

10
buch & medien

Sandra Rühr

Audiomedien
Listening on the move

bramann.

Leseprobe

Sandra Rühr

Audiomedien

Listening on the move

Leseprobe

Leseprobe

BRAMANN Basics – buch & medien

Band 10

Hg. von Klaus-W. Bramann und Anke Vogel

Leseprobe

Leseprobe

Sandra Rühr

Audiomedien

Listening on the move

bramann.

Leseprobe

Leseprobe

Alle Titel der Reihe werden in der *Deutschen Nationalbibliografie* angezeigt.
Die Deutsche Nationalbibliothek bietet nach Erscheinen detaillierte bibliografische
Informationen unter <http://dnb.d-nb.de>.

© 2025 Bramann Verlag. Frankfurt am Main. Alle Rechte vorbehalten
Alt-Erlenbach 17, 60437 Frankfurt
www.bramann.de | info@bramann.de

Herstellung

Margarete Bramann, Frankfurt am Main

Druck und Bindung

ScandinavianBook, Druckhaus Nord
Printed in Germany 2025



ISBN (Print) 978-3-95903-019-9

ISBN (EPUB) 978-3-95903-111-0

Leseprobe

Danksagung

Mein herzlicher Dank gilt – auch in einem Buch, das sich in erster Linie an Studierende richtet – meinen Studierenden! Ich sehe es als eine meiner Kernaufgaben an, das Wissen, das ich in meinen Publikationen an eine größere Leserschaft weitergebe, selbstverständlich auch in meine Lehrveranstaltungen einzubinden. Manchmal – wie im Falle dieses Buchs – fließen umgekehrt aber auch Erkenntnisse aus den Seminaren in meine Überlegungen für Veröffentlichungen ein. Ohne die Bereitschaft der Studierenden aus meinen BA- und MA-Kursen im Sommersemester 2021 und 2022 sowie im Wintersemester 2021/22 Hörtaggebücher zu führen und mit mir auf das Offenste über ihre Hörerfahrungen im Zusammenhang mit Hörbüchern und Podcasts zu diskutieren gäbe es einen zentralen Kern dieses Buchs nicht.

Leseprobe

Leseprobe

Inhalt

	Vorwort der Herausgeber	7
1	Die Beliebtheit des Hörens I:	
	Erste Annäherung	9
	1.1 Hörskenarios	11
	1.2 Hörstagebücher	14
	1.3 Studien	21
	Audiomediennutzungsverhalten online	21
	Abspieltechnologien	25
	Hörkultur	30
	Verwendete Quellen und Literatur	34
2	Die Beliebtheit des Hörens II:	
	Erklärungsansätze	37
	2.1 Praktiken des Hörens	37
	Individualisiertes Hören	39
	Nebenbeihören	41
	Hören in Bewegung und unterwegs	42
	Hören mit miniaturisierten Geräten	46
	Hören mit Kopfhörern	51
	2.2 Hörbezogene Bedürfnisse und Motive	53
	Positive Emotionen und der Erregungszustand beim Hören	53
	Cocooning	56
	Double your time	59
	Alles jederzeit Hören können, ohne es physisch besitzen zu müssen	61
	Verwendete Quellen und Literatur	62

3	Besonderheiten von Audiomedien: Formate als Problemlöser	65
	3.1 Medien	
	3.2 Audiomedien	
	3.3 Formate der Audiomedien	
	Gespräch	
	Schallspiel	
	Sprechkunst	
	Verwendete Quellen und Literatur	
4	Rahmenbedingungen des Hörens	
	4.1 Beschleunigung	
	Technische Beschleunigung	
	Beschleunigung des Lebenstempos auf individueller Ebene	
	Beschleunigung des Lebenstempos durch Angebotsvielfalt	
	4.2 Permanently online, Permanently connected (PoPc) ..	
	4.3 Resonanz	
	Verwendete Quellen und Literatur	
5	Gedankenspiele zum Hören von Audioformaten ...	
	5.1 Gespräch	
	Gedankenspiel 1: Das Gespräch im Dunkeln	
	Gedankenspiel 2: Gespräche unter Freunden	
	5.2 Schallspiel	
	Gedankenspiel 1: Experience the experimental	
	Gedankenspiel 2: In der Kürze liegt die Würze	
	5.3 Sprechkunst	
	Gedankenspiel 1: Auch und gerade Sprechkunst von nur einer Person ist schön	
	Gedankenspiel 2: Der lange Atem	
	5.4 Abkehr vom listening on the move?	
	Verwendete Quellen und Literatur	
	Anhang	
	Spotlights	
	Sachregister	

