

Vom Massenhit zum Nischenheft

Zum 70. Geburtstag zeigt sich, wie sehr die „Bravo“ Jugendkultur und Aufklärung geprägt hat. Heute ist ihr Glanz verblasst.

Von Anja Volkwein

Augsburg Verknitterte Seiten, Gekicher auf der Schultoilette, Freundinnen, die sich im Kinderzimmer hinter zwei DIN-A4-Seiten quetschen und Streit darüber, wer welches Poster bekommt. Die *Bravo* war nie einfach nur eine Zeitschrift. Sie war ein Gemeinschafts-erlebnis. Ein heimliches Ritual zwischen Neugier und Peinlichkeit, zwischen Schwärmerei und dem Gefühl, zum ersten Mