

# Mit Behinderungen muss gerechnet werden: Zur Etablierung des Verkehrsfunks in Nordrhein-Westfalen im Spannungsfeld von Medien- und Verkehrspolitik

Christoph Classen / Katja Berg

## Inhaltsübersicht

1. Verkehr und Medien: Zur Beziehung von Rundfunk und motorisiertem Individualverkehr in der frühen Bundesrepublik	127
2. Willi Weyer und der WDR: Politische Interventionen zwischen Verkehrs- und Medienpolitik	130
3. Radio Luxemburg: Verkehrsfunk zwischen Service und Marketing	142
4. Der WDR: Verkehrsfunk zwischen hochkulturellem Ressentiment, medienpolitischer Taktik und Anpassung an den gesellschaftlichen Wandel	145
5. Schluss: Verkehrsfunk als Spielball (medien-)politischer Interessen	152
6. Literaturverzeichnis	157

Als der Deutschlandfunk (DLF) nach einer Hörerbefragung Anfang 2020 die Übertragung von Verkehrsmeldungen einstellte, lagen die Gründe auf der Hand: Angesichts der Verbreitung von Handys und Navigationsgeräten, die Daten zu Verkehrsbehinderungen in Echtzeit anzeigen können, wirken über den Rundfunk an alle Hörer übertragene Stau- und Unfallmeldungen aus der Zeit gefallen, jedenfalls auf überregionaler Ebene. Gleichwohl ging aus diesem Anlass ein nostalgisches Seufzen durch die deutsche Medienlandschaft, wenn auch mit spürbar ironischem Unterton: Unter anderem wurde der Verlust eines „Kulturguts“ (Berliner Zeitung) beklagt, das Verschwinden einer „Zeit zur Kontemplation“ (Der Tagesspiegel), gar von „Superkonstanten einer deutschen Identität“ wie dem Kameiner Kreuz (Die Welt). Letzteres gelte „wegen seiner Staus als der populärste Kreuzungsort nach dem biblischen Golgatha“, spottete die Berliner tageszeitung (taz).<sup>1</sup> Der Sender reagierte auf seine Weise und ließ seinen Chef-sprecher zum Abschied auf Twitter unter dem Hashtag #stauklassiker eine

---

1 Alle Zitate nach: Brinkmann: „@mediasres im Dialog. Stau ade! Abschied von den Verkehrsmeldungen“, in: DLF, 31.01.2020, abgerufen unter: <https://www.dlf.de>

Aneinanderreihung jener skurrilen Ortsnamen verlesen, die ihre bundesweite Prominenz ausschließlich einer überlasteten Verkehrsinfrastruktur verdanken. Außerdem wurde eine Zusammenstellung typischer Meldungen inklusive Versprecher in die Mediathek gestellt.<sup>2</sup>

Dass Verkehrsmeldungen einmal zu „Kult“ (Berliner Zeitung) erhoben würden, war Anfang der 1960er Jahre, als in der Bundesrepublik erstmals Stau-Meldungen im Radio ausgestrahlt wurden, schwerlich vorstellbar. Vielmehr verlief der Weg zur Etablierung regelmäßiger und aktueller Verkehrsmeldungen zunächst – um im Bild zu bleiben – eher zähflüssig. „Unglücklich“ seien die Redakteure des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gewesen, als der Bundesverkehrsminister ihnen 1963 „den Verkehrsfunk aufgezwungen“ habe, schrieb die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ und lag damit sicher nicht ganz falsch.<sup>3</sup> Denn tatsächlich waren die Widerstände gegen das Format aufseiten des Rundfunks zunächst beträchtlich, auch wenn sich der Einfluss des Bundesverkehrsministeriums in der föderalen Bundesrepublik dabei in Grenzen hielt. Das lässt sich schon daran ablesen, dass es noch bis 1971 dauern sollte, bis mit Bayern 3 die erste sogenannte „Servicewelle“ auf Sendung ging, die konsequent auf die Bedürfnisse von Autofahrern zugeschnitten war. Erst dort gab es eine Programmstruktur, die es ermöglichte, jederzeit Verkehrsmeldungen innerhalb dieses spezifischen regionalen Radioprogramms einzublenden.

Warum gestaltete sich die Etablierung des Verkehrsfunks<sup>4</sup> eher zäh? Welche Faktoren bremsen, welche trugen andererseits dazu bei, dass er sich gleichwohl zu einer Institution entwickeln konnte, deren Erosion heute beklagt wird? Welche Erwartungen wurden seinerzeit mit der Einführung von Verkehrsmeldungen im Radio verbunden und welche Bedeutung hatte der medienpolitische Kontext? Ausgangspunkt ist dabei im Folgenden das Dreiecksverhältnis von Verkehrspolitik, Medienpolitik und

---

[deutschlandfunk.de/mediasres-im-dialog-stau-ade-abschied-von-den-100.html](https://deutschlandfunk.de/mediasres-im-dialog-stau-ade-abschied-von-den-100.html) (15.03.2022).

2 Ebd.: [https://twitter.com/hashtag/stauklassiker?src=hashtag\\_click](https://twitter.com/hashtag/stauklassiker?src=hashtag_click); [https://share.deutschlandradio.de/dlf-audiothek-audio-teilen.html?audio\\_id=804761](https://share.deutschlandradio.de/dlf-audiothek-audio-teilen.html?audio_id=804761), (15.03.2022).

3 Glaser: „Schlammlawine am Schkeuditzer Kreuz. Der DLF streicht Verkehrsfunk“.

4 Unter „Verkehrsfunk“ soll hier die kontinuierliche Verbreitung von aktuellen Störungs- oder Gefahrenmeldungen im Bereich des Individualverkehrs über von der Allgemeinheit empfangbare Radiosender verstanden werden. Im Unterschied zu andern Serviceangeboten im Bereich der Mobilität ist er unmittelbar an individuelle Verkehrsteilnehmer gerichtet und soll der Verkehrslenkung und Gefahrenprävention dienen.

der Gesellschaftstransformation zur mobilen Konsumgesellschaft in Nordrhein-Westfalen in den „dynamischen“ 1960er und frühen 1970er Jahren vor dem „Ende des Booms.“<sup>5</sup> Von besonderem Interesse erscheinen dabei die Interdependenzen zwischen diesen drei Feldern, die eng aufeinander bezogen waren.

### *1. Verkehr und Medien: Zur Beziehung von Rundfunk und motorisiertem Individualverkehr in der frühen Bundesrepublik*

Bis weit in das 19. Jahrhundert waren Verkehr und mediale Kommunikation kaum zu trennen. Bis sich die Telegrafie etablierte, setzte Kommunikation über Distanz nahezu immer den materiellen Transport von Medien voraus. Sinnfällig wird diese Identität in der Postkutsche, die ja nicht nur ein Mittel zur Übermittlung von Nachrichten war, sondern zugleich dem Transport von Reisenden und Gütern diente.<sup>6</sup> Aber auch später, im Zuge der Industrialisierung, blieb die Beziehung vielfach verwoben: So verliefen die frühen Telegrafleitungen bekanntlich entlang der Eisenbahnlinien und ermöglichten deren Betrieb. Bis heute sind Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur eng verflochten. Ohne neue Medientechnologien wie Telegrafie, Funk, Video und Satelliten hätten sich die modernen komplexen Verkehrsinfrastrukturen, die immer auf Kommunikation angewiesen sind, nicht entwickeln können und umgekehrt hat deren Existenz die Erwartungen an bzw. den Gebrauch von modernen Medien maßgeblich geprägt.

Für den hier näher zu betrachtenden Zusammenhang von (Auto-)Mobilisierung und Rundfunk in den ersten zweieinhalb Jahrzehnten der Bundesrepublik stellt sich die enge Beziehung von Verkehr und Massenmedien zweifach dar: Einerseits auf einer symbolisch-programmatischen Ebene als zentrale Versprechen von Fortschritt und Moderne, zum anderen in Form unmittelbarer Bezüge, wie sie sich in der Ausrüstung von Fahrzeugen mit Radios und dem Angebot und der Nutzung von Programmen für Autofahrer manifestierten. Die Dominanz auditiver Medien wie Radio (und später CB-Funk, Audio-Kassetten und mobilen Telefonen) lag angesichts der sinnlichen und physischen Anforderungen beim Fahren nahe. Das

---

5 Vgl. Schildt / Siegfried / Lammers: *Dynamische Zeiten*; Raphael / Doering-Manteuffel: *Nach dem Boom*.

6 Vgl. Müller / Weber: ‚Traffic‘ – On the Historical Alignment of Media and Mobility, S. 74.

Potenzial, es „nebenbei“ zu konsumieren, gehörte schon immer zu den Vorzügen des Mediums Radio, ebenso wie seine prinzipielle Schnelligkeit. Beides prädestinierte es für den Verkehrsfunk. Eine gewisse Spannung bestand allerdings in funktionaler Hinsicht zwischen dem „one to many“-Konzept des Radios und dem Individualverkehr: Weder war problemlos bidirektionale Kommunikation möglich, noch konnten in den Programmen tatsächlich individuelle Situationen berücksichtigt werden. Die Meldungen erreichten keineswegs nur jene, die sie auch wirklich betrafen, umgekehrt konnten Staus und Unfallmeldungen nicht zuverlässig und vor allem schnell genug an die Redaktionen gemeldet werden. Das Potential zur Aktualität nützte hier nur bedingt: „Der Weg vom Ereignis, also von der Autobahn zum Mikrofon im Sender, ist immer länger als der vom Mikrofon zum Autoradio.“<sup>7</sup> Den Möglichkeiten der Verkehrslenkung und Gefahrenprävention mit Hilfe des Radios waren daher von Anfang an gewisse Grenzen gesetzt. Erst seit den 1980er Jahren war es durch computergestützte Kommunikation, Kamera- bzw. Sensor-Erfassung und noch später durch Mobiltelefone möglich, zuverlässigere und vor allem aktuellere Meldungen zu generieren, die nicht zum Zeitpunkt der Ausstrahlung schon veraltet waren. Auch gelang es durch technische Mittel wie die „Autofahrer-Rundfunk Information“ (ARI) sicherzustellen, dass die Verkehrsmeldungen die Autofahrer besser erreichten.<sup>8</sup>

### *Das Versprechen individueller Mobilität*

Im Verlauf des 20. Jahrhunderts entwickelten sich sowohl Radiogeräte als auch Kraftfahrzeuge zu zentralen Objekten der entstehenden Konsumgesellschaften. Der Rundfunk wurde in Deutschland zwar bereits in den 1930er Jahren zum Massenmedium, blieb aber zunächst fast immer an einen festen Ort gebunden. Kompaktere, tragbare Geräte, die mit Batterien betrieben werden konnten, begannen sich erst in den 1950er Jahren durchzusetzen.<sup>9</sup> Bis Kleinwagen und wenig später auch vollwertige Automobile wie der VW Käfer zu erschwinglichen Konsumgütern für die breite Masse wurden, dauerte es sogar bis Anfang der 1960er Jahre.<sup>10</sup> Nun verband

---

7 Beyersdorf: Verkehrswarnfunk im Deutschlandfunk. Ein Feature aus dem Jahr 1987.

8 Vgl. In europäischer Perspektive: Henrich-Franke: Broadcasts for Motorists, S. 91–105.

9 Vgl. Weber: Das Versprechen mobiler Freiheit, S. 85 ff.

10 Kopper: Der Durchbruch des PKW zum Massenkonsumgut 1950–1964.

die Werbung beides, also Radios und Autos, explizit mit dem Image von Modernität, Dynamik, Jugend und Mobilität: „Als moderne Menschen brauchen wir ganz einfach einen guten Reisesuper,“ hieß es beispielsweise 1962 bei Grundig.<sup>11</sup> Kraftfahrzeuge und Radios näherten sich so im Hinblick auf ihr zentrales Versprechen in der Moderne an: Sie boten scheinbar individuelle Verfügung über Raum und Zeit.

