

Sandra Rühr

Ist es überhaupt ein Buch? Dispositive zweier scheinbar verwandter Medien

2016

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2865>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rühr, Sandra: Ist es überhaupt ein Buch? Dispositive zweier scheinbar verwandter Medien. In: Stephanie Bung, Jenny Schrödl (Hg.): *Phänomen Hörbuch. Interdisziplinäre Perspektiven und medialer Wandel*. Bielefeld: transcript 2016, S. 17–32. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2865>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 4.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 4.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Ist es überhaupt ein Buch?

Dispositive zweier scheinbar verwandter Medien

SANDRA RÜHR

Was ist ein Hörbuch aus buchwissenschaftlicher Perspektive? Untersucht eine Disziplin, deren Formalobjekt das Buch ist, alles, was das Wort ‚Buch‘ im Namen trägt, gewissermaßen als ‚Abkömmling‘ oder ‚Anhängsel‘ des gedruckten Buchs? Ist demnach das Hörbuch ein ‚Buch zum Hören‘? Um diesen Fragen nachzugehen, gliedert sich der Beitrag in drei Teile. Zunächst wird darauf eingegangen, warum auch noch fast 30 Jahre nach Etablierung des Hörbuchs diskutiert werden muss, was seinen Wesenskern ausmacht. Danach wird verdeutlicht, was Buchwissenschaft ist und was deren Forschungsfragen sowie Arbeitsbereiche sind. Dann wird dies auf das Hörbuch übertragen, um schließlich zu veranschaulichen, inwiefern das Hörbuch *kein* Buch und demzufolge auch *kein* ‚Buch zum Hören‘ ist.

1 DAS HÖRBUCH, ‚SPRECHENDES BUCH‘ ODER ‚BUCH ZUM HÖREN‘?

Das Hörbuch stellt durch seine Bezeichnung eine Verbindung zum Medium Buch her. Dies zeigt sich darüber hinaus bei Hörbuchabbildungen, wird deutlich bei Verlagsnamen von Hörbuchanbietern oder auf den Hörbüchern und ihren Verpackungen. Visualisierungen von Hörbüchern lassen Bücher erkennen, die Kopfhörer tragen,¹

1 So wählte beispielsweise der UVK Verlag als Cover für die 2010 erschienene Publikation *Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen*, das die Autorin gemeinsam mit Jürg Häusermann und Korinna Janz-Peschke verfasst hat, folgendes Motiv: zu sehen sind sieben Bücher, die hochkant stehen und deren vorderer Schnitt nach vorne zeigt. Diese Bücher werden von einem großen Kopfhörer umspannt.

oder es sind Bücher zu sehen, denen Ohren gewachsen² sind. Damit wird suggeriert, dass Hörbücher ‚sprechen‘ können und dass ihnen eine Stimme verliehen wird. Anders als das gedruckte Buch werden sie nicht lesend, sondern hörend rezipiert, was die Ohren symbolisieren sollen. Auch sprachliche Bezeichnungen, die aus den Reihen der Hörbuchanbieter kommen, vermitteln spezifische Zuschreibungen. Der 1978 gegründete Hörbuchverlag *schumm sprechende bücher*, heute *steinbach sprechende bücher*, legt durch seine Namensgebung die Assoziation nahe, dass es sich um ‚sprechende Bücher‘ handelt. Solche ‚sprechenden Bücher‘ sind auf gedruckte Bücher angewiesen, erst so können sie zum Sprechen gebracht werden. Ohne gedruckte Bücher gibt es keine ‚sprechenden Bücher‘, die einen sind die Vorlagen der anderen. Hieran lässt sich nachvollziehen, warum das Verlagsprogramm überwiegend aus ungekürzten Lesungen oder autorisierten Hörfassungen besteht, die die Buchvorlage unverändert oder mit lediglich kleinen Kürzungen oder Umstellungen wiedergeben.³

Die Bezeichnung ‚Hörbuch‘ etablierte sich im kommerziellen Bereich durch die gleichnamige Reihe, die 1987 von der Schallplattenfirma *Deutsche Grammophon*, gegründet 1898 und heute Teil der *Universal Music Group*, eingeführt wurde. Auch dieser Begriff stellt einen Bezug zum gedruckten Buch her, geht aber noch einen Schritt weiter, indem der auf dem Pappschuber aufgebrachte Werbeslogan „große Romane und Erzählungen der Weltliteratur, gelesen von großen Schauspielern auf Langspiel-Cassetten“⁴ spezifische Qualitätsmerkmale konnotiert. Die Besonderheit der Buchvorlage spiegelt sich im sprecherischen Können des Interpreten. Dieser ist es, der den Text in ein Sprechkunstwerk verwandelt. Noch deutlicher wird die Rolle, die der Sprecher einnimmt, beim Hörbuchverlag *speak low*. Der Verlagsname geht auf den gleichnamigen Kurt-Weill-Klassiker zurück und soll suggerieren, dass es die Stimme des Interpreten ist, die „dem Text eine Seele einhaucht.“⁵ Die Buchvorlage kann als Körper, die stimmliche Darbietung als Seele

2 Die Emskirchener Stadtbibliothek Bücherkiste wirbt auf ihrem Webaufttritt mit einer solchen Abbildung, um auf das umfassende Hörbuchangebot für Kinder, Jugendliche und Erwachsene hinzuweisen. Vgl. Bücherkiste: Hörbücher, http://www.buecherkiste-emskirchen.info/Seiten/06_Hoerbuecher.html vom 20.07.2015.

3 Während das Programm eine Vielzahl an gelesenen Titeln aufweist, gibt es lediglich 25 Hörspielaufnahmen. Vgl. *steinbach sprechende bücher: Vortragsarten*, <http://www.sprechendebuecher.de/vortragsarten.php?cat=alle&seite=Vortragsarten> vom 20.07.2015.

4 Beim Titel *Katzengeschichten* in der aus zwei Kassetten im Pappschuber bestehenden Version aus dem Jahr 1992 ist dieser Slogan oben auf dem Pappschuber aufgebracht, er erfüllt damit nicht direkt werbende Zwecke.

