

Interview mit Gerhard Bogner (Bayerischer Rundfunk)

1. Welche Vorläufer gab es, an die Sie beim BR bei der Einführung des Autofahrer-Services auf Bayern 3 anknüpfen konnten?

Mit seinem unübertrefflichen Gespür für die Hörschaft hatte der Moderator des Bayerischen Rundfunks Fritz Benschner schon um 1950 eine Sendung für die frühen Abende des Sonntags erfunden, mit der er durch populäre Musik und Informationen für Verkehrsteilnehmer unterhalten wollte. Der zunehmende Straßenverkehr am Ende des Wochenendes gab ihm die Idee des ‚Garagenhupferls‘ als Parallele zum beliebten ‚Betthupferl‘ für Kinder. Ab Juni 1955 erhielt die ganze Sendung den Titel ‚Nimm's Gas weg‘ und die Information für Verkehrsteilnehmer bot auch denen Unterhaltung, die nicht auf einer verstopften Straße standen.

Das Gedränge auf den Straßen nahm seit Mitte der 1960er Jahre auch an Werktagen durch immer mehr Fahrzeuge der Privatfahrten und des Güterverkehrs sprunghaft zu. Das Wort ‚Verkehr‘ machte Karriere. War das Fahren bis dahin eine individuelle Angelegenheit, so wurde daraus eine kollektive mit dem Problem der Kommunikation. Der Österreichische Rundfunk erfand mit seinem Programm ‚Ö3‘ einen neuen Radiostil, der diesem öffentlichen Problem auf begeisternde Weise nachkam.

Die Öffentlichkeit, Hörer, Automobilverbände, Rettungsdienste, bayerische Behörden und die Bundesregierung forderten die Aktivität des Rundfunks, der sich, seinem Wesen und Auftrag entsprechend, für eine Hilfe besonders gut eignete. Die Bundesregierung erwog, mit den an den Autobahnen eingerichteten nicht-öffentlichen Sendernetzen selbst an das Werk zu gehen, doch widersprach dies der verfassungsmäßigen Zuständigkeit der Bundesländer für den Rundfunk im Gegensatz zum Richtfunk.

2. Wie kam es zur Entstehung des Autofahrer-Services auf Bayern 3 seit 1971?

Der Bayerische Rundfunk erhielt 1970 durch die Zuordnung neuer UKW-Frequenzen die überraschende Möglichkeit eines 3. Hörfunkprogramms. Die Abteilung ‚Leichte Musik‘ und das Schallarchiv verfügten über genügend Material und benötigten nur mehr Mitarbeiter. Die Bayernabteilung und die Unterhaltung hatten sich in Verkehrsdurchsagen geübt und wollten für den laufenden Betrieb eine im Sendekomplex angesiedelte Redaktion schaffen. Einige technische Einrichtungen wie Telefone zur Polizei,

Fernschreiber zum ADAC und interne Schaltungen waren leicht zu beschaffen. Die Abteilung ‚Sendung‘ mit der Programmzentrale, das Schallarchiv und die Honorarabteilung mußten ihre Kapazitäten erweitern. Als Walter von Cube dann seine Bedenken gegen die musikalische Berieselung durch einen ‚Musikteppich‘ umständehalber preisgab, war der Weg frei. So entstand ‚B 3 – Das Serviceprogramm des Bayerischen Rundfunks‘ mit leichter Musik, Kurznachrichten und Verkehrsdurchsagen bis 19:00 Uhr. Es war eine neue Form der Wiedergabe von Ereignissen gemäß der kurzen Definition ‚Nachrichten sind dazu da, um sich danach zu richten.‘ Die Nachrichtenabteilung blieb beim klassischen Verständnis objektivierter Information und so entstand die Verkehrsinformation als Dienstleistung für ganz Bayern bei der Hauptabteilung Bayern unter Joseph Othmar Zöller.

