt eine starke Verteilung nach Geschlechtern auf. Mädchen tendieren eher zu den Funnies, Märchen und literarischen Vorlagen. Bei den Jungen sind dagegen vor allem Action, Krimis und Abenteuergeschichten beliebt.

Auffällig sind die thematischen und dramaturgischen Strukturen, gerade bei den Genres die am Meisten gehört werden. Hier wird eine geradlinige Handlung bevorzugt. Diese ist geprägt von Action und Aktivitäten und endet meist in einem finalen Happy-End. Die Hauptcharaktere sind durch ihre überzogenen Stimmen gut zu unterscheiden. Je nach Stimmfarbe sind sie als „gut“ oder „böse“ zu identifizieren. Dies findet man auch bei den anderen Charakteren wieder z. B. „starker“ Tarzan und „schwache“ Gaby in *TKKG* (vgl. Rogge 1996, S. 7).

Jedoch gibt es nicht nur die Unterscheidung nach Genres, sondern auch die nach Herstellungsverfahren:

Hörspiele: Die Erzählung wird hier in verteilten Rollen von mehreren Sprechern gesprochen. Häufig gibt es auch eine literarische Vorlage, die zu einem Drehbuch umgeschrieben wurde. Bei Hörspielen wird mit Geräuschen, Musik und verschiedenen Effekten gearbeitet.

Hörbuch: Diese sind der reine Text einer meist literarischen Vorlage. Alleine durch die Betonungen des Sprechers entstehen Spannung und bewegende Momente. Das Hörbuch ist der gedruckten Vorlage am Ähnlichsten. Jedoch wird nicht immer auf Hintergrundgeräusche und Musik verzichtet.

Hörbücher zu Sachthemen: Gerade in letzter Zeit werden, für alle Altersgruppen, vermehrt Hörbücher mit verschiedenen Inhalten zu Sachthemen veröffentlicht. Beispiele sind:

Abenteuer & Wissen, Was ist Was?, Wissen für Kinder.

Auch Hörbücher in Fremdsprachen gibt es inzwischen. Mit ihrer Hilfe können Kinder auf einfache Weise Fremdsprachen lernen. Beispiele hierfür sind: *Lilli the Witch* und *Englisch lernen mit den Leselöwen* (vgl. Rüscher 2006, S. 21).

6. Verlage

Der Börsenverein des deutschen Buchhandels schätzt die Zahl der Hörbuchverlage auf insgesamt etwa 500 Stück. Bei den großen Barsortimentern sind circa 17.000 Hörbuchtitel gelistet. Auf die Warengruppe „Kinder-/Jugendbuch“ fällt davon etwa ein Drittel des Umsatzes.

Es gibt für Hörbücher verschiedene Vertriebswege. Vom Buchhandel über die Nebenmärkte, wie Tankstellen oder Supermärkte, bis hin zum Internet ist alles vertreten. Der wichtigste Vertriebsweg ist jedoch nach wie vor der Buchhandel. Das Internet, mit seinen zahlreichen Download-Portalen zieht allmählich jedoch kräftig nach (vgl. Schwietert 2007, S. 16ff).

Während früher zuerst die Bücher erschienen und die Hörbücher erst einige Zeit später folgten, ist es heute so, dass Bücher und Hörmedien fast gleichzeitig auf den Markt kommen. Außerdem stellen die Verlage Hörbücher nun selbst her und verkaufen die Lizenzen nicht mehr wie früher an spezielle Hörbuchverlage (vgl. Rüscher, 2006, S.21).
Nachfolgend nun eine kleine Auswahl an Hörbuchverlagen mit dem Schwerpunkt Kinder- und Jugendbuch:

Hörbuchverlage im Internet

- [Audiobooks-on-Demand](http://www.abod.de) (<http://www.abod.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Audiolino](http://www.audiolino.de) (<http://www.audiolino.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Baumhaus Verlag](http://www.baumhaus-verlag.de) (<http://www.baumhaus-verlag.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Beltz & Gelberg](http://www.beltz.de) (<http://www.beltz.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Campus Verlag](http://www.campus.de) (<http://www.campus.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Coppenrath Verlag](http://www.coppenrath.de) (<http://www.coppenrath.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Der Audio Verlag](http://www.der-audio-verlag.de/index.php4) (<http://www.der-audio-verlag.de/index.php4> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Diogenes Verlag](http://www.diogenes.ch) (<http://www.diogenes.ch> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Edition See-Igel](http://www.see-igel.de) (<http://www.see-igel.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [ERF Verlag](http://www.erfverlag.de/show.sxp/1.html) (<http://www.erfverlag.de/show.sxp/1.html> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [GUGIS](http://www.gugis-hoerbuecher.de) (<http://www.gugis-hoerbuecher.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Hörcompany](http://www.hoercompany.de) (<http://www.hoercompany.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Igel-Records/Aktive Musik](http://www.aktive-musik.de) (<http://www.aktive-musik.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Joh. Brendow & Sohn Verlag](http://www.brendow-verlag.de) (<http://www.brendow-verlag.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [JUMBO Neue Medien & Verlag](http://www.jumboverlag.de) (<http://www.jumboverlag.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [oetinger audio](http://www.oetinger-audio.de) (<http://www.oetinger-audio.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Patmos Verlag](http://www.patmos.de) (<http://www.patmos.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Random House Audio](http://www.randomhouse.de/randomhouseaudio) (<http://www.randomhouse.de/randomhouseaudio> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [steinbach sprechende bücher](http://www.sprechendebuecher.de) (<http://www.sprechendebuecher.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- [Uccello](http://www.uccello.de) (<http://www.uccello.de> Letzter Zugriff: 15.06.2007)
- Download-Portale:**
- [audible](http://www.audible.de/) (<http://www.audible.de/> Letzter Zugriff: 15.06.2007)

claudio	(http://www.claudio.de/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
diadopo	(http://www.diadopo.com/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
hoerbie	(http://www.hoerbie.de/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
horkiosk	(http://www.hoerkiosk.de/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
libri.de	(http://www.libri.de/shop/action/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
ohrbuch	(http://www.ohrbuch.net/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
soforthoeren	(http://www.soforthoeren.de/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)

Hörbücher im Internet

Hörbuchkids	(http://www.hoerbuchkids.de/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
Töne für Kinder	(http://www.toene-fuer-kinder.de/ Letzter Zugriff: 15.06.2007)
toni.de	(http://www.toni.de/audiportal/home.html Letzter Zugriff: 15.06.2007)

7. Empfehlungslisten

Töne für Kinder: Alle zwei Jahre erscheint ein Katalog mit etwa 800 Hörproduktionen für Kinder als Empfehlungsliste für Eltern, Erzieher, Lehrer, Bibliothekare und Buchhändler.²

Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK): Enthält Empfehlungen, Novitäten und Rezensionen, sowie Hörtipps für Kinder und Jugendliche.³

Stiftung Zuhören: Die Stiftung des Hessischen Rundfunks fördert durch „Hörclubs“ an bundesweit über 600 Grundschulen das Zuhören und gibt Empfehlungslisten und Medienpakete heraus.⁴

8. Hörbuchpreise

Der *Kinderhörspielpreis des MDR*, wird seit 1994 alle zwei Jahre vom Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks vergeben. Diesen Preis erhalten Autoren von Kinderhörspielen für Sendungen, die sich besonderes für die Wahrung der Menschenwürde engagieren und sich vor allem an Kinder und Jugendliche wenden.⁵

² <http://www.toene-fuer-kinder.de> (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

³ www.ifak-kindermedien.de (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

⁴ <http://www.stiftung-zuhoeren.de/> (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

⁵ www.mdr.de (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

Der *Deutsche Kinderhörspielpreis* ging ursprünglich aus dem *terre des hommes-Kinderhörspielpreis* hervor. Aufgrund finanzieller Schwierigkeiten drohte 1994 die Einstellung des Preises. Die Filmstiftung NRW und die Stadt Wuppertal führten den Preis jedoch unter neuem Namen fort. Seit 2006 sind die Filmstiftung NRW und die ARD gleichberechtigte Träger des Preises und werden von der Stadt Wuppertal unterstützt. Der *Deutsche Kinderhörspielpreis* wird alle zwei Jahre vergeben.⁶