Vorwort der Herausgeber

Wer beruflich erfolgreich mit Medien arbeiten möchte – egal ob im Verlag, im verbreitenden Buchhandel, in der Leseförderung, in verschiedenen kulturellen Einrichtungen oder Agenturen –, benötigt ein breites Wissen. Denn vielfältige Entwicklungen wirken sich auf die Erstellung von Produkten, auf deren Vertrieb und auf diverse Kommunikationsstrategien aus. Um diesem Wandel in einem digitalisierten Medienumfeld erfolgreich zu begegnen, müssen traditionelle Wissensbestände ständig erweitert werden. Die Reihe **BRAMANNBasics** bietet hierfür komprimiertes Wissen zu verschiedenen Fragestellungen rund um Bücher und Medien. Sie richtet sich nicht nur an Studierende, sondern ist auch für die betriebliche Praxis mit Gewinn zu nutzen. Denn bei den Autoren handelt es sich um anerkannte Wissenschaftler und herausragende Praktiker, die ihre Erfahrungen aus Forschung, Lehre und Beruf in ihre Darstellungen einfließen lassen.

Band 10 der Reihe thematisiert Audiomedien im Allgemeinen mit besonderem Fokus auf die populären Genres Podcast, Radio und Hörbuch. Warum hören Menschen diese Medien gerne, bevorzugt »on the move«? Was zeichnet sie aus? Was sind ihre Besonderheiten? Und was bedeuten unterschiedliche Arten des Hörens für die (künftige) Gestaltung dieser Mediengattung?

Boomphasen hat der Hörbuchmarkt in der Vergangenheit bereits häufiger durchlaufen, seit den 2020er Jahren zeigt er jedoch eine bisher ungekannte, beeindruckende Dynamik. Gleichzeitig vollzieht sich im Zuge der digitalen Transformation ein tiefgreifender Wandel des Marktes: physische Trägermedien verlieren Marktanteile, während digitale Distributionsmodelle – und hier insbesondere Streamingangebote – starke Zuwächse verzeichnen und neue Zielgruppen erschließen. Einerseits sind diese Angebote ubiquitär verfügbar, andererseits gehorchen die

Leseprobe

Plattformen, über die sie abrufbar sind, Eigengesetzlichkeiten jenseits des traditionellen Verlagsgeschäfts, bedingt durch Algorithmisierung und Datafizierung. Und nicht alle (neuen) Audioangebote sind bereits wirtschaftlich erfolgreich, wie das Beispiel Podcast zeigt. Zudem verändern digitale Technologien wie KI und synthetische Stimmen die Möglichkeiten der Audiomedienproduktion.

In den vorliegenden Band bringt die ausgewiesene Hörbuch-Spezialistin Sandra Rühr, Akademische Oberrätin am Institut für Buchwissenschaft im Department Medienwissenschaften und Kunstgeschichte an der Friedrich-Alexander-Universität in Erlangen, ihre Expertise ein. Seit mehr als 20 Jahren forscht sie zum Hörbuchmarkt und setzt sich grundsätzlich mit dem Hören und dessen Beliebtheit in unterschiedlichen Szenarien unter Nutzung verschiedener Technologien auseinander. Aber sie geht auch den Bedürfnissen und Motiven auf den Grund, die zur Beliebtheit und breiten Akzeptanz der Audiomedien geführt haben – ferner der Fragestellung, inwiefern Audioformate zu ›Problemlösern‹ werden können. Nach einer Einordnung in gesellschaftstheoretische Überlegungen entwickelt Sandra Rühr Gedankenspiele und Visionen für das Hören der Zukunft, die den Bogen zu Medienpraxis schlagen und hilfreich bei der Formatwahl sein können.

Januar 2025

Anke Vogel und Klaus-W. Bramann

1 Die Beliebtheit des Hörens I: Erste Annäherung

Ob nun Podcast, Radio oder das Hörbuch – die Menschen lernen das Hören zu schätzen. (Swiderski in o.V. 2022: 7)

Gabriele Swiderski, Leiterin des Kinderhörbuchanbieters Jumbo, spricht mit diesem Zitat die offensichtlichste Gemeinsamkeit von Podcast, Radio und Hörbuch, nämlich die Rezeptionsform des Hörens. Doch bereits deren Bezeichnungen verdeutlichen, dass die Unterschiede im Detail liegen: Im Kofferwort Podcast vermischen sich das (einstige) Abspielgerät, der iPod, mit dem Inhalt, dem ursprünglich im Radio Gesendeten. Mit Radio ist entweder das Empfangsgerät für das mittels elektromagnetischer Wellen Gefunkte oder die Gesamtheit an Hörfunksendern gemeint. Auf der rein begrifflichen Ebene ist Radio, die Funkwelle, mittlerweile nicht mehr umfassend genug, da auch die Erweiterungen im Bereich des Digitalradios mitberücksichtigt werden müssen. Beim Hörbuch, dem Buch zum Hören, lässt sich annehmen, dass ursprünglich für das Buch gedachte Inhalte hörbar gemacht werden. Dass dies zu kurz greift, zeigt sich am Beispiel von Literaturadaptionen, die im Kino zu sehen sind: Niemand käme auf die Idee, diese als Bewegtbildbuch zu bezeichnen. Das Hörbuch kann, je nach Sichtweise, als eng an das Radio gekoppelt oder davon losgelöst gesehen werden, je nachdem, ob beispielsweise technische und ästhetische Bezüge berücksichtigt werden oder nicht (Häusermann 2007; Rühr 2010).

Auch wenn Definitionen normalerweise der Ausgangspunkt sind, wenn es um die Einführung in ein Thema geht, wird dies hier **nicht** der Fall sein. Die einleitenden Überlegungen sollten deutlich gemacht haben, dass Definitionen, je nach Blickwinkel, zu eng oder zu weit gefasst sein können. Ziel der Überlegungen in diesem Buch ist es, eine Antwort

auf die grundlegende Frage zu finden, warum die Menschen das Hören zunehmend schätzen. Das lässt sich in die folgenden Teilfragen zerlegen, die dem Buch seine Struktur geben:

- **Warum hören Menschen gerne Podcast, Radio und Hörbuch?**

In Kapitel 1 findet eine erste Annäherung an das Thema statt. Hier werden hypothetische Handlungsweisen im Umgang mit Audiomedien entwickelt, ideale Hörerlebnisse beschrieben, wie sie in studentischen Selbstbeobachtungen festgehalten wurden und Studienergebnisse vorgestellt. Letztere sollen mit Bezug auf ihre Auftraggebenden, Fragestellungen und Zielsetzungen kritisch unter die Lupe genommen werden. In einem nächsten Schritt vermitteln in Kapitel 2 die Praktiken des Hörens und hörbezogene Bedürfnisse und Motive einen Eindruck davon, welche Gründe für die Beliebtheit der Rezeptionsform des Hörens sprechen können.

- **Was sind die Besonderheiten dieser Audiomedien?**

Eine Antwort hierauf wird in Kapitel 3 entwickelt. Dabei geht es weniger darum, deren Merkmale zu beschreiben, sondern aufzuzeigen, was sie im Kern ausmacht. Denn nicht allein die Medien Podcast, Radio und Hörbuch sind es, die ihren Hörenden ein Angebot eröffnen, sie auf spezifische Art und Weise zu nutzen. Stimme, Geräusche und Musik als deren gemeinsamer Nenner bergen weiteres Potenzial, indem sie in je unterschiedlichen Konstellationen ein Gespräch formen und begleiten, Schallspiele künstlerisch inszenieren oder einen rhetorischen Vortrag darbieten, und so spezifischen Problemen oder Erwartungshaltungen begegnen können. Die Besonderheiten der Medien Podcast, Radio und Hörbuch werden deshalb aus ihren Formaten Gespräch, Schallspiel und Sprechkunst abgeleitet. Weil es sich hierbei um wortbasierte Inhalte handelt, die zunehmend zeitsouverän, losgelöst von festen Programm- und damit Zeitstrukturen, und in gestreamter Form auf dem Smartphone gehört werden, bietet es sich an, den Aspekt der Zeit als zentrale Rahmenbedingung genauer zu betrachten. Hierzu geht es in Kapitel 4 um Beschleunigungstendenzen einerseits und Resonanz andererseits. Mit beiden Konzepten hat sich der Soziologe Hartmut Rosa auseinandergesetzt und letzteres gewissermaßen als Lösungsansatz für ersteres aufgefasst. Sie dienen den hier vorgenommenen Überlegungen als theoretisches Grundgerüst zur Fundierung der Teilfragestellung.

- Was bedeutet all das für die Art und Weise, wie Podcast, Radio und Hörbuch idealerweise gestaltet sein sollten?

In Kapitel 5 werden, abgeleitet aus den vorherigen Punkten, zu jedem Format zwei Gedankenspiele unterschiedlichster Settings entwickelt und abschließend hinterfragt, inwieweit sich Nebenbei hören für die Medien Podcast, Radio und Hörbuch grundsätzlich eignet.

1.1 Hör szenarios

Um die Bandbreite des Hörens von Podcast, Radio und Hörbuch kennenzulernen, werden im Folgenden einige Hör szenarios vorgestellt.

Szenario 1

Eine Person liegt gemütlich ausgestreckt auf dem Sofa, eine andere ist eingekuschelt in ihrem Ohrensessel, eine nächste verausgabt sich beim Sport und eine vierte sitzt erst im Zug, unterwegs in eine Stadt, um diese dann zu Fuß zu erkunden. Allen vier ist gemeinsam, dass sie ein taschenähnliches Behältnis umhängen haben, das so klein ist, dass darin lediglich ein Gegenstand Platz findet, der noch kleiner ist als ein kleinformatiges Taschenbuch. Die Ohren der vier Personen sind verschlossen, allerdings nicht mit Wachs, um dem Gesang der

TASCHENBUCH Neben Hardcover (Bücher mit festem Einband), Hörbuch (eingesehene oder hörspielartig inszenierte akustische Inhalte), Kalendern und Karten/Globen eine der sogenannten Editionsformen. Diese erfassen weitestgehend anhand von äußeren Merkmalen das Sortiment des Buchhandels und dienen dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels dazu, monatlich die Umsatzzahlen, die mit buchhändlerischen Waren erzielt wurden, zu ermitteln. Taschenbücher sind kleinformatig und haben einen kartonierten Einband, der mit dem Buchblock verklebt ist. Sie zeichnen sich durch höhere Auflagen aus. Lange Zeit wurden sie zur Zweitverwertung von Buchtiteln als kostengünstigere Variante eingesetzt, mittlerweile gibt es zahlreiche Erstausgaben in Taschenbuchform. (Fetzer 2015; Börsenverein des Deutschen Buchhandels).



Abb. 1: Das mit Gemütlichkeit assoziierte Setting des Hörens auf dem Sofa wurde auf den mittlerweile eingestellten Kundenmagazinen HörBuch. Die Welt der Audiobooks von Buchwerbung der Neun transportiert. Links Ausgabe 1 (2008), rechts Ausgabe 2 (2013). (Quelle: Foto Sandra Rühr, Bildausschnitt)



Abb. 2: Mobiles Hören mit dem Phonographen zum Umhängen, Illustration (Ausschnitt) von Albert Robida zu Octave Uzannes Aufsatz *The End of Books* (1894).

KASSETTE Eine Verkürzung für Kompaktkassette (bzw. Compact Cassette, abgekürzt CC). Dabei handelt es sich um ein vorbespieltes Magnettonband aus Kunststoff, das, aufgewickelt auf zwei kleinen Spulen, von einem schützenden Plastikgehäuse umgeben ist. Die Kassette mit ihren Abmessungen von 10 cm x 6 cm x 1 cm wurde 1963 von Philips für den Heimgebrauch entwickelt. (Weber 2018)

Sirenen zu trotzen, sondern es steckt etwas darin, das über schmale Schläuche mit dem kleinen Objekt verbunden ist. Alle vier Personen hören etwas – ob Musik oder einen kurzen Textausschnitt, ist nicht von Belang. Dabei sind die beiden ersten Situationen im eigenen Zuhause nur insofern ungewöhnlich, als alleine und mit abgeschirmten Ohren gehört wird. Die letzteren Settings erstaunen da schon mehr, da das Hören hier unterwegs und neben dem Verrichten anderer Tätigkeiten erfolgt.

Aber was sollte hier jeweils irritieren? Sind das nicht heutzutage alltägliche Szenarios? Bei dem Beschriebenen handelt es sich um Überlegungen des französischen Schriftstellers und Verlegers Octave Uzanne aus dem Jahr 1894. In seinem Aufsatz *Vom Ende der Bücher* für das *Scribener's Magazine* formulierte er Ideen, wie das Hören von Literatur auf phonographischen Walzen das Lesen gedruckter Bücher ablösen könnte. Die Illustrationen dazu, beispielsweise von einem beim Spaziergang hörenden Mann, lieferte Albert Robida. Uzannes Visionen lassen sich immer noch nachlesen und mittlerweile auch nachhören. 2021 erschien das gleichnamige Hörbuch auf zwei CDs beim Hörbuchverlag Argon, gelesen von Friedhelm Ptok und mit einem Nachwort des Medienwissenschaftlers Jochen Hörisch. Interessant ist, wie visionär Uzannes Überlegungen waren, denn das, was er vor Augen hatte, wurde

erstmalig in den 1960er Jahren mit Einführung der Kassette umgesetzt, wie die Medienhistorikerin Heike Weber verdeutlicht:

Die Entwickler hatten einen multifunktionalen und vor allem mobilen Einsatz vor Augen: Das mit Umhängetasche ausgestattete Gerät sollte ortunabhängig [sic] draußen wie drinnen als Player, Rekorder oder Diktiergerät dienen. (Weber 2018: 332)

Szenario 2

In der Gegenwart angelangt, geraten Szenarios mit jungen Personen im Studierendentalter, die hören, ins Blickfeld. Die eine Person befindet sich in einem gemühtlichen Umfeld. Es ist ihr Zuhause. Auch die andere Person ist zuhau-

se. Beide Personen hören ein Hörbuch, allerdings nicht dasselbe. Das Setting unterscheidet sich insofern, als die eine Person mit Kopfhörern verbunden ist, die andere jedoch Lautsprecher nutzt. Gemeinsam ist beiden, dass sie ohne Nebenbeschäftigung hören. Beide Male breitet sich innere Unruhe aus, die Gedanken schweifen ab und kreisen zunehmend um die Frage, wie es sich (besser) beschäftigen ließe. Sie greifen zu Stricknadeln, Stift, Puzzle oder Smartphone und ihre Hände flattern beim Stricken, Zeichnen, Puzzeln oder Nachrichtenschreiben umher. Ein Lächeln umspielt ihre Lippen. Schnitt: Die beiden Personen bewegen ihren ganzen Körper beim Hören. Die Möglichkeiten sind hierbei vielfältig: In der Wohnung beim Putzen oder Kochen, zu Fuß unterwegs von A nach B oder bei einem Spaziergang im Grünen, als mitfahrende Person im Zug oder Auto oder auch selbst auto- oder fahrradfahrend. Plötzlich ist es eher möglich, sich in das Gehörte hineinfallen zu lassen – wenn auch nicht bei allen Unterwegssituationen gleichermaßen.

Szenario 3

Nun hört die eine Person weiterhin ein Hörbuch, während die andere einem Podcast lauscht. Die hörbuchhörende Person sucht sich gezielt längere Zeitfenster zum Hören aus. Spaziergänge, Mußestunden am Wochenende oder die Zeit vor dem Schlafengehen verwandeln sich in Hörinseln. Die podcasthörende Person kann beinahe ununterbrochen beim Hören beobachtet werden. Immer dann, wenn zwischendurch ein wenig Zeit zur Verfügung steht, nutzt sie diese zum Hören. Auch wenn diese Person sich von Zeit zu Zeit in Situationen befindet, in denen keine anderen Menschen um sie herum sind, macht ihr dies nichts aus. Sie fühlt sich in ein Gespräch involviert, das sie nicht selbst führt, das sie aber mit anderen weiterführen könnte, wenn sie wollte.

