
Hörverstehen und Kultur verstehen. Das Kassettenkinder-Phänomen und die Sonderstellung Deutschlands in Bezug auf Hörspielproduktion und -konsum

Annette Bastian

1. Einleitung

Dass im Fremdsprachenunterricht nicht mehr nur mit gedruckten Texten, sondern mit unterschiedlichen Medien gearbeitet wird, ist heute schon eine Selbstverständlichkeit. Gerade um das so genannte Hörverstehen zu schulen, eignet sich der Einsatz von Audio- und Videomaterial. Im Unterricht *Deutsch als Fremdsprache* bietet sich der Einsatz von Hörspielen geradezu an, denn der deutsche Hörspielmarkt verfügt über ein Angebot, das weltweit seinesgleichen sucht. Einen besonderen Schwerpunkt stellen dabei die Kinder- und Jugendhörspiele dar.

Gleich zu Anfang sei darauf hingewiesen, dass die beiden Begriffe Hörspiel und Hörbuch klar voneinander zu trennen sind. Während es sich beim Hörbuch (auch *Audiobook* genannt) um die reine Lesung eines – mitunter gekürzten – literarischen Textes handelt, wartet das Hörspiel mit verschiedenen Sprecherrollen und einer mit vielfältigen Geräuschen gestalteten Atmosphäre auf.

Aber nicht nur das breit gefächerte Angebot an Hörspielen lädt zu einer Verwendung dieses Mediums im Unterricht ein. Lehrerinnen und Lehrer können, indem sie ihren Unterricht mit Hörspielen gestalten, ihren Schülern auch einen wichtigen Teil der deutschen Medienkultur näher bringen. Dass die Geschichte der Hörspielproduktion und des Hörspielkonsums – und das insbesondere in Bezug auf die der Kinder- und Jugendtonträger – in Deutschland eine sehr spezielle ist, die sich von der in anderen Ländern maßgeblich unterscheidet, ist den meisten Deutschen, auch wenn sie selbst gerne und oft Hörspiele hören, nicht bewusst. Die Sonderstellung, die Deutschland mit seiner Hörspielkultur einnimmt, wird oft erst deutlich, wenn man sie der Medienkultur anderer Länder gegenüberstellt. Der Einsatz von Hörspielen im Unterricht *Deutsch als Fremdsprache* kann also auch eine Diskussion über dieses Medium anregen. Schüler verschiedener Herkunft können über die Medienkultur ihres Heimatlandes referieren und versuchen herauszuarbeiten, worin und warum sie sich von der deutschen unterscheidet.

Im Folgenden soll der Versuch unternommen werden, die Besonderheit der deutschen Hörspielkultur und das Phänomen der von mir als Kassettenkinder bezeichneten Generation in seinen Facetten herauszuarbeiten, um so eine solide Basis für eine Diskussion im Unterricht bereitzustellen. Bei den Ausführungen der folgenden Kapitel handelt es sich um eine Zusammenstellung und Vertiefung einzelner Punkte aus meinem Buch „Das Erbe der Kassettenkinder ... ein spezialgelagerter Sonderfall“ (Bastian 2003).

2. Die Kassettenkinder aus Hörspieldeutschland

Als Kassettenkinder bezeichne ich die Generation junger Erwachsener, die im (West-) Deutschland der 70er Jahre das Licht der Welt erblickten, wobei dieser Zeitrahmen – wie grundsätzlich bei der Analyse von Generationsphänomenen – nicht zu streng gesetzt werden darf. Mit Sicherheit fühlen sich auch viele in den späten 60ern oder frühen 80ern Geborene der Kassettenkinder-Generation zugehörig. Doch warum sind die Kinder der 70er Jahre Kassettenkinder? Ich habe diesen Terminus gewählt, weil die in diesem Jahrzehnt geborene Generation in ihrer Kindheit massiv durch eine sich gerade stark entwickelnde Hörspielkultur geprägt worden ist, und der Tonträger der 80er Jahre war – als Nachfolger der Schallplatte und Vorläufer der CD – die Kasette.

Ein ganz entscheidender Teil des von mir untersuchten Generations-Phänomens ist, dass eine große Anzahl der inzwischen erwachsenen Kassettenkinder das Medium Hörspiel nach einer Zeit der Abstinenz während der Jugend für sich wiederentdeckt hat. So ist es für viele junge Erwachsene in Deutschland eine Selbstverständlichkeit, dass sie sich beim Autofahren oder Geschirrspülen, vor allem aber als Einschlafhilfe die Hörspiele ihrer Kindheit zu Gemüte führen. Absolute Spitzenreiter auf der Beliebtheitskala ist die Jugendkrimiserie „Die drei ???“. Aber auch andere Serien desselben Genres, wie beispielsweise „Fünf Freunde“ oder „TKKG“ haben eine große Fangemeinde.

