

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Was auf die Ohren?!

Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der *Medienpädagogik*

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Was auf die Ohren?!

Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der *Medienpädagogik*

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 19
Was auf die Ohren?!
Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der Medienpädagogik
Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24 a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Dr. Friederike von Gross
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2024
Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-139-5

Sind Hörbücher für Kinder nur „Nebenbei-Medien“?

Kinder hören Hörbücher²

Der Umgang von Kindern mit Medien wird in der öffentlichen Wahrnehmung meist von Bildmedien her definiert. In den Anfängen der Medienkontakte spielt bei Kindern jedoch der Ton eine bedeutende Rolle. Hörbücher und Musik hören kommen bei den Aktivitäten des Alltags in den ersten sechs Lebensjahren zusammen genommen vor den Aktivitäten mit Bewegtbildern. Hörbuch/Podcast und Hörspielnutzung haben seit 2020 um acht Prozentpunkte zugenommen (vgl. mpfs 2021: 9 und Abb. 1). Auf diesem Hintergrund werden im Folgenden Argumente genannt, Bild- und Tonmedien in der Medienpädagogik eine gleich große Aufmerksamkeit zu schenken. Im Mittelpunkt steht dabei, wie zunächst Radiosendungen und dann vielfältige analoge sowie digitale Mediengeräte das Kinderzimmer eroberten. Ein Blick auf Werte, die in viel gehörten Hörtexten vermittelt werden, verweist auf mögliche Folgen für die politische Sozialisation von Kindern. Dieser begründet dann, warum sich GMK und Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der

GEW (AJuM) für das AKI *Audiosiegel* einsetzen, das die Nutzung von qualitativ hochwertigen Hörbüchern im Kinderzimmer propagiert.

Wer sich heute mit Hören und seiner Bedeutung für die menschliche Entwicklung befasst, wird unweigerlich über diese Aussage stolpern: „Nicht sehen können trennt von den Dingen, nicht hören können von den Menschen.“ Der Satz wird Immanuel Kant, hilfswiese der taubblinden Helen Keller zugeschrieben, obwohl es für beides keinen Beleg gibt (Not quite like Beethoven 2009). Immerhin scheint aber die Aussage nicht falsch zu sein, denn sie fasst den Tenor nahezu aller Wertungen zur Bedeutung des Hörens für die menschliche Gesellschaft gut zusammen. Hören ist weit mehr als die Wahrnehmung von Geräuschen, Tönen und gesprochener Sprache. Auditive Informationen sind für die Sprachentwicklung von grundlegender Bedeutung, da das Hören und Verstehen von gesprochener Sprache die Grundlage für die Kommunikation und das Erlernen von Wissen bildet. Das Gehör unterstützt die auditive Verarbeitung, die bei der musikalischen Entwicklung und dem Verständnis von Gerä-

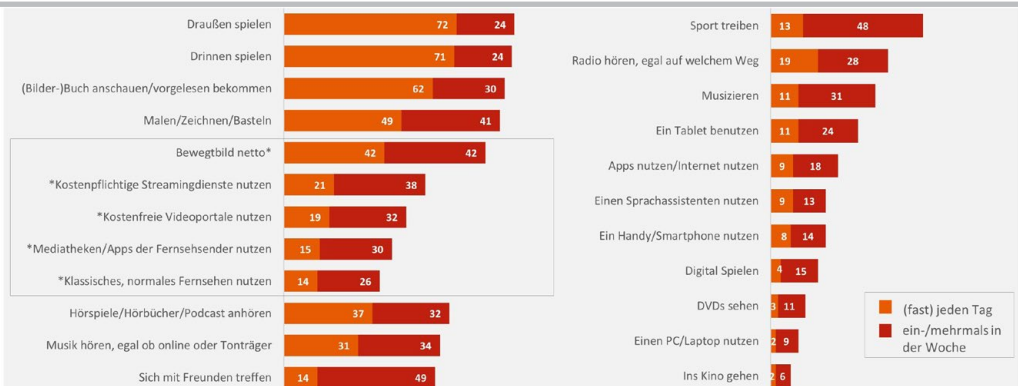


Abb. 1: Aktivitäten von Kindern im Alltag (mpfs 2024: 11)

schen und Klängen eine Rolle spielt. Die Auswahl des Hörmaterials entscheidet darüber, inwieweit sich eine Hörkultur entwickelt, die konzentriertes Zuhören fördert sowie die Fantasie der Kinder anregt. Dieses baut dann Brücken zum Lesen und zum Schrifterwerb. Folglich können Hörspiele und Hörbücher wichtige und vor allem niedrigschwellige Angebote zur Einfindung in die Gesellschaft sein, die keine Lesekompetenz erfordern. Jede*r kann sie nur mit den Ohren aufnehmen. Und sie bieten Kindern oft die erste Möglichkeit zur selbstbestimmten Mediennutzung.

Bei allen Hinweisen auf die Bedeutung von Tonquellen ist natürlich im Sinn zu halten, dass die Kommunikationsfähigkeit der Kinder von einer komplexen Wechselwirkung zwischen verschiedenen Faktoren abhängt. Zu denen gehören gleichgewichtig Sehen, aber auch – mehr oder minder stark – Einflüsse von genetischer Veranlagung, Umwelt, Bildung, sozialer Interaktion und vielem weiteren. Sie alle tragen gemeinsam zur kognitiven Entwicklung bei und es ist schwierig, eines als wichtiger als das andere zu bezeichnen.