5 Kahlefeldt, Nils: „Empfänglich für Zwischentöne“, in: *Börsenblatt Spezial Hörbuch/DVD*, September (2009), S. 39.

aufgefasst werden. Das Programm von *speak low* fokussiert Briefwechsel, akustische Porträts und autobiografische Berichte, alles intime Formen der Darstellung, die über die stimmliche Inszenierung eine zusätzliche persönliche Note erhalten.⁶

Denkt man anhand der beispielhaft ausgewählten Verlagsbezeichnungen die Möglichkeiten des Hörbuchs weiter, so handelt es sich um ein Medium, das auf ein anderes Medium, das Buch und dessen Texte, angewiesen ist, um diese in eine neue, akustische Form zu überführen. Wesentliches Element ist die Sprecherstimme, die einerseits eine intime Nähe zwischen Text und Hörer herstellt und andererseits diesen Text interpretiert, ihn damit umformt und ihm eine Seele gibt.⁷ Die ‚Vorsicht Buch!‘-Kampagne des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels,⁸ die 2013 an den Start ging, führt mit ihren Werbemitteln speziell zum Hörbuch diese beiden Ebenen zusammen. So bekennt ein Junge auf einem Plakat „Ich kann Bücher sprechen hören – stundenlang“,⁹ und auf einem Regalstopper ist zu lesen „Es lässt fremde Stimmen in deinen Kopf.“¹⁰

Auch auf den Hörbüchern selbst wird die Nähe zum gedruckten Buch hergestellt. Am deutlichsten lässt sich dies erkennen, wenn die Covergestaltung des Hörbuchs diejenige des gedruckten Buchs aufnimmt.¹¹ Noch weiter geht die Bezugnahme, wenn beim Hörbuch Elemente aufgegriffen werden, die bei der Buch-

6 Vgl. *speak low*: Vorschau Herbst 2015, <http://www.speaklow.de/wp-content/uploads/2015/06/Vorschau-speak-low-Herbst-2015.pdf> vom 20.07.2015.

7 Vgl. hierzu ausführlicher Rühr, Sandra: „Geschichte und Materialität des Hörbuchs“, in: Häusermann, Jürg/Janz-Peschke, Korinna/Rühr, Sandra (Hg.), *Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen*, Konstanz 2010, S. 89-135.

8 Die Kampagne startete 2013, um einerseits alle an der Zugänglichmachung des Buchs Beteiligten, Verlage, Zwischenbuchhandel und Bucheinzelhandel, in ihrem Wirken zu bestärken und zu bestätigen und andererseits, um vor allem im Zuge der zunehmenden Einflussnahme des Onlinebuchhandels den stationären Buchhandel vor Ort zu unterstützen. Vgl. *Vorsicht Buch! Was ist Vorsicht Buch?* <https://vorsichtbuch.de/was-ist-vorsicht-buch/> vom 20.07.2015.

9 Der Verlag *steinbach sprechende bücher* setzt dieses Plakat auf seiner Startseite als Werbemittel ein. Vgl. *steinbach sprechende bücher*: Startseite. <http://www.sprechende-buecher.de/> vom 20.07.2015.

10 O.V.: Neues von „Vorsicht Buch!“, in: *Boersenblatt.net*, <http://www.boersenblatt.net/625077/> vom 17.06.2013/20.07.2015.

11 Vgl. hierzu ausführlicher Rühr, Sandra: *Tondokumente von der Walze zum Hörbuch. Geschichte, Medienspezifika, Rezeption*, Göttingen 2008, S. 289-292 und S. 402-427; S. Rühr, *Geschichte und Materialität des Hörbuchs*, S. 94-97, S. 104-107, S. 113-115, S. 121 und S. 127f.; Rühr, Sandra: „Eine (kleine) Geschichte des Hörbuchs unter technologischen und paratextuellen Aspekten“, in: *Text+Kritik*, H. 196 (2012), S. 21f.

gestaltung üblich sind. So kann es vorkommen, dass Hörbücher Bauchbinden¹² tragen und ihre Besonderheiten über diejenigen der Bücher herausstellen. Beim Hörbuch *Die Habenichtse* zeigt sich dies, indem auf der Vorderseite der Bauchbinde eine Pressestimme der *Frankfurter Rundschau* zitiert und die Auszeichnung mit dem *Deutschen Buchpreis* betont wird. Auf der Rückseite werden Textvorlage und sprecherische Interpretation gekoppelt: „Treffsicher verleiht Inga Busch (Foto) in dieser Lesung jenen Mittdreißigern ihre Stimme, die tatenlos zusehen, wie ihr Leben immer mehr aus den Fugen gerät.“¹³ Bei der Hörspielversion von *Die unendliche Geschichte* wird durch die Bezeichnung ‚Der Klassiker‘ ebenfalls auf den Status der Buchvorlage hingewiesen, die im Hörspiel originalgetreu umgesetzt wurde, was, ebenso wie die Besonderheit der Inszenierung, betont wird: „In einer klug und textnah gearbeiteten Dramatisierung mit mehr als 40 Sprechern sowie eigens komponierter Musik und raffinierten Klanginstallationen werden die weltweit bekannten Figuren [...] zu neuem Leben erweckt.“¹⁴

Bislang zeigt sich eine besonders starke Bezugnahme auf das Medium Buch. Dennoch sollen die folgenden Ausführungen verdeutlichen, dass das Hörbuch mehr ist als das ‚Buch zum Hören‘. Hörbücher stellen vielmehr medienspezifische Ausdrucksmöglichkeiten dar, um Texte mit oder ohne Buchvorlage oder adaptiert aus anderen Medien akustisch zu präsentieren. Sie sind mehr als das physische Objekt, die Schallplatte, Kassette oder CD. Stattdessen sind sie Formen medialer Kommunikation.

2 VOM BUCH ZUM HÖR-BUCH

2.1 Die Wissenschaft vom Buch und das Buch

Das Buch ist als Kommunikationssystem zu verstehen. Innerhalb dieses Systems wirken die Aspekte ‚Bereitstellungsqualität‘, ‚Organisiertheit‘, ‚Funktionalität‘ und ‚Institutionalisierung‘ zusammen. Bücher fungieren damit als Kommunikationskanäle, die ihre Inhalte mittels eines spezifischen Zeicheninventars, den Schrift-

12 Hierbei handelt es sich um schmale Papierstreifen, die um den Bucheinband oder Schutzumschlag des Buchs gewickelt werden und werbende Zusatzinformationen wie Pressestimmen, Auszeichnungen oder Ähnliches tragen. Vgl. Fetzer, Günther: „Bauchbinde“, in: Rautenberg, Ursula (Hg.), *Reclams Sachlexikon des Buches. Von der Handschrift zum E-Book*, Stuttgart 32015, S. 38.

13 Hacker, Katharina: *Die Habenichtse*, Der Audio Verlag 2006, Lesung, Sprecherin: Inga Busch.

14 Ende, Michel: *Die unendliche Geschichte*, Hörspiel, Silberfisch 2014.

und Bildzeichen, übertragen. ‚Bereitstellungsqualität‘ umschreibt dabei die Art und Weise, wie Inhalte ausgehend vom Kommunikator über das Medium und dessen ihm zugrunde liegenden technischen Herstellungsvorgänge den Rezipienten erreichen.¹⁵ Außerdem wird die ‚Aufbereitung‘ der Inhalte bestimmt durch das „sekundäre [...] Ausdruckssystem der Zeichengestaltung und Zeichenkonfiguration, das Assoziationen und Emotionen beim Betrachter hervorruft, die individuell und sozial kodiert sind [...]“.¹⁶

Damit der Kommunikationsprozess in Gang gesetzt wird, bedarf es der ‚Organisiertheit‘ des Systems. Das Buch benötigt Organisationen wie Verlage und den Bucheinzelhandel, die an der Herstellung, Veröffentlichung und Verbreitung von Aussagen beteiligt sind, die die Nutzer schließlich dekodieren.

Durch die ihnen innewohnenden Eigenschaften erfüllen Bücher bestimmte Leistungen für den einzelnen Nutzer; sie zeichnen sich durch eine spezifische ‚Funktionalität‘ aus: „Medienfunktionalität [...] reicht von der Hilfestellung in individuellen und kollektiven Krisensituationen über die Etablierung von Kulturhierarchien bis zur integrativen und desintegrativen Einflussnahme auf dem politischen Makrolevel.“¹⁷ Das Medium Buch hat folglich konkrete Eigenschaften. Seine Leistung ergibt sich aus dem Zusammenspiel aus diesen Eigenschaften und der daraus resultierenden Akzeptanz seitens der Nutzer. Die Funktionalität geht nochmals darüber hinaus. Makroperspektivisch betrachtet hat sie den Erhalt der Gesellschaft zum Ziel, mikroperspektivisch übernehmen Medien für den Einzelnen Informations-, Unterhaltungs-, Identitäts- und Integrationsfunktionen. Abhängig vom gesamten Medienangebot, von der Mediensozialisation und konkreten Medienbedürfnissen des Individuums sowie von generellen Rahmenbedingungen verändern sich die spezifischen Leistungen von Büchern.

Schließlich bedeutet die ‚Institutionalisierung‘ von Büchern, die wie alle Medien mittlerweile Teil unseres alltäglichen Handelns sind, dass sie einerseits bestimmte Normen und Werte vermitteln und andererseits reglementiert werden, um ihrem Kommunikationsauftrag gerecht zu werden. Dies geschieht beispielsweise über das Buchpreisbindungsgesetz oder im Rahmen von Artikel 5 GG, der die Meinungs- und Pressefreiheit und das Zensurverbot problematisiert.

15 Obwohl die Bezeichnung *Bereitstellungsqualität* fälschlicherweise Wertung suggeriert, ist sie urteilsfrei gedacht. Der Begriff geht auf Hans K. Platte zurück. Vgl. Platte, Hans K.: *Soziologie der Massenkommunikationsmittel. Analyse und Bericht*, München/Basel 1965, S. 11-51.

16 Rautenberg, Ursula: „Buch“, in: dies., *Reclams Sachlexikon des Buches*, S. 66.

17 Saxer, Ulrich: „Buchwissenschaft als Medienwissenschaft“, in: Rautenberg, Ursula (Hg.), *Buchwissenschaft in Deutschland. Ein Handbuch. Band 1: Theorie und Forschung*, Berlin/New York, NY 2010, S. 90.

Am Beispiel der Buchpreisbindung zeigt sich deutlich das Zusammenspiel aus ‚Organisiertheit‘, ‚Funktionalität‘ und ‚Institutionalisierung‘: Verlage und Buch-einzelhandel haben als Organisationen die Aufgabe, Bücher herzustellen, zu veröf-fentlichen und zu verbreiten. Dazu ist einerseits eine bestimmte Art und Weise der Preisgestaltung und andererseits eine genügend große Anzahl an Verkaufsstellen nötig. Der Buchhandel sorgt mit seinen Organisationsformen Verlag und Buch-einzelhandel für das Veröffentlichen und Verbreiten von Büchern und kommt so der Grundfunktion von Medien, der Information, nach. Das Buch wird als dasjenige Medium anerkannt, das eine herausragende Stellung bei der Informationsvermitt-lung einnimmt, weshalb es als Kulturgut angesehen wird und durch das Gesetz zur Buchpreisbindung geschützt ist. Überträgt man diese Aspekte auf Hörbücher, zeigt sich, was davon ebenso auf sie zutrifft und was nicht, so dass sich auf diesem Wege verdeutlichen lässt, inwiefern sich Hörbücher von Büchern unterscheiden.

2.2 Die Wissenschaft vom Buch und das Hör-Buch

Wie die Ausführungen im ersten Kapitel gezeigt haben, bauen Hörbücher in der Regel auf Buchvorlagen auf, es gibt aber auch Ausnahmen¹⁸. Dennoch sind Hörbü-

18 Das wohl bekannteste Beispiel ist Peter Kurzeck: Ein Sommer, der bleibt. Peter Kurzeck erzählt das Dorf seiner Kindheit, Supposé 2007. Dabei „gerät Kurzeck aus dem Ge-spräch ins Erzählen – ohne jegliche Vorlage. Keine der Geschichten, die Sander [Klaus Sander, der Verleger, SR] schon in Ansätzen kannte und die ein ganzes Notizbuch fül-len, ist am Ende in der knapp sechsständigen Schnitfassung enthalten“, Kahlefeldt, Niels: „Verschwundene Welt“, in: Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel H. 45 (2007), S. 23. Ein weiteres Beispiel ist Johanna Steiner: übernacht. Ein Hörspiel, Lau-scherlounge 2011. Text und Regie von Johanna Steiner, Sprecher: Fritzi Haberlandt, Julia Hummer, Tom Schilling, Vera Teltz u.a. Vgl. Lauscherlounge: Records: über-nacht: Produktionstagebuch, <http://www.lauscherlounge.de/live/live-archiv/11-2011/produktionstagebuch-uebernacht/> vom 10.01.2016. Das Hörbuch war 2013 für den *Deutschen Hörbuch Preis* in der Kategorie ‚Bestes Hörspiel‘ nominiert. Die Begrün-dung der Jury lautete: „In ungekünstelter, natürlicher Sprache sind die Stimmen eins mit der Figur, die sie vertreten: Sie bieten einander nicht Texte an, sondern reden wirk-lich miteinander. Eine erfrischend junge Produktion, die durch Leidenschaft und eine ständige sinnliche Anspannung fesselt.“ Deutscher Hörbuch Preis: Archiv: Deutscher Hörbuch Preis 2013: Die Nominierungen: Bestes Hörspiel. http://www.deutscherhoerbuchpreis.de/no_cache/dhp-2013/detailansicht/nominierungen.html?hbuid=1094 vom 20.07.2015. Als drittes Beispiel sei verwiesen auf 1914–1918. Große Autoren erzählen vom Ersten Weltkrieg, Buchfunk, 2013. Der Titel folgt keiner Buchvorlage, sondern es handelt sich um eine eigenständige akustische Anthologie zum Ersten Welt-

cher keine Eins-zu-Eins-Übernahmen der Textvorlagen, sondern es findet ein Medienwechsel statt, der auch den zugrunde liegenden Text beeinflusst. Somit „sind es nicht Bücher, die zu Gehör gebracht werden, sondern Texte, die [...] aus ihrer vorgängig-skripturalen paratextuellen Umgebung herausgelöst und zudem nicht selten auch in ihrer textlichen Integrität durch Streichungen, Kürzungen und Umstellungen etc. tangiert sind.“¹⁹ Bereits die Art und Weise, wie Hörbuchtexte her- und bereitgestellt werden, unterscheidet sich von der des Buchs, sowohl hinsichtlich des Zeicheninventars als auch mit Bezug auf die technischen Vorgänge, durch die Aussagen präsentiert werden.²⁰ Was beim gedruckten Buch mit Typografie, dem „Gestaltungsprozess [...] alle[r] an Schrift gebundenen Medien“²¹ umschrie-

krieg. Im Januar 2014 stand der Titel auf Platz fünf der Hörbuchbestenliste. Begründet wurde dies von der Jury wie folgt: „Der Einfall, die Erzählungen bekannter Autoren zu einem literarischen Panorama des Ersten Weltkriegs zu vereinen, ist zwingend. Von Ernst Tollers *Erinnerungen eines Kriegsfreiwilligen* bis zu Lion Feuchtwangers *Lied der Gefallenen* oder Bert Brechts *Legende vom toten Soldaten*: Mit einer klugen Auswahl und überwiegend jungen Stimmen erhellt diese Anthologie, was mit ‚europäischer Urkatastrophe‘ gemeint ist.“ Buchfunk Verlag: Hörbücher: 1914–1918. Große Autoren erzählen vom Ersten Weltkrieg. Pressestimmen. <http://www.buchfunk.de/h%C3%B6rb%C3%BCher-1/erster-weltkrieg-1914-1918/> vom 20.07.2015.

- 19 Jäger, Ludwig: „Audioliteralität. Eine Skizze zur Transkriptivität des Hörbuchs“, in: Binczek, Natalie/Epping-Jäger, Cornelia (Hg.), *Das Hörbuch. Praktiken audioliteralen Schreibens und Verstehens*, München 2014, S. 237.
- 20 Bei Lesungen erfolgt zunächst die Aufnahme, dann kommen Schnitt und Mastering, wobei erst das Audiomaterial endgültig bearbeitet, dann eine Positivvorlage und schließlich ein Glasmaster als Vorlage für die eigentliche CD-Herstellung erstellt wird. Vgl. *Das Hörspielstudio: Leistungen*. <http://dashoerspielstudio.de/leistungen2/> vom 20.07.2015. *Das Hörspielstudio* gehört zur *Lauscherlounge* und produziert deren Audioproduktionen, übernimmt aber auch Aufträge von anderen Verlagen. Vgl. *Lauscherlounge: Wir*, <http://www.lauscherlounge.de/wir/> vom 20.07.2015. Um ein Vielfaches aufwändiger sind Hörspielproduktionen, da ebenfalls Musik- und Geräuschpassagen enthalten sind. Einen Einblick in die Produktionsabläufe gibt der *Hörverlag* auf Youtube. Vgl. Jonasson, Jonas: *Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand*. *Das Hörspiel (Making-off)*. https://www.youtube.com/watch?v=7sMtx81QV_o vom 10.05.2013/20.07.2015. Ebenfalls einen Eindruck von den Vorgängen bei einer Hörspielaufnahme vermittelt das Produktionstagebuch zu *übernacht*. Vgl. *Lauscherlounge: Records: übernacht: Produktionstagebuch*. <http://www.lauscherlounge.de/live/live-archiv/11-2011/produktionstagebuch-uebernacht/> vom 20.07.2015.
- 21 Rautenberg, Ursula: „Typographie“, in: Dies. (Hg.), *Reclams Sachlexikon des Buches*, S. 390.

ben ist, ist beim Hörbuch die sprechkünstlerische Gestaltung, die Verwandlung vom Sprach- in ein Sprechkunstwerk. Hierbei werden die prosodischen Mittel melodischer, dynamischer, temporaler und artikulatorischer Akzent eingesetzt.²² Die Stimme und ihr sprechkünstlerischer Ausdruck sind als wesentliches Element des Hörbuchs anzusehen:

Gezeigt werden soll [...], daß im Klang die Grundkraft ruht, die auf alle Menschen wirkt, viel unmittelbarer als Wortsinn, und daß bei Hörkunstwerken also von ihm ausgegangen werden muß. Der reine Klang im Wort ist die Muttererde, von der sich das Sprechkunstwerk niemals lösen darf [...].²³

Das Hörbuch ist, ähnlich wie das gedruckte Buch, „offen für unterschiedliche Repräsentationsformen“.²⁴ Durch seine Nähe zu den Tonaufzeichnungsverfahren variieren diese von der fonografischen Walze zur Schellack- und später Vinylplatte über die Kassette bis hin zur CD. In den Anfängen der Hörbuchgeschichte²⁵ kamen die Organisationen der Herstellung und Verbreitung aus dem Bereich der Tonträgerindustrie. Zwischen 1954 und 1986, derjenigen Phase, die mit *Faust I* der *Deutschen Grammophon* eingeläutet wird und dem Jahr vor Einführung der Reihe *Hörbuch* derselben Firma endet, waren neben Schallplattenfirmen wie *Deutsche Grammophon*, *Teldec* und *Electrola* ‚klassische‘ Buchverlage wie *S. Fischer*, *Heyne* und *Klett-Cotta* an der Herstellung und Veröffentlichung von Sprechplatten und -kassetten beteiligt. Bei der Verbreitung von Literaturschallplatten war der Buch Einzelhandel zögerlich; Kassetten wurden durch ihr handlicheres Format offener aufgenommen. Häufigster Vertriebsort waren aber weiterhin Schallplattenläden. Seit 1987 existieren reine Hörbuchanbieter wie *Verlag und Studio für Hörbuchpro-*

22 Vgl. Schnickmann, Tilla: „Vom Sprach- zum Sprechkunstwerk. Die Stimme im Hörbuch: Literaturverlust oder Sinnlichkeitsgewinn?“, in: Rautenberg, Ursula (Hg.), *Das Hörbuch – Stimme und Inszenierung*, Wiesbaden 2007, S. 31-38.