Im Jahr 1997 machte der Konzern BMG, von dem heute die unter dem Label *Europa* laufenden Hörspiele produziert werden, eine interessante Entdeckung. Bei einer Telefonumfrage unter den Käufern von „Drei ???“-Kassetten stellte sich heraus, dass das Durchschnittsalter der Hörer bei 24 (!) Jahren lag. Dass es 18 Jahre nach der Veröffentlichung der ersten „Drei ???“-Kassette vor allem Erwachsene waren, die regelmäßig die neu erscheinenden Hörspiele kauften, verblüffte die Marktforscher. Diese Telefonumfrage war ein erster wichtiger Schritt zur Enttarnung des Kassettenkinder-Phänomens.

Inzwischen ist das Thema „Erwachsene Kassettenhörer“ mehr in die Öffentlichkeit gerückt. Ein Hobby, das vielen „Betroffenen“ vor einigen Jahren noch peinlich war, ist inzwischen gesellschaftsfähig. So lässt sich heute am Arbeitsplatz oft schon völlig ungezwungen über die persönlichen Favoriten unter den Jugendhörspielen plaudern. Und auch der Hörspielproduzent BMG hat mit den seit 2002 stattfindenden Live-Hörspielen auf den Trend reagiert und bewusst das erwachsene Fanpublikum angesprochen.

Es stellt sich die Frage, worin der Reiz des Wiederabspielens der alten Hörspielkassetten besteht. Viele Kassettenkinder geben an, dass die Hörspiele für sie ein Mittel sind, den Alltag zu vergessen und sich in ihre Kindheit zurückzusetzen. Dass sich die Hörspiele dafür besonders gut eignen, mag zu einem großen Teil darin begründet sein, dass das Hören bei Kindern in den ersten Lebensjahren eine sehr

große Rolle spielt. Der Kulturwissenschaftler Jan-Uwe Rogge, der sich seit vielen Jahren intensiv mit dem Thema Kinder und Medien beschäftigt, beschreibt in seinem Aufsatz „Hören als Erlebnis“ (1996), wie sehr sich die kindliche Hörerfahrung von der eines Erwachsenen unterscheidet:

Hören stellt einen bedeutsamen Teil in der sinnlichen und der Welterfahrung von Kindern dar. Insbesondere jüngere Kinder messen dem Hören einen bedeutsamen Stellenwert zu. Da der Sehsinn bei jüngeren Kindern noch nicht so ausgeprägt ist, dominiert der Geruchs-, Tast- und Hörsinn. Das sind Sinne, die eine ganzheitliche Erfahrung zulassen. [...] Kinder hören nicht allein über das Ohr, auch über die Haut und den Knochenbau nehmen sie Töne wahr. Kinder hören mit Haut und Haaren, sie werden gepackt. Deshalb weisen Heranwachsende dem Hören eine so starke emotionale Bedeutung zu [...].

Für Kinder kommt es beim Kassettenhören nicht in erster Linie darauf an zu erfahren, wie eine Geschichte sich entwickelt und zu Ende geht, sondern den oder die Helden emotional zu begleiten und die Abenteuer mitzufühlen. Und das funktioniert immer wieder, auch wenn man die Geschichte schon so oft gehört hat, dass man den Text Wort für Wort auswendig kennt und genau weiß, dass alles auf ein glückliches Ende hinausläuft. Für Kinder bleiben die Hörspiele spannend, weil sie die Spannung bei jedem Hören aufs Neue miterleben. Ihnen fehlt die Distanz zum Geschehen, die ein erwachsener Hörer besitzt.

Werden die Hörspiele der Kindheit später wieder hervorgeholt und erneut in den Kassettenrekorder eingelegt, spielt sich Folgendes ab: Der Hörer kann der Geschichte nun mit der Distanz eines Erwachsenen folgen, er kann die Logik des Geschehens reflektieren und in Frage stellen und sich von der emotionalen Begleitung des Helden vollkommen lösen. Gleichzeitig kann er sich aber auch in die Kindheit zurückversetzen und mithilfe der Kassette wieder zu seiner kindlichen Art des Hörspielhörens zurückfinden. Das Erleben dieses Spannungsfeldes ist wahrscheinlich das Reizvollste bei der Wiederentdeckung der alten Hörspiele. Interessant ist es aber auch, wenn man nach vielen Jahren der Hörspielabstinenz feststellt, dass man die Hörspielgeschichten der Kindheit teilweise noch so gut kennt, dass man auch längere Dialogpassagen aus dem Gedächtnis simultan mitsprechen kann.

Während einige Kassettenkinder sich damit begnügen, die aus Kindheitstagen bekannten Hörspiele zu hören, bauen andere das Hobby aus, indem sie weitere Tonträger erwerben – die Sammlungen werden durch andere Kinderhörspiele, aber auch Hörspiele und Hörbücher für Erwachsene ergänzt. Manche Kassettenkinder entwickeln eine wahre Sammelleidenschaft für das geliebte Medium und horten mehrere hundert oder gar tausende von Kassetten und – inzwischen natürlich auch – CDs. Das Internet hat sich zu einem weiteren wichtigen Medium für die Kassettenkinder entwickelt. Hier kann man sich informieren, diskutieren, Hörspiele kaufen oder verkaufen.