Mit der Massenmotorisierung gingen Radio und Verkehr in Form des Autoradios eine neue, ganz direkte Verbindung ein. Angesichts der überschaubaren Budgets der privaten Haushalte versuchte die Industrie zunächst, tragbare Universalgeräte zu verkaufen, die man sowohl daheim als auch draußen und – mit einer speziellen Halterung – im Auto verwenden konnte. Letztlich setzten sich jedoch – wie zuvor schon in den USA – spezielle Geräte durch, die fest eingebaut waren. Allerdings war noch 1967 nur ca. ein Drittel aller PKW in der BRD mit einem fest installierten Autoradio ausgestattet, Anfang der 1970er Jahre waren es ca. 40 %.<sup>12</sup> Die Verbindung von Radio und Auto lag nahe, weil Autos gewissermaßen eine Verlängerung des privaten Raums darstellten, in dem das Medium längst etabliert war. Gerade für die Berufspendler, deren Zahl nun stark zunahm, war es attraktiv, die Fahrzeiten für Radiokonsum im privaten Rahmen nutzen zu können. Ähnlich wie bei vielen Kofferradios, die überwiegend als Zweitgeräte im Haus genutzt wurden, blieb das Radiohören im Auto zwar nicht ortsgebunden, aber prinzipiell dennoch eine private Angelegenheit.<sup>13</sup> Die Präferenzen der Hörer lagen schon zuvor klar im Bereich der Unterhaltung und ganz besonders bei Unterhaltungsmusik, ein Trend, der durch die Synthese von Geschwindigkeits- und Musikerlebnis im Auto noch gesteigert wurde.<sup>14</sup>

Die Veränderung der Nutzungskontexte wirkte auf die Angebote zurück: Mit der Klientel der Autofahrer entstand eine neue, immer weiter wachsende Nutzergruppe, deren Erwartungen an die Programme für die Rundfunkanstalten an Bedeutung gewannen. Neben der Motorisierung waren dabei allerdings auch viele andere Aspekte der sich nun entwickelnden Konsumgesellschaften wichtig. Im Westen der Bundesrepublik wurde dies noch dadurch forciert, dass dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk hier seit 1957 eine Konkurrenz durch Radio Luxemburg erwachsen war, das

---

11 Werbung „Grundig Reisesuper. Musik kennt keine Jahreszeit. Frühjahr 1962“, zit. nach Weber: *Vom Ausflugs- zum Alltagsbegleiter*, S. 133.

12 Weber: *Das Versprechen mobiler Freiheit*, S. 145.

13 Vgl. ebd., S. 146.

14 Vgl. ebd., S. 144.

sich als kommerzieller, werbefinanzierter Anbieter ganz an den Erwartungen der Rezipienten orientierte und Radio weniger als Kultur- denn als Konsumgut interpretierte.<sup>15</sup>

## 2. *Willi Weyer und der WDR: Politische Interventionen zwischen Verkehrs- und Medienpolitik*

Die Verheißungen unbegrenzter individueller Mobilität entzauberten sich im Alltag sehr rasch. Trotz erheblicher Anstrengungen im Straßenbau zeigte sich die Verkehrsinfrastruktur dem Ansturm der Massenmotorisierung nicht gewachsen.<sup>16</sup> Neben der Überlastung der innerstädtischen Straßennetze führte insbesondere die Reisewelle in den Schulferien schon in den frühen 1960er Jahren auf den Fernstraßen zu kilometerlangen „Schlangen“ – wie Staus damals noch genannt wurden. Im Sommer 1963 widmete „Der Spiegel“ den Staus auf den Autobahnen eine Titelgeschichte: „Die Heim-suchung 1963 kam nicht als Feuer oder Flut. Sie bestand aus Blech und Benzindunst. Sie schlug nicht zu, sie kroch heran und verdamnte einige Hunderttausend schnellebige Europäer zum Kriechen auf heißer, harter Strecke: auf Deutschlands Autobahnen.“<sup>17</sup> 33 Kilometer oder 4.100 Autos sei der längste Autobahnstau im Ferienverkehr lang gewesen. Überschriften war der Artikel mit „Tempo 20.“<sup>18</sup>

---

15 Vgl. dazu: Jehle: Welle der Konsumgesellschaft.

16 Vgl. Klenke: Freier Stau für freie Bürger.

17 „Tempo 20“, in: Der Spiegel 34 (1963) vom 20.08.1963, S. 24–34.

18 Ebd., S. 24.



Abbildung 1: „Der Spiegel“ Nr. 34/ 20.08.1963 (Quelle: Der Spiegel).

Im Anschluss an die Titelstory druckte „Der Spiegel“ ein Interview mit dem Innenminister und stellvertretenden Ministerpräsidenten von Nordrhein-Westfalen, Willi Weyer (FDP), dessen Bundesland wegen seiner Bevölkerungsdichte besonders betroffen war.<sup>19</sup> Weyer, wie der „Spiegel“ treffend bemerkte, „mit Gespür für Popularität“ gesegnet,<sup>20</sup> teilte dort nicht nur gegen Bundesverkehrsminister Hans-Christoph Seebohm (CDU) aus, sondern entwarf auch diverse mehr oder weniger unkonventionelle Lösungsansätze, mit denen er die zunehmenden Staus in wenigen Jahren zu beseitigen hoffte.<sup>21</sup> Dazu gehörten etwa sogenannte „Stahlhochstraßen“;

19 „Wer schleicht, soll nicht mehr auf die Autobahn: Spiegel-Gespräch mit dem nordrhein-westfälischen Innenminister Willi Weyer (FDP)“; in: Der Spiegel 34 (1963), 24.08.1963, S. 36–38.

20 Ebd., S. 37.

21 Solchen und ähnlichen Auftritten dürfte sich nicht nur Weyers zeitgenössischer Spitzname „Autobahn-Willi“ verdanken haben, sondern auch die 1964 erfolgte Auszeichnung mit dem „Goldenen Dieselring“ des Verbandes der Motorjournalisten. In der Begründung hieß es, Weyer habe sich „persönlich auf unkonventionelle Weise aktuellen Fragen des Straßenverkehrs an[genommen]“;

die über Baustellen errichtet werden sollten, eine Erhöhung der Autobahn-Mindestgeschwindigkeit von damals 40 km/h und eigene „Lastwagen-Autobahnen“, die er zusätzlich zu den existierenden Trassen nur für den Schwerverkehr bauen lassen wollte.<sup>22</sup> Etwas weniger utopisch mutete sein Vorschlag an, „den Polizeiwarnfunk auch für die Autoradios aus[zu]strahlen“, um „Kraftfahrer schneller auf Stauungen hin[zu]weisen.“ Er sei „auf die Idee gekommen, weil ich selbst einen Telephonapparat im Wagen habe, über den mir die Polizeiwachen durchgeben, wie es auf einer bestimmten Strecke aussieht. Da habe ich mir gesagt, das müsste jeder erfahren können.“<sup>23</sup> Allerdings wies der Landespolitiker Weyer im selben Atemzug darauf hin, dass es zur Verwirklichung des „Polizeiwarnfunks für die Autoradios“ bundespolitischer Voraussetzungen bedürfe: Der Bund müsse dafür eine Frequenz zuteilen.<sup>24</sup>



Abbildung 2: Willi Weyer erläutert seine Vorstellungen zur Vermeidung von Staus; UFA Wochenschau Nr. 375/1963 vom 7.10.1963 (Quelle: Bundesarchiv-Filmarchiv).

---

vgl. [http://www.rschoeneburg.de/index\\_htm\\_files/UEbersicht-Dieselringtraeger.pdf](http://www.rschoeneburg.de/index_htm_files/UEbersicht-Dieselringtraeger.pdf) (08.03.2022).

22 „Wer schlecht, soll nicht mehr auf die Autobahn.“ a.a.O., S. 37.

23 Ebd., S. 38.

24 Ebd.

Abgesehen von Weyers fragwürdigem Copyright auf die Idee eines Verkehrsfunks<sup>25</sup> war das Thema damit dort angekommen, wo sich Fragen der Verkehrsinfrastruktur in der Bundesrepublik schon immer befanden: im Gestrüpp föderaler Zuständigkeiten. So verwies Seebohm im Oktober 1963 im Bundestag auf die Anfrage, wann die Bundesregierung einen Verkehrsfunk einrichten werde, auf die Kulturhoheit der Länder. In mehreren Bundesländern gebe es bereits „zur Vermeidung größerer Verkehrsstauungen, die den flüssigen Verkehrsablauf auf Bundesstraßen nachhaltig hemmen, Vereinbarungen zur raschen Information der Kraftfahrer über die Verkehrsabwicklung.“<sup>26</sup> Zugleich räumte er ein, dass die Situation noch unbefriedigend sei. Bei seinem Ministerium habe sich daher bereits ein Ausschuss konstituiert, der „insbesondere Vorschläge ausarbeiten [soll] für die Unterrichtung der Kraftfahrer über den Rundfunk oder den Polizeifunk bei Verkehrsstauungen unter gleichzeitiger Angabe, welche Strecken zur Vermeidung dieser Stellen befahren werden können.“<sup>27</sup> Das Bundespostministerium prüfe, ob „im ganzen Bundesgebiet einheitlich eine besondere Welle“ zur Verfügung gestellt werden könne.<sup>28</sup>

Willi Weyer, so scheint es, war nicht gewillt, in dieser Sache auf den Bund zu warten. Jedenfalls lancierte er seinen Vorschlag des „Polizeiwarnfunks“ von nun an medienwirksam bei jeder Gelegenheit<sup>29</sup> und begann außerdem, diesbezüglich Druck auf den Westdeutschen Rundfunk (WDR) auszuüben. Nur knapp drei Wochen nach der Veröffentlichung des Interviews im „Spiegel“ fand auf seine Initiative hin ein Treffen zwischen Vertretern des Innenministeriums und des WDR statt, bei dem es um eine stärkere Berücksichtigung von Verkehrsmeldungen im Programm ging.<sup>30</sup> Noch im selben Monat tauchten unangemeldet Polizeibeamte im Kölner Funkhaus auf, um dort einen Fernschreiber für die Polizeimeldungen zu

---

25 Der „Spiegel“ verwies auf „amerikanische Vorbilder“, unregelmäßige Verkehrsmeldungen sendeten die Rundfunkanstalten aber auch in der Bundesrepublik zu dieser Zeit bereits – der WDR z. B. verlas unter dem Titel „Blaulicht – Verkehrshinweise für Kraftfahrer“ seit dem 23.04.1961 einschlägige Mitteilungen der Polizei (WDR Hist. Arch. R 1426).

26 Plenarprotokoll des Deutschen Bundestags, 4. Wahlperiode, 87. und 88. Sitzung. Bonn, Mittwoch, den 16.10.1963, S. 4179.

27 Ebd.

28 Ebd.

29 Beispielsweise im Rahmen eines Porträts des Ministers in der UFA-Wochenschau 375/1963 vom 04.10.1963; vgl. Bundesarchiv Filmarchiv: <https://www.filmothek.bundesarchiv.de/video/584565>.

30 Vgl. hierzu und zum Folgenden: Henrich-Franke: Der Verkehrsfunk im Funktionswandel des Hörfunks in den 1960er und 1970er Jahren, S. 9.

installieren – ein Vorgehen, das dort mit Blick auf die Staatsferne des Rundfunks mit Befremden registriert wurde.<sup>31</sup>

Dem Minister war in erster Linie an der Einführung stündlicher Verkehrsmeldungen gelegen, für die sich die Verantwortlichen auf Seite des Senders allerdings zunächst nicht erwärmen konnten. Zwar war der WDR durchaus bemüht und bot regelmäßige Verkehrsdurchsagen in einem Zweistunden-Turnus an. Doch Weyer beharrte auf stündlichen Straßenberichten, und die Beteiligten einigten sich darauf, zunächst ab dem 1.10.1963 im zweiten UKW-Programm des WDR täglich von 8 bis 20 Uhr alle zwei Stunden zur vollen Stunde einen „Straßenbericht der Polizei im UKW-Programm des WDR“ auszustrahlen.<sup>32</sup> Schon der Name zeigt allerdings, dass dies nicht als integraler Bestandteil des eigenen Programms verstanden wurde, sondern als Zugeständnis gegenüber dem Innenministerium.

Immerhin verfügte der WDR damit bereits in der ersten Hälfte der 1960er Jahre über vergleichsweise umfangreiche und regelmäßige Verkehrsinformationen. Doch Weyer reichte das nicht. Zwar bedankte er sich bei Intendant v. Bismarck für dessen Mitwirkung am „Polizeiwarnfunk“, der ein „wertvolles Mittel der Verkehrslenkung und -regelung“ sei, forderte aber im gleichen Schreiben eine „Verkürzung der Zeitabstände für die Durchgabe von Warnmeldungen, wie der Deutschlandfunk und Radio Luxemburg es hinsichtlich der überregionalen Warnmeldungen seit langem praktizieren.“<sup>33</sup> Dabei schwebten dem Minister stündliche Warnmeldungen, sofortige Einblendung wichtiger Verkehrsinformationen sowie Durchsagen auch im Mittelwellenbereich vor, da vielen Autoradios noch ein UKW-Empfangsteil fehlte.

Ab Mitte der 1960er Jahre setzte der Minister den Kölner Sender zunehmend unter Druck, indem er ankündigte, einen eigenen Polizeisender schaffen zu wollen, sollte der WDR keine „Gegenliebe“ für die Pläne der Landesregierung zeigen.<sup>34</sup> Wie schon zuvor nutzte er auch diesmal die Öffentlichkeit und hielt im Dezember 1965 eine Pressekonferenz ab, die unter Überschriften wie „WDR-Bismarck bringt Minister auf die Palme“ („Express“) und „Minister droht WDR mit Polizei-Rundfunk“ („Kölnische Rundschau“) breite Resonanz fand.<sup>35</sup> Angesprochen auf Bedenken,

---

31 Ebd., S. 10.

32 WDR Hist. Arch. 11424 (Korrespondenz, 07.10.1963).

33 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 14.12.1965).

34 WDR Hist. Arch. 15324 (30.11.1965).

35 WDR Hist. Arch. 15324 (Pressespiegel, 23.12.1965).

ein durch häufige Verkehrsmeldungen unterbrochenes Unterhaltungsprogramm nach dem Vorbild von Radio Luxemburg könne zur Abwanderung von Hörern aus den seriösen Angeboten führen, reagierte der Minister emotional: „Bei 16.000 Toten auf unseren Straßen und sieben Milliarden Unfallfolgekosten (Bundesrepublik jährlich), da kommt man mir mit pädagogischen Hinweisen. Das kann ich nicht ohne Widerspruch hinnehmen.“<sup>36</sup>

Die Pressekonferenz ist in zweierlei Hinsicht bemerkenswert: Zum einen bildet sich hier ein Wechsel der Legitimationsstrategie ab, zum anderen deutet sich erstmals eine Verquickung von Verkehrs- und Medienpolitik an. In den frühen zeitgenössischen Auseinandersetzungen mit der Massenmotorisierung standen stets die Verkehrsbehinderungen durch Staus im Mittelpunkt. Der oben zitierte Artikel des „Spiegel“ zu den Verkehrsbehinderungen auf Autobahnen in der Reisewelle des Sommers 1963 stellt mit seiner Skandalisierung der „kilometerlangen Schlangen“ eine typische Manifestation dieses Diskurses dar: Unfälle kamen so gut wie nicht vor bzw. wurden verharmlost („Zehnmal bumste es“).<sup>37</sup> Von Toten oder Verletzten war gar nicht die Rede. Dementsprechend zielte Weyers Vorstoß für einen „Polizeiwarnfunk“ auch primär auf einen erhofften Effekt von Verkehrslenkung. Die Meldungen sollten Autofahrer dazu bringen, die betroffenen Strecken zu meiden und dadurch zu einer gleichmäßigeren Auslastung der Straßen beitragen. Das konnte unter Umständen auch gelingen, wenn die Hinweise vor der Fahrt zu Hause gehört wurden – ein Aspekt, der angesichts der noch geringen Verbreitung von Autoradios wichtig war.

Im Laufe der 1960er Jahre geriet jedoch darüber hinaus in der Öffentlichkeit die Verkehrssicherheit stärker in den Blick. Es zeugt von politischem Instinkt des Innenministers, dass er seine Forderung zur Intensivierung der Verkehrsmeldungen nun mit dem Argument der Verkehrssicherheit begründete. Angesichts der Dimension und der Dramatik der Unfallfolgen ließ sich dieses Argument nicht so einfach abweisen wie die Funktion der Verkehrslenkung. Auffällig ist jedenfalls, dass die Presse kaum Kritik an den Plänen des Ministers übte – ungeachtet so berechtigter Fragen, wie der Minister eigentlich die Zuteilung einer Sendefrequenz von der Bundespost erreichen wollte und ob mehr Meldungen das Unfallgeschehen tatsächlich spürbar hätten reduzieren können.

---

36 Kölner Stadtanzeiger, 23.12.1965, zit. nach ebd.

37 „Tempo 20“, a.a.O., S. 24.

Neben der scheinbaren Evidenz des Sicherheitsarguments enthielten die Äußerungen des Ministers jedoch noch eine mehr oder weniger offene medienpolitische Botschaft, die man in Köln mindestens als Provokation, eher aber als Drohung verstehen musste. Mehrfach pries Weyer gegenüber dem WDR und in der Öffentlichkeit Radio Luxemburg als Modell für die Integration von Verkehrsmeldungen in das laufende Programm. Damit empfahl ein führender Vertreter der Landesregierung, zudem Mitglied des WDR-Verwaltungsrates, nicht nur dessen schärfsten Konkurrenten zum Vorbild, sondern auch einen privat-rechtlichen, werbefinanzierten Sender, der das damals in der Bundesrepublik noch verankerte öffentlich-rechtliche Monopol umging, indem er sein Programm aus dem Ausland verbreitete.<sup>38</sup>

Mehr noch, gezielt erweckte Weyer den Eindruck, dass er im Zweifel bereit sei, die hartnäckige Lobbyarbeit der Zeitungsverleger für die Lizenzierung kommerziellen Rundfunks, mit der sich diese einen neuen Werbemarkt erschließen wollten, auch in der Bundesrepublik zu unterstützen.<sup>39</sup> „Der Innenminister ließ durchblicken, daß eine Beteiligung der Zeitungsverleger durchaus denkbar wäre“, hieß es in der „Kölnischen Rundschau“.<sup>40</sup> Ein Scheitern der Verhandlungen zwischen Weyer und dem WDR hätte, so die Hoffnung aufseiten der Verleger, die Chancen zur Realisierung privater Rundfunkpläne erhöht. Die wohlwollende Berichterstattung über den Konflikt mit dem WDR in der regionalen Presse muss daher auch vor dem Hintergrund einschlägiger Eigeninteressen gesehen werden. Ob Weyer wirklich einen Polizeirundfunk mit privater Beteiligung plante, ist durchaus fraglich. Aber es gelang ihm so, das Thema Verkehrsfunk mithilfe der Presse in seinem Sinne öffentlichkeitswirksam auf die Agenda zu setzen und den WDR dadurch in die Defensive zu bringen. Seine Pressekonferenz im Dezember 1965 kann deshalb als kalkulierter Affront interpretiert werden. Letztlich hatte er damit Erfolg: Ab April 1966 sendete der WDR die Verkehrsmeldungen der Polizei stündlich.<sup>41</sup>

Die Auseinandersetzungen um das Thema waren damit jedoch keineswegs beendet. Vielmehr stand nach wie vor die Forderung nach einer eigenen „Autofahrerwelle“ im Raum, deren „leichtes“ Unterhaltungsprogramm spezifisch auf die Bedürfnisse von Autofahren zugeschnitten sein

---

38 Zum transnationalen Geschäftsmodell von Radio Luxemburg vgl. Berg: Grenzenlose Unterhaltung.

39 Vgl. dazu Kain: Das Privatfernsehen, der Axel Springer Verlag und die deutsche Presse.

40 WDR Hist. Arch. 15324 (Pressespiegel, 23.12.1965).

41 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 12.04.1966).

sollte und das jederzeit für aktuelle Warnmeldungen unterbrochen werden konnte. Seit Mitte der 1960er Jahre wurde die von Bundesverkehrsminister Seeböhm angeregte bundeseinheitliche Lösung verfolgt, an der sich alle ARD-Anstalten beteiligen sollten. Anfang 1970 setzte die ARD eine Kommission ein, die den Auftrag hatte, ein einheitliches viertes Hörfunkprogramm mit Servicecharakter vorzubereiten.<sup>42</sup> Nach deren Vorstellung sollten „UKW-Sender zwischen Nordsee und Alpen ein Non-Stop-Programm mit Musik, Unterhaltung und Verkehrs-Informationen ausstrahlen [...]“.<sup>43</sup> Der Sendestart war für Sommer 1971 geplant. Notwendig war dafür jedoch eine zusätzliche, bundesweit nutzbare UKW-Frequenz. Der Plan scheiterte letztlich am Einspruch der Siegermächte Großbritannien und Frankreich, die den Betrieb im dafür vorgesehenen Frequenzbereich von 100–104 MHz nicht gestatteten.<sup>44</sup>

Wie sehr die Diskussionen um die Zulassung privat-kommerziellen Rundfunks bereits zu dieser Zeit die Medienpolitik beeinflussten, lässt sich daran ablesen, dass auch die geplante „Autofahrerwelle“ der ARD davon tangiert wurde. Hintergrund war ein Streit zwischen der Bundespost als Verantwortlicher für die technische Infrastruktur und der ARD als Programmveranstalter. Post-Staatssekretär Kurt Gscheidle (SPD) hatte einerseits darauf verwiesen, dass nach dem Karlsruher Fernsehurteil von 1961 die Errichtung und der Betrieb von neuen Rundfunksendern ausschließlich der Deutschen Bundespost zustünden. Zum anderen hatte er mit der Äußerung für Irritationen gesorgt, die Bundesregierung bestehe nicht auf „absoluten Vorrang“ der ARD gegenüber potenziellen privatwirtschaftlichen Veranstaltern der „Autofahrerwelle“.<sup>45</sup> Mit dieser Machtdemonstration entzweite Gscheidle die ARD-Intendanten. Während Kommissionschef und BR-Intendant Walter von Cube einen Verkehrssender ablehnte, der nicht den ARD-Anstalten gehörte, zeigte sein HR-Kollege Werner Hess durchaus Bereitschaft, der Bundespost den Ausbau des Sendernetzes zu überlassen und gegebenenfalls Miete an sie zu zahlen, „denn wenn wir das Programm nicht machen, dann machen es nachher vielleicht Bertelsmann oder Springer.“<sup>46</sup>

Dass das Thema Verkehrsfunk Anfang der 1970er Jahre erneut auf die politische Tagesordnung kam, lag vor allem daran, dass die Kosten der

---

42 Henrich-Franke: Verkehrsfunk, S. 12.

43 „Autofahrerwelle. Handeln geboten“, in: Der Spiegel 37 (1970), S. 38.

44 Vgl. dazu ausführlicher: Berg: Grenzenlose Unterhaltung, S. 333–336.

45 Autofahrerwelle. Handeln geboten, S. 38.

46 Zit. nach Autofahrerwelle, S. 38.

Massenmotorisierung in Form von immer mehr Toten und Verletzten sowie immensen volkswirtschaftlichen Schäden nun immer stärker in das öffentliche Bewusstsein drangen und skandalisiert wurden. „Das Gemetzel, das wir Verkehr nennen“, war 1971 eine Titelgeschichte des „Spiegel“ überschrieben, die weder an drastischen Formulierungen noch an entsprechenden Abbildungen sparte.<sup>47</sup>



Abbildung 3: Titel Der Spiegel, 27/1971 vom 28.06.1971 (Quelle: Der Spiegel).

In einem allgemein fortschrittskritischeren Umfeld sank die Bereitschaft, die Opfer und das damit verbundene Leid einfach als gegeben hinzunehmen bzw. wie bisher als Folge individueller Fahrfehler zu werten. Immer häufiger trat neben das positive Image des Autos als Symbol von Wohlstand und Freiheit ein negatives, das die immensen Belastungen für

47 „Das Gemetzel, das wir Verkehr nennen“, in: Der Spiegel, 27/1971 vom 28.06.1971, S. 32–48; der Titel nahm eine Formulierung des einflussreichen Soziologen Helmut Schelsky auf, der 1970 vom „Gemetzel des Guerilla-Krieges, den wir euphemistisch Verkehr nennen“ gesprochen hatte; vgl. zit nach Ingo Köhler.

Mensch und Umwelt in den Mittelpunkt stellte.<sup>48</sup> Diesem Trend trug auch die Bundesregierung Rechnung: In seiner Regierungserklärung von 1973 beklagte Bundeskanzler Willy Brandt (SPD) „die erschreckende Zahl der Verkehrstoten und -verletzten“ und kündigte einen Schwerpunkt im Bereich der Verkehrssicherheit an.<sup>49</sup> Damit geriet auch die bisherige liberale Verkehrspolitik in die Kritik, die wirksame, aber bei den Wählern und der Autoindustrie unpopuläre Regulierungsmaßnahmen wie generelle Tempolimits, Promillegrenzen oder obligatorische Sicherheitstechnologien bisher weitgehend ausgespart hatte.<sup>50</sup> Selbst der Ausbau eines modernen flächen-deckenden Rettungswesens beruhte maßgeblich auf einer privaten Initiative.<sup>51</sup>

Bereits 1971, noch bevor die bundesweite „Autofahrerwelle“ gescheitert war, hatte sich Innenminister Weyer beim WDR abermals über die seiner Meinung nach unzureichenden Verkehrsdurchsagen in Nordrhein-Westfalen und über die journalistische Aufbereitung und Selektion der polizeilichen Meldungen beklagt.<sup>52</sup> Während in Bayern und Hessen seit 1971 bzw. 1972 das Konzept eines speziellen Serviceprogramms, das sich besonders an Autofahrer wandte, nun regional umgesetzt wurde, realisierte der WDR einen solchen Ansatz trotz positiver Gutachten und entsprechender Planungen nicht. Auch dies hatte einen medienpolitischen Hintergrund, denn das Konzept sah auf dieser Welle erstmals beim WDR Radiowerbung vor. Der WDR war zusammen mit dem NDR die einzige ARD-Anstalt, die auf kommerzielle Werbespots verzichtete. Da sich in den Aufsichtsgremien des WDR keine Mehrheit fand, den Grundsatz der Werbefreiheit für ein Autofahrerprogramm zu durchbrechen, verzichtete Intendant v. Bismarck letztlich darauf, den Plan zur Abstimmung zu stellen.<sup>53</sup>

Das änderte nichts daran, dass nicht nur Weyer, sondern auch Lobbyorganisationen wie der ADAC weiter auf eine separate Autofahrerwelle für Nordrhein-Westfalen drängten und über die Opposition ihren Einfluss

---

48 Schildt: Vom Wohlstandsbarometer zum Belastungsfaktor.

49 Bundeskanzler Brandt, Regierungserklärung des zweiten Kabinetts Brandt/Scheel vom 18.01.1973, hg. vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, hier: S. 35.

50 Vgl. Köhler: Auto-Identitäten, S. 143–154.

51 Initiativ war hier seit Ende der 1960er Jahre die Björn-Steiger-Stiftung, die u. a. Notrufsäulen an den Autobahnen finanzierte, weil die Länder die Co-Finanzierung mit dem Bund verweigerten. Auch die bundeseinheitlichen Notrufnummern wurden erst nach einer Klage der Stiftung eingeführt.

52 WDR Hist. Arch. 15325.

53 WDR Hist. Arch. 12839 (Korrespondenz, 09.05.1973).

auch im Landtag geltend machten. So wollte die CDU im April 1973 in einer Kleinen Anfrage wissen, warum der WDR anders als der BR und der HR bisher keine „Autofahrerwelle“ eingeführt habe und ob die Landesregierung beim Sender darauf „drängen“ werde, dass sie „zum kürzestmöglichen Zeitpunkt eingerichtet wird.“<sup>54</sup> In der Antwort verwies v. Bismarck ebenso vage wie diplomatisch auf „Bedenken“ der „zuständigen Gremien“, lieferte aber zumindest indirekt einen Hinweis auf die Gründe, indem er auf die hohen Kosten von eineinhalb bis zwei Millionen Mark jährlich für den Programmbetrieb plus knapp drei Millionen DM zusätzliche Investitionskosten u. a. für die Sendetechnik hinwies.<sup>55</sup> Im Unterschied zum Bayerischen und zum Hessischen Rundfunk verfüge der WDR schon jetzt über drei Programme, müsse für die „Autofahrerwelle“ also ein viertes eröffnen. Die Regierung hingegen verschleierte den eigentlichen Grund vollends und beließ es bei konsensfähigen Formeln wie, sie hielte „einen möglichst optimalen Verkehrsservice durch den WDR für wünschenswert“, zog sich ansonsten aber formal-rechtlich aus der Affäre, denn schließlich sei sie nach dem Grundgesetz und der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts „nicht befugt, auf die Programmgestaltung des WDR Einfluß zu nehmen.“<sup>56</sup> Angesichts von Weyers permanenten Vorstößen war das ein schlechter Witz.

Anders als bei der gescheiterten bundesweiten „Autofahrerwelle“ war die regionale Presse diesmal allerdings nicht auf Weyers Seite. Denn die Zeitungsverleger, die sich den Markt der Hörfunkwerbung erschließen wollten, missfiel nicht nur, dass erneut der öffentlich-rechtliche WDR zum Zuge kommen sollte. Weit schlimmer noch war aus ihrer Sicht, in Zukunft mit dem Sender um Werbeeats konkurrieren zu müssen. Wohl zu Recht sahen sie in den geplanten Werbeeinblendungen einen Präzedenzfall, der Hörfunkwerbung in allen Programmen nach sich ziehen würde. Eigentlich bemüht, sich selbst diesen Markt zu erschließen, sahen sie nun im Gegenteil ihr Anzeigengeschäft bedroht. Dementsprechend nutzten sie ihren öffentlichen Einfluss, um gegen das Projekt und Weyers Einflussnahme zu opponieren. Dabei wurden auch kulturkritische Argumente wie ein negativer „Einfluß der werbetreibenden Wirtschaft“ auf den Rundfunk

---

54 Landtag Nordrhein-Westfalen, Kleine Anfrage Nr. 1018 des Abgeordneten Dr. Heinz Günther Hüsche (CDU) vom 04.04.1973, Drucksache 7/2617.

55 Landtag Nordrhein-Westfalen, Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 1018 des Abgeordneten Dr. Hüsche (CDU) vom 30.4.1973, Drucksache 7/2686.

56 Ebd.

oder die drohende „Verflachung der Programme“ bemüht, die der Branche sonst eher fernlagen.<sup>57</sup>

Freilich ließ Weyer sich davon ebenso wenig dauerhaft bremsen wie von den weiteren Bemühungen des WDR, die Integration des Verkehrsfunks und die inhaltliche Berichterstattung zum Thema im Rahmen der vorhandenen Programme auszubauen – worauf im Übrigen nun bei allen Sendern auch das Bundesverkehrsministerium unter Georg Leber (SPD) hinwirkte.<sup>58</sup> Weyers nächster Coup bestand darin, dass er Radio Luxemburg einen direkten Zugang zur Nachrichten- und Führungszentrale (NFZ) im Düsseldorfer Innenministerium gewährte, für den dort eigens eine Sprecherkabine installiert wurde. Auch diesmal verzichtete er nicht auf eine öffentlichkeitswirksame Inszenierung, die der „Spiegel“ folgendermaßen beschrieb: „[...] der Minister verband die Einquartierung auch noch mit einer pompösen Zeremonie – und einer versteckten Rüge für den WDR: Er ließ sich im Hubschrauber zur Autobahn-Polizeistation Hilden bei Düsseldorf herab, wo sein Pressesprecher dann symbolisch eine Rennflagge schwenkte. Nun endlich, so der Minister, werde auch sein Land, bislang leider ohne Spezial-Autofahrerwelle, ausreichend mit Verkehrshinweisen aus dem Radio versorgt [...]“<sup>59</sup>

Dahinter stand anscheinend eine Initiative des neuen Programmdirektors des deutschen Programms von Radio Luxemburg, Frank Elstner, der mit Weyer befreundet war. In jedem Fall nutzte der Minister erneut die Konkurrenz mit dem kommerziellen Auslandssender, um den WDR unter Druck zu setzen. Dieser bekam zwar kurz darauf ebenfalls eine Sprecherkabine im Ministerium, aber die beengten räumlichen Bedingungen führten dazu, dass sich die Sprecher gegenseitig bei der Arbeit behinderten.<sup>60</sup> Auch dass WDR-Intendant v. Bismarck ausgesprochen verärgert reagierte, „[...] weil der Minister als Verwaltungsratsmitglied die Interessen des WDR mit zu vertreten hat“ und sich sogar bei den Vorsitzenden des Verwaltungs- und des Rundfunkrates sowie bei Wissenschaftsminister Johannes Rau (SPD), ebenfalls Verwaltungsratsmitglied, über Weyers Illoyalität beklagte, scheint diesen nicht angefochten zu haben.<sup>61</sup> Sollte es ihm tatsächlich um die Verkehrssicherheit gegangen sein, wirkt die Symbolik einer Rennflagge auf der Autobahn zudem doch eher unglücklich.

---

57 Westfälische Rundschau: 07.02.1973, o. S.

58 WDR Hist. Arch. 12839 (Korrespondenz, 08.02.1973).

59 Gebet unterbrochen, in: Der Spiegel: 30/1973 v. 22.07.1973, S. 87.

60 Ebd., S. 87.

61 WDR Hist. Arch. 15325 (Korrespondenz, 19.06.1973).

Die Instrumentalisierung des Verkehrsfunks für medienpolitische Zwecke war damit noch nicht zu Ende. In der Hoffnung, womöglich doch noch einen privaten Verlegerhörfunk durchzusetzen, nutzten vor allem die regionalen Zeitungen in den folgenden Jahren jede Gelegenheit, gegen den WDR zu opponieren. Unter dem Titel „Verkehrswarnfunk – Darum klappt es bei RTL oft viel besser“ erschien beispielsweise im Dezember 1975 in der Kölner Ausgabe der „Bild-Zeitung“ ein Artikel, der den angeblichen Vorsprung des luxemburgischen Senders gegenüber der heimischen Konkurrenz behauptete.<sup>62</sup> Indem man die Qualität des WDR-Verkehrsfunks diskreditierte, so offenbar die Ansicht der Verleger, könnten möglicherweise die Chancen auf den in ihren Augen längst überfälligen Privatfunk unter Beteiligung der Zeitungsverlage steigen.

### 3. *Radio Luxemburg: Verkehrsfunk zwischen Service und Marketing*

Auch wenn Radio Luxemburg nicht der erste Sender war, der Verkehrsmeldungen ausstrahlte, sahen die Luxemburger schon früh die Potenziale solcher serviceorientierten Angebote, um den wachsenden Kreis der motorisierten Hörer anzusprechen. Im Juni 1963 startete die erste tägliche Sendung, die sich explizit an „Autoradiohörer“ wandte: „Es ist eine bunte Stunde, die in enger Verbindung mit dem ADAC [...] gestaltet wird. Die Zentrale des ADAC in München liefert zweimal täglich den Straßenzustands- und Wetterbericht per Fernschreiben nach Luxemburg. Um 14.49 Uhr liegt ein Fanfarenband bereit, das den Autoreiseruf ankündigt. Hier hat jeder Luxemburg-Hörer die Möglichkeit, in echten Notfällen einen motorisierten Zeitgenossen zu rufen.“<sup>63</sup> In den folgenden Jahren baute der Sender seinen Service für Autofahrer konsequent aus und integrierte nun auch bundesweite Verkehrshinweise in das laufende Programm, die direkt vom Bundesministerium für Verkehr bezogen wurden.<sup>64</sup> Der Charakter als „durchhörbares“ Programm aus Schlager und Popmusik sowie relativ geringem Wortanteil machte es dabei möglich, aktuelle Meldungen jederzeit einzublenden.

Um das Image des Senders als Helfer und Dienstleister auszubauen und weiter zu festigen, setzten die Verantwortlichen nicht nur auf Zusammen-

---

62 WDR Hist. Arch. 15325 (Pressespiegel, 12.12.1975).

63 Schwaegerl: Die fröhlichen Wellen, S. 83.

64 SWF Hist. Arch. P 13222 (Tagung der ARD-Programmdirektoren und Sendeleiter, 24./25.05.1965).

arbeit mit öffentlichen Stellen wie u. a. Innenminister Weyer und mächtigen Lobbyorganisationen wie den ADAC, sondern kooperierten auch mit Unternehmen der Geräte- und Automobilindustrie. So brachte Grundig bereits 1963 ein tragbares Universal-Transistorradio auf den Markt, das eine spezielle „Luxemburg-Taste“ aufwies, mit der „die von deutschen Kraftfahrern bevorzugten Autofahrer-Sendungen des Luxemburger Senders mit einem Knopfdruck eingeschaltet werden können.“<sup>65</sup> Andere Hersteller zogen nach – offenbar funktionierte diese Form von Marketing.

Anfang der 1970er Jahre begann der Luxemburger Sender unter dem Druck der sich langsam verändernden öffentlich-rechtlichen Konkurrenz seine Informations- und Service-Angebote erheblich auszubauen. Der junge Programmchef Frank Elstner setzte im Bereich des Verkehrsservice abermals auf eine Werbepartnerschaft, diesmal mit dem Kölner Autobauer Ford. Auf Elstners Initiative stellte Ford dem Sender zehn Fahrzeuge des damaligen deutschen Spitzenmodells „Granada“ sowie einen Hubschrauber zur Verfügung, die auf Autobahnen und Bundesstraßen unterwegs waren und per Funk Meldungen ins Studio übertrugen. Zeitweise waren auch Beobachtungsflugzeuge eingesetzt, und bei Bedarf konnten Eilmeldungen von den Straßen direkt ins laufende Programm eingeblendet werden – damit war Radio Luxemburg nach eigenen Angaben der erste deutschsprachige Hörfunksender, der ein solches Konzept umsetzte.<sup>66</sup> Die Aktion zielte nicht nur darauf, die Aktualität der Meldungen zu erhöhen, sondern verband das Engagement im Dienste der Hörer in Form der Flotte vor allem auch mit einem prägnanten und in der Öffentlichkeit präsenten Symbol.<sup>67</sup>

---

65 „Taste für Radio Luxemburg“, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20.04.1963, S. 12.

66 Vgl. Elstner / Mühl: *Wetten Spaß*, S. 75.

67 Der Ansatz erinnert insofern an die seinerzeit sehr populäre „Burda-Staffel“, eine Kunstflugstaffel identischer Sportflugzeuge, die zwischen 1955 und 1973 als Werbeträger des Verlagshauses fungierte.



Abbildung 4: RTL-Programmchef Frank Elstner und Moderator Jochen Pützenbacher mit einem Fahrzeug der sogenannten „Granada-Flotte“ (1980)

Konsequenterweise wurde diese Idee ab Juli 1978 noch ausgeweitet: Der Sender schickte nun sogenannte „RTL-Straßenengel“ auf die Autobahnen. Dabei handelte es sich um in den Senderfarben lackierte Wagen mit Fahrern, die „als Pannenhelfer, Abschlepper, Benzinspender und Erste-Hilfe-Experten“ in Not geratenen Verkehrsteilnehmern helfen sollten.<sup>68</sup> Zusätzlich gründete man den *Stau-Club*, der Hörer anhielt, im Studio anzurufen und Behinderungen zu melden – eine frühe Form von „user generated content“. Damit konnte man die Basis der Meldungen verbreitern und sie beschleunigen, vor allem aber die Hörerbindung stärken, weil das Publikum direkt ins Programm eingebunden wurde. Dem letztgenannten

---

68 Pospieschil: RTL Radio Luxemburg Chronik 1957 bis 1990, S. 24.

Zweck dienten auch flankierende Gewinnspielaktionen, wie beispielsweise 1972 mit dem Titel „Fairness am Steuer“, bei der die Hörer bis zu 1.000 DM gewinnen konnten.<sup>69</sup>

Durch derartige geschickt vermarktete Maßnahmen inszenierten sich die „Vier fröhlichen Wellen“ im Zuge der Massenmotorisierung erfolgreich als engagierter Partner, der auch zu unkonventionellen Mitteln griff, um seinen staugeplagten oder von Pannen betroffenen Hörer den frustrierenden Verkehrsalltag zu erleichtern. Nebenbei setzte er mit dem so erworbenen Image als kompetentes Angebot im Dienst der Autofahrer auch dank der tatkräftigen Unterstützung des Innenministers die öffentlich-rechtliche Konkurrenz in Köln unter Zugzwang.

#### 4. *Der WDR: Verkehrsfunk zwischen hochkulturellem Ressentiment, medienpolitischer Taktik und Anpassung an den gesellschaftlichen Wandel*

Während es dem kommerziellen Sender aus Luxemburg also relativ leichtfiel, Verkehrsmeldungen in sein Programm zu integrieren und mit seinem populären Image zu verbinden, tat sich der WDR damit wesentlich schwerer. Zwar kamen erste Überlegungen dazu in Köln bereits 1959 auf<sup>70</sup> und sogar schon früher als in Luxemburg, nämlich ab April 1961, wurden unter dem Titel „Blaulicht – Verkehrshinweise für Kraftfahrer“ gelegentlich polizeiliche Meldungen verlesen.<sup>71</sup> Angeblich stieg anfangs sogar ein Reporter auf das Dach des Funkhauses am Wallrafplatz um den Polizeifunk abzuhören, weil die Polizei die Meldungen damals noch „als geheime Kommandosache“ behandelt habe.<sup>72</sup> Doch zugleich gab es bei den Verantwortlichen großen Widerstand gegen die Vorstellung, daraus einen prominenten Programmbestandteil zu machen oder Verkehrshinweisen gar Priorität gegenüber kulturellen oder politischen Inhalten einzuräumen.

Deutlich wurde dies im Zuge der Vorstöße, die Minister Weyer ab 1963 in dieser Angelegenheit unternahm. So bekräftigte Hörfunkdirektor Fritz Brühl zwar prinzipiell, dass der WDR „im Sinne jener offiziellen und

---

69 RTL History: 1977, Titel 3 (1966–1972).

70 WDR Hist. Arch. 4190.

71 WDR Hist. Arch. R 1426.

72 So jedenfalls rückblickend der WDR-Verkehrs-Redakteur Alfred Zerban; auch wenig erfolgreiche Versuche mit Ü-Wagen auf der Autobahn habe es gegeben; vgl. Söker: Audio mobil, S. 16.

halboffiziellen Anregungen, die in letzter Zeit an uns herangetragen worden sind“; handeln und „kräftig dazu beitragen [sollte], daß Stauungen vermieden werden.“<sup>73</sup> Außerdem überlegte er durchaus, wie eine „funkische Form der Verkehrsmeldung“ aussehen könne, um sie zu einem integralen Teil des Programms zu machen. Verkehrsdurchsagen zu jeder vollen Stunde lehnte er jedoch ab, ebenso wie Unterbrechungen von Konzerten oder Wortprogrammen.<sup>74</sup> Intendant v. Bismarck präziserte dies Mitte der 1960er Jahre noch, indem er Weyer wissen ließ, dass „zwischen Beethoven-Sinfonie und Violinkonzert von Max Bruch eine Unterbrechung möglich ist, nicht aber innerhalb der Beethoven-Sinfonie.“<sup>75</sup>



Abbildung 5: WDR-Intendant Klaus von Bismarck (Quelle: WDR).

---

73 WDR Hist. Arch. 11424 (Korrespondenz, 11.09.1963).

74 WDR Hist. Arch. 11424 (Korrespondenz, 11.09.1963).

75 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 17.12.1965).

Hinter solchen Einwänden stand erkennbar ein hochkulturelles Verständnis von Rundfunk. In der Programmgestaltung spiegelte sich ein konservativer bildungsbürgerlicher Diskurs, der das Radio seit seiner Entstehung begleitet und in hohem Maße geprägt hatte. Gerade wegen seiner universellen Verbreitung wurden an dieses Medium von den bürgerlichen Eliten didaktische und ästhetische Ansprüche einer kulturellen „Hebung“ herangezogen. Dieses Verständnis als Bildungsinstanz nationaler Hochkultur wirkte in der Bundesrepublik noch lange nach, zumal damit auch intensive programmatische Diskussionen um ästhetische Prinzipien und die Programmgestaltung im Sinne eines durchkomponierten Gesamtkunstwerks verbunden waren.<sup>76</sup> Die Unterordnung des kulturellen und informatorischen Auftrags des Rundfunks unter profane Servicemeldungen schien dementsprechend lange undenkbar. Noch bis in die 1960er Jahre waren „erziehungsdiktatorische Züge“<sup>77</sup> dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk keineswegs fremd.

Wenn es nicht denkbar war, die Gestaltung der Wort- und Musikbeiträge der Einblendung von aktuellen Meldungen anzupassen, lag es nahe, letztere in ein spezielles Programm mit unterhaltendem Charakter auszulagern, denn – so Brühl –, „Tanzmusik und leichte Unterhaltungsmusik vertragen die Durchsage während des Programms.“<sup>78</sup> Dementsprechend kamen im WDR bereits 1963 erste Überlegungen auf, das dritte Programm zu einem „Autofahrdienst“ umzubauen. Dagegen sprachen allerdings nicht nur die zu erwartenden hohen Kosten, die nach Auffassung der Intendanz in keinem vernünftigen Verhältnis zum Informationsertrag stünden. Vielmehr schien ein solches Modell auch mit dem eigenen didaktischen Anspruch unvereinbar. Zu befürchten sei „eine Abwanderung zahlreicher Hörer aus den seriösen Programmen in das betont unseriöse Programm des Sondersenders [...]. Die pädagogische Aufgabe, der sich jede Rundfunkanstalt [...] verpflichtet fühlt, wäre beträchtlich gefährdet.“<sup>79</sup>

Aus der Perspektive des WDR verkehrte sich der Vorbildcharakter von Radio Luxemburg damit in sein Gegenteil. Fragwürdig erschien den Pro-

---

76 Z. B. schrieb die Programmdirektion des Südwestfunks (SWF) 1953/54, das Programm erfordere eine „besonders sorgfältige Planung“, – „um die einzelnen Teile dieser Darbietungsfolge zum Erlebnis werden zu lassen“, denn „in der Anlage und Aufteilung des Programms soll sich ja das künstlerische, kulturelle und politische Gesicht einer Rundfunkanstalt dokumentieren“; zit. nach Düssel: Hörfunk in Deutschland, S. 133.

77 Schildt: Massenmedien im Umbruch der fünfziger Jahre, S. 645.

78 WDR Hist. Arch. 11424 (Korrespondenz, 11.09.1963).

79 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 17.12.1965).

grammverantwortlichen insbesondere dessen Musikprogramm. Mit Blick auf ein mögliches eigenes Autofahrerprogramm wurde unter anderem vor „Berieselungsmusik“, der „Luxemburg-Masche“ und dem unbedingt zu vermeidenden „Schnulzencharakter“ des vermeintlichen Vorbilds gewarnt.<sup>80</sup> Außerdem bestehe die Gefahr, „daß wir uns sozusagen eine Luxemburger Konkurrenz ins eigene Haus holten.“<sup>81</sup> Spürbar schwangen hier traditionelle Ressentiments gegenüber Unterhaltungsmusik mit, die als unseriös und minderwertig angesehen wurden.<sup>82</sup>

Als Innenminister Weyer Mitte der 1960er Jahre seinen Druck auf den WDR forcierte und begann, sein Anliegen mit dem Aspekt der Verkehrssicherheit zu legitimieren, stieß dies bei v. Bismarck ebenfalls auf wenig Verständnis. Der Intendant wies nicht nur entschieden die Unterstellung des Ministers zurück, ein möglicher Hörschwund sei ihm wichtiger als das Thema Verkehrssicherheit.<sup>83</sup> Stattdessen bezweifelte er grundsätzlich, dass eine „Autofahrerwelle“ überhaupt einen Beitrag zur Verkehrssicherheit leisten könne. Vielmehr bestehe die Gefahr, dass die Fülle der Informationen die Konzentration der Fahrer zu sehr in Anspruch nehme. Dadurch würde sich die Unfallgefahr nicht verringern, sondern im Gegenteil erhöhen.<sup>84</sup> Damit schloss er an eine seinerzeit noch verbreitete medien- und modernisierungskritische Argumentation an, der zufolge Autoradios generell als gefährlich galten, weil sie die Fahrer vom Verkehrsgeschehen ablenken würden.<sup>85</sup> In den 1960er Jahren geriet diese Position allerdings zunehmend ins Hintertreffen, nicht zuletzt, weil die Geräteindustrie nun mit dem Versprechen eines Sicherheitsgewinns warb. Ein Autoradio biete neben Unterhaltung und Sportreportagen vor allem Sicherheit, weil es auf langen Fahrten gegen Müdigkeit helfe und „die in heutiger Zeit so wichtigen Verkehrsdurchsagen“ bringe. „Flotte Musik“, so wurde mittlerweile konträr argumentiert, helfe „im zähen Stadtverkehr“ Aggressionen abzubauen.<sup>86</sup>

---

80 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 30.11.1965); WDR Hist. Arch. 12053 (Korrespondenz, 23.08.1972); WDR Hist. Arch. 10344 (Konzeptpapier „Autofahrerwelle“, 1972).

81 WDR Hist. Arch. 11424 (Korrespondenz, 16.09.1963).

82 Vgl. Classen: *Ungeliebte Unterhaltung*.

83 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 23.12.1965).

84 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 17.12.1965).

85 Weber: *Das Versprechen mobiler Freiheit*, S. 144.

86 Werbung der Firma Graetz von 1966; Autoradiotest der Verbraucherzeitschrift DM von 1970, zit. nach Weber: *Das Versprechen mobiler Freiheit*, S. 147.

Ganz unabhängig von inhaltlichen Aspekten wurden Weyers Interventionen im WDR als Angriff auf die Unabhängigkeit des Rundfunks wahrgenommen. Die kurz nach dessen provokativer Pressekonferenz im Dezember 1965 gefällte Entscheidung, seinem Wunsch nach stündlichen Verkehrsmeldungen zu entsprechen, lies bei Klaus Emmerich, Leiter der Hörfunkabteilung Wirtschaft, grundsätzliche Bedenken laut werden. Er sah in der Art, wie hier von Politikern in die Programmhoheit eingegriffen worden sei, „ein geradezu gefährliches Präjudiz“, das jederzeit auf andere Themen ausgedehnt werden könne. Unter anderem nannte er „die Justiz bei der Suche nach Verbrechern.“ „Dem Hörer muss der Eindruck entstehen, als ob Behörden und Politiker über Gebühr und vor allem jenseits der Rechtsnormen Einfluss auf das Rundfunkprogramm nehmen oder erhalten.“<sup>87</sup> Später kritisierte Weyer sogar, dass der WDR redaktionelle Entscheidungen traf und neben den Polizeimeldungen auch andere Quellen auswertete.<sup>88</sup> Vom Ideal der Staatsferne, auf das der Rundfunk nach der Erfahrung des Nationalsozialismus eigentlich verpflichtet sein sollte, war diese Praxis in der Tat weit entfernt.

Jedenfalls wird klar, warum man die – wie Hörfunkdirektor Brühl süffisant bemerkte – „skurrile“ „Leidenschaft des Herrn Weyer für sein Lieblingskind“<sup>89</sup> auf Seiten des WDR nicht teilte. Innerhalb des Programms galten Verkehrsmeldungen als Störfaktor, ausgelagert in separate Unterhaltungsprogramme drohten sie zur Gefahr für den kulturellen und politischen Anspruch der bisherigen Programme zu werden. Anfangs versuchte man daher nicht nur beim WDR, die Aufgabe möglichst an den neuen Deutschlandfunk bzw. die geplante bundesweite „Autofahrerwelle“ zu delegieren.<sup>90</sup>

Nachdem sich 1971 herauskristallisierte, dass es keine Frequenz für eine bundesweite „Autofahrerwelle“ geben würde, erlebte das Thema auf regionaler Ebene eine neue Konjunktur. Diesmal allerdings entwickelte sich die Diskussion innerhalb des WDR anders: Das Schreckensszenario von kultureller Nivellierung, Hörerschwund und Kommerzialisierung durch ein unterhaltungs- und serviceorientiertes Programm speziell für Autofah-

---

87 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 23.02.1966).

88 Henrich-Franke: Verkehrsfunk, S. 15.

89 WDR Hist. Arch. 15324 (Korrespondenz, 22.12.1965).

90 Zur Rolle des Deutschlandfunks Werner Hinz, in: Söker, Roland: Audio mobil, S. 13 f.; Hinz, technischer Direktor beim DLF, war der Erfinder des „Hinz-Trillers“, des charakteristischen Pieptons, mit dem Verkehrshinweise in Deutschland jahrzehntelang an- und abgekündigt wurde; vgl. auch der Beitrag von Jörg Wehling in diesem Band.

rer schien plötzlich verschwunden. Bereits im Frühjahr 1972 empfahl ein Konzeptpapier der Hörfunkdirektion die Einrichtung einer eigenen Autofahrerwelle „als Service-Programm mit eingestreuter Werbung auf gesonderten Frequenzen.“<sup>91</sup> Begründet wurde dies jetzt mit Bedürfnissen der Hörer, die es gelte, im „WDR-Verbund“ zu halten. Nicht in der internen Konkurrenz der WDR-Programme wurde demnach noch ein Problem gesehen, sondern ausschließlich im Wettbewerb mit Radio Luxemburg. Ausgerechnet der zuvor geschmähte Sender avancierte jetzt zum Vorbild: Das Musikprogramm müsse so beschaffen sein, „daß die Hörer sich so versorgt vorkommen, als hörten sie Radio Luxemburg.“<sup>92</sup>

Auch innerhalb des WDR musste das Thema Verkehrssicherheit für die Legitimation dieser 180-Grad-Wende herhalten. Bis dato war die Notwendigkeit eines separaten Programms allenfalls deshalb anerkannt worden, weil man der Meinung war, nicht auf hochkulturelle Inhalte verzichten zu können, die keinesfalls jederzeit unterbrochen werden konnten. Nun zog man das bekannte Argument der Gefährdung durch Ablenkung heran, um dessen Notwendigkeit zu begründen: Die hohen Wortanteile in den gegenwärtigen WDR-Programmen würden eine große Gefahr der Ablenkung in kritischen Verkehrssituationen bergen. Nur von einem Programm, das vorwiegend aus Unterhaltungsmusik bestehe, gehe keine Gefahr aus.<sup>93</sup>

Auch wenn das Konzept letztlich nicht realisiert wurde, stellt sich die Frage, was den plötzlichen Sinneswandel bewirkt hatte, gerade auch bezüglich der Werbefinanzierung. Intendant v. Bismarck hatte bisher gegenüber den Zeitungsverlegern stets beschwichtigend versichert, er plane keine Werbung. Auch hausintern hatte er dagegen argumentiert, schließlich müsse man einen Konflikt mit der Presse vermeiden.<sup>94</sup> Hörfunkdirektor Brühl hatte in einem Kommentar sogar noch im Vorjahr vor dem manipulativen Charakter von Werbung gewarnt und sie als „Sündenfall“ der Massenmedien bezeichnet.<sup>95</sup>

Die Antwort ist auf mehreren unterschiedlichen Ebenen zu suchen. Vordergründig folgte die Hörfunkkommission damit Empfehlungen von verkehrspolitischen Experten, die der WDR mit Gutachten beauftragt hatte. Daraus ließ sich eine klare Empfehlung für eine separate Verkehrsfunkwelle ableiten.<sup>96</sup> Gravierender dürften allerdings abermals medienpolitische

---

91 WDR Hist. Arch. 10344 (Konzeptpapier „Autofahrerwelle“, 1972).

92 Ebd.

93 WDR Hist. Arch. 12053 (Korrespondenz, 23.08.1972).

94 Vgl. Berg: *Grenzenlose Unterhaltung*, S. 336 ff.

95 WDR Hist. Arch. 11429 (Manuskript „Von uns über uns“, 16.10.1971).

96 WDR Hist. Arch. 12053 (Korrespondenz, 23.08.1972).

Gründe gewesen sein. Zum einen war durch eine Infratest-Auftragsstudie zur Hörfunknutzung in Nordrhein-Westfalen 1970 inzwischen deutlich geworden, dass Radio Luxemburg in der Gunst der Hörer selbst das beliebteste Zweite Programm des WDR überholt hatte und sowohl die Inhalte als auch die Programmstruktur für diesen Erfolg verantwortlich waren.<sup>97</sup> Die kommerzielle Konkurrenz aus dem Nachbarland, die man beim WDR lange für nicht satisfaktionsfähig gehalten hatte, ließ sich daher nicht länger ignorieren. Zum anderen waren die neuen Servicewellen, die der Bayerische und der Hessische Rundfunk in den Jahren 1971 und 1972 gestartet hatten, ebenfalls überaus erfolgreich. Es lag also nahe, in Köln einen ähnlichen Weg zu gehen.

Damit ist allerdings noch nicht erklärt, warum die Verantwortlichen das Modell mit der Einführung von Hörfunkwerbung verbanden. Angesichts der bisherigen ablehnenden Position der Senderspitze zu Werbung stellte dies einen überraschenden und entsprechend schwer zu vermittelnden Bruch dar – letztlich sollte das Projekt dann auch genau an dieser Frage scheitern. Ein Grund war paradoxerweise, dass der Gesinnungswandel innerhalb des WDR offenbar weit weniger groß war, als es in einigen Konzeptpapieren den Anschein hatte. Angesichts der strukturkonservativen Tendenzen im Haus bestand der Charme des zusätzlichen Programms darin, dass die bisherigen Programme nicht verändert werden mussten – und daher auch die Hörfunkdirektion dem Plan zustimmte. Ferner bestand so die Möglichkeit, eine vierte Senderkette aufzubauen und damit Frequenzen zu nutzen, die man anderenfalls bedroht sah: „Wenn der WDR aus finanziellen Gründen nicht in der Lage ist, auf diesem Sendernetz ein eigenes Programm zu bieten, besteht die Gefahr, dass andere Interessengruppen das Netz in eigenen Gebrauch nehmen wollen.“<sup>98</sup>

Das medienpolitische Kalkül wird hier deutlich: Die politisch – vor allem von Weyer – seit langem geforderte Autofahrerwelle wollte der WDR nutzen, um sich gegenüber der aktuellen ausländischen und einer zukünftig denkbaren privaten Hörfunkkonkurrenz im Inland in eine bessere Position zu bringen. Da die damit verbundenen hohen Kosten vor allem für den Aufbau der technischen Infrastruktur aus den Gebühren ohne Einschnitte anderswo kaum aufzubringen waren, sollten sie aus Werbung finanziert werden. Das hatte den eleganten Nebeneffekt, dass die wirtschaftliche Basis des zunehmend lästigen Konkurrenten aus Luxemburg dadurch empfindlich getroffen worden wäre.

---

97 Vgl. Dussel: Deutsches Radio, deutsche Kultur, S. 139.

98 WDR Hist. Arch. 12053 (Korrespondenz, 23.08.1972).

Intendant v. Bismarck wird klar gewesen sein, dass Werbung im WDR-Programm politisch heikel war, allein schon wegen der Verlegerlobby. Aber andererseits kamen aus der Landespolitik auch andere Signale – Ministerpräsident Heinz Kühn (SPD) etwa hatte selbst einen Vorstoß für Werbung im WDR unternommen, weil dem Land Nordrhein-Westfalen durch die Gelder, die jährlich nach Luxemburg flossen, Steuereinkünfte in Millionenhöhe entgingen.<sup>99</sup> Vor allem dürfte die Erwartung jedoch gewesen sein, dass der politische Druck, eine landeseigene Autofahrerwelle einzuführen, inzwischen so stark war, dass sich die Kritiker von Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk dem nicht erfolgreich widersetzen konnten.

Letztlich ging dieses Kalkül nicht auf, offenbar dominierte eine Mehrheit von verlegernahen Interessen einerseits und eher konsumkritischen Stimmen, die verkehrspolitisch argumentierenden Befürworter wie Weyer. In Köln entwickelte man daher das Zweite Programm sukzessive zu einem stärker serviceorientierten Programm weiter, das sich an jüngere Zielgruppen und dabei insbesondere auch an Autofahrer wandte. Bereits 1972 wurde unter der Leitung von Alfred Zerban eine eigene Verkehrsredaktion aufgebaut, die sowohl für die Service- als auch für die inhaltlichen Aspekte des Themas zuständig war und sich unter anderem mit verkehrspädagogischen Sendereihen wie „Freie Fahrt ins Wochenende“ profilierte.<sup>100</sup> Im Unterschied zur „Autofahrerwelle“, die im Wesentlichen als Musikeppich vom Band ohne Moderationen und einem Minimum an Informationen sowie jederzeit einblendbaren Verkehrsmeldungen geplant war, wurde dabei jedoch der publizistische Anspruch nicht eingeschränkt. Auf WDR 2 wurden politische und kulturelle Themen etwa im Rahmen von Magazinformaten lediglich in anderer, lockererer Form präsentiert. Dieses angepasste Konzept einer „Servicewelle“ erwies sich im Lauf der 1970er Jahre als sehr erfolgreich, auch hinsichtlich der Nutzung des Verkehrsfunks.<sup>101</sup>

### 5. Schluss: Verkehrsfunk als Spielball (medien-)politischer Interessen

In einem „Stichtags“-Rückblick von 2010 datierte der WDR den Start des Verkehrsfunks nicht nur auf das rätselhafte Datum 27. Juni 1970, sondern

---

99 WDR Hist. Arch. 11429 (Korrespondenz, 02.07.1971).

100 Vgl. Lücke: Mit Alfred auf der Marterstrecke, S. 18.

101 Einer Umfrage zufolge nutzten 1979 82% der Autofahrer die Meldungen des WDR und nur 12% die von Radio Luxemburg; Hist. Arch. 15325 (Korrespondenz, 08.10.1979).

erweckte auch den Eindruck, Weyers Interventionen wären im Sender freudig aufgenommen worden: „Des Ministers Wunsch nach einem eigenen Polizeisender geht nicht in Erfüllung. Doch Alfred Zerban, Leiter der WDR-Verkehrsredaktion, nimmt die Anregung auf und baut das Programm von WDR 2 zur Service-Welle aus. In kurzer Zeit gehen auch die meisten anderen ARD-Hörfunksender mit regelmäßigen Verkehrsdurchsagen auf Sendung.“<sup>102</sup> Ähnlich fragwürdig wird bei der privaten Konkurrenz die Pionierrolle beim Verkehrsfunk für Frank Elstner und Radio Luxemburg reklamiert: „Gegen zahlreiche rundfunk- und parteipolitische Widerstände hat er – gemeinsam mit dem damaligen NRW-Innenminister Willy Weyer – den Verkehrsfunk mit Autofahrerinfos durchgepaukt. Die deutschen Rundfunkanstalten zogen flugs nach.“<sup>103</sup> Beide Aussagen schließen sich nicht nur gegenseitig aus, sondern entsprechen auch für sich genommen nicht den Tatsachen. Zwar trieben sowohl Alfred Zerban beim WDR und ab 1973 auch Frank Elstner bei Radio Luxemburg den Ausbau des Verkehrsfunks und die Anpassung der Programme an die Bedürfnisse von Autofahrern voran, doch eine Vorreiterrolle konnten beide rund zehn Jahre nach den Anfängen des Verkehrsfunks nicht mehr spielen.

Vielmehr entsteht bei genauerer Betrachtung der Eindruck, dass bei beiden Sendern primär strategische, unternehmens- und marktbezogene Überlegungen den Umgang mit dem Thema bestimmten, weniger inhaltliche und verkehrspolitische Argumente. Der deutsche Dienst von Radio Luxemburg begann zwar relativ früh, die neue Zielgruppe der Autofahrer in Nordrhein-Westfalen anzusprechen und inszenierte sich als besonders aktueller und kompetenter Dienstleister in allen Fragen, die damit zusammenhängen. Dabei war jedoch viel geschicktes Marketing im Spiel, und das übergeordnete Interesse des kommerziellen Anbieters, seine Einschaltquoten und Hörerbindung zu optimieren, war unübersehbar.

Beim WDR, wo es in den 1960er Jahren noch erhebliche Vorbehalte gab, weil man durch die Meldungen den kulturellen Auftrag gefährdet sah, verschloss man sich den Vorstößen des Innenministers nach Ausbau des Verkehrsfunks zwar nicht völlig. Insgesamt aber handelte es sich offenbar lange Zeit eher um Zugeständnisse gegenüber der Landespolitik als um Engagement aus inhaltlicher Überzeugung. Erst Anfang der 1970er Jahre trieb der WDR die Entwicklung einer eigenen Autofahrerwelle vor-

---

102 „WDR Stichtag. 27.06.2010 – Vor 40 Jahren: Einführung des Verkehrsfunks im Radio“, in: <https://www1.wdr.de/stichtag/stichtag4618.html> (15.03.2022).

103 <https://www.radiojournal.de/luxi/rtlradio-chronik/1964/1964-2.htm> (15.03.2022).

an. Nun versuchte man jedoch, die politischen Forderungen nach einem solchen Programm zu nutzen, um eine kostspielige vierte Senderkette aufzubauen und der privaten Konkurrenz den Werbemarkt streitig zu machen. Die eher lieblose Konzeption des geplanten Programms, das überwiegend aus unmoderiert vom Band gesendeter Musik und Werbung bestehen sollte, weckt Zweifel an der Seriosität des Vorhabens. Es entsteht der Eindruck, dass die Autofahrerwelle für die WDR-Spitze vor allem ein Vehikel war, mit dem man medienpolitische Geländegewinne erzielen wollte.

Überhaupt fällt auf, wie stark die seinerzeit umkämpfte Medienpolitik den Umgang mit dem Thema beeinflusste, wenn nicht dominierte. Das betraf zum einen Radio Luxemburg als kommerzielle Konkurrenz aus dem Ausland, das gegenüber dem WDR immer wieder als politisches Druckmittel genutzt wurde und das sich selbst mit Aktionen wie der „Granada-Flotte“ öffentlichkeitswirksam in Szene setzte. In den frühen 1970er Jahren avancierte es daher WDR-intern zeitweise zur heimlichen Referenz für die Konzeption eines eigenen Programms speziell für Autofahrer.

Genauso wichtig waren allerdings die anhaltenden Bestrebungen von konservativer und Verlegerseite, auch in Deutschland kommerziellen Rundfunk zuzulassen, ein Szenario, das in den 70er Jahren wie ein Damoklesschwert über dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk schwebte. Politiker nutzten es als mehr oder minder subtiles Mittel, um Einfluss auf die Programmpolitik zu nehmen und WDR-Intendant v. Bismarck versuchte lange, einen offenen Konflikt mit den Zeitungsverlegern zu vermeiden, weil er deren publizistische Macht fürchtete. Umgekehrt verdankten sich Initiativen wie „durchhörbare“ Servicewellen mit permanent verfügbaren Verkehrshinweisen innerhalb der ARD maßgeblich Versuchen, ein duales Rundfunksystem zu antizipieren und vorsorglich Programmsegmente und Frequenzen zu belegen sowie Werbeetats zu gewinnen. Verkehrspolitische Aspekte waren demgegenüber anscheinend eher nachrangig.

Anders stellten sich die Interessen bei Willi Weyer dar, dem als Innenminister eine entscheidende Rolle bei der Etablierung des Verkehrsfunks in Nordrhein-Westfalen zukam. Zwar nutzte auch er medienpolitische Strategien, vor allem indem er öffentlich Radio Luxemburg zum Vorbild erhob und damit den WDR unter Druck setzte. Aber dahinter stand erkennbar in erster Linie das Interesse, umfassende Verkehrsmeldungen in seinem Sinne durchzusetzen. Allerdings deutet schon sein häufig auf öffentliche Sichtbarkeit angelegtes, bisweilen provokantes Vorgehen an, dass hier ein gewiefter Strategie agierte, der die Medienöffentlichkeit nicht zuletzt für seine eigene Popularität zu nutzen wusste. Umstandslos ersetzte er die Begründung einer besseren Verkehrslenkung durch einen behaupteten Si-

cherheitsgewinn, als sich der Diskurs in diese Richtung änderte. Gerade in den 1960er Jahren, als es noch vergleichsweise wenig Autoradios gab und die Meldungen bis zur Ausstrahlung noch lange brauchten, erscheint zweifelhaft, dass aktuelle Gefahrenmeldungen ihre Adressaten wirklich rechtzeitig erreichten. Der Effekt für die Verkehrssicherheit dürfte daher nicht besonders groß gewesen sein, zumindest im Vergleich zu anderen Maßnahmen.

Weyers Engagement für die Verkehrssicherheit erscheint insofern zweischneidig, als er sich zugleich entschieden gegen wirksame Regulierungsmaßnahmen wie die vom Bundesverkehrsminister 1972 letztlich durchgesetzte Einführung eines Tempolimits auf Landstraßen positionierte. Stattdessen empfahl er „Verkehrserziehung angefangen in den Kindergärten mit Verkehrskasperle weiter über die Schulen, in Zeitungen und im Rundfunk und auch durch Verkehrssicherheits-Kampagnen, zur Zeit unter dem Motto »Zeig dein Herz auf der Straße.«<sup>104</sup> Anders als beim seinerzeit sehr umstrittenen Tempolimit drohte durch derartige Maßnahmen kein Verlust an Popularität. Ähnliches kann man auch beim Verkehrsfunk unterstellen, der in der Bevölkerung offenkundig konsensfähig war. Da Weyer zudem über erheblichen Einfluss beim WDR verfügte, bot sich dieses Thema aus seiner Sicht an, um sich öffentlich als Macher zu inszenieren, der die Verkehrsprobleme konkret und offensiv anging.

Dabei agierte er überaus machtbewusst, und es gibt keine Anzeichen, dass ihm irgendwelche Skrupel bezüglich der gesetzlich gebotenen Staatsferne des Rundfunks gekommen wären. Mehr als zwei Jahrzehnte gehörte er dem Verwaltungsrat des WDR an, seinerzeit dessen wichtigstes Entscheidungsgremium, und war daneben Mitglied der Regierung, die nach dem ersten WDR-Gesetz zugleich eine Rechtsaufsicht ausübte. Von Staatsferne konnte beim WDR damals generell kaum die Rede sein, denn, wie „Die Zeit“ 1972 treffend schrieb: „[...] im Verwaltungsrat, dem höchsten Gremium des WDR, sitzen die mächtigsten Politiker des Landes“<sup>105</sup>, – darunter neben Weyer auch Ministerpräsident Kühn und Landtagspräsident Wilhelm Lenz. Natürlich konnte auch der Innenminister „den neuen Service für Autofahrer [...] nicht einfach anordnen“, sondern dazu „bedurfte [es] einiger Umwege und zusätzlicher Wünsche“, wie Ex-WDR-Chefredakteur Walter Först in einem Nachruf beschönigend schrieb.<sup>106</sup> Insofern sind

---

104 „Man darf nicht nur die Toten zählen“, in: *Der Spiegel* 38/1971 vom 12.9.1971, S. 26–28, hier: S. 27.