Die *hr2 Hörbuchbestenliste* wird seit 1997 monatlich vom Börsenblatt des Deutschen Buchhandels und dem Hessischen Rundfunk herausgegeben. Die Jury besteht aus Kritikern der großen deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften, Schriftstellern und anderen Persönlichkeiten des kulturellen Lebens. Sie wählen besonders hörenswerte, neuerschienene Hörbücher aus.⁷

Die *IfaK CD/MC des Monats* vom Institut für angewandte Kindermedienforschung, weist auf Kindermedienproduktionen hin, die künstlerisch und pädagogisch besonders gelungen oder besonders auszeichnenswert sind. Seit 1998 empfiehlt das IfaK die CD/MC des Monats.⁸

Leopold, initiiert vom Verband deutscher Musikschulen, wird alle zwei Jahre verliehen, um die Qualität der Musik für Kinder zu fördern.⁹

Der *Deutsche Hörbuchpreis* wurde 2006 vom WDR, Focus und dem Börsenverein des deutschen Buchhandels gegründet. 2007 wird der Preis erstmalig in mehreren Kategorien vergeben, u. a. auch „Bestes Kinder-/Jugendbuch“.¹⁰ (vgl. Rund um's Hörbuch 2007, S.12ff.)

9. Problemfelder

Mit der zunehmenden Popularität und den steigenden Verkaufszahlen treten leider auch bei den Kinderhörspielen diverse Probleme auf. So setzte mit steigender Massenproduktion eine inhaltliche Verarmung und Vereinfachung ein. Es werden immer weniger, wie früher üblich, anspruchsvolle Kinderklassiker produziert, sondern zunehmend nur noch solche Titel, die möglichst einfach und billig hergestellt werden können. Teilweise gehen die Verlage sogar soweit, dass sie anstatt ein neues Hörspiel zu

⁶ <http://www.ard.de/radio/hoerspieltage/preise> (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

⁷ <http://www.hr-online.de/website/radio/hr2/index.jsp?rubrik=3730> (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

⁸ www.ifak-kindermedien.de (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

⁹ www.musikschulen.de (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

¹⁰ www.der-deutsche-hoerbuchpreis.de (Letzter Zugriff: 15.06.2007)

produzieren, nur noch die Tonspur eines Filmes nehmen und diese beinahe unverändert verkaufen. Leider greifen Kinder gerade zu solch einfachen Hörspielen mit Vorliebe. Kinder bevorzugen bei Hörspielen solche mit geringer geistiger und seelischer Anstrengung beim Hören. Bei Hörspielen, die auf Filmen basieren, haben sie die dazugehörigen Bilder schon im Kopf und müssen ihre Fantasie nicht mehr bemühen. Diese Art der Hörspiele ist zum Hören sehr bequem, dient allerdings nicht der Entwicklung des Kindes. Sie fördert weder die Kritikfähigkeit, noch die künstlerischen Ansprüche des Kindes. Werden solche Fähigkeiten jedoch nicht gefördert, verkümmern sie und bleiben den Kindern auch später verschlossen.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass viele Eltern Hörspiele inzwischen als Ersatz für ihre Aufmerksamkeit den Kindern gegenüber benutzen. Das Hörspiel fungiert sozusagen als elektronischer Babysitter. Anstatt ihre Kinder aufmerksam zu betreuen, setzen viele Eltern ihr Kind vor ein Hörspiel und erwarten, dass sich das Kind mit dieser Beschäftigung zufrieden gibt. Dieses Phänomen kennt man auch vom Umgang mit dem Fernsehen. Auch abends wird vielfach die altbekannte Gute-Nacht-Geschichte nicht mehr in Form von Vorlesen praktiziert, sondern den Kindern wird nur noch ein Hörspiel eingelegt. Dies ist mit Sicherheit nicht immer falsch und kann durchaus ab und zu gemacht werden. Aber auf Dauer ist es nicht das Richtige für das Kind. Das Vorlesen dient nämlich nicht nur als Beschäftigung für das Kind. Es ist eine Zeit in der die Kinder ihre Eltern ganz für sich alleine haben, in der sie das Wichtigste für ihre Eltern sein sollten. Die Stimme der Eltern vermittelt ihnen ein Gefühl von Geborgenheit und Sicherheit. Die Vorlesezeit ist auch eine Zeit in der die Kinder noch einmal ungestört mit ihren Eltern kommunizieren können, ihnen von den Erlebnissen des Tages erzählen können. Dies alles kann ein Hörspiel nicht ersetzen.

