

VORWORT	11
I EINFÜHRUNG	13
1 Themenschwerpunkte.....	13
2 Begriffsdiskussion und -bestimmung	16
3 Das Hörbuch als Medium.....	22
3.1 Der Medienbegriff.....	22
3.2 Die Medialität des Hörbuches	24
4 Forschungsstand und Quellenlage.....	29
II DAS HÖRBUCH UND SEINE URSPRÜNGE: VON DER WALZE BIS MP3	41
1 1877 bis 1953: Erste Walzen und Sprechplatten	44
1.1 Technische Aspekte.....	44
1.1.1 Erste Experimente mit Schall	44
1.1.2 Phonograph, Graphophon und Grammophon.....	45
1.1.3 Technische Verbesserungen	47
1.1.4 Auswirkungen der technischen Entwicklungen	48
1.2 Gattungen	49
1.2.1 Dokumentation	50
1.2.2 Literatur.....	52
1.2.3 Kabarett.....	53
1.2.4 Kinder- und Jugendliteratur.....	54
1.3 Distribution	55
1.4 Gebrauchsfunktionale Aspekte.....	55
1.5 Zusammenfassung.....	56
2 1954 bis 1986: Größere Projekte und erste verlegerische Aktivitäten.....	58
2.1 Technische Aspekte.....	58
2.1.1 Verbesserungen der Schallplatte	58
2.1.2 Entwicklung von Tonband und MusiCassette	58
2.1.3 Entwicklung der Compact Disc.....	60

2.2	Produzenten	61
2.3	Gattungen.....	63
2.3.1	Dokumentation	64
2.3.2	Sachthemen.....	65
2.3.3	Literatur.....	70
2.3.4	Kinder- und Jugendliteratur.....	76
2.3.5	Kabarett.....	80
2.3.6	Fremdsprachen.....	81
2.3.7	Sonstiges.....	82
2.4	Distribution.....	83
2.5	Gebrauchsfunktionale Aspekte.....	86
2.6	Zusammenfassung	88
3	1987 bis 1992: Das Hörbuch als eigenes Buchhandelssegment ..	91
3.1	Diskussionen um den Begriff »Hörbuch«.....	91
3.2	Gattungen.....	92
3.2.1	Literatur.....	92
3.2.2	Sachthemen.....	97
3.2.3	Kinder- und Jugendliteratur.....	99
3.3	Distribution.....	100
3.4	Gebrauchsfunktionale Aspekte.....	100
3.5	Der Audiobook-Markt in den USA	101
3.5.1	Definition Audiobook.....	102
3.5.2	Verlagsaktivitäten	102
3.5.3	Gattungen.....	104
3.5.4	Distribution.....	107
3.5.5	Vorbild USA?.....	110
3.6	Zusammenfassung	114
4	1993 bis heute: Etablierung des Hörbuches.....	116
4.1	Technische Aspekte.....	116
4.1.1	DVD.....	116
4.1.2	MP3-CD.....	117
4.1.3	Super Audio CD	118
4.1.4	DAISY.....	119
4.1.5	networked-CD	120
4.2	Marktendenzen	121
4.2.1	Markteintritt des Hörverlags.....	121
4.2.2	Maßnahmen zur Akzeptanzförderung.....	122
4.2.3	Vielfältige Vermarktungsstrategien seit 2003	123

4.2.4	Verkaufsargument Preismarketing	127
4.2.5	Fusionen und Kooperationen 2004.....	130
4.2.6	Umsatzentwicklung 2001 bis 2003	131
4.2.7	Umsatzentwicklung 2004 bis 2006	133
4.3	Eigenständigkeit des Hörbuches?.....	137
4.4	Gattungen	139
4.4.1	Literatur.....	139
4.4.2	Sachthemen.....	150
4.4.3	Kinder- und Jugendliteratur.....	157
4.4.4	Kabarett.....	165
4.4.5	Fremdsprachen	166
4.4.6	Sonstige.....	167
4.5	Distribution	168
4.6	Gebrauchsfunktionale Aspekte.....	173
4.7	Zusammenfassung.....	175
5	Seit 2004: Download, die Entmaterialisierung des Hörbuches .	176
5.1	Technische Aspekte.....	176
5.1.1	Internet und Download.....	176
5.1.2	Schutzmechanismen für digitale Inhalte.....	178
5.2	Rechtliche Aspekte.....	181
5.3	Hörbuchdownloadportale	181
5.3.1	Soforthoeren.de	181
5.3.2	Audible.de.....	182
5.3.3	Diadopo.com	184
5.3.4	Hoerkiosk.de	184
5.3.5	Claudio.de.....	185
5.3.6	Hoerbie.de.....	186
5.3.7	Audio.Libri.....	186
5.4	Möglichkeiten und Grenzen von Downloadportalen.....	187
5.4.1	Distributionskanäle: spezifisches Angebot.....	187
5.4.2	Distributionskanäle: veränderte Nutzungsweisen.....	190
5.4.3	Informationskanäle.....	192
5.4.4	Transaktionskanäle.....	194
5.4.5	Kommunikationskanäle.....	196
5.5	Gebrauchsfunktionale Aspekte.....	198
5.6	Zusammenfassung.....	199
III MEDIENSPEZIFIK UND -ÄSTHETIK VON TONDOKUMENTEN.....		203
1	Grundlagen.....	203

1.1	Medienspezifik	205
1.1.1	Zeichenträger	205
1.1.2	Intermedialität.....	212
1.1.3	Zusammenfassung	219
1.2	Medienästhetik.....	222
1.2.1	Stimmästhetik: ästhetischer Klang.....	223
1.2.1.1	Extensiver und intensiver Sprechstil.....	226
1.2.1.2	Rezitation und Deklamation	226
1.2.1.3	Sprechstil bei Walzen und Sprechplatten	228
1.2.1.4	Sprechstil bei Hörbüchern	229
1.2.2	Darbietungsästhetik: kompositorischer Klang	231
1.2.2.1	Dokumentation	232
1.2.2.2	Lesung.....	232
1.2.2.3	Hörspiel.....	234
1.2.2.4	Feature.....	236
2	Qualitative Analyse: Methodisches Vorgehen.....	240
2.1	Auswahl der Tondokumente.....	240
2.2	Datenerhebung.....	242
3	Qualitative Analyse: Ergebnisse	247
3.1	Walzen und Sprechplatten zwischen 1890 und 1953.....	247
3.1.1	Medienspezifik	247
3.1.1.1	Produktionstechnische Hintergründe	247
3.1.1.2	Zeichenträger	248
3.1.1.3	Intermedialität.....	250
3.1.2	Medienästhetik.....	251
3.1.2.1	Stimmästhetik	251
3.1.2.2	Darbietungsästhetik	252
3.1.3	Zusammenfassung	254
3.2	Langspielplatten und MusiCassetten zwischen 1954 und 1986	254
3.2.1	Medienspezifik	254
3.2.1.1	Produktionstechnische Hintergründe	254
3.2.1.2	Zeichenträger	256
3.2.1.3	Intermedialität.....	260
3.2.2	Medienästhetik.....	262
3.2.2.1	Stimmästhetik	262

3.2.2.2	Darbietungsästhetik.....	267
3.2.3	Zusammenfassung.....	270
3.3	Literaturtonträger und erste Hörbücher zwischen 1980 und 1995.....	271
3.3.1	Medienspezifik.....	271
3.3.1.1	Produktionstechnische Hintergründe.....	271
3.3.1.2	Zeichenträger.....	272
3.3.1.3	Intermedialität.....	275
3.3.2	Medienästhetik.....	276
3.3.2.1	Stimmästhetik.....	276
3.3.2.2	Darbietungsästhetik.....	282
3.3.3	Zusammenfassung.....	284
3.4	Das Hörbuch etabliert sich – 1995 bis 2005.....	284
3.4.1	Medienspezifik.....	284
3.4.1.1	Produktionstechnische Hintergründe.....	284
3.4.1.2	Zeichenmaterial.....	285
3.4.1.3	Intermedialität.....	292
3.4.2	Medienästhetik.....	296
3.4.2.1	Stimmästhetik.....	296
3.4.2.2	Darbietungsästhetik.....	302
3.4.3	Zusammenfassung.....	305
3.5	Medienspezifischer und -ästhetischer Wandel.....	307
3.5.1	Medienspezifik.....	307
3.5.2	Medienästhetik.....	310
IV HÖRBUCHREZEPTION.....		313
1	Rezeption, Nutzung und Wirkung.....	314
2	Hören.....	318
2.1	Physiologische Grundlagen.....	318
2.2	Vom Hören zum Verstehen.....	321
2.3	Hören: Lesen mit den Ohren?.....	326
3	Hörbuchnutzungsmotive.....	334
3.1	Studien von 1992 bis 2006.....	336
3.1.1	Zielsetzungen, Fragestellungen und Methoden der Studien.....	337
3.1.2	Charakterisierung der Hörbuchnutzer.....	341
3.1.3	Bevorzugte Inhalte.....	344
3.1.4	Nutzungsmotive und Rezeptionssituationen.....	347

3.1.5	Zusammenfassung	351
3.2	Analogie zu Buch und Hörfunk?	354
3.3	Einfluss der geschichtlichen und medienspezifischen Entwicklung.....	357
V	ERKLÄRUNGSANSÄTZE FÜR DEN ERFOLG DES HÖRBUCHES.....	361
VI	RESÜMEE.....	367
	ANHANG.....	369
I	QUELLEN.....	369
1.1	Discographie mit Fotos in zeitlicher und alphabetischer Ordnung	369
1.1.1	Aufnahmen 1890 bis 1927	369
1.1.2	Aufnahmen 1954 bis 1986.....	373
1.1.3	Aufnahmen [1980] bis 1995	392
1.1.4	Aufnahmen 1995 bis 2005.....	402
1.2	Weitere Quellen	428
1.2.1	Mitschnitte und Hörproben.....	428
1.2.2	Anzeigen, Verlagsprospekte und Broschüren.....	428
1.2.3	Verlags- und Portalseiten	430
2	SEKUNDÄRLITERATUR.....	433
2.1	Bibliographische Hilfsmittel: Bibliographien und Lexika.....	433
2.2	Artikel aus Branchenblättern, Zeitungen und Zeitschriften.....	436
2.3	Forschungsliteratur	450