Szenario 4

Beiden Personen werden Hörbücher unterschiedlichster Inhalte und variabel inszeniert als Lesung, Dokumentation, Hörspiel oder Feature auf CDs angeboten. Sie entscheiden sich jeweils für einen Hörbuchtitel, greifen zu ihrem Smartphone und prüfen, ob das Hörbuch bei einer Plattform ihrer Wahl zum Streamen zur Verfügung steht. Falls dies der Fall ist, legen sie die CDs wieder zurück, starten ihr Hörbuch auf dem Smartphone und führen kleine Ohrstöpsel in ihre Ohren. Sie ziehen davon, ob in Richtung ihres Sofas, zum Fitnessstudio oder zum nächsten Städtetrip, bleibt offen.

1.2 Hörtagebücher

Um nicht im Vergegenwärtigen von Szenarios zu verharren, sondern konkrete Hörsettings zu erfassen, ist es sinnvoll danach zu fragen, wie sich diese einfangen lassen. Der Medienwissenschaftler Miklas Schulz schlägt Folgendes vor:

Eine Möglichkeit, die hier vorgestellte Forschung zu erweitern, wäre sicher die Ergänzung durch Hörtagebücher, die von den Rezipierenden zu führen wären [...]. (Schulz 2020: 18)

Genau die hier empfohlene Variante einer Selbstbeobachtung lässt sich durchführen, wenn Studierende ihr Hörverhalten anhand von Hörtagebüchern erfassen. Mit Hilfe der Beobachtung, die als die ursprünglichste im Portfolio der Methoden empirischer Sozialforschung gilt, lässt sich das Hören unmittelbar dokumentieren. Dazu braucht es lediglich die menschlichen Sinne, die um solche Elemente ergänzt werden, die in der Lage sind, das Wahrgenommene aufzuzeichnen. Die Beobachtung eignet sich auch deshalb, weil sie Aspekte erfasst, die bei anderen Methoden nicht oder möglicherweise verfälscht wiedergegeben werden können. Ein Beispiel hierfür ist der Interviewer-Effekt, der bei mündlichen

Befragungen auftreten kann. Auch die Fremdbeobachtung ist nicht umstandslos zielführend, weil die beobachtende Person nicht alle Hörsettings erfassen kann. Dies ist besonders bei intimen Momenten wie dem Hören vor dem oder zum Einschlafen der Fall. Dennoch bringen Selbstbeobachtungen gewisse Herausforderungen mit sich: Es muss klar sein, was beobachtet werden soll, was also als beobachtenswert einzustufen ist. Es gilt, objektiv zu bleiben und das Beobachtete erst etwas zeitversetzt im Hörtagebuch festzuhalten, denn sonst wird im Beobachtungseifer das übersehen, was eigentlich ermittelt werden sollte. Gerade der Modus des Aufschreibens kann jedoch Aspekte vor Augen führen, die erst in diesem Moment ins Bewusstsein treten. Die folgenden Zitate sind anonyme Auszüge aus Hörtagebüchern, die ideal und weniger ideal empfundene Hörsituationen wiedergeben.

Meiner Meinung nach muss man sich beim Hörbuchhören ganz auf das Gesagte konzentrieren können. Alle

INTERVIEWER-EFFEKT Die interviewende Person hat die Aufgabe, die interviewte Person in ihrem Expertenstatus zu unterstützen. Dies passiert, indem sie den Redefluss am Laufen hält und mit Interesse zuhört. Wertende Kommentare und bestätigende Reaktionen sind dabei zu vermeiden, da sie die interviewte Person in ihrem Antwortverhalten beeinflussen. Diese antwortet dann entweder nicht mehr oder reduziert, indem sie ihre Antworten an sozial erwünschten Normen orientiert. Oder aber sie antwortet in erster Linie auf das, was von der interviewenden Person bestätigt wurde. (Keuneke 2017).

Leseprobe

*Tätigkeiten nebenbei lenken zumindest mich schnell ab und man bekommt schnell etwas nicht mit. Geräusche nebenbei lenken auch sehr ab, man sollte für eine ideale Situation möglichst in Ruhe zuhören können. Auch wenn es zuerst ungewohnt scheint, ist es doch am besten nichts nebenbei zu tun. (Student*in anonym)*

Die ideale Hörsituation wird mit einem gemütlichen Hörambiente gleichgesetzt, bei dem ein gestreamtes Hörbuch allein über Kopfhörer im Lieblingssessel sitzend gehört wird. Doch genau dieses Hören ohne Nebenbeschäftigung wird als ungewöhnlich empfunden, schließlich gehen typische Hörsituationen normalerweise mit einer weiteren Tätigkeit einher. Der Versuch, eine stupide Tätigkeit mit dem Hören zu kombinieren, führte eher zu Frust, weil dem Gehörten nicht mehr in völliger Aufmerksamkeit gefolgt werden konnte. Nicht trivial ist der Hinweis auf die ablenkende Wirkung durch Umgebungsgeräusche. Wird eine weitere Tätigkeit ausgeführt, so geht diese oftmals mit Nebengeräuschen einher. Das Klackern der Computertastatur, das das Schreiben einer Seminararbeit begleitet, das Rattern des Zugs auf dem Weg nach Hause, das draußen zu hörende Zwitschern der Vögel, das Brummen der Automotoren oder das Pumpen des Rudergeräts, mit dessen Hilfe der Versuch unternommen werden soll, die körperliche Fitness zu steigern – sie alle fordern nicht nur geteilte Aufmerksamkeit von, sondern versorgen das Gehör auch mit verschiedenen sich überlagernden Hörreizen, die gleichzeitig zu entschlüsseln sind. Das Ergebnis ist in jedem Fall, dass zwar verschiedene akustische Reize gehört werden, das Zuhören und damit das Verstehen aber erschwert wird. Dies wird auch an der folgenden Aussage deutlich:

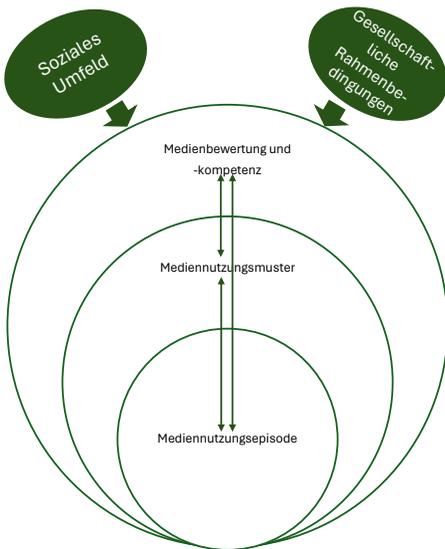
*Ideal an der Situation war, dass ich das Hörbuch in einem gemütlichen und vertrauten Umfeld ohne ablenkende Nebengeräusche gehört habe. Dadurch konnte man [...] leicht zur Ruhe kommen und sich ganz auf die Geschichte einlassen. (Student*in anonym)*

Dass zu viele Nebengeräusche zu stark ablenken, ist naheliegend, ebenso wie die Tatsache, dass Elemente, die allgemein zum persönlichen Wohlbefinden beitragen, das Hörerleben ebenfalls positiv beeinflussen können. Offenkundig wirkt das Zuhören umgekehrt aber auch auf die Befindlichkeit ein und löst ein Ruhig-Werden aus. Die Assoziation zum kindlichen Ritual, bei dem vor dem Zu-Bett-Gehen vorgelesen wurde, drängt sich auf. Auch dabei ging es neben der Förderung der Eltern-Kind-Bezie-

hung darum, dass das Kind nach einem aufregenden Tag leichter in den Ruhemodus gelangen und in den Schlaf finden soll. Die beobachtete Hörsituation fand zwar nicht abends statt, wurde aber gezielt herbeigeführt, um die hörende Person ruhiger werden zu lassen.