3. Wie funktionierte anfangs die praktische Zusammenarbeit mit der Polizei?

Als Verkehrsinformation konnte den Hörern nur mitgeteilt werden, was der Verkehrsredaktion mitgeteilt worden war und das hing davon ab, was die Polizei erfahren hatte. Diese Zusammenarbeit zwischen dem Rundfunk, dem Staatsorgan Polizei und den anderen Partnern war neu und entwickelte sich nur langsam. Durchsagen auf Grund von Höreranrufen oder eigenen Beobachtungen wie gelegentlich aus Sportflugzeugen wurden mit Rücksicht auf die Polizeihoheit vermieden. Geklärt werden mussten die Definition bestimmter Begriffe, der verbindliche Wortlaut, die Namen der Straßen, die Sicherheit und Dauer der einzelnen Information und die Kompetenz. Man durfte nicht versäumen, einmal bekannte Verkehrsbehinderungen rechtzeitig zu widerrufen.

Welche Umwälzung die Verkehrsinformation bedeutete, kam einmal spontan zum Vorschein, als der junge Moderator Thomas Gottschalk am Mikrophon von ‚Bayern 3‘ unterbrochen wurde, um pflichtgemäß eine Verkehrsdurchsage zu machen, aber spontan ausrief: ‚Wir sind doch nicht die Erfüllungsgehilfen der Polizei.‘ Das führte zu einer Demarge des bayerischen Innenministers Günther Beckstein, die nur durch den Scherz entkräftet werden konnte, wir hätten eben Gott bei uns und Gottschalk im Nacken.

4. Wie sehen Sie das Verhältnis von Rundfunk und Verkehrsinformation?

Angesichts des stark gewachsenen Verkehrs sah sich das Radio in den 1970er Jahren mit dem grundlegenden Wunsch der (mobilen) Hörer nach Verkehrsinformationen konfrontiert. 1975 beantworteten 25 Rundfunkanstalten aus 19 europäischen Ländern einen von der Europäischen Rundfunkunion verschickten Fragebogen, in dem sie gefragt wurden,

welche Absicht sie mit ihren Programmen für Autofahrer verfolgen, ob sie ‚einem gemeinsamen Zweck dienen‘, ‚Unfälle verhindern‘, ‚über die Verkehrslage und das Wetter informieren‘, ‚besondere Vorkehrungen ankündigen‘ und so weiter. Zur Anforderung an die Rundfunkanstalten wurde es in dieser Zeit in ganz Europa, in kürzester Zeit mit möglichst konkreten Informationen und leicht verständlichen Ansagen auf Sendung zu gehen, die in vielen Fällen halfen, Zeit, Geld und Energie zu sparen oder sogar Leib und Leben zu retten, ganz zu schweigen von der Reduzierung der notwendigen Polizeieinsätze bei kritischen Straßenverhältnissen. Die Verantwortlichen dachten nicht mehr traditionell vom Studiopult aus in Richtung Publikum, sondern ihre Vorstellungskraft führte sie vom fahrenden Auto zurück zu ihrer Position vor dem Mikrofon. Sie versuchten immer ‚zwei Minuten voraus‘ zu denken, während ihr Ehrgeiz darin bestand, ‚nie mehr als zwei Minuten hinter der Katastrophe zu sein‘. Eine wohl formulierte und wohl modulierte Sprache, eine sorgfältig ausgewählte melodiose Musik, die Sorge um den Geist einer Sendung, die Tradition oder das Prestige und das Image des Senders – all dies wurde nun auf den zweiten Platz nach dem ersten Eindruck reduziert: Service, Service und nichts anderes.

5. Wie würden Sie die Autofahrer-Programme der 1970er Jahre charakterisieren?

Programme für Autofahrer, wie sie in den 1970er Jahren bekannt waren, ließen sich wie folgt beschreiben: Erstens, sie beruhten auf der Allgegenwart von Funkübertragungen, die von jedem in jeder Situation mit einem normalen Empfänger empfangen werden können. Im Grunde brauchten sie weder eine Steckdose noch einen besonders guten Lautsprecher oder einen festen Platz. Zweitens, sie werden von einem fluiden, mobilen Publikum gehört, das heißt nicht nur von Personen, die aktiv an der Massenbewegung auf den Straßen teilnahmen, sondern auch von denen, die gerade eine aktive Teilnahme beendet hatten oder gerade dabei waren, dies zu tun und von denen, die nur zuhören wollten. Diese Sendungen hatten etwas Spannendes und Reales an sich, denn wenn man den Informationen der Autofahrer lauscht, kann man seine Phantasie spielen lassen und sich vorstellen, was passieren würde, wenn man in diesem Moment auf dieser oder jener Straße wäre, während man zu Hause eine Tasse Kaffee trinkt. Und es gab auch eine beträchtliche Anzahl von Leuten, die nur die Musik hören wollten. Drittens, vereinten diese Programme die Zuhörer und die Redakteure und Mitarbeiter der Radiosender mit anderen Institutionen und Organisationen, wie der Polizei oder den Automobilverbänden und indirekt auch mit Regierungen und der Industrie. Das Radio war das Zentrum von alledem. Viertens, konnten diese Programme mit einem bescheidenen

Budget betrieben werden, es gab kaum Konkurrenz durch das Fernsehen, sie waren sehr flexibel und auch angenehm zu hören. Dabei waren sie nicht mit herkömmlichen Informationssendungen zu verwechseln, denn die Aktion und Reaktion auf den Informationsgegenstand war anders, viel direkter und häufig viel vitaler. Der Hörer wurde auch nicht aufgefordert, sich eine Meinung über den gesendeten Gegenstand zu bilden, wie es bei normalen Informationssendungen der Fall war. Allerdings brauchten sie einen neuen Typus von Moderator, der aufmerksam war, eine Situation schnell einschätzen und Fakten kombinieren konnte, der menschlich und technisch versiert war und der den Wert persönlicher Kontakte zu schätzen wusste. Letztlich handelte es sich nicht um Programme für Publikumsgemeinschaften, sondern um „inter“-Programme: international und interlokal; sie mussten eine Verbindung herstellen, ohne sich einzumischen.

Ich möchte die Beziehung zwischen den Programmen für Autofahrer und der leichten Musik bzw. der Unterhaltungsmusik gesondert behandeln. Es war nicht nur der ursprüngliche Kontext, der Rahmen von Unterhaltungssendungen, der sie zusammenbrachte, obwohl seine frühe Verbrüderung sicherlich eine lang anhaltende Freundschaft geschaffen hat. Die Unterhaltungsmusik ist auch deshalb ein untrennbarer Partner der Verkehrsinformationssendungen, weil sie die einfachste Möglichkeit bietet, ein laufendes Programm in fast jedem Moment zu unterbrechen. Musikalische Hintergrundsendungen, zumeist ohne Discjockey, bieten den besten Hintergrund für diese Art von Sendungen und darüber hinaus ist Unterhaltungsmusik angenehm für das Ohr und beruhigt die Nerven der Autofahrer. Es hat sich jedoch gezeigt, dass nicht jede Musik in dieses Konzept passt und dass die von der Plattenindustrie produzierte Musik nicht ideal ist.

Das Radio musste also neue und bessere Formen der Unterhaltungsmusik für das einfache Hören im Autoradio finden und produzieren – jene Art von Musik, die kürzlich als „musica per consumo“ definiert wurde. Ich bedaure die Knechtschaft, der die Musik wieder einmal unterworfen werden musste, aber wir alle waren der Unterhaltungsmusik dankbar, dass sie uns in unseren Sendungen für die Autofahrer auf so angenehme Weise diente.

6. Wann wurden Radio-Programme für Autofahrer ‚europäisiert‘?

In den 1970er Jahren sendete jede aktive Mitgliedsorganisation der ‚Europäischen Rundfunkunion‘ spezielle Programme für Autofahrer (oder Touristen) und viele von ihnen hatten schon vor langer Zeit damit begonnen. Aber jede Organisation hatte diesen Bereich auf eine Art und Weise erschlossen, die ihrer eigenen nationalen Situation und ihrem Sendestil

entsprach und das zeigt, dass das Radio – wie das Fernsehen – keine Routinetätigkeit wie die Herstellung von Blechdosen oder Nylonstrümpfen ist. Seine Form wird von den Hörern, ihrer Mentalität, ihrer Geschichte, ihrer geografischen Lage und ihrer Lebensweise diktiert. Bemerkenswerterweise kamen alle Programme für Autofahrer ursprünglich aus den Unterhaltungsabteilungen der Rundfunkanstalten, nicht aus den Informations- oder anderen Diensten. So amüsierte der frühe Discjockey seine Zuhörer mit ironischen Bemerkungen über überfüllte Straßen, Staus auf Autobahnen, die allseits beliebten Umwege und Warnungen vor Geschwindigkeitskontrollen der Polizei.

Außerdem sind alle diese Programme ein deutliches Zeichen für die schrittweise Integration Europas und spiegeln seinen gemeinsamen Geist wider. Dazu gehören Länder wie Island mit seinen Inselstraßen, Israel mit seinem in eine Richtung konzentrierten Verkehr zwischen Haifa im Norden und Beerscheba im Süden und andere Länder wie Marokko in der Nähe der ewigen Wüste oder Schweden in der Nähe des ewigen Schnees. Das ‚große Geschäft‘ der Programme für Autofahrer lag verständlicherweise in Mitteleuropa, das heißt entweder in den stark industrialisierten Regionen und Ballungsgebieten oder in den landschaftlich schönen Ländern rund um die Alpen.

Bald erkannte aber die ‚Europäische Rundfunkunion‘ die internationale Bedeutung der neuen Radioprogramme und ließ durch ihre Radio-Programmkommission eine Arbeitsgruppe „Broadcasts for Motorists“ schaffen, um zu einer größeren Vereinheitlichung und besseren Koordination zwischen den Mitgliedsorganisationen zu kommen. Ich wurde auf Vorschlag des Radio Secretary Antony Dean zum Vorsitzenden gewählt und blieb dies dreizehn Jahre lang.

7. Welche Herausforderungen und Problemstellungen entstanden auf technischer Seite für Rundfunk-Ingenieure?

Auf der technischen Seite hat der Radioservice für Autofahrer in seiner modernen Form in gewissem Maße Probleme verursacht, die eine neue Diskussion über technische Erweiterungen des Radios wie etwa die Übertragung nichthörbarer (Text-)Zusatzinformationen im UKW-Rundfunk ausgelöst haben. Man kann sagen, dass nach dem Durchbruch des Stereoempfangs, der zunächst von den Ingenieuren im Interesse der kommerziellen Schallplattenindustrie vorangetrieben wurde, der Bedarf an diesen technischen Erweiterungen durch die Verkehrsfunk-Programme selbst entstanden ist und damit bewiesen wurde, dass das Radio noch lange nicht am Ende seiner Entwicklung steht. Die Verkehrsfunk-Programme haben dabei zwischenzeitlich sowohl die Ingenieure als auch die Rundfunkin-

dustrie veranlasst, neue Netzwerkmodelle, neue Codierungssysteme, neue Layouts für Sendestudios und zum Teil auch neue Geräte zu finden. Die mit diesem Bereich befassten Personen waren wiederum nicht nur Mitarbeiter einzelner Organisationen, sondern in vielen Fällen auch Personen, die international über die EBU sowie über Nicht-Rundfunkorganisationen tätig waren, wie zum Beispiel Beamte der Regierungen, des Europarates, der Europäischen Gemeinschaft und der Industrie.

Diese Sendungen hatten für die Autofahrer die Programmgestalter und Techniker in einem neuen Geist des Bemühens und der Initiative zusammengeführt, der von ihnen selbst und ihren eigenen Bemühungen ausging und nicht, wie so oft, vom Druck der Zuschauer.

8. Wie veränderte sich das Radio durch den Verkehrsfunk?

Wer sich für Radio interessiert, mag sich fragen, wie es überhaupt zu den Programmen für Autofahrer gekommen ist und wie es zu der Krise des Radios – und der aus ihr heraus neu entwickelten Serviceausrichtung des Rundfunks – kam, die zu der Situation der 1970er Jahre geführt hat.

Da der Wechsel von den frühen unterhaltsamen Plaudereien über Autofahrerangelegenheiten zu den ‚heißen‘ Informationen und Dienstleistungen mehr oder weniger Hand in Hand mit einer allgemeinen Entwicklung ging, die in vielen Programmbereichen zu beobachten war, hatte sich unter dem Einfluss von stärker kommerzialisierten Programmen, von Piratensendern und „kontinuierlichen Musikprogrammen“ verschiedener Art eine wachsende Tendenz ergeben, nicht nur das Publikum dazu zu bringen, Radio zu hören, sondern auch die Radioleute dazu zu bringen, stärker auf die Wünsche des Publikums einzugehen. Es scheint, dass sowohl die Entwicklung neuer Formen von Programmen für Autofahrer durch das Radio als auch andere neue Formen von Programmen, die vom Publikum beeinflusst wurden, vor allem im Bereich der Musik, einen sehr ähnlichen Ursprung haben: dass das Radio nicht nur ein Spender von allgemeinen Programmen ist, sondern vielmehr ein Medium, das wie ein guter Diener das liefern muss, was sein Herr – das Publikum – wünscht und verlangt.