Bei der Kassettenkinder-Generation handelt es sich um ein Kulturphänomen, das man mit Sicherheit als ein spezifisch deutsches bezeichnen kann. Interessant ist, dass sich die meisten Deutschen, ob es nun Mitglieder der Kassettenkinder-Generation sind oder nicht, gar nicht bewusst sind, dass die Hörspielkultur in ihrem Land sich in einer ganz besonderen Weise entwickelt hat. Dieser Aufsatz soll unter anderem einen Beitrag dazu leisten, dieses Phänomen mehr ins eigene Kulturbewusstsein zu rücken, um es dann auch Mitgliedern anderer Kulturen näher zu bringen.

Wodurch genau unterscheidet sich nun die deutsche Hörspielkultur von der anderer Länder, sodass hier eine Generation von geradezu „Hörspielsüchtigen“ entstehen konnte? Um diese Frage zu beantworten, muss man zunächst festhalten, dass das Hörspiel ursprünglich ein Medium war, das fest an das Radio gekoppelt war. Der englische Begriff „*radio play*“ macht dies deutlich. Mit der Verbreitung des Fernsehens ließ das Interesse am Radio und damit auch am Hörspiel sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern nach, es hat jedoch überlebt und wird in Deutschland, Großbritannien, Lateinamerika etc. nach wie vor kultiviert.

Betrachtet man das Hörspiel nur in seinem Zusammenhang mit dem Hörfunk, so nimmt Deutschland in Bezug auf Produktion und Konsum keine wirkliche Sonderstellung ein. Der spezielle Weg, den Deutschland in Sachen Hörspiel eingeschlagen hat, wird erst deutlich, wenn man sich die Entwicklung des Tonträgermarktes ansieht. Ab Mitte der 60er Jahre entstand in Deutschland, initiiert und vorangetrieben vor allem durch den Konzern Miller International (später BMG) mit seinem Label *Europa*, ein Angebot an Kinder- und Jugendhörspielen, das seitdem von Jahr zu Jahr wächst und heute mehrere tausend Titel umfasst. Bei diesen Hörspielen handelte es sich von Beginn an nicht um Produktionen, die zuvor im Rundfunk verwertet wurden, sondern um eigens für den Vertrieb als Tonträger produzierte Hörspiele. Das Besondere am Label *Europa* war der niedrige Preis. Hörspielplatten und später -kassetten wurden so zu einem Massenartikel, den sich alle Eltern und sogar Kinder von ihrem Taschengeld leisten konnten. Schon bald schlossen sich andere Konzerne der Miller-Preispolitik an und boten ihrerseits Hörspielkassetten für kleines Geld an. Dass nun fast alle Kinder Zugang zum Massenartikel Hörspielkassette hatten, war die Basis für das heutige kollektive Zurückerinnern an die Hörspiele der 80er Jahre.

Es stellt sich jedoch weiterhin die Frage, warum ein solch intensiver Ausbau des Tonträgermarktes für Kinder nicht in anderen Ländern stattfand. Welche Faktoren bei dieser Entwicklung eine Rolle gespielt haben, soll zu einem späteren Zeitpunkt noch genauer betrachtet werden.

3. Vom Schulfunk über die Schallplatte zur Kassette

In den 50er Jahren war in den meisten Haushalten das Radio das einzige elektronische Unterhaltungsmedium. Neben Nachrichten und Musik wurden bei den deutschen Sendern der Nachkriegszeit auch Hörspiele gesendet – Hörspiele für Erwachsene wohlgekernt. Für Kinder hatte das damalige Radioprogramm allerdings auch etwas zu bieten: Den so genannten Schulfunk, dessen Konzept seinen Ursprung im Jahr 1924 bei dem NDR-Vorläufer NORAG hatte, dessen Programm aber in den 50er Jahren entscheidend ausgebaut wurde. Der Schulfunk der 50er Jahre war in erster Linie eine Zusammenstellung aus lehrreichen Beiträgen zu verschiedenen Themen aus Wissenschaft und Kultur. Beliebte Sendungen im Rahmen des Schulfunks waren aber auch Hörspiele, meist historischer Art. So konnten unsere Eltern beim damaligen NWDR (Nordwestdeutscher Rundfunk) beispielsweise die Krönung Karls des Großen „live“ im Radio mitverfolgen. Oder sie lauschten der Hörspielserie „Was gibt's Neues aus Waldhagen?“.