*Zur-Ruhe-Kommen und Vertrauen stellen sich leichter ein, wenn nicht allein die Umgebung dies ermöglicht, sondern auch das Gehörte selbst: Bekannter Inhalt sorgt für Vertrauen in Geschichte und Vertrauen, sich entspannen zu können und für Wohlfühlatmosphäre, man weiß bewusst, auf was man sich einlässt' [...]. (Student*in anonym)*

Das Mediennutzungsverhalten wird grundsätzlich durch äußere Rahmenbedingungen und Eigenschaften des Mediums, aber auch durch persönliche Voraussetzungen der jeweiligen Person beeinflusst. Es spielt eine Rolle, in welcher körperlichen Verfassung und Stimmung Rezipierende sind, ob sie bereits einen langen und anstrengenden Tag hinter sich haben oder sich stark auf den medialen Inhalt konzentrieren müssen, weil er anspruchsvoll oder unbekannt ist. Je mehr Mediennutzungserfahrung bereits im Vorfeld gesammelt werden konnte, sei es bezogen auf das Medienrepertoire insgesamt sowie auf die Audioformate, die hier näher betrachtet werden, desto routinierter ist das Nutzungsverhalten. So fordern ein Schallspiel, ein Gesprächspodcast oder auch ein nur von einer Person gelesener Hörbuchinhalt beim erstmaligen Hören stärker als bei jedem folgenden Mal. Hier ist außerdem von Bedeutung, dass es dabei hilft, sich fallen lassen zu können, wenn der Inhalt aus einem anderen Medium bekannt ist, also bereits in einem Buch, einem Kinofilm, einer Serie oder Ähnlichem erfahren wurde. Dem Zwiebelmodell Schweigers (2007) zur Mediennutzung folgend, lässt sich das Beobachtete einerseits als Nutzungsmuster verstehen, das sich aufgrund von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen entwickelt hat.



Der Inhalt aus einem anderen Medium bekannt ist, also bereits in einem Buch, einem Kinofilm, einer Serie oder Ähnlichem erfahren wurde. Dem Zwiebelmodell Schweigers (2007) zur Mediennutzung folgend, lässt sich das Beobachtete einerseits als Nutzungsmuster verstehen, das sich aufgrund von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen entwickelt hat.

Abb. 3: Vereinfachte Darstellung des Zwiebelmodells nach Wolfgang Schweiger (2007: 30) in eigener Darstellung mit dem Fokus auf der Mediennutzung von Individuen.

BRAMANN Basics – buch & medien

Die Reihe für Medienberufe



fundiert. kompakt. übersichtlich.

- Band 1** Ulrich Huse: **Verlagsmarketing.**
Print: 978-3-934054-53-0, E-Book: 978-3-934054-73-8
- Band 2** Birgit Menche: **Urheber- und Verlagsrecht.**
Print: 978-3-95903-011-3, E-Book: 978-3-95903-106-6
- Band 3** Thomas Breyer-Mayländer, Klaus-W. Bramann: **Online-Marketing und E-Commerce für Buchverlage.** Print: 978-3-934054-54-7, E-Book: 978-3-934054-77-6
- Band 4** Corinna Norrick-Rühl: **Internationaler Buchmarkt.**
Print: 978-3-95903-006-9, E-Book: 978-3-95903-103-5
- Band 5** Okke Schlüter: **Das Buch im Kontext der Medienkonvergenz.**
Print: 978-3-95903-007-6, E-Book: 978-3-95903-104-2
- Band 6** Ulrich Störiko-Blume: **Kinder- und Jugendbuchverlage – Macher, Märkte, Medien.**
Print: 978-3-95903-015-1, E-Book: 978-3-95903-108-0
- Band 7** Michael Schickerling: **Lektorat, Redaktion und Projektmanagement im Buchverlag.**
Print: 978-3-95903-013-7, E-Book: 978-3-95903-105-9
- Band 8** Julia Walch: **Buchherstellung. Gestaltung – Technik – Prozesse.**
Print: ISBN 978-3-95903-017-5, E-Book: 978-3-95903-109-7
- Band 9** Thomas Breyer-Mayländer: **Digitale Transformation in Medienunternehmen.**
Print: SBN 978-3-95903-024-3, E-Book: 978-3-95903-117-2
- Band 10** Sandra Rühr: **Audiomedien.** Print: ISBN 978-3-95903-019-9, E-Book: 978-3-95903-111-0

www.bramann.de