Es ist also abschließend zu sagen, dass Hörspiele durchaus mit Bedacht ausgewählt und nicht blindlings und jederzeit eingesetzt werden sollten.

10. Literaturverzeichnis und Internetquellen

Arbeitskreis Hörbuchverlage (2005): Das Hörbuch geht online. Verbraucherumfrage zum Hörbuch-Download Januar 2005. Online unter:

http://www.boersenverein.de/de/69181?rubrik=78849&dl_id=83394

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2006): Kinder und Jugendliche – Fans von Hörbüchern?. Eine Untersuchung im Rahmen des Leseförderungsprojekts „Ohr liest mit“ 2006. Online unter:

www.boersenverein.de/global/php/force_dl.php?file=%2Fsixcms%2Fmedia.php%2F686%2FOhr%2520liest%2520mit%252

Bischof, Ulrike (2006): Vorlesung: Kinder- und Jugendmedien. Hörspiele und Hörbücher für Kinder und Jugendliche. Skript. April 2006

Finkbeiner, Anke (1997): „... und wenn man's hört, dann denkt man, man wär mittendrin ...“. Online unter: <http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/publikationen/ifak/pdfs/finkbeiner.pdf>

Heidtmann, Horst (2002): Aufwachsen im Medienschwungel. Aktuelle Tendenzen der Kindermedienentwicklung. In: Gewalt in den Medien. Stuttgart, S. 33-41

Heidtmann, Horst (2000): Hörmedien im Trend. In: medien praktisch. Frankfurt/Main, Nr. 95, S. 52-56

Heidtmann, Horst (1999): Hörspielserien wieder im Trend. Aktuelle Entwicklungen auf dem Kindertonträgermarkt. In: ekz-Medien-Info. Reutlingen Heft 7, S.3-5

Heidtmann, Horst: Literatur für 'kleine Kopfhörer': Kindertonträger: Produktionsbedingungen und Marktentwicklung. In: Renate Raecke (1999) (Hrsg): Kinder- und Jugendliteratur in Deutschland. München, S. 254-261. Online unter:

http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/bibliothek/heidtmann_kindertontraeger/heidtmann_kindertontraeger.pdf

Heidtmann, Horst (1996): Von der Kinderkassette zum Hörspiel. In: Deutsch. Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte Hauptschule/Sekundarstufe. Freising, S. 1-8

Liest du noch oder hörst du schon? (2007): Hörspiele und Hörbücher. Online unter: <http://www.unikosmos.de/artikelprint.php?id=855>

Rogge, Jan-Uwe (1996): Hören als Erlebnis: Die Bedeutung von Hörkassetten im (Medien-) Alltag von Kindern. In: Wolfgang Schill/Dieter Baacke (1996) (Hrsg.): Kinder und Radio. Zur medienpädagogischen Theorie und Praxis der auditiven Medien. Beiträge zur Medienpädagogik, Bd. 2. Frankfurt a. M., S. 30-39. Online unter: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/rogge_hoeren/rogge_hoeren.pdf

Rund um's Hörbuch (2007): Das Hörbuchlexikon 2006/2007. Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Frankfurt am Main

Rüscher, Christian (2007): Sperr auf das Ohr, ich les dir was vor! In: Büchereiperspektiven 04/07. Online unter: http://www.publikationen.bvoe.at/perspektiven/bp4_06/s18-26.pdf

Schill, Wolfgang (1996): Kinder und Radio: Zur medienpädagogischen Theorie und Praxis der auditiven Medien. GEP Buch

Schwietert, Sabine (2007): Eine Frage der Größe. In: Börsenblatt SPEZIAL 1/2007. Online unter: http://www.boersenblatt.net/sixcms/media.php/747/Hoebu_MAR_Ma_014-017.44626.pdf

Schwietert, Sabine (2006): Sieger nach Punkten. In: Börsenblatt SPEZIAL, 1/2006, S. 16-19

Weber, Wiebke (1997): Strukturtypen des Hörspiels: Erläutert am Kinderhörspiel des öffentlich rechtlichen Rundfunks seit 1970. Frankfurt am Main