23 Arnheim, Rudolf: *Rundfunk als Hörkunst und weitere Aufsätze zum Hörfunk*, Frankfurt a.M. 2001, S. 22. Arnheim bezieht sich mit seinen Äußerungen zwar speziell auf den Hörfunk und auf die Frage, inwieweit dieser Hörkunst präsentiert; dennoch sind diese Überlegungen als grundlegend für akustische Texte aufzufassen. Vgl. hierzu auch Pinto, Vito: *Stimmen auf der Spur. Zur technischen Realisierung der Stimme in Theater, Hörspiel und Film*, Bielefeld 2012, S. 156-159.

24 U. Rautenberg: *Buch*, S. 65.

25 Die Hörbuchgeschichte beginnt, noch ohne eigene Bezeichnung für ihre Medien, im Jahr 1877 mit der Erfindung des Fonografen durch Thomas Alva Edison.

duktionen und *Litraton*.²⁶ Seit der Etablierung des Hörbuchs durch Gründung des *Hörverlags* 1993 hat eine Ausdifferenzierung der Organisationsformen stattgefunden: im Bereich der Herstellung und Veröffentlichung lassen sich Buchverlage mit Hörbuchimprint,²⁷ reine Hörbuchverlage und Tonträgerfirmen ausmachen. Die Organisationen der Verbreitung sind der Bucheinzelhandel; hierbei, bedingt durch die besseren Präsentationsmöglichkeiten, gegenwärtig vor allem die Filialisten²⁸, Hörbuchspezialisten wie die Hörbuchhandlung *Romeike*, der Tonträgerhandel und, seit 2004, Downloadportale.²⁹

Hörbücher präsentieren ihre Texte als Lesung, Dokumentation, Hörspiel und Feature. Die sprechkünstlerische Art und Weise der Darbietung führt dazu, dass großteils Personen die Texte einlesen, die dies in ihrer Ausbildung für Theater oder Film gelernt haben. Hier weitet sich das Akteursfeld somit über die Buch- oder Tonträgerbranche hinaus aus. Für die Produktion von Features und Hörspielen wird oft mit Hörfunkanstalten zusammengearbeitet, was naheliegt, da es sich bei diesen Formen um hörfunkeigene Kunstformen handelt. Auch bei Dokumentationen, die Originalaufnahmen beispielsweise des Hörfunks themen- bzw. inhaltspezifisch neu zusammenstellen, sind Hörbuchanbieter auf die Kooperation mit Radiosendern angewiesen.³⁰

Hörbücher haben wie gedruckte Bücher eine ISBN, eine *International Standard Book Number*, die sie als Verlagserzeugnis ausweist und eindeutig identifizierbar macht und die sie tragen müssen. Die 13-stellige Nummer setzt sich aus einem Prä-

26 Ein Vorreiter ist der bereits erwähnte Verlag *schumm sprechende bücher*, der sich schon 1978 auf Hörbücher spezialisierte.

27 Ein Imprint-Verlag dient unter anderem dazu, die bisherigen Produktlinien eines Dachverlags um neue zu ergänzen. Vgl. Fetzer, Günther: „Imprint-Verlag“, in: U. Rautenberg (Hg.), *Reclams Sachlexikon des Buches*, S. 203.

28 Vgl. o.V.: „Neuer Absatzrecord“, in: *Boersenblatt.net*. http://www.boersenblatt.net/artikel-80_prozent_der_hoerbuecher_auf_cd.947320.html vom 06.03.2015/20.07.2015.

29 Vgl. hierzu ausführlich S. Rühr: *Tondokumente von der Walze zum Hörbuch*, S. 41–201. Für eine bis heute nahezu unverändert gültige Übersicht über Hörbuchanbieter vgl. Rühr, Sandra: *Hörbuchboom? Zur aktuellen Situation des Hörbuchs auf dem deutschen Buchmarkt*, Erlangen 2004, S. 142–193. <https://opus4.kobv.de/opus4-fau/frontdoor/index/index/docId/5836> vom 8.7.2016.

30 Vgl. hierzu beispielsweise die Hörbuchproduktion Anna Blume trifft Zuckmayer. *Lesungen, Reden, Gespräche. 60 legendäre Dichter in Originalaufnahmen 1901–2004*, Der Hörverlag 2005. Im 116 Seiten starken Booklet wird auf S. 8 der Entstehungskontext herausgestellt und auf S. 90 werden die beteiligten Hörfunksender aufgelistet.

fix, der Gruppen-, Verlags- und Titelnummer sowie der Prüfziffer zusammen.³¹ Jedoch unterliegen Hörbücher anderen Reglementierungen als gedruckte Bücher. So gilt für Hörbücher z.B. keine Preisbindung. Sie werden demnach nicht im selben Maße als schützenswerte Kulturgüter angesehen wie gedruckte Bücher. Zugleich rückt ihre Bezeichnung sie aber in ein Abhängigkeitsverhältnis, da Hörbücher begrifflich als Ergänzung des Buchangebots wahrgenommen werden, obwohl sie im Sinne des Buchpreisbindungsgesetzes keine Bücher sind. Hierzu zählen stattdessen gedruckte Bücher, kartographische Produkte, kombinierte Produkte und „Produkte, die Bücher, Musiknoten oder kartographische Produkte reproduzieren oder substituieren und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind“.³² Trotz der Bezeichnung ‚Hörbuch‘, die eine Nähe zum Buch suggeriert und obwohl Hörbücher Bücher zwar nicht reproduzieren, aber durchaus substituieren und vor diesem Hintergrund als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen wären, greift das Gesetz bei Hörbüchern nicht.³³ Im Juni 2015 wurde auf der Jahrestagung des Arbeitskreises

31 Vgl. Agentur für Buchmarktstandards: Die ISBN, <http://www.german-isbn.de/isbn> vom 20.07.2015 und ISBN-Agentur für die Bundesrepublik Deutschland: ISBN-Handbuch, Frankfurt a.M. 2012, S. 6. <http://www.german-isbn.de/downloads/ISBN-Handbuch.pdf> vom 20.07.2015.

32 Börsenverein des Deutschen Buchhandels: Recht & Steuern: Preisbindung: Buchpreisbindungsgesetz 2006, S. 1, § 2 Anwendungsbereich, http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Wortlaut_Preisbindungsgesetz.pdf vom 20.07.2015.

33 Im Zusammenhang mit E-Books ist eine Änderung des Gesetzestexts vorgesehen, so dass der oben zitierte Wortlaut wie folgt erweitert werden soll: „wie zum Beispiel zum dauerhaften Zugriff angebotene elektronische Bücher und vergleichbare elektronische Verlagserzeugnisse“. Wallenfels, Dieter/Russ, Christian: Buchpreisbindung: Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des BuchPrG, <http://www.preisbindungsgesetz.de/content/aktuelles/1122-entwurf-eines-zweiten-gesetzes-zur-aenderung-des-buch-prg.htm> vom 04.05.2015/20.07.2015. Der Grund hierfür scheint die Annahme zu sein, dass Hörbücher „ihren Ursprung im Hörrundfunk haben“ (Haupt, Stefan: „Hörbücher“, in: Wegner, Konstantin/Wallenfels, Dieter/Kaboth, Daniel (Hg.), *Recht im Verlag*, München 2011, S. 157), damit ein anderes Ausgangsmedium als das Buch haben und somit nicht schützenswert im Sinne des Buchpreisbindungsgesetzes sind. Haupt, der diese Behauptung aufstellt, ist Rechtsanwalt in Berlin und äußert diese Aussage in *Recht im Verlag*, einer Publikation, die unter Mitwirkung der Rechtsabteilung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels entstanden ist. Hieran zeigt sich zweierlei. Erstens: in der Buchbranche selbst wird das Hörbuch in rechtlicher Hinsicht nicht als Buch verstanden. Zweitens: die Aussage wird scheinbar ohne tiefer gehende Kenntnis getroffen. Als Beleg wird angeführt, dass der *Hauptmann von Köpenick* zu Beginn des 20. Jahrhunderts

Hörbuchverlage beschlossen, nach wie vor keine Erweiterung der Preisbindung auf Hörbücher zu forcieren. Die Meinungen der beteiligten Hörbuchverlage sind, ähnlich wie bei der Preisbindung für gedruckte Bücher, geteilt.³⁴ Aber auch der Mehrwertsteuersatz gedruckter Bücher und Hörbücher unterscheidet sich. Für gedruckte Bücher gilt der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 7 %. Hörbücher hatten bis Ende 2014 einheitlich einen Mehrwertsteuersatz von 19 %. Seit Anfang 2015 gilt für als Lesung dargebotene Hörbücher der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 7 %, wodurch es in die Nähe des Buchs gerückt wird, für Hörspielinszenierungen oder Features gelten hingegen nach wie vor 19 %.

Hieran zeigt sich der generelle Stellenwert des gedruckten Buchs, das dem Gesetz nach in einer Tradition mit anderen Kulturvermittlungsinstanzen wie Theater und Film steht. Die Eintrittsberechtigung für Theater, Museen, Konzerte, Filmhäuser und Zirkusvorführungen ist laut Umsatzsteuergesetz mit dem reduzierten Mehrwertsteuersatz von 7 % zu besteuern.³⁵ Auch „die Einräumung, Übertragung und Wahrnehmung von Rechten, die sich aus dem Urheberrechtsgesetz ergeben“,³⁶ fällt unter den reduzierten Mehrwertsteuersatz. Die Beispiele, die im Zusammenhang mit dem Urheberrechtsgesetz stehen, bezogen sich anfänglich auf die körperlichen Verwertungsrechte des Vervielfältigens und Verbreitens. Seit 2015 sind die unkörperlichen Verwertungsrechte in Form der Wiedergabe auf Tonträgern mit einbezogen, wenn das Buch und sein Text im Hörbuch nur minimal verändert in Form der Lesung auf Tonträger gebracht wird. Was für den Gesetzgeber ausschlaggebend ist, ist die Textgrundlage, die in Form des *Speichermediums* Buch oder Hörbuch präsentiert wird. Sobald die Textgrundlage dramatisiert wird, was mit Hilfe der arteigenen Formen des Hörfunks, Hörspiel und Feature, passiert, wird der stärkere Bezug zum *Übertragungsmedium* Hörfunk gesehen. Dies bestätigt das Schreiben des Bundesfinanzministeriums zum ermäßigten Steuersatz für Umsätze mit Hörbüchern:

Die Anwendung der Steuerermäßigung setzt die Übertragung bzw. Vermietung eines körperlichen Gegenstands in Gestalt eines Speichermediums voraus. [...] Hör-

als Hörspiel produziert worden sei. Zu dieser Zeit gab es den Hörfunk allerdings noch gar nicht. Vielmehr verhält es sich so, dass eine Rede des vermeintlichen Hauptmanns 1906 auf Schallplatte gepresst worden war. Vgl. S. Rühr: Tondokumente von der Walze zum Hörbuch, S. 50; S. Rühr: Geschichte und Materialität des Hörbuchs, S. 65-84.

34 Vgl. o.V., S. 12.

35 Vgl. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz: Umsatzsteuergesetz § 12, Absatz 2, Satz 7 a. http://www.gesetze-im-internet.de/ustg_1980/_12.html vom 20.07.2015.

36 Ebd. § 12, Absatz 2, Satz 7 c.

spiele geben grundsätzlich nicht denselben Inhalt wie gedruckte Bücher wieder, sondern bedienen sich des Stoffs als Grundlage für die eigene Geschichte.³⁷

3 DAS HÖRBUCH ALS DISPOSITIV

3.1 Akustisches Speichermedium

Der Wortbedeutung nach lassen sich Dispositive als Problemlösungsoperatoren sehen. Es handelt sich um ein „Zusammenspiel materieller und technisch vermittelter Praktiken und Interaktionsformen“.³⁸ Hörbücher sind demnach als Problemlösungsoperatoren aus einem bestimmten Bedürfnis heraus entstanden. In räumlicher Hinsicht stellen Hörbücher ebenso wie gedruckte Bücher Formen indirekter Kommunikation dar. „[Während] das unmittelbare gesprochene Wort nur flüchtig und nur in einem eng begrenzten Bezirk hörbar ist, kann es als Schrift in der Zeit konserviert und im Raum transportiert werden.“³⁹ Möglich wird dies durch die Fonografie beim Hörbuch und die Typografie beim Buch. Beide Male handelt es sich um einseitige Kommunikation, es findet somit kein Rollentausch zwischen Sender und Empfänger statt. Zudem liegt jeweils überwiegend private Kommunikation vor, der rezipierende Personenkreis ist damit begrenzt.

Im Hinblick auf technologische Aspekte unterscheiden sich Hörbuch und gedrucktes Buch voneinander. Beide Male liegen zwar Speichermedien vor, doch die Art und Weise, wie die Aussagen ‚objektiviert‘ werden, ist eine andere. Beim Hörbuch haben wir zunächst das ‚akustische Material‘, das den Trägermaterialien fonografische Walze, Schallplatte, Kassette oder CD eingeschrieben wird. Beim gedruckten Buch ist es demgegenüber das ‚optische Material‘, das mittels Farbe oder Druckerschwärze auf die Trägermaterialien Papyrus, Pergament und Papier

37 Bundesministerium der Finanzen: Ermäßigter Steuersatz für Umsätze mit Hörbüchern. Berlin 2014, S. 2 und S. 3. http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/BMF_Schreiben/Steuerarten/Umsatzsteuer/2014-12-01-ermaessigter-umsatzsteuersatz-hoerbuescher-usw.pdf?__blob=publicationFile&v=1 vom 20.07.2015.

38 Friedrich, Sabine/Kramer, Kirsten: „Theatralität als mediales Dispositiv. Zur Emergenz von Modellen theatraler Performanz aus medienhistorischer Perspektive“, in: Schoenmakers, Henri u.a. (Hg.), Theater und Medien. Grundlagen-Analyse-Perspektiven. Eine Bestandsaufnahme, Bielefeld 2008, S. 71.

39 Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik, Hamburg 1963, S. 22.

aufgebracht wird.⁴⁰ Die unterschiedlichen Zeichen und die differierenden Kanäle verlangen andere Formen der Herstellung und Bereitstellung.

Die Bedeutungszuweisung als Hörbuch erfolgt, indem es über spezifische soziale Handlungen als solches bestimmt wird. Die sozialen Handlungen, also die Interaktion zwischen Sprecher und Hörbuchhörer, sind Einsprechen eines Texts, der dem Trägermaterial eingeschrieben wird und Anhören als Exklusivtätigkeit, als Tätigkeit neben anderen oder in mobilen Situationen. Diese Rollenzuweisungen werden anhand der Bezeichnung ‚Sprechplatte‘ deutlich, das Dispositiv Hörbuch gibt sich hier bereits durch seinen Namen zu erkennen. Doch damit ist die Frage nach dem Problem, für das mit dem Hörbuch eine Lösung angeboten wird, noch nicht hinreichend beantwortet.

3.2 Von der Dokumentation zur künstlerischen Interpretation

Hörbücher und ihre Entwicklung stehen in Verbindung mit den Möglichkeiten der Tonaufzeichnung und -wiedergabe. Ende des 19. Jahrhunderts wurden Gerätschaften und entsprechende Trägermaterialien gesucht, um flüchtige akustische Ereignisse festhalten zu können. Hierbei setzte sich Edisons Fonograf gegenüber dem Fonautografen von Scott de Martinville durch. Die *Dokumentationsfunktion* stand hierbei an oberster Stelle. Zunächst waren dies kurze, teilweise auch nachgestellte Szenen, sogenannte Hörbilder, und Reden, Kabarettistisches und Auszüge aus Dramen, hierbei besonders auf Empathie zielende Monologszenen. Auch ‚Familientonaufnahmen‘ sah Edison als Verwendungsmöglichkeit vor. All diese kurzen akustischen ‚Schnipsel‘ waren, ähnlich wie fotografische Aufnahmen, Erinnerungsstützen für das dazugehörige Erlebnis. Daneben sollte der Fonograf mit seinen Walzen Hilfsmittel für Bürotätigkeiten, Anrufe, das Erlernen von Fremdsprachen oder das Nachlernen schulischer Inhalte sein.⁴¹ Bereits im zweiten Jahr seiner Erfindung, 1878, sah Edison in seinen „kühnsten Fantasien [die Veröffentlichung von] Musik, Romane[n], Literatur“.⁴² Trotz Edisons Vision basierten Hörbücher in ihrer frühen Phase zwischen 1877 und 1953 *nicht* auf Buchvorlagen. Stattdessen kamen sie ihrer Dokumentar- und Speicherfunktion nach, indem sie flüchtige akustische Darbietungen, seien es Reden, öffentliche Auftritte und Aufführungen oder Hörfunkinhalte, festhielten.

Mit der Weiterentwicklung der Trägermaterialien, besonders mit der Langspielplatte 1948 und der MusiCassette 1963, ging eine Ausdehnung der Spei-

40 Vgl. ebd. S. 55.

41 Vgl. S. Rühr: Eine (kleine) Mediengeschichte des Hörbuchs unter technologischen und paratextuellen Aspekten, S. 15.

42 Stock, Ulrich: „Der Klangfotograf“, in: Die Zeit vom 15.03.2007, S. 102.

cherkapazitäten einher. Damit ließen sich längere Aufnahmen realisieren. Diese erfüllten nicht mehr ausschließlich den Zweck der Dokumentation, sondern den der künstlerischen *Interpretation*. Diese neue Phase wurde 1954 mit der Gründungs-Inszenierung von *Faust I* eingeläutet. Hier beginnt, obwohl der Begriff ‚Hörbuch‘ noch nicht gefunden worden war, die Anbindung an das Buch, da von einem zugrunde liegenden Sprachkunstwerk die Rede ist.⁴³ Das vom Autor niedergeschriebene Sprachkunstwerk sollte vom Interpreten dekodiert und neu kodiert werden, um es für den Hörer in ein Sprechkunstwerk zu verwandeln. Dieser Interpretationsvorgang zeigt, dass die schriftliche Vorlage und die akustische Fassung nicht mehr identisch sind. Mit der Reihe *Hörbuch* wird die Bezugnahme auf das Buch deutlicher, da sie auch bewusst kolportiert wurde. Doch nicht nur Buch-Inhalte wurden auf Kassette angeboten. Die Reihe *Cottas Hörbühne*, die 1986 von *Klett-Cotta* in Anlehnung an amerikanische *audiobooks* etabliert wurde, bot neben Lesungen auch Hörspiele an, die bereits im Hörfunk gesendet worden waren. Somit zeigt sich, dass nicht nur das Buch ‚Stofflieferant‘ für das Hörbuch war. Vielmehr wurden auch andere Medien und Inszenierungsformen des Mediums Hörfunk adaptiert.