Am Anfang war das Radio

Am Anfang frei zugänglicher Hörmedien schien es einfach gewesen zu sein, Einfluss auf die Hörkultur von Kindern zu nehmen. Als Angebot gab es ab 1924 nur Kinderfunk mit bald allem, was für Unterhaltung und Bildung notwendig war: Erzählgeschichten, Hörspielen, Liedern und Gutenacht-Angeboten. Der Radioapparat

wurde zum Mittelpunkt mancher Familie (vgl. Kasten: Kind und Radio 1950). Dass sich dadurch aber keine breite Nutzung bei Jüngeren ergab, erklärt sich aus der anfangs nicht gerade kindgemäßen Platzierung von Radioempfängern im Wohnzimmer. Das änderte sich erst nach den 50er-Jahren, als die Transistortechnik bei der Radioproduktion Einzug hielt. Nun konnten die Geräte kleiner werden. Vor allem waren sie nicht so empfindlich gegen Stöße. Daher konnten zusätzliche Radioapparate in Nebenräume wandern – auch ins Kinderzimmer. Ob dies dem Wunsch entsprach, Konflikte bei Hörgewohnheiten durch Trennung der Hörorte zu vermeiden, oder ob das beginnende Wirtschaftswunder es ermöglichte, in den 60ern leisteten sich viele Familien ein zweites oder drittes Radio. Weitere Familienmitglieder erhielten Zugang zu einem eigenen Radio, mit dem sie dann ihre eigenen Liebblingssender hören konnten. Daraus entwickelte sich eine enge Verbundenheit von Kindern zu Audioangeboten im Rundfunk.

Diese Radiozeiten sind heute vorbei, denn in den vergangenen Jahrzehnten hat sich – vor allem unter dem Einfluss privater Rundfunksender (nach 1981) – eine nahezu unübersichtliche Welt der Hörmedien entwickelt. Sie werden mit den vielfältigsten Apparaten genutzt. Vieles ist dabei im Alltag der meisten Familien schon wieder Geschichte, wie der Schallplattenspieler oder die Musikkassette, selbst wenn beide Techniken bei ambitionierten Nutzer*innen wieder auf wachsendes Interesse stoßen. Digitale Abspielgeräte wie

Kind und Radio 1950

„Das Radio hatte es mir in der Kindheit besonders angetan. Das Radio war für mich der reinste Zauberkasten. Das Radio brachte die Familie in den Nachkriegsjahren zu einer Art gemeinsamen Gehör zusammen. Vor allem in den dunklen Wintertagen rückten wir vor dem großen Blaupunkt-Gerät mit dem geheimnisvollen magischen Auge und den elfenbeinfarbenen Klaviertasten bei Schummerlicht eng zusammen und lauschten unseren Lieblingsprogrammen: Quiz-Sendungen wie ‚Mach mit‘, Kriminal-Serien wie ‚Es geschah in Berlin‘ oder ‚Paul Temple und der Fall ...‘ (unvergleichlich in der Hauptrolle René Deltgen) oder das legendäre Berliner Kalte-Krieger-Kabarett ‚Die Insulaner‘ waren unsere Programm-Renner. [...] Ein außergewöhnlicher Radio-Höhepunkt fand jedoch jeden Sonntagvormittag um 10.00 Uhr für mich statt. Dann kam die Kinderfunksendung ‚Onkel Tobias‘ (vom RIAS), die meist mit einem Kasperle-Spiel endete und die ich fast nie ausließ. [...]“ (Schill/Baacke 1996: 9f.)

MP3-Player oder Smartphone sind stattdessen heute angesagt. Zu erwarten ist weiter, dass diesen die Audio-Streamingdienste demnächst den Rang ablaufen werden. Unter der Wucht der nahezu unbegrenzten Angebotsvielfalt wunderte es nicht, dass bundesweit nahezu alle Radio-Angebote für Kinder erodierten, wie sich exemplarisch am *Ohrenbär* – einem Angebot rein für Kinder – belegen lässt. Am 1. Oktober 1987 ging *Ohrenbär* auf Sendung und brachte Hörgeschichten ins Kinderzimmer. Die Sendereihe richtet sich an Kinder zwischen vier und acht Jahren. Der RBB strahlte die Sendung bis 2020 auf einer UKW-Hörfrequenz aus. Am 3. Januar 2021 bekam *Ohrenbär* einen Sendeplatz auf rbbKultur und ist sowohl analog als auch digital zu empfangen. Der WDR beendete jedoch am 30. November 2019 die Ausstrahlung, während der NDR die Ausstrahlung am 1. Januar 2021 von einem über UKW empfangbaren Sender auf Satellitenfrequenz und DAB+ empfangbare Sender verschob. Dort allerdings konkurrierte das Angebot für Kinder mit Sondersendungen zu Debatten des Deutschen Bundestages, zu Sportereignissen und zu den Ausländerprogrammen, was es mehr oder minder verschwinden ließ. Zurecht titelt zu dieser Entwicklung das Hamburger Abendblatt „Kinder-Funk hat keine Lobby“ (Reckziegel 2020).

Es ist weiter recht treffend, wenn manche der verbliebenen Sendungen für Kinder im öffentlich-rechtlichen Angebot unter dem Titel „Lauschinseln“ laufen (vgl. Abb. 2). Schließlich ist es heute häufig zufällig, welches Kind welche „Insel“ ansteuern kann. Vieles läuft parallel zu Kindergarten und Schule oder es wird vom Umfang her gekürzt. So wird es im SWR keinen einstündigen Kinderfunk am Samstag mehr geben, sondern nur noch 20 Minuten. Der SWR nahm für Kinderangebote den Alltag aus dem Sendeschema und reservierte außergewöhnliche Sendeplätze, wie „Feiertage von 14.05 bis 15 Uhr“ (Reiter 2013).

Die Veränderungen laufen allerdings parallel zur Erweiterung des digitalen Angebots. Und Podcasts, abgelegt in den ARD-Mediatheken, sollen helfen, das Programm in den



Abb. 2: hr2-Kultur: Lauschinsel-Geschichten

familiären Tagesablauf zu integrieren. Dadurch übernehmen Online-Angebote für Kinder mehr und mehr die Aufgabe des „Kinderfunks“ – allerdings mit immerwährenden Öffnungszeiten. Ergänzungen erfährt das Angebot durch kommerzielle Streaming-Plattformen wie Audible oder Spotify. Das verändert die Zugangsmodalitäten zu Hörtexten komplett. „Hören“ für Kinder, selbst des typischen Hörfunk-Angebots, hat heute den Bezug zu festen Sendezeiten nahezu verloren. Entscheidend ist die jeweilige Alltagssituation, in der ein konkretes Medienerlebnis eingebunden wird. Für Hörbücher gilt, dass ihr Erlebnis auf jeden Fall zum Schlafengehen passt. Jeweils 16 Prozent aller Kinder und Jugendlichen von 6 bis 13 Jahren sind hier dabei – je jünger, desto mehr. Zwischen Mädchen und Jungen bestehen insgesamt keine großen Unterschiede (vgl. mpfs 2023: 18). Kindliche Hörer*innen werden dabei zu Medienkonsument*innen, die sich aus den diversen Angeboten das für sie gerade aktuell passende zusammensuchen müssen. Aber können sie das auch?

Eltern prägen die Nutzung

Selbst wer im Kinderzimmer noch die angestaubten Abspielgeräte CD- oder MP3-Player bereitstellt, wird beobachten, dass deren

Bedienung kein unüberwindliches Hindernis für den selbstständigen Gebrauch junger Nutzer*innen darstellt. Noch weniger Eingewöhnungszeit benötigen Kinderhörspielboxen³ wie *Toniebox* oder *hörbert*. Die inhaltlichen Auswahlmöglichkeiten für die Kinder sind dabei allerdings begrenzt, weil meistens eine Kaufentscheidung (bei der *Toniebox*) oder Bespielen einer SD-Karte (bei *hörbert*) notwendig ist. Erziehungsberechtigte müssen folglich kaum fürchten, die Hoheit über die Inhalte im Kinderzimmer zu verlieren. Das kann sich aber schnell ändern, wenn weiter zutrifft, was nach Angaben von Audible zu beobachten ist:

„Neben dem Alter haben auch die Hörgewohnheiten der Eltern Einfluss auf den regelmäßigen Hörbuchkonsum des Nachwuchses: Kinder von Eltern, die selbst mindestens einmal pro Woche Hörbüchern oder Hörspielen für Erwachsene lauschen, hören sogar in 88 Prozent der Fälle mindestens einmal die Woche, ein Drittel von ihnen sogar täglich.“ (Audible 2016)

Was Eltern vorleben, kann von den Kindern also bald reklamiert werden. Das war schon immer so. Es erhält durch eine neue Technologie jedoch zusätzliche Impulse. Über

ein Viertel der Bevölkerung in Deutschland (19,2 Mio.) hat mittlerweile Zugang zu mindestens einem Smart Speaker⁴ – das bedeutet ein Plus um 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Mit Blick auf den jeweiligen Gebrauch zeigt sich über alle Medienangebote hinweg ein monatlicher Nutzer*innen-Anteil via Smart Speaker von über 80 Prozent. Ein- bis mehrmals in der Woche sind so knapp 60 Prozent medienaktiv (vgl. mindline Media 2023: 92, 99). Gestützt auf drei weitere Beobachtungen lassen sich bemerkenswerte Weiterungen vermuten:

„Insgesamt zeigt die KIM-Studie 2022, dass immer mehr Kinder Medien selbstständig und ohne Begleitung von Erwachsenen nutzen. Vor allem digitale Spiele und das Internet werden vermehrt alleine verwendet. Gleichzeitig setzen Eltern wenig technische Hilfsmittel ein, um Kinder vor ungeeigneten Inhalten zu schützen.“ (mpfs 2023: 86)

Bei den Jüngsten ist es kaum anders, wobei Hörbücher, Hörspiele und Podcasts eine bemerkenswerte Besonderheit aufweisen. Viele (41%) nutzen das Angebot eher allein (vgl. Abb. 3). 77 Prozent der Eltern erklären zudem, „dass man

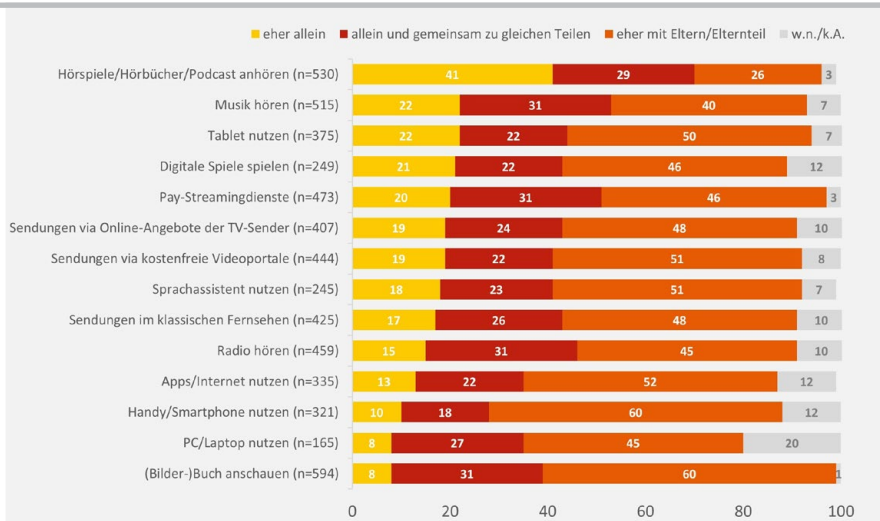


Abb. 3: Mediennutzung 2023: Macht das Kind ... (mpfs 2024: 18)

sein Kind [mit Anhören von Hörbüchern] so gut beschäftigen kann und drei von vier Eltern bestätigen, dass die Kinder sich beim Hören beruhigen (74%)“ (vgl. Audible 2016). Diese gemeinsame Sympathie von Kindern und Eltern den Hörbüchern gegenüber kann dazu führen, dass wenig auf Inhalte und Qualitäten geachtet wird. Und die Gefahr wächst, dass nicht altersgerechte Angebote mit kritikwürdigen Inhalten sowie wenig mediengerechter Inszenierung auf den Abspielgeräten landen. Schließlich steht am Beginn der Nutzung kaum mehr eine elterliche Kaufentscheidung.

„Der Umsatzanteil der CDs [...] in Deutschland [im 1. Halbjahr 2023 ist] erstmalig unter die 10-Prozent-Marke gerutscht, während Downloads mit knapp über 51 Prozent nach wie vor den mit Abstand größten Anteil am Hörbuchmarkt besitzen. Am stärksten wächst der Anteil des Streamings, das mittlerweile 39 Prozent des gesamten Umsatzes ausmacht.“ (Börsenblatt 2023a)

Hörbücher und andere Medien werden daher durch Kinder in Zukunft immer mehr ohne elterlichen Filter genutzt werden. Auf die Verantwortung von Kindern zu setzen, würde deren Entscheidungskompetenzen aber überfordern, zumal sie ganz spezifische Vorlieben haben.

Kinder hören konservativ

28 Prozent der Kinder geben an, mindestens wöchentlich Hörspiele/Hörbücher zu nutzen, acht Prozent hören regelmäßig Podcasts. Bei der Frage nach ihren Lieblingshörbüchern/-spielen werden insgesamt 61 verschiedene Titel genannt. Hier zeigt sich aber in den letzten Jahren eine Kontinuität. So führen *Die drei ???*, *Bibi und Tina*, *TKKG* und *Bibi Blocksberg* die Liste an. Auch *Harry Potter*, *Fünf Freunde*, *Benjamin Blümchen* und *Die Schule der magischen Tiere* sind als Audioangebote bei den Kindern beliebt (vgl. mpfs 2023: 24).

Selbst wer seine Hörbücher per digitalem Anbieter abrufen, findet diese Vorlieben wieder. So bietet der Algorithmus bei Spotify, mit dem Stichwort „Kinderhörspiel“ Ende 2023 gefüt-

tert unter der Rubrik „Künstler“, ganz oben *Bibi Blocksberg* Folge 137 aus dem Jahr 2021 an und *Benjamin Blümchen* aus dem Jahr 1995 knapp dahinter (vgl. Abb. 4). Nach ca. 30 Minuten Hören von *Benjamin Blümchen* hat die KI umsortiert und diesen Titel auf Platz 3 gesetzt. Eine Stunde später, nach Neuansmeldung, wurde *Benjamin Blümchen* gleich in die Merkliste integriert. Beide Angebote erhalten somit weiter große Aufmerksamkeit – nur eben auf Spotify statt auf Kassette. Und es sind nur bedingt die Vorlieben von jungen Nutzer*innen, die auswählen, was gefällt bzw. gefallen soll. Es ist der Algorithmus, der bei Spotify neue Playlisten für die jungen Hörer*innen anregt und so althergebrachte Inhalte transportiert.

Innovationen werden dabei von den Algorithmen kaum in den Vordergrund geschoben, obwohl sie dringend notwendig wären. Denn was Serien wie *Benjamin Blümchen* auch bei aktuellen Produktionen anzubieten haben, ist zumindest diskussionswürdig. So trägt die Darstellung politischer Handlungsträger in Neustadt, dem üblichen Handlungsort der Elefanten-Geschichten, wenig dazu bei, Verständnis für Mechanismen einer pluralistischen Demokratie zu wecken. Der anonym gehaltene Bürgermeister reagiert nur bei Wahlkampf und mit Eigeninteresse (vgl. z.B. Folge 80 „Die neue Zooheizung“, Kapitel 18) und vermittelt so das Zerrbild eines bürgerfernen Politikers.

Die Häufigkeit, mit der bei *TKKG* ein Verdacht auf Ausländer fällt, lässt zudem nicht erwarten, dass die Handlungen Verständnis für alle gesellschaftlichen Gruppen vermitteln. *Bibi Blocksberg*, die pfiffige kleine Hexe, lebt in einer Familie, in der „Mutter Barbara ... überwiegend Hausfrau [ist]. [...] Vater Bernhard sorgt für den finanziellen Unterhalt der Familie und möchte ein möglichst ‚normales‘ Leben führen. Die Nachbarn sollen nicht über die Familie reden. So werden Bibi und Barbara ständig normalisiert, anstatt auf ihre Einzigartigkeit und Macht stolz zu sein“ (Hille/Venus 2018). Die Chancen, wie bei *Pipi Langstrumpf* ein modernes Rollenbild zu vermitteln, werden vertan.

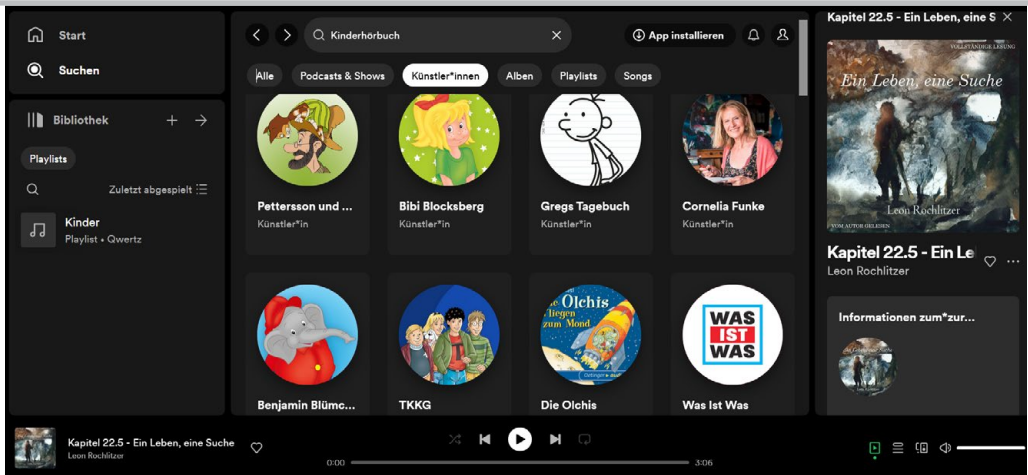


Abb. 4: Spotify Vorschau kostenloses Benutzerkonto [Stand 31.12.2023]

Bei den *Drei !!!* - dem weiblichen Pendant der *Drei ???* – kann unter dem Blickwinkel emanzipativer Erziehung auch nicht nachvollzogen werden, warum diese Mädchen-Clique in Handlungsräumen agiert, die sich deutlich von denen der Jungs unterscheiden. *Die Drei !!!* erleben z.B. in den aktuell letzten Titeln „Gefahr im Fitnessstudio“ oder „Duell der Topmodels“. Die Jungs agieren stattdessen auf der „Yacht des Verrats“ und bei den „Gesetzlosen“. Folglich werden ähnliche Rollenklischees bedient wie in den 70er-Jahren. Und es geht weiter um ganz unangemessene Verhaltensweisen: Wer bei Hörbüchern dieser Art genau hinhört, wird feststellen, dass die erheiternden Passagen häufig auf Schadenfreude aufbauen. So sind die kindischen Ideen im viel gehörten *Gregs Tagebuch* von Mobbing kaum abzugrenzen. Sein Opfer ist meist der etwas unbedarfte Rupert, der belogen, ausgenutzt und vorgeführt wird.

Über die Folgen dieser wenig modernen Gesellschaftsbilder und den heute als unangemessen geltenden Verhaltensweisen in von Kindern präferierten Hörbüchern lässt sich trefflich streiten, denn die Individuen der Zielgruppe reagieren unterschiedlich. Bei *Gregs Tagebuch* gilt zudem, dass er eines der besten Mittel ist, lesefaule Kinder ans (Hör-) Buch zu bekommen. Hinzukommt noch, dass

viele Situationen, in denen Hörbücher im Kinderzimmer konsumiert werden, dadurch gekennzeichnet sind, dass Medien als akustisches Hintergrundrauschen ablaufen. Die Hauptaufmerksamkeit gilt dann dem Spiel und nicht dem Ton. Medien, die so gehört werden, lassen sich schon als „Nebenbei-Medium“ kategorisieren (BZgA 2020). Es ist schwierig zu sagen, ob Kinder die vorbeirauschenden Inhalte überhaupt verinnerlichen. Mit Blick auf die Entwicklung demokratischen Bewusstseins sollte man aber den Einfluss der Dauerschleife nicht außer Acht lassen, die Hörangebote wie *Benjamin Blümchen*, *Bibi Blocksberg* oder *TKKG* vermitteln. Es sind dabei nicht unbedingt die Themen, die aufgegriffen werden. Umwelt und Nachhaltigkeit werden heute nahezu regelmäßig thematisiert. Bedenkenswert ist jedoch, dass die jeweilige Zielgruppe mit Lösungsmodellen konfrontiert wird, die heute zumindest einer Differenzierung bedürfen. Und das sollten Medienpädagog*innen zum Anlass nehmen, dagegen zu wirken.

Hörbuch-Innovation fördern – Qualität hervorheben

Alternativen selbst zu suchen, setzt Beharrlichkeit voraus, die man von Kindern nicht erwarten darf. Zudem braucht es ein gewisses

Maß an Souveränität, um sich über die Autorität von algorithmus-bestimmten Playlisten hinweg zu setzen. Dies gilt umso mehr, als natürlich auch Kinder für sich beanspruchen dürfen, nur unterhalten zu werden. Dem steht aber nicht entgegen, dass die Medienpädagogik sich bemüht, Veränderungen anzustoßen. Dazu muss das neue Angebot jedoch das vorhandene an Attraktivität deutlich überragen. Und hier kommen Empfehlungslisten ins Spiel, die gezielt Hörtexte benennen, die nach transparenten Kriterien ausgewählt werden, die inhaltliche Qualität versprechen und die medienadäquat umgesetzt sind.

Im Netz dominieren dafür meist „Empfehlungslisten“ von Zeitschriften, Tageszeitungen und Beratungswebseiten. Selten sind die konkreten Auswahlkriterien bekannt. In der Regel laufen sie unter dem Label „die Redaktion empfiehlt“. Unter denen, für die das Auswahlverfahren offengelegt wurde, ist z.B. der jährliche *Deutsche Hörbuchpreis* mit seiner Kategorie „Kinderhörspiel“. Die ARD hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit der Benennung „Bestes Kinderhörbuch“ „einerseits die Vielfalt des aktuellen Hörbuchmarktes abzubilden, andererseits durch die Auszeichnung von Produktionen einen Qualitätsstandard zu sichern. Der Preis dient Handel und Hörer*innen zur besseren Auswahl und Orientierung, was unter der Fülle der Publikationen als gutes Hörbuch gelten kann. Für Hörbuchproduzenten definiert der Preis Qualitätskriterien, welche die Produktion aus der Masse heben können“ (Deutscher Hörbuchpreis e.V. 2023). Das „Hörbuch des Monats“ der Deutschen Akademie für Kinder- und Jugendliteratur zeichnet mit einer unabhängigen Fachjury monatlich ein Kinder- bzw. Jugendhörbuch der aktuellen Verlagsproduktionen aus. Einmal im Monat geben das Börsenblatt und der Hessische Rundfunk die hr2-Hörbuchbestenliste heraus, die auch einen Vorschlag zu Kinderhörbuch enthält. 21 Juroren wählen dafür die Titel aus. Die Bestenliste soll helfen, sich auf dem unübersichtlichen Markt der Hörbücher zurechtzufinden. Ebenfalls monatlich

benennt das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) in Kooperation mit der Stiftung Zuhören ein „Hörmedium des Monats“. Die jeweiligen Titel bestimmt das IfaK-Team Hörmedien auf Basis didaktischer Kriterien.

Die Antwort der GMK auf die Notwendigkeit, für bessere Marktübersicht mit Blick auf Qualität im Bereich Kinderhörbuch zu sorgen, hieß zunächst *Auditorix Hörbuchsiegel* und wandelt sich heute in Mitwirkung beim *AKI Audiosiegel*. In Kooperation mit der Stiftung Hören startete das Projekt 2009, um gezielt auf qualitätsvolle Kinderhörbücher aus laufenden Verlagsprogrammen hinzuweisen. Nach Rückzug der finanziellen Unterstützer 2021 konnte die unabhängige Jury im Rahmen der Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der GEW (AJuM) die Bewertungsarbeit fortsetzen. GMK und AJuM haben mit dem *AKI Audiosiegel* eine Auszeichnung für herausragende deutschsprachige Hörbuch-Produktionen für Kinder im Alter von drei bis 14 Jahren geschaffen. Diese dient der transparenten Qualitätskennzeichnung für die Auswahl der Kinderhörmedien durch Eltern, Pädagog*innen und durch Kinder selbst. Gesiegelt werden jährlich ca. 20 empfehlenswerte Produktionen, die neugierig machen, thematische und ästhetische Vielfalt zeigen und zum „Immer-wieder-Hören“ einladen. Auf der Buchmesse in Leipzig konnten 2023 aus knapp 80 Einsendungen der Verlage 18 Siegelträger benannt werden (vgl. Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der GEW 2023: 2). Und im März 2024 wurden 16 Produktionen des deutschen Hörbuchmarktes mit dem *AKI Audiosiegel* 2024 für Kinderhörbücher ausgezeichnet (vgl. GMK 2024).

Die Jury zeichnet Hörspiele, Lesungen und Features für Kinder im Alter von drei bis 14 Jahren aus,

- die zum aufmerksamen, entdeckenden Hören einladen,
- die sorgfältig inszeniert sind,
- deren Sprache einfallsreich ist,
- deren Klangästhetik überzeugt,



- die herausragende und vielschichtige Geschichten erzählen,
- deren Figuren glaubhaft und entwicklungs-fähig sind,
- die sachkompetent und korrekt informieren,
- die der Vorstellungskraft Raum geben,
- in denen Kinder ernst genommen werden und sich wiederfinden,
- die das Selbstvertrauen und die Persönlichkeit stärken,
- die besondere Perspektiven auf die Welt eröffnen.

Vom Nutzen aktiver und kritik-fördernder Hörmedienarbeit – Herausforderungen bleiben

Die Nutzung qualitätvoller Hörbücher im Kinderzimmer sowie die medienkritische Reaktion auf Strukturen des Anbietens bleiben Herausforderungen der Medienpädagogik. Hinweise darauf, wie der Markt transparent gemacht werden kann, werden kaum ausreichen. Es gilt, auch die (Groß-)Eltern mitzunehmen, um den Kreislauf tradierter Hörbücher und deren nicht mehr zeitgemäße Inhalte im Kinderzimmer zu bremsen. Mit Blick auf den Einfluss von Audiotexten auf kindliche Lese- und Schreibkompetenzen gilt es, die Bemühungen zu intensivieren, eine Hörkultur zu fördern, die auf einer kompetenten Nutzung beruht. Dazu ist notwendig, Medienpädagog*innen davon zu überzeugen, dass aktive Medienarbeit im Audio-Bereich wirkungsgleiche Anregungen zu einem kritischen Umgang mit Medien ermöglicht. Entsprechende Aktivitäten knüpfen

zudem direkt an der Lebenswelt der Kinder an. Ziel aller Aktivitäten muss es sein, mit Mitteln der unterstützenden und der aktiven Medienpädagogik zu einer demokratischen Hörkultur für Kinder beizutragen.

Weiter gilt es, Entwicklungen im Auge zu behalten, die sich dadurch ergeben, dass bei Hörbüchern mehr und mehr Techniken der KI bei der Produktion eingesetzt werden. Ein kritischer Blick auf sie darf die Möglichkeiten, die geboten werden, nicht verteufeln. Denn sie bieten für aktive Medienarbeit Chancen, wenn man sie transparent einsetzen kann. Mit einer neuen Software will z.B. das Unternehmen Tonia ChatGPT in sein Angebot integrieren, um darüber selbst erstellte Geschichten auf die Toniebox zu bringen. Der Fantasie der Nutzer*innen sind dabei keine Grenzen gesetzt, um Geschichten zu erfinden und im Kinderzimmer bereitzustellen. Im konkreten Fall erstellt der KI-basierte Generator mit den eingegebenen Stichworten ein Skript, das Eltern entweder selbst mit ihrer eigenen Stimme aufnehmen oder mithilfe der Text-to-Speech-Technologie in eine Audiodatei umwandeln können. Diese kann einem Kreativ-Tonie zugewiesen werden (vgl. Börsenblatt 2023b).

Bisher nur für den englischen Sprachraum verfügbar, aber von ähnlichen Versuchen deutscher Produzenten begleitet, startet Apple sein digitales Projekt zur Erstellung von Hörbüchern mit der Hilfe von KI (vgl. Digital narration technology 2024). Dabei ist nicht die Postproduktion im Blick, sondern das, was das Hörbuch eigentlich zum schöpferischen Werk machen kann. Die Stimmen von Sprecher*innen fügen schließlich dem Text mit inhaltsgeprägter Betonung und Stimmfärbung sowie durch adressatenbezogenes Tempo eine Qualität an, die für dessen Wirkung wichtig ist. Beim Apple-Projekt tragen dagegen die KI-generierten Stimmen von *Madison* und *Jackson* Hörbücher des Genres „Fiction & Romance“ vor. *Helena* und *Mitchell* sind jeweils optimiert für „Nonfiction & Self-Development“. Die damit eingelesenen Hörbücher gibt es dann exklusiv im Apple-Angebot. Statt des Namens von Sprecher*innen steht dort „Von Apple Books vorgelesen“. Im-

merhin legt Apple so offen, dass solche Audio-Produkte nicht mehr die ganze Bandbreite der menschlichen Stimme nutzen werden, sondern nur noch das, was technisch realisiert werden kann. Die menschliche Erzählerstimme als wichtiger künstlerischer Teil eines Hörbuches spielt aber keine Rolle mehr. Daher muss eine deutlich zu erkennende Kennzeichnung Pflicht werden. Zu hoffen ist dann, dass ein Label, das die im Kinderhörbuch zu hörenden Stimmen als die von echten Menschen bescheinigt, bei Eltern die gleiche Wirkung zeigt wie das Label „ohne Gentechnik“ bei kritischen Käufer*innen.

Autor

Wolfgang Anritter: War Lehrer in Baden-Württemberg, Referent im Landesmedienzentrum Baden-Württemberg und Leiter des Medienzentrums Pforzheim-Enzkreis; engagiert sich heute in der GMK und Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der GEW (AJuM) als Vorsitzender der ehrenamtlichen Jury zum AKI Audiosiegel, einer jährlichen Auszeichnung bemerkenswerter Hörtexte für Kinder.

Anmerkungen

- 1 Unter Mitarbeit von Dr. Wolfgang Schill
- 2 „Hörbuch“ bezeichnet eigenständige Veröffentlichungen auf Tonträgern oder mit Tondateien. Der Begriff ist nicht auf Lesungen beschränkt, sondern umfasst zudem Hörspiele, Features bzw. Audioguides.
- 3 Kindermusik- bzw. Kinderhörbuchspieler, der Inhalte über mobile Speicher (Spielfiguren, SD, Stick) oder Stream oder per Download oder einer Kombination der Möglichkeiten nutzt und dessen leichte Bedienbarkeit auf die Zielgruppe Kinder ausgerichtet ist.
- 4 Mit dem Internet verbundene Aktivbox, die Audiosignale verarbeitet. Sie ermöglicht via Spracherkennung neben der Wiedergabe die Auswahl von Tondateien in verbundenen Netzen. Viele Smart Speaker erlauben die Steuerung von funksteuerbaren Hausgeräten (smart home).

