

ot\_FAMI

# Zum Wochenende



Der edle Apache Winnetou ist das unangefochtene Bravo-Titelmodell der Sechziger: Titelblätter 1963 bis 1966.

## IN DIESER AUSGABE

### Kultur der Körperpflege

Die alten Römer hielten es mit Bädern und Ölen, Kleopatra mit Eselsmilch, der Barock mit Puder und Düften: Körperpflege damals und heute.  
—Leben heute

### 60 Jahre Kindererholung

Mehr als 30.000 Kinder verbrachten seit 1946 ihre Ferien in den Erholungsheimen des Diakonischen Werkes der Evangelischen Kirche der Pfalz.  
—Palatina

### Missbrauch? Wirklich?

Die Oberstaatsanwältin und Krimi-Autorin Gabriele Wolff packt ein heißes Eisen an: Sexueller Missbrauch, der gar nicht stattgefunden hat.  
—Lesen, Hören, Sehen

### Pluto ist kein Planet mehr

Es gibt nur noch acht Planeten: Die „International Astronomical Union“ hat Pluto nach mehr als 70 Jahren seinen Planetenstatus aberkannt.  
—Natur und Technik

### Weg mit der Tinte!

Der Tintenkiller, hat schon manchen Schüler gerettet. Aber wie funktioniert er eigentlich? Nils Nager hat einen aus einander gebaut und es herausgefunden.  
—Die Seite mit dem Biber

## DIE AUSSTELLUNG

Zum Thema wandert derzeit eine Ausstellung des Archivs der Jugendkulturen durch Deutschland. Die Termine: **Dortmund:** Bis 14. September, Westfalenpark. **Wadgassen:** 1. September bis 29. Oktober, Deutsches Zeitungsmuseum. **Pforzheim:** 18. September bis 30. November, Kreisjugendring Enzkreis, Kronprinzenstraße 5. **Mannheim:** 25. Februar 2007 bis 23. März 2007, Evangelisches Kinder- und Jugendwerk – Jugendkirche. **Wolfsburg:** 1. Juni bis 31. Juli 2007, Hallenbad – Zentrum Junge Kultur. Weitere Bewerbungen möglich. Ansprechpartner: Klaus Farin; Tel. 030/612 03 318.

## ZUM WEITERLESEN

„50 Jahre Bravo – Eine außerordentliche Dokumentation bundesrepublikanischer Zeitgeschichte“, hg. vom Archiv der Jugendkulturen; Tilsner-Verlag, ISBN 3-86546-036-4; 28 Euro.

# Waren wir nicht alle ein bisschen Bravo?

Dr. Sommer gegen Liebeskummer, Starschnitt fürs Jugendzimmer: Das Pubertierendenblatt wird 50 / Von Brigitte Schmalenberg

► „Romy flirtet mit der Unmoral“ – „Pierre Brice erzählt sein Leben“ – „Alles von der Beatles Blitz-Tournee“ – „Welcher Typ bist Du?“ – „So erfüllt man seine geheimsten Liebeswünsche“ – „Was Dich bewegt: Sprechstunde bei Dr. Jochen Sommer“ – „Die heißen Fragen der Liebe – Dr. Alexander Korff gibt Antwort“ – „Otto-Sieger sagen Danke – sie sprechen persönlich zu den Bravo-Lesern“.

Ja, ja, die Bravo-Leser: Immer auf Du und Du mit den Stars, stets im Bilde über neue Sternchen und allezeit auf der Suche nach dem eigenen Ich. Das Jugendmagazin, das in seinen besten Jahren allwöchentlich bis zu 1,5 Millionen Mal gedruckt wurde, hat ganze Heerscharen Heranwachsender durch die Höhen und Tiefen ihrer Pubertätsjahre manövriert und die deutsche Nachkriegsgeneration geprägt. Oder war es vielmehr die sich unaufhaltsam verändernde Gesellschaft, die das Kultmagazin prägte und nun – nach vielen Jahren steten Aufschwungs – vielleicht bald völlig aus der Medienlandschaft verdrängt?

Heute wird die Bravo 50 Jahre alt und die unzähligen Liftings, mit denen sie ihr poppig-grell-buntes Äußeres auf der Höhe der Zeit zu halten sucht, können nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Jubiläran am Stock geht und die meisten Geburtstagsgäste grauhaarig sind. Dementsprechend erhebt man das Glas nicht auf die Zukunft, sondern schwelgt in Nostalgie: Ach, waren wir nicht alle ein bisschen Bravo?