Auch am Sonntagnachmittag wurde ein Kinderhörspiel gesendet. Hier stand allerdings der Spaß im Vordergrund. Kinder konnten Geschichten wie den Abenteuern von Kalle Blomquist lauschen. Auch die Kinder der 50er Jahre hatten also Erfahrung mit dem Medium Hörspiel. Sie mussten sich aber nach dem Sendeplan des Radiosenders richten und zur entsprechenden Zeit vor dem Gerät sitzen. Als der Fernseher in den 60er Jahren breitflächigen Einzug in die deutschen Haushalte hielt, trat das Radio als Unterhaltungsmedium mehr und mehr in den Hintergrund. Kinder wollten jetzt lieber „Fury“ und „Lassie“ sehen. Diese Serien bieten ein erheblich höheres Nostalgiepotenzial als der Schulfunk, der entscheidende Unterschied zu der später folgenden Hörspielkultur liegt aber darin, dass das Erlebnis nicht reproduzierbar war. Eine „Lassie“-Folge hat man einmal, vielleicht zweimal in seiner Kindheit gesehen und hat aus diesem Grund trotz des phänomenalen Gedächtnisses, das man ja im Kindesalter besitzt, keine Chance, sich an Details der Handlung oder gar an komplette Dialogpassagen zu erinnern. Es bleibt nur ein Gefühl, dass diese Serien etwas ganz Besonderes waren, auf das man sich schon die ganze Woche gefreut hatte. Für den kollektiven Nostalgie-Effekt förderlich war allerdings die Tatsache, dass das Fernsehprogramm damals nicht viel Auswahl bot. Deshalb hat in den 60ern fast jedes Kind „Lassie“ und „Fury“ gesehen.

Werfen wir nun einen Blick auf die 70er Jahre – das Jahrzehnt der Kinderschallplatte. Wurden 1970 noch eine Million Kinderschallplatten in Deutschland verkauft, so waren es 1973 schon acht Millionen und 1977 14,5 Millionen. In dieser Zeit fand in Deutschland der erste große Kinderhörspielboom statt. Immer mehr Kinder besaßen einen eigenen Plattenspieler und konnten in ihren Kinderzimmern Märchen hören. Wer aufregende Abenteuer miterleben wollte, musste sich allerdings mit einem sehr beschränkten Angebot begnügen. Der Hörspielmarkt für ältere Kinder war damals durchaus noch ausbaufähig. Immerhin entstand in den 70er Jahren aber schon der

Gedanke, Hörspiele in Serie herzustellen – eine unentbehrliche Voraussetzung für die Kassettenkinder-Kultur. Die entscheidende Veränderung, die der Plattenspieler im Gegensatz zu Radio und Fernsehen mit sich brachte, war die Reproduzierbarkeit der Geschichten. Die beliebige Wiederholung des Abspielens hatte einen ganz besonderen Reiz, und die Geschichten prägten sich dauerhaft ins Gedächtnis ein.

In den 70er Jahren erblickte die Generation der Kassettenkinder das Licht der Welt. Diese Kinder wurden schon in eine Welt voller Plattenspieler und Hörspiele hineingeboren. Der Tonträger Schallplatte hat aber, wie in den 70er Jahren viele Kinder und Eltern feststellen mussten, einen entscheidenden Nachteil: Schallplatten sind extrem empfindlich. Heinz Hengst, der 1979 eine wissenschaftliche Arbeit zum Thema „Tonkonserven und ihre Funktion im Medienalltag von Kindern“ veröffentlichte, erklärt, warum die Kassette der Schallplatte bald vorgezogen wurde:

[Es] kann nicht davon abgesehen werden, daß der Gebrauch der Schallplatte feinmotorische Fertigkeiten voraussetzt, über die kleinere Kinder oft noch nicht verfügen. [...] Das Kassettensystem [...] ist leichter handhabbar und macht insofern unabhängiger. Das hängt mit der geringen Größe, der Kompaktheit, der leichten Bedienbarkeit und dem Umstand zusammen, daß es [...] nicht an feste Orte bindet.

Spätestens in den 80er Jahren waren Prognosen, dass der Kassettenrekorder den Plattenspieler auf lange Sicht vollkommen verdrängen würde, nicht mehr abwegig. Ray Kurzweil, ein amerikanischer Computerwissenschaftler, beschreibt in seinem Buch „The Age of Spiritual Machines“ (1999) den typischen Lebenszyklus von Technologien und wählt die Geschichte der Audio-Elektronik als Beispiel. Legt man Kurzweils Modell zugrunde, befand sich der Plattenspieler in den 60er Jahren gerade in der technologischen Phase des Reifestadiums, das heißt, er hatte sich im Alltagsleben etabliert, als plötzlich ein neuer Anwärter namens Kassettenrekorder erschien, der ihm die Position des besten Tonwiedergabegeräts streitig machen wollte. Das ist nach Kurzweil eine ganz normale Entwicklung, allerdings schafft es nicht jeder Anwärter, den bisherigen Machthaber vom Thron zu stoßen. Die Kinder der 70er setzten jedenfalls voll und ganz auf die neue Technologie. Der Plattenspieler musste in den deutschen Kinderzimmern dem Kassettenrekorder weichen.

Interessant ist, dass genau parallel zum Siegeszug des Kassettenrekorders und der Kassette der Boom der Hörspielserien für Kinder und Jugendliche einsetzte. Waren Hörspiele in den 70er Jahren, die noch durch den Plattenspieler geprägt waren, in der Regel Einzelproduktionen, so waren die 80er das Jahrzehnt der Serien – vor allem: der Jugendkrimi- bzw. Jugendabenteurerien. Hörspiele wurden nun in Massen konsumiert. Es gab ein umfangreiches Angebot für ein Hörspielpublikum, das keine Märchen mehr hören wollte. Der Kassettenrekorder wurde zum Freizeitmittelpunkt einer ganzen Generation. Die 80er Jahre waren ein kollektives Kinderzimmer-Hörspielerlebnis, dem man sich kaum entziehen konnte.