Die EBU hatte einmal eruiert, dass viele Organisationen mit ihren Programmen für Autofahrer nicht nur die Hörer in ihrem eigenen Land oder Sendegebiet bedienen wollten, sondern auch solche außerhalb ihres Territoriums und über ihre Grenzen hinaus. Mit Ausnahme der klar abgegrenzten Kurzwellen- oder Auslandsrundfunkprogramme über Mittel- und Langwelle versuchten die Organisationen normalerweise nicht, sich gegenseitig in ihren Programmgebieten zu behindern. Die Autofahrer-Sender wagten es jedoch in gewissem Umfang sogar, sich in fremden Sprachen an ein ausländisches Publikum zu wenden, wobei sie sich durchaus an

Hörer jenseits ihrer Grenzen richteten. Sie wollten nicht in Konkurrenz zu anderen Radioorganisationen treten oder deren Funktionen usurpieren, sondern waren auf dem Weg zu einer neuen und sehr konkreten Art der Zusammenarbeit. Und auch das zeigt, wie und warum es in diesen Sendungen, die unpolitisch und frei von Propaganda und Ideologie waren, national wie international nur um Meinungen oder sachliche Interpretationen des Verkehrsgeschehens ging. Wenn ich also ein kurzes Resümee ziehen darf, hat sich das Radio auf eine der ursprünglichen Intentionen seiner Pioniere zurückbesonnen: die Verbreitung nützlicher Informationen für den Einzelnen und die Gemeinschaft im Allgemeinen.

Wenn ich vorhin gesagt habe, dass der Charakter dieser Programme einerseits frei von Politik und Meinung ist und andererseits eine positive soziale Funktion gegenüber der ‚mobilen Gesellschaft‘ erfüllen sollte, so mag das paradox erscheinen. Ich denke aber, dass es erklärt, warum einige Organisationen diesen neuen Funktionen des Radios gegenüber in den 1960/70er Jahren besonders zurückhaltend waren. In Deutschland zum Beispiel hat die Leitung eines der größeren Sender, der in einer dicht besiedelten Region liegt, nach langer Diskussion beschlossen, keine Autofahrerwelle als Vollprogramm wie sie in Süddeutschland existierte einzuführen. Ein paar Jahre später gab es eine Diskussion über diese Probleme im EBU-Radio-Programmausschuss, in deren Verlauf einige Delegierte die heikle Frage stellten, ob die neuen Programme wirklich demokratischer Natur seien oder ob sie zu einer neuen Form der Diktatur führen könnten, die das Radio zu einem Überwachungssystem des Volkes nach „*Big Brother*“-Art machen könnte. Es bestand seinerzeit kein Zweifel, dass die Programme für Autofahrer wie alle anderen Programme unter Kontrolle gehalten werden musste.

Sie konnten nicht mehr nur unterhalten, aber auch nicht hauptsächlich informieren, ohne eine weitreichende Verantwortung zu übernehmen. Ihr besonderer Charakter verlieh ihnen einen wichtigen Platz im Gesamtgefüge des Rundfunks. Es bestand allgemeines Einvernehmen über die bemerkenswerte Art und Weise, in der Programme für Autofahrer die Radioszene betraten, indem sie mit Unterhaltungsinformationen kombiniert wurden, die den wachsenden Bedürfnissen der Gesellschaft dienen sollten. Die konsequente Entwicklung war völlig logisch und das Radio kann stolz darauf sein, dass es die Notwendigkeit dafür erkannt und umgesetzt hat. Das Radio kann auch damit zufrieden sein, dass es durch diese neue Art der Programmgestaltung die Initiative in verschiedenen Bereichen wie Technik, Unterhaltungsmusik, Information und Beziehung zum Publikum zurückgewonnen hat. Das Radio hat seinen Charakter verändert (oder sollte man sagen: vergrößert und diversifiziert?) und zwar im Hinblick auf

seine wirklichen funktionalen Möglichkeiten als Medium für den Dienst an der Öffentlichkeit.