

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

Plattformen, über die sie abrufbar sind, Eigengesetzlichkeiten jenseits des traditionellen Verlagsgeschäfts, bedingt durch Algorithmisierung und Datafizierung. Doch 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 zur Medienpraxis schlagen und hilfreich bei der Formatwahl sein können.

Januar 2025

Anke Vogel und Klaus-W. Bramann