Jawohl, das waren wir. Jeder im Kontext seiner Zeit und alle im Alter zwischen zwölf und siebzehn. Lediglich in der ersten Phase seines Bestehens hat das Blatt, das vom Münchner Kindler & Schiermeyer Verlag sieben Jahre nach Kriegsende mit einer Auflage von 30.000 Exemplaren aus der Taufe gehoben wurde, als „Zeitschrift für Film und Fernsehen“ auch die Erwachsenen bedient. Die waren hungrig auf Freiheit, Wohlstand und Glamour und die moderne Illustrierte, die bereits in ihrer 13. Ausgabe als „Bravo – Die Zeitschrift mit dem jungen Herzen. Film – Fernsehen – Schlager“ ihre spätere Zielgruppe genauer ins Visier nahm, verkaufte sich für 50 Pfennig wie warme Semmeln. Schon drei Jahre später betrug ihre Auflage satte 523.000 Stück, 1960 zählte das Blatt in einer Repräsentativumfrage stolze 1,66 Millionen Leser, die fortan immer jünger wurden und einen starken Wunsch nach Selbstständigkeit entwickelten. Peter Boenisch, der erste Bravo-Chefredakteur, hat die Zeichen der Zeit erkannt, die Gegenwartskultur aufgegriffen, und kam den Jugendlichen mit farbigen Aufmachungen, schrillen Layouts und flotten Reportagen entgegen.



Bei Dr. Korff bleibt nichts un(auf)geklärt: Die erste Folge.

Film und Schlager waren „in“, amerikanische Produktionen schwappten über den Ozean auf Deutschland über, die Bravo schwamm mit. Es war die sprichwörtlich „schöne, heile Welt“, die das Blatt in seinen Anfangsjahren für seine Leser aufatmet, – mit konservativem Tenor, biederen Rollenverhalten und gesellschaftskonformen Starkult. Horst Buchholz und Peter Kraus, Maria Schell und Romy Schneider waren die braven Vorzeigedeutschen für harte Jungs und adrette Mädchen, während der lässige James Dean und die erotische Brigitte Bardot – immerhin bereits 1959 „in Lebensgröße zum Ausschneiden“ als Starposter – zwar werbewirksam gedruckt, aber mit erhobenem Zeigefinger gerügt wurden. Anständige Mädchen sollten es doch lieber mit Connie Froboess halten, die sich als „knuspriger, tüchtiger, reizender Teenager“ noch mit 19 Jahren an das „Heiratsverbot“ der Eltern hielt und dies im Nachhinein sehr gut fand.

Überhaupt hat sich die Bravo nicht eben als Vorreiterin für die Emanzipation der Frau hervorgetan und erstaunlich beharrlich an alten Klischees festgehalten. Rex Gildo wünschte sich noch 1969 ein „schönes und gemütliches Zuhause“ mit einer „Hausfrau“, die überdurchschnittlich gut kochen kann, Roy Black (hier im Bild als Starschnitt verewigt) „verachtet Miniröcke“ und auch Thomas Fritsch proklamiert: „Meine Freundin darf nicht zu klug sein, denn ich mag keine Intelligenzbestien“.

Die Wünsche der Frauen lassen sich aus den Heften der späten Sechziger noch nicht herauslesen, aber vielleicht hatten ja alle die bildschöne Nscho-ttschi zum Vorbild, die mit ihrem edlen Bruder Winnetou und dessen noblen Freund Old Shatterhand über viele Jahre hinweg jede Ausgabe der Bravo besetzte. Pierre Brice, Lex Barker und Marie Versini, die gefeierten Stars der damals aktuellen Karl-May-Filme, boten Stoff für unzählige Reportagen, Fortsetzungsgeschichten und Poster. In einer herzerreißenden Leseraktion kämpften verzweifelte Teenies um das Leben des Apachenhäuptlings und stellten den „kaltblütigen“ Filmproduzenten – „Schämen Sie sich nicht, Herr Wendlandt!“ – an den Pranger. Zwar ging die Rothaut dennoch in die ewigen Jagdgründe ein, die Bravo aber machte auch mit ihrem Skalp Geschäfte.

Und dann waren da ja noch die Beatles, die das Jugendmagazin allerdings noch im Dezember 1963 naserümpfend abhandelte als „Quartett,

stehen“. Kein Wunder, denn in der „Bravo-Musicbox“ führten auch 1964 noch gesittete Künstler wie Freddy Quinn („Junge, komm bald wieder“) und Manuela („Schuld war nur der Bossa Nova“) die Hitliste an. Doch die Pilzköpfe ließen sich partout nicht aufhalten, auch die deutsche Jugend war infiziert von der Beatlemania und so sprang die Popkulturzeitschrift nicht nur auf den englischen Siegeszug auf, sondern besetzte auch gleich die Lokomotive. „Bravo holt die Beatles nach Deutschland!“, das war die Sensation schlechthin, und die Wartezeit bis zur „Bravo-Beatles-Blitztournee“

1966 wurde den Fans verstüßt mit Exklusivberichten, Postern und dem größten Starschnitt aller Zeiten, den man über neun (!) Monate hinweg Woche für Woche sammeln musste, bis man sein Zimmer mit der kompletten Band tapezieren konnte. „Über keinen anderen Künstler, keine andere Gruppe berichtete Bravo so viel wie über die Legende aus Liverpool“, analysierte Werner Fleischer für das Archiv der Jugendkulturen.