Geradezu durchschlagenden Erfolg hatten zu Beginn der 80er Jahre die Serien „Die drei ???“, „Fünf Freunde“ und „TKKG“, aber auch andere Serien aus dem Bereich Jugendkrimi, wie z. B. „Scotland Yard“, „Detektiv Kolumbus & Sohn“ oder „Captain Blitz“, erfreuten sich großer Beliebtheit. Die wichtigste Erkenntnis der späten 70er und frühen 80er Jahre war für die Hörspielproduzenten, dass Kinder nicht nur gerne Hörspiele, sondern Hörspielserien hörten. Waren sie einmal mit den Helden einer Geschichte vertraut, verlangten sie nach neuen Abenteuern mit den bekannten Figuren. Die Dynamik, die der Entwicklung zu diesem Zeitpunkt ohnehin schon innewohnte, wurde durch das Angebot von Hörspielserien wie „Die drei ???“ noch verstärkt. Die Generation der Kassettenkinder war also nicht nur die erste Generation der Hörspielkassetten. Sie war die erste Generation, die Hörspiele in Serie hören konnte.

4. Der optimale Nährboden für eine Hörspielkultur

Wie lässt es sich nun erklären, dass eine derartige Explosion des Marktes für Hörspieltonträger nur in Deutschland stattfand? Und warum waren es gerade die Kinder der 70er Jahre, die dann in den 80ern unmittelbare Zeugen und „Betroffene“ dieses kulturellen Umbruchs waren? Warum waren und sind Hörspieltonträger für Kinder und Erwachsene in anderen Ländern Nischenprodukte?

In Deutschland sind wahrscheinlich mehrere Faktoren zusammengelassen, die zur Entwicklung des riesigen Hörspielmarktes und der Kinderhörspielkultur beigetragen haben und die auch dafür verantwortlich waren, dass die Entwicklung nur zu dieser Zeit stattfinden konnte. Die einzelnen Faktoren sollen im Folgenden kurz beleuchtet werden.

4.1 Der Markt für deutschsprachige Produkte ist groß

Je größer eine Sprachgemeinschaft, desto bessere Vermarktungschancen gibt es für sprachgebundene Produkte. Hörspiele, und vor allem Kinderhörspiele, sind in ihrer Vermarktung auf den entsprechenden Sprachraum begrenzt. Im Gegensatz zu Büchern, die sich mit einem überschaubaren Aufwand in andere Sprachen übertragen lassen, müssen Hörspiele in jeder Sprache wieder komplett neu produziert werden. Vor diesem Hintergrund leuchtet es ein, dass es wirtschaftlich interessanter ist, Hörspiele in deutscher Sprache zu produzieren (Deutschland heute: 82 Mio. Einwohner, mit Österreich und der Schweiz: 97 Mio.) als in norwegischer (Norwegen: 4,5 Mio. Einwohner). Wenn man noch bedenkt, dass Kinderhörspiel-Produktionen sich ja nur an einen Bruchteil der Bevölkerung richten, wird die Zielgruppe in bevölkerungsarmen Ländern schon sehr klein. Bleibt allerdings die Frage: Warum gibt es so wenige englische, französische, spanische und russische Kinderhörspiele? Denn das Argument der zu kleinen Sprachgemeinschaft greift hier mit Sicherheit nicht.

4.2 Ausstattung der Kinderzimmer mit Audio-Elektronik

Ein weiterer Aspekt, der bei der Etablierung eines umfangreichen Hörspielmarktes für Kinder wahrscheinlich eine Rolle spielt, ist die Ausstattung der Haushalte bzw. der Kinderzimmer mit entsprechenden Abspielgeräten. So wird es in den 80er Jahren für russische oder lateinamerikanische Kinder sicherlich nicht so selbstverständlich gewesen sein, einen eigenen Kassettenrekorder zu besitzen wie für deutsche – was natürlich auch heute noch gilt. Die Produktion von Kinderhörspielen ist für größere Sprachgemeinschaften also wirtschaftlich nur dann lohnenswert, wenn die Bevölkerung auch in der Lage ist, ihren Kindern deren Konsum zu finanzieren.

4.3 Die modernen Konkurrenzmedien kamen relativ spät

In den 80er Jahren gab es in Deutschland ein Zeitfenster, in dem sich die Kinderhörspielkultur ungehindert entfalten konnte, ohne dass Privatfernsehen oder Computer dazwischengefunkt hätten. Als diese modernen Konkurrenzmedien in den 90er Jahren mehr und mehr Fuß fassten, wurde der Hörspielmarkt zwar zwischenzeitlich geschwächt, konnte sich aber nach ein paar Jahren wieder stabilisieren. Hier kann man einen deutlichen Unterschied zu den USA ausmachen, in denen sowohl Fernsehen als auch die Computertechnik viel früher an Dominanz gewannen und auch für Kinder verfügbar waren. In Amerika hat einfach dieses Jahrzehnt gefehlt, in dem sich ein Kinderhörspielmarkt relativ konkurrenzlos aufbauen konnte. Ein Jahrzehnt, in dem sich die Hörspiele einen so festen Platz in der Medienwelt schaffen konnten, dass sie sich auch gegenüber Fernsehen und Computer behaupteten.