Bereits vorliegende Texte anderer Medien, wie beispielsweise Dramenmonologe, Romankapitel oder komplette Bücher, die in der Regel dennoch gekürzt sind, aber auch Filme und Radioinhalte können also in das Hörbuch überführt werden, indem sie in dessen akustisches Zeicheninventar überschrieben werden. Hierbei greift der Intermedialitätsbegriff, allerdings nicht nur in der verkürzten Form des Medienwechsels, sondern auch in Form der intermedialen Bezüge. Teilweise bedient sich das Hörbuch nämlich auch der Elemente anderer Medien und übernimmt sie in sein Repertoire, so beispielsweise die Sprechstile, die aus dem Bereich der Vortragskunst und des Schauspiels stammen oder die Inszenierungsformen Hörspiel und Feature, die eigentlich arteigene Kunstformen des Hörfunks sind. Seine grundlegende Funktion als *Speichermedium* macht das Hörbuch aufnahmefähig, um variable Texte, eigene wie auch diejenige anderer Medien (neu) zu schreiben. Dies setzt ein Streichen und Umstellen einerseits und eine Entscheidung für wortbasiertes oder arteigenes Inszenieren andererseits voraus. Sowohl die Formulierung „die ganze Welt der Bücher auf MC und CD“,⁴⁴ die 1996 im Katalog *Hörbuch* gewählt wurde, als auch die Differenzierung bei den aktuell gültigen Bestimmungen des Mehrwertsteuersatzes engen diese Bandbreite des Hörbuchs ein. Und tatsächlich, damals wie heute, scheint es wenig sinnvoll zu sein, eine Trennung zwischen gelesener und dramatisierter Darbietung vorzunehmen, da weder die herstellenden noch die verbreitenden Organisationen dies tun. Wie

43 Vgl. Zitat, Fußnotenziffer 4.

44 Hörbuch. Die ganze Welt der Bücher auf MC und CD, München 1996, Titelseite.

bereits Eckardt 1996 zu Recht feststellte: „Wenn Sie in der Buchhandlung nach Hörbüchern fragen, finden Sie aber sicherlich auch Hörspiele im gleichen Regal.“⁴⁵

4 FAZIT

Dass eine Diskussion um den Begriff ‚Hörbuch‘ überhaupt noch stattfinden muss, wirkt auf den ersten Blick verwirrend, da die Bezeichnung in der Buchbranche und bei Kennern etabliert zu sein scheint. Dennoch zeigen die Ausführungen dieses Beitrags, woher die nach wie vor vorhandenen Verunsicherungen kommen. Das Hörbuch wird in formaler Hinsicht als Speichermedium gesehen. Dies rückt es in die Nähe des gedruckten Buchs und führt in gesetzlicher Hinsicht dazu, dass es teilweise vergleichbaren Reglementierungen wie das Buch unterworfen ist. Ästhetisch betrachtet ist das Hörbuch jedoch ein akustisches Medium und folgt anderen Interaktionsformen und damit Bedeutungszuweisungen. In negativer Konsequenz wird es daher vor dem Gesetz als nicht schützenswertes Kulturgut erachtet. Zusätzlich werden beide Sichtweisen nicht zusammengeführt, so dass das Hörbuch eher als ‚gelesenes Buch‘ verstanden wird, was seine tatsächliche Bandbreite einengt. Betrachtet man das systemische Zusammenspiel aus ‚Bereitstellungsqualität‘, ‚Organisiertheit‘, ‚Funktionalität‘ und ‚Institutionalisierung‘, wird ebenfalls deutlich, dass Buch und Hörbuch zwei unterschiedliche Medien sind.

Das Hörbuch als Speichermedium präsentiert nicht allein Texte aus Büchern, sondern auch aus anderen Medien. Dies tut es auf unterschiedliche Art und Weise: entweder wortbasiert in Form der Dokumentation und Lesung oder im Hinblick auf das akustische Medium arteigen und stärker dramatisiert als Hörspiel und Feature. Wesentliches Element ist dabei jeweils die Stimme. Die Stimme des Interpreten ist ausschlaggebend, um beim Zuhörer ein „Miterleben aus der Entfernung“⁴⁶ zu erzielen. Damit dies gelingt, muss die stimmliche Inszenierung über prosodische Mittel gelungen sein. Der Interpret hat mittels Tempo, Lautstärke, Melodie und Artikulation genug Spielraum, um das Miterleben möglich zu machen. Interessant ist hierbei der Gedanke Arnheims, der die Bedeutsamkeit der stimmlichen Interpretation hervorhebt: „Möglich, daß [Goethe] dies [das Ausgestalten zweier Bühnenfiguren für Faust und Mephisto SR] unterlassen hätte, wenn er den Faust für den Rundfunk geschrieben hätte. Eine Ersetzung der Figuren Faust und Mephisto durch ‚Stimme Faust A‘ und ‚Stimme Faust B‘ hätte das Grundthema der Dichtung unmittelbarer herausgearbeitet [...].“⁴⁷ Das ‚vollendete‘ Hörbuch hätte somit

45 Ebd., S. 20.

46 R. Arnheim: Rundfunk als Hörkunst, S. 125.

47 Ebd., S. 118.

nicht dieselben beiden Bühnendarsteller gehabt wie das Theaterstück, wie es bei *Faust I* 1954 der Fall war, sondern es hätte sich emanzipiert und arteigen auf die Qualität der Stimme gesetzt. Hierzu wären zwei Stimmen für eine Figur oder auch eine Stimme unterschiedlicher Färbung für eine Figur denkbar gewesen. Hörbücher zeichnen sich durch ihren dokumentarischen, interpretatorischen und neuschreibenden Charakter aus. Dies spiegelt sich auch in dem seit 2003 verliehenen Deutschen Hörbuchpreis wider, der mit seinen einzelnen Preiskategorien ‚Beste Interpretin‘, ‚Bester Interpret‘, ‚Bestes Hörspiel‘, ‚Bestes Sachhörbuch‘, hierbei auch dargeboten als Feature, ‚Bestes Kinderhörbuch‘, ‚Beste Unterhaltung‘ und ‚Beste verlegerische Leistung‘ ‚die Stärken und Möglichkeiten des akustischen Mediums vorführen und hervorheben‘⁴⁸ will.

48 Deutscher Hörbuch Preis: Startseite: Über den Deutschen Hörbuchpreis [sic]. <http://www.deutscher-hoerbuchpreis.de/> vom 20.07.2015.