Nicht nur Frisuren und Musik, auch das Leben wurde wilder, die sexuelle Befreiung brach sich Bahn und die Bravo suchte liberale Konzepte. „Dr. Christoph Vollmer“, dem bislang die „Lebenshilfe“ und der „Rat in Liebesangelegenheiten“ überantwortet waren, führte ein allzu strenges Regiment. Er verurteilte Homosexualität als „abarstig“ und behandelungsbedürftig, warnte vor Impotenz durch Selbstbefriedigung und empfahl jungen Männern täglichen Sport und abendliche kalte Duschen zur Zügelung der Triebe.

Damit freilich ließ sich nun kein Teenager mehr abspesen. Um den Spagat zwischen Seriosität und Tabubruch zu schaffen, ließ die Bravo serienweise Taten folgen – die ersten noch brav und sachlich nach dem Motto „Entdecke Deinen Körper“, später eher im Schundpresse-Jargon mit „Sex in der Schule“ oder „Sex im Büro“, wobei die Titel wesentlich reißerischer waren als der Inhalt. Die Ausgabe 43 anno 1969 schließ-

lich war die Geburtsstunde des legendären Dr. Sommer, dessen Briefkastenserie „Was dich bewegt“ zum unverwechselbaren Aushängeschild der Bravo wurde. Ob man sich nun unsterblich in den Lehrer verknallte, ob die Freundin zu schüchtern oder der Freund zu draufgängerisch, die Brüste zu klein oder der Penis zu kurz waren, Dr. Sommer – bald verstärkt durch ein Expertenteam – hatte Verständnis und wusste Rat. Die Not der deutschen Jugend war so groß – in den 70er Jahren gingen monatlich bis zu 5000 Briefe ein –, dass auch Dr. Alexander Korff zu Hilfe eilte, der sich auf „die heißen Fragen der Liebe“ spezialisierte und jede Antwort als scharf bebilderte Story servierte, die wohl unter allen Schulbänken von Hand zu Hand wanderte und Petting, den richtigen Zungenkuss und „Das Erste Mal“ zum wahren Unterrichtsstoff machten.

Renate Freund, Psychologin am Institut für Sexualpädagogik in Dortmund, attestiert der Aufklärungsarbeit der Bravo auch aus heutiger Sicht „sachliche Korrektheit und fachliche Qualität“, was den Arzt, Psychologen, Jugend- und Eheberater Dr. Martin Goldstein, der 15 Jahre lang Dr. Sommer und Dr. Korff in einer Person war, gewiss freut. Schlechtere Noten hingegen erhält das Jugendmagazin für seine Drogenberichte. Die Leipziger Initiative „Drug Scouts“ konstatiert ein plummes Schwarz-Weiß-Raster, das alte Klischees bedient, „unhaltbare Expertenmeinungen“ kundtut, keine differenzierten Aussagen zur Reduzierung des Gebrauchs macht und soziale Zusammenhänge verkennt. Freilich zeigte auch die gezielte Schocktherapie Wirkung. Grauenhafte Fotos von toten Fixern in heruntergekommenen Wohnungen und öffentlichen Toiletten, erschütternde Großaufnahmen von abgefauten Nasen und blutunterlaufenen Armen und dramatische Foto-Love-Stories à la „Rave mit dem Teufel“ gehen einem zarten Gemüt so schnell nicht aus dem Kopf.

Aber die „heutige Jugend“ – um mit der Sprache der Eltern von damals zu reden – hat wohl allzu viel im Kopf und die Schnelllebigkeit ihrer Zeit lässt sich kaum mehr auf die Seiten einer Illustrierten bannen. Idole und Trends sind nicht mehr greifbar, geschweige denn formbar und das Internet ist immer eine Nasenlänge voraus. In den letzten zehn Jahren ist die Auflage der Bravo, die seit 1968 zum Heinrich Bauer Verlag (Hamburg) gehört, um zwei Drittel auf aktuell 611.559 Exemplare gesunken. Dennoch behauptet sie auch an ihrem 50. Geburtstag die angestammte Marktführerschaft in der kommerziellen Jugendpresselandschaft. Mit zunehmender Segmentierung will sie obendrein dem Trend nach den neudeutsch so genannten Special Interest Magazinen Rechnung tragen. Zur „Bravo Family“ gehören mittlerweile neben der originalen Bravo, die sich unter Chefredakteur Tom Junkersdorf wieder stärker auf ihr ursprüngliches Kerngeschäft mit Stars und Sternchen konzentrieren will, auch Bravo Girl, Bravo Screenfun, Bravo Sport, Bravo TV, Bravo Hits sowie das Bravo Hip Hop Special, das gerade erst das Laufen lernt. Und freilich gibt es das Internetportal www.bravo.de, über das man den nimmermüden Dr. Sommer rund um die Uhr per Mausclick konsultieren kann. (Alle Fotos aus dem Band „50 Jahre Bravo vom Archiv d. Jugendkulturen“)



das auf drei elektrischen Gitarren und einem Schlagzeug stampfende Twistrhythmen produziert und dazu Texte singt, die praktisch immer wieder aus denselben hundert simplen Worten be-