4.4 Die Miller-Firmenstrategie: Massenware zu Niedrigpreisen

Die Firma Miller International hat den deutschen Tonträgermarkt in den 60er und 70er Jahren vollkommen auf den Kopf gestellt. Plötzlich gab es Schallplatten im Dauersonderangebot. Zum Kampfpfeis von fünf DM wurden ab 1965 unter dem neuen Label *Europa* Schallplatten angepriesen.

Unter diesem Label baute man dann auch den Markt für Kinderschallplatten aus, und das waren in erster Linie Hörspiele. Auch auf diesem Sektor wollte man sich Spitzenabsätze durch eine Firmenpolitik sichern, die Massenware zu Niedrigpreisen anbot. Die Rechnung ging auf. Die nächste Stufe der Miller-Marketing-Strategie kam mit dem kontinuierlichen Wechsel von der Schallplatte zur Kassette. Miller entschied, die Hörspielkassette zu forcieren, indem man ihren Verkaufspreis senkte. Waren die *Europa*-Kassetten in der ersten Hälfte der 70er Jahre mit zehn DM noch doppelt so teuer wie die Schallplatten, nahm man im Jahr 1975 eine Angleichung vor, indem man nun beide Tonträger zum Preis von

sechs DM anbot. Miller International hat dem Kinderhörspielmarkt in Deutschland mit dem Label *Europa* entscheidende Impulse gegeben. Andere Konzerne waren gezwungen, sich dem von Miller vorgesteckten Preisniveau anzupassen, wollte man nicht auf der Strecke bleiben. In Ländern wie England oder Frankreich, die – was die ersten drei Kriterien betrifft – ebenso gute Voraussetzungen gehabt hätten, einen umfangreichen Kinderhörspielmarkt aufzubauen, fehlte vielleicht einfach nur der unternehmerische Wegbereiter – ein Medienkonzern, der aus Kinderhörspielen ein erschwingliches Massenprodukt gemacht hätte.

Fazit: Im Deutschland der 80er Jahre sind einige Faktoren zusammengekommen, die den perfekten Nährboden für die Etablierung einer Kinderhörspielkultur des bekannten Ausmaßes boten. Die deutsche Sprachgemeinschaft war groß, ein Großteil der Bevölkerung war kaufkräftig und konsumfreudig, Privatfernsehen und Computerspiele lagen noch in weiter Ferne, und es gab mit Miller International einen Konzern, der die ganze Branche der Kinderhörspiele dermaßen anschoß, dass der Markt in den 80er Jahren regelrecht explodierte. Von dem glücklichen Zusammenspiel der genannten Faktoren und dem daraus resultierenden Hörspielboom profitieren die Produzenten von Kinderhörspielen heute noch. Kinderhörspiele sind in Deutschland zu einem fest verankerten Kulturgut geworden.

5. Die Post-Kassettenkinder-Generation

Wie im letzten Kapitel bereits angesprochen, stellten die 80er Jahre in Deutschland ein Zeitfenster dar, in dem sich die Hörspielkultur in den deutschen Kinderzimmern relativ konkurrenzlos entfalten konnte. Erst in den 90er Jahren wurden andere Medien wie das Fernsehen (mit seiner ständig wachsenden Zahl an Programmen), Video und Computer für die Kinder so wichtig, dass die Hörspiele etwas in den Hintergrund traten. Dennoch ist das Hörspiel für Kinder aber auch heute noch ein wichtiges Medium. Es wird von ihnen nach dem Fernsehen am meisten genutzt. Auch der Kassettenrekorder ist oft noch fester Bestandteil der Kinderzimmerausstattung, auch wenn er immer mehr Konkurrenz durch den CD-Player bekommt.

Was sich in den letzten Jahren jedoch deutlich verändert hat, ist der Hörspielmarkt. Zwar haben die drei großen Jugendkrimiserien der 80er Jahre, „Fünf Freunde“, „Die drei ???“ und „TKKG“ bis heute überlebt, aber das Angebot ist mittlerweile unübersichtlich geworden. Wenn Eltern heute für ihre Kinder Hörspielkassetten kaufen wollen, stehen sie vor endlosen Regalen. Außerdem hat sich in den letzten Jahren der Alternativ-Markt intensiv weiterentwickelt. Weil das heutige Hörspielangebot praktisch uferlos ist, erleben Kinder nicht mehr eine solche Kollektiv-Erfahrung wie die Generation der Kassettenkinder. Heute gehen die großen Serien der 80er Jahre unter in einem Meer von Hörspielen, die alle den Anspruch haben, zur Lieblingsserie der jungen Konsumenten aufzusteigen. Die Kinder müssen sich einen eigenen individuellen Weg durch den Hörspielschunzel

bahnen, das heißt, sie schlagen in der Regel den Weg ein, den die Eltern vorgeben. Gegen Individualität ist im Grunde nichts zu sagen, allerdings entgeht heutigen Hörspielkindern das kollektive Erinnern, wenn sie erwachsen sind. Man wird wohl nie wieder eine ähnlich große Schnittmenge an bekannten Hörspielen erreichen, wie sie es bei den Kassettenkindern gab.

Das Kassettenkinder-Phänomen ist also auf ein Zeitfenster begrenzt, das mit einem Umfang von ungefähr zehn Jahren die in den 70ern Geborenen umfasst. Kaum war das Kassettenkinder-Zeitalter angebrochen, war es auch schon wieder vorbei, weil der Markt von einem Überangebot an Hörspielen überschwemmt wurde und die Kinder sich nun auch anderen Medien wie Privatfernsehen, Video und Computer zuwandten. Die Kassettenkinder sind die einzige Generation, die ihre privaten Hörspiel-Kindheitserfahrungen mit einer riesigen Gruppe Gleichaltriger teilen und ihre Nostalgie an einer noch überschaubaren Menge von Produkten festmachen kann, die sich etabliert hatten, bevor der Markt explodierte.

6. Der aktuelle Hörbuch-Boom

Bisher ging es um Kinderhörspiele. Werfen wir hier aber wenigstens noch einen kurzen Blick auf den Tonträgermarkt für Erwachsene. Auch hier ist das Angebot in den letzten Jahren deutlich gewachsen. Im Gegensatz zu den Kindertonträgern dominiert hier aber nicht das Hörspiel, sondern das dem Hörspiel verwandte Hörbuch oder *Audiobook*. Bei den angebotenen Hörspielen für Erwachsene handelt es sich in der Regel um Koproduktionen von Verlagen und Radiosendern, das heißt, die Hörspiele werden im Rundfunk gesendet und anschließend als CD angeboten. Sie werden nicht eigens für den Tonträgermarkt hergestellt.

Der Hörbuchmarkt entwickelt sich dagegen völlig unabhängig vom Rundfunk. Produzenten sind meist Buchverlage, die parallel zu ihrem bisherigen Printprogramm, einige ihrer Titel als Hörbücher anbieten. Die Bücher werden – oft in gekürzter Form – von den Autoren selbst oder von bekannten Sprechern und Schauspielern eingelesen. Das Angebot an Hörbüchern wird von Jahr zu Jahr umfangreicher. Dass Verlage ihre Bestseller aus dem Buchbereich anschließend als Hörbuch veröffentlichen, ist nicht mehr die Ausnahme, sondern wird immer mehr zur Regel. Die Nachfrage im Bereich „Literatur zum Hören“ ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen.

Hier stellt sich die Frage: Steht das in Deutschland besonders stark ausgeprägte Phänomen des Hörbuch-Booms in Zusammenhang mit der Kassettenkinder-Generation? Kann es sein, dass sie, die mit Hörspielen großgeworden sind und deren speziellen Reiz teilweise im Erwachsenenalter wiederentdeckt haben, verantwortlich sind für die steigenden Absatzzahlen im Hörbuchsektor? Dieser Schluss liegt zumindest nahe. Die Kassettenkinder haben jetzt ein Alter erreicht, in dem sie durch ihre Kaufkraft den Markt spürbar beeinflussen. Wenn Worttonträger verstärkt nachgefragt werden, werden sie auch produziert.

Dass die Verlage bei der Vertonung ihres Buchprogramms auf Hörbücher, also auf reine Lesungen der literarischen Vorlage setzen, und keine Hörspiele produzieren, hat ganz praktische Gründe. Der Originaltext muss nicht in eine Hörspielfassung umgeschrieben werden, und man braucht nur einen Sprecher. Daher ist die Produktion eines Hörbuchs weniger aufwändig und dazu um einiges preiswerter als die eines Hörspiels.

Was die Seite der Konsumenten betrifft, findet das Hörbuch sicher viele Abnehmer, denen im Alltag die Zeit fehlt, Bücher zu lesen. Sie verfahren nach dem Motto „Double your time“ und nutzen beispielsweise Autofahrten, um den aktuellen Bestseller zu „lesen“. Das Hörbuch ist in diesem Fall einfach ein Ersatz für das gedruckte Buch. Auch für Sehbehinderte ist das Hörbuch natürlich eine ideale Möglichkeit, Literatur zu konsumieren.

Das Hörbuch bietet also dem Vielbeschäftigten den Komfort, dass er Literatur aufnehmen kann, ohne exklusiv Zeit dafür einzuplanen. Was aber beim Erfolg des Hörbuchs – in Deutschland wie in anderen Ländern – vielleicht auch eine Rolle spielt, ist eine Sehnsucht nach der fast vergessenen Kultur des Vorlesens. Das Kennzeichen und vielleicht der entscheidende Nachteil des gedruckten Buches ist, dass es stumm bleibt. Die Stimme entsteht nur beim Lesen in unserem Kopf. Von der CD dagegen nehmen wir Sprache in ihrer ursprünglichen, gesprochenen Form auf. Der Hörer möchte nicht nur das literarische Werk kennen lernen, er will wissen, wie der Text von einer bestimmten Person – wie etwa dem Autor oder einem prominenten Schauspieler – vorgetragen wird. Durch die Popularisierung des Hörbuchs wurde in der Literatur eine Instanz etabliert, die es beispielsweise in der Musik schon längst gibt: die des Interpreten. Er steht zwischen Komponist bzw. Autor und dem Rezipienten.

7. Zusammenfassung

Die Ausführungen haben deutlich gemacht, dass Deutschland mit seinem umfangreichen Angebot an Kinder- und Jugendhörspielen im internationalen Vergleich eine Sonderstellung einnimmt. Das Zusammenspiel von mehreren Faktoren hat dazu geführt, dass Hörspielproduktion und -konsum in den 80er Jahren parallel zur Polpularisierung des Kassettenrekorders eine ungeheure Dynamik erlangten, die dazu führte, dass Rekorder und Hörspielkassetten nahezu flächendeckend Teil der Kinderzimmerausstattung wurden. Die in den 70er Jahren geborenen Kinder erlebten das Aufkommen dieser neuen Medienkultur besonders intensiv mit. Sie waren die Kassettenkinder, die erste Generation, die mit Hörspielen in Kassettenform und Konsumartikeln für die Masse aufwuchs. Dass diese Medienerfahrung die Generation der Kassettenkinder nachhaltig geprägt hat, zeigt sich daran, dass viele von ihnen die Hörspielkassetten ihrer Kindheit und damit auch das Hörspielhören als Freizeitbeschäftigung im Erwachsenenalter wiederentdecken.

Der aktuelle Trend zum Hörbuch ist ein Phänomen, dass man wohl getrennt von der Kindertonträgerkultur in Deutschland betrachten muss. Es handelt sich hierbei um eine Entwicklung, die parallel auch in anderen Ländern stattfindet und seinen Erfolg in erster Linie daraus zieht, dass es Literatur leicht und zeitsparend konsumierbar macht. In Deutschland sind Hörbücher aber wahrscheinlich besonders stark gefragt, weil das Angebot hier auf ein Publikum junger Erwachsener trifft, die es von Kind an gewohnt sind, Literatur hörend aufzunehmen. Sie sind die idealen Konsumenten für jegliche Art von vertonten Büchern.

Der Einsatz von Hörspielen im Unterricht *Deutsch als Fremdsprache* ist also nicht nur geeignet, um das Hörverstehen der Lernenden zu schulen. Das Medium an sich bietet eine ungeheure Bandbreite an Diskussionsstoff. Soll das Kassettenkinder-Phänomen Teil des Unterrichtsgesprächs sein, bietet sich natürlich die Präsentation der einschlägigen Jugendkrimiserien an, wie z. B. „Die drei ???“ oder „Fünf Freunde“, die vielen Unterrichtsteilnehmern wahrscheinlich in Buchform schon einmal begegnet sind. Ziel eines Unterrichtsgesprächs kann es sein, dass die einzelnen Teilnehmer ihre eigene Medienkultur, mit der sie aufgewachsen sind, reflektieren und in einen größeren Zusammenhang stellen. Was Mitgliedern eines bestimmten Kulturkreises oft als selbstverständlich erscheint, löst bei Mitgliedern anderer Kulturen mitunter Verwunderung aus. Wer sich als Deutschlernender mit deutschen Hörspielen – und insbesondere mit der Geschichte der Kinder- und Jugendtonträger – beschäftigt, lernt mit Sicherheit einen wichtigen und darüber hinaus sehr interessanten Teil deutscher Alltagskultur kennen.

Literaturverzeichnis

- Bastian, Annette (2003): *Das Erbe der Kassettenkinder ... ein spezialgelagerter Sonderfall*. Brühl: ecommedia.
- Hengst, Heinz (1979): *Auf Kassetten gezogen und in Scheiben gepresst. Tonkonserven und ihre Funktion im Medienalltag von Kindern*. Frankfurt/M.: Haag + Herchen.
- Kurzweil, Ray (1999): *The Age of Spiritual Machines*. London u.a.: Orion Publishing Group.
- Rogge, Jan-Uwe (1996): Hören als Erlebnis. Die Bedeutung von Hörkassetten im (Medien-)Alltag von Kindern. In: Baake, Dieter/Schill, Wolfgang (Hg.): *Kinder und Radio. Zur medienpädagogischen Theorie und Praxis der auditiven Medien*. Frankfurt/M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik.
- Miller International Schallplatten GmbH (1986): *Die Miller-Story. Das 200-Millionen-Ding. Die spannende Reise vom Konzertsaal ins Regenbogenland. Chronik eines Vierteljahrhunderts*. Quickborn: o.V.