105 Hartelt: *Rundfunk-Kumpanen*. *Bekommt der WDR ein neues Gesetz?*

106 Först: *Willi Weyer*, S. 304–305.

die Auseinandersetzungen zwischen Weyer und dem WDR auch ein Lehrstück über die asymmetrische Beziehung zwischen Medien und Politik.<sup>107</sup>

Jedenfalls wird klar, warum Intendant v. Bismarck sich den „Wünschen“ eher nicht verschloss, sondern meistens versuchte, Weyer entgegenzukommen. Das gilt umso mehr, als er auch in anderen Fragen auf dessen Unterstützung angewiesen war, namentlich der sogenannten „Rotfunk-Kampagne“, die CDU-Mitglieder – auch aus den WDR-Gremien heraus – in den 1970er Jahren wegen angeblicher Linkslastigkeit und Unterstützung der RAF gegen den Sender führten.<sup>108</sup> Helmut Drück, Leiter der Intendanz unter v. Bismarck, hat die Schlüsselstellung Weyers im politisch gespaltenen WDR-Verwaltungsrat bestätigt: „Und wenn du dich da nicht auf eine Richtung stützen kannst... Das war bei Bismarck so, der hatte allenfalls Willi Weyer, den FDP-Innenminister, auf seiner Seite.“<sup>109</sup> Gemessen an anderen Aufgaben in v. Bismarcks Amtszeit wie dem Ausbau und der Finanzierung des Fernsehens aber eben auch den fortgesetzten Angriffen auf den Sender aus dem konservativen Lager, die aus politischer Opportunität auf das Ende des öffentlich-rechtlichen Monopols zielten, stellte der Verkehrsfunk ohnehin nur einen Nebenschauplatz dar.

In gewisser Weise galt letzteres wohl auch für die Hörer, deren Perspektive in den Auseinandersetzungen zwischen Politik und Sendern um den Verkehrsfunk merkwürdig unterbelichtet blieben. Zwar ist unübersehbar, dass die Einführung der „Servicewellen“ in den 1970er Jahren auf sich verändernden Nutzungsgewohnheiten und -wünschen beruhte. Allerdings war der entfesselte Individualverkehr nur ein Aspekt jenes gravierenden Wandels zu Überfluss- und Konsumgesellschaften, welche die westeuropäischen Nachkriegsgesellschaften seit den 1950er Jahren durchmachten. Dazu gehörten darüber hinaus unter anderem wachsende Einkommen und Freizeitbudgets, ein verändertes Medienensemble mit dem Fernsehen als neuem Leitmedium, erweiterte Bildungschancen und eine zunehmende Ausdifferenzierung von Lebensstilen einschließlich der Pluralisierung von Identitätskonzepten. Die Gesellschaft machte insgesamt einen Liberalisierungs- und Informalisierungsschub durch. All dem musste sich das Radio anpassen.

Zweifellos nahmen die wachsende Mobilität und insbesondere die Massenmotorisierung auch im Erleben der meisten Hörer eine zentrale Bedeu-

---

107 Vgl. Daniel: Beziehungsgeschichten.

108 Vgl. Schmid: Intendant Klaus von Bismarck und die Kampagne gegen den „Rotfunk WDR“.

109 Keilacker: Durchhalten und Dranbleiben, S. 27.

tung ein. Dabei ging es jedoch um mehr als Verkehrsnachrichten: Gerade rhythmische Musik war im Auto gefragt, weil sie das Erleben von Bewegung und Beschleunigung steigerte: „Zwei Geschwindigkeiten begegnen sich, Fahrgeschwindigkeit stößt auf musikalisches Tempo.“<sup>110</sup> Mitteilungen über Staus oder potenzielle Gefahren waren bestenfalls nützlich, aber sicher nicht emotional positiv besetzt. Vieles deutet darauf hin, dass sie von den Hörern zwar überwiegend als hilfreiche Dienstleistung wahrgenommen worden sind, oft aber auch als Ärgernis. Lange ließen sie sich nicht routenspezifisch filtern. Typische Kritikpunkte waren zudem fehlende Aktualität, also nicht gemeldete Staus bzw. solche, die gar nicht mehr existierten sowie die als unschön empfundene Sprache.<sup>111</sup> In den Hauptreisezeiten kam noch hinzu, dass die Behinderungen bald so zahlreich wurden, dass sie nicht mehr im Einzelnen gemeldet werden konnten.<sup>112</sup>

Meldungen über Staus und Unfälle waren eben nicht nur nützlicher Service, sondern erinnerten mit zunehmender Verkehrsdichte immer stärker auch an die Paradoxien und funktionalen Defizite der Massenmotorisierung. So gesehen gehörten sie eher auf die Kosten- als auf die Nutzen-Seite des Motorisierungsdiskurses. Davon zeugt noch die eingangs zitierte ironische Nostalgie zum Ende der Verkehrsmeldungen beim Deutschlandfunk. Längst waren sie zu einem Ritus geworden, dessen primärer Nutzen darin zu bestehen schien, uns täglich vor Augen zu führen, wie sich das Versprechen individueller Mobilität immer öfter in kollektiven Stillstand verwandelt hatte.

## 6. Literaturverzeichnis

Berg, Katja: *Grenzenlose Unterhaltung. Radio Luxemburg in der Bundesrepublik 1957–1980*, Göttingen 2021.

Beyersdorf, Peter: „Verkehrswarnfunk im Deutschlandfunk. Ein Feature aus dem Jahr 1987“, <https://www.deutschlandfunk.de/ein-feature-aus-dem-jahr-1987-verkehrswarnfunk-im-100.html> (16.03.2022).

Brinkmann, Sören: „@mediasres im Dialog. Stau ade! Abschied von den Verkehrsmeldungen“, *DLF*, 31.01.2020; <https://www.deutschlandfunk.de/mediasres-im-dialog-stau-ade-abschied-von-den-100.html> (15.03.2022).

---

110 Willemsen: *Wer wir waren*, S. 20.

111 Beyersdorf: *Verkehrswarnfunk im Deutschlandfunk*.

112 Ebd.

- Classen, Christoph: „Ungeliebte Unterhaltung. Zum Unterhaltungs-Diskurs im geteilten Deutschland 1945–1970“, in: Ruchatz, Jens (Hg.): *Mediendiskurse deutsch/deutsch*, Weimar 2005, S. 209–233.
- Daniel, Ute: *Beziehungsgeschichten. Politik und Medien im 20. Jahrhundert*, Hamburg 2018.
- Dussel, Konrad: „Deutsches Radio, deutsche Kultur. Hörfunkprogramme als Indikatoren kulturellen Wandels“, in: *Archiv für Sozialgeschichte* 41 (2001), S. 119–144.
- Dussel, Konrad: *Hörfunk in Deutschland. Politik, Programm, Publikum (1923–1960)*, Potsdam 2002.
- Elstner, Frank / Mühl, Melanie: *Wetten Spaß. Mein Leben, meine Gäste, meine Shows*, Freiburg i.Br. 2012.
- Först, Walter: „Willi Weyer (1917–1987)“, in: *Rundfunk und Geschichte* 13 (1987) 4, S. 304–305.
- Glaser, Emeli: „Schlammlawine am Schkeuditzer Kreuz. Der DLF streicht Verkehrsfunk“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 30.01.2020.
- Hartelt, Horst-Werner: „Rundfunk-Kumpanen. Bekommt der WDR ein neues Gesetz?“, in: *Die Zeit* 25/1972 vom. 23.06.1972.
- Henrich-Franke, Christian: „Broadcasts for Motorists. Traffic Radio and the Transnationalisation of European Media Cultures“, in: Classen, Christoph (Hg.): *Transnational Broadcasting in Europe 1945–1990. Spiel, Neue Folge. Eine Zeitschrift für Medienkultur*, Jg. 2 (2016), Heft 1, S. 91–105.
- Henrich-Franke, Christian: „Der Verkehrsfunk im Funktionswandel des Hörfunks in den 1960er und 1970er Jahren. Das Beispiel des WDR“, in: *Rundfunk und Geschichte* 42 (2016), 1–2, S. 6–18.
- Jehle, Anna: *Welle der Konsumgesellschaft. Radio Luxembourg in Frankreich 1945–1975*, Göttingen 2018.
- Kain, Florian: *Das Privatfernsehen, der Axel Springer Verlag und die deutsche Presse. Die medienpolitische Debatte in den sechziger Jahren*, Münster 2003.
- Keilacker, Margarete: Durchhalten und Dranbleiben. Zeitzeugengespräch mit Helmut Drück am 30.11.2015 in Berlin, in: *Rundfunk und Geschichte* 42 (2016) 1-2, S. 27–38.
- Klenke, Dietmar: „Freier Stau für freie Bürger“. *Die Geschichte der bundesdeutschen Verkehrspolitik*, Darmstadt 1995.
- Köhler, Ingo: *Auto-Identitäten. Marketing, Konsum und Produktbilder des Automobils nach dem Boom*, Göttingen 2018.
- Kopper, Christopher: „Der Durchbruch des PKW zum Massenkonsumgut 1950–1964“, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte* 1 (2010), S. 19–36.
- Lüke, Reinhard: „Mit Alfred auf der Marterstrecke“, in: *tageszeitung (taz)*, 22.01.1996.
- Müller, Dorit / Weber, Heike: „Traffic“ – On the Historical Alignment of Media and Mobility“, in: *Transfers* 3, 1 (Spring 2013), S. 65–74.
- Pospieschil, Anita: *RTL Radio Luxemburg Chronik 1957 bis 1990*, Bad Neuenahr-Ahrweiler 2013.

- Raphael, Lutz / Doering-Manteuffel, Anselm: *Nach dem Boom. Perspektiven auf die Zeitgeschichte seit 1970*, 3. Aufl., Göttingen 2012.
- Schildt, Axel / Siegfried, Detlef / Lammers, Karl-Christian (Hg.): *Dynamische Zeiten. Die 60er Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften*, Hamburg 2000.
- Schildt, Axel: „Massenmedien im Umbruch der fünfziger Jahre“, in: Wilke, Jürgen (Hg.): *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, Bonn 1999, S. 633–648.
- Schildt, Axel: „Vom Wohlstandsbarometer zum Belastungsfaktor. Autovision und Autoängste in der westdeutschen Presse von den 50er bis zu den 70er Jahren“, in: Dienel, Hans-Liudger / Trischler, Helmuth (Hg.): *Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Verkehrskonzepte von der frühen Neuzeit bis zum 21. Jahrhundert*, Frankfurt/M. 1997, S. 289–310.
- Schmid, Josef: „Intendant Klaus von Bismarck und die Kampagne gegen den ‚Rotfunk WDR‘“, in: *Archiv für Sozialgeschichte* 41 (2001), S. 349–381.
- Schwaegerl, Tony: *Die fröhlichen Wellen. Das Buch von Radio Luxemburg*, München 1963.
- Söker, Roland: „Audio mobil. Geschichten Vom Radio Teil 5“, Sendemanuskript, *Deutschlandfunk Feature*, 26.12.2016.
- Weber, Heike: *Das Versprechen mobiler Freiheit. Zur Kultur- und Technikgeschichte von Kofferradio, Walkman und Handy*, Bielefeld 2008.
- Willemsen, Roger: *Wer wir waren. Zukunftsrede*. Frankfurt/M. 2016.