Literatur

- Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der GEW (2023) (Hrsg.): Ausgezeichnet zum Hören für Kinder und Jugendliche – Das AKI Audiosiegel 2023. Abrufbar unter: www.gew.de/index.php?elD=dumpFile&t=f&f=133228&token=db5f45f9118d40983fe9bc0101063f540fe427d3&sdownload=&n=202304-AJuM-Aki-2023Flyer.pdf [Stand: 04.01.2024].
- Audible (2016): Hörbücher und Hörspiele liegen bei Kindern hoch im Kurs. Abrufbar unter: www.buchreport.de/news/hoerbuecher-und-hoerspiele-liegen-bei-kindern-hoch-im-kurs [Stand: 19.12.2023].
- Börsenblatt (2023a) (Hrsg.): Hörbuch-Streaming wächst am stärksten. Abrufbar unter: www.boersenblatt.net/news/hoerbuch-streaming-waechst-am-staerksten-305601 [Stand: 03.01.2024].
- Börsenblatt (2023b) (Hrsg.): Tonies testet ChatGPT im Digitalangebot. Abrufbar unter: www.boersenblatt.net/news/verlage-news/tonies-testet-chatgpt-im-digitalangebot-286343 [Stand: 04.01.2024].
- BZgA (2020) (Hrsg.): „Film im Kopf“: Hörmedien für Kinder. Abrufbar unter: www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/medienarten/hoermedien/ [Stand: 31.12.2023].
- Deutscher Hörbuchpreis e.V. (2023) (Hrsg.): Allgemeine Informationen zum Preis. Abrufbar unter: www.deutscher-hoerbuchpreis.de/der-preis/allgemeines [Stand: 04.01.2024].
- Digital narration technology (2024): Abrufbar unter: <https://authors.apple.com/support/4519-digital-narration-audiobooks> [Stand: 05.06.2024].
- Gerstung, H. (2016): Aktuelle Zahlen zum Hörbuch- und Hörspielkonsum in deutschen Kinderzimmern. Abrufbar unter: www.audible.de/magazin/warum-kinder-hoerbuecher-nutzen-sollten [Stand: 27.12.2023].
- GMK – Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (2024): AKI – das Audiosiegel von AJuM und GMK 2024. Abrufbar unter: www.gmk-net.de/2024/03/01/aki-das-audiosiegel-2024/ [Stand: 13.06.2024].
- Hille, T./Venus, V. (2018): Kindheitshelden: Warum Serien und Hörspiele uns politisch beeinflussen.

- Abrufbar unter: <https://ypolitik.de/podcast/politik-rollenbilder-kinderserien-hoerspiele/> [Stand: 31.12.2023].
- mindline Media (2023) (Hrsg.): Online-Audio-Monitor 2023. Abrufbar unter: www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM_2023.pdf [Stand: 22.12.2023].
- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2024) (Hrsg.): miniKIM-Studie 2020. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland. Abrufbar unter: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2023/lfk_miniKIM_2020_211020_WEB_barrierefrei.pdf [Stand: 29.12.2023].
- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2023) (Hrsg.): KIM-Studie 2022. Kindheit, Internet, Medien. Abrufbar unter: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2023/miniKIM2023_web.pdf [Stand: 05.06.2024].
- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2021) (Hrsg.): miniKIM-Studie 2020. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland. Abrufbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2020/lfk_miniKIM_2020_211020_WEB_barrierefrei.pdf [Stand: 29.12.2023].
- Not quite like Beethoven – Ein Blog über Unhörbares, Unerhörtes und Nichtgehörtes (2009): Kant, nicht Keller. Oder? DOI: <https://notquitelikebeethoven.wordpress.com/2009/11/19/kant-nicht-keller-oder/> [Stand: 22.10.2023].
- Reckziegel, S. (2020): Ohrenbär und Co.: Sendeschluss für das NDR-Kinderradio. Abrufbar unter: www.abendblatt.de/kultur-live/tv-und-medien/article/229298480/NDR-Info-Live-Podcast-Ohrenbaer-Mediathek-Mikado-Kinder-Radio-Kuerzungen.html [Stand: 23.12.2023].
- Reiter, M. (2013): Interview mit SWR-2-Programmmchef. Abrufbar unter: www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.interview-mit-swr-2-programmchef-bach-spielt-in-einer-liga-mit-den-stones.baf64d7c-06e8-48ab-9890-b3b7ab5f13ce.html [Stand: 23.12.2023].
- Schill, Wolfgang/Baacke, Dieter (1996): Kinder und Radio. Zur medienpädagogischen Theorie und Praxis der auditiven Medien. Frankfurt a.M.: GEP Buch.
- Statista Research Department (2023): Umfrage zur Häufigkeit der Nutzung von Audiomedien durch Kleinkinder 2020. Abrufbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1299712/umfrage/haeufigkeit-der-nutzung-von-audiomedien-durch-kleinkinder/#statisticContainer> [Stand: 27.12.2023].
- Strohmeier, G. (2005): Politik bei Benjamin Blümchen und Bibi Blocksberg. Abrufbar unter: www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/28782/politik-bei-benjamin-bluemchen-und-bibi-blocksberg/ [Stand: 04.01.2024].

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Der Name des Urhebers soll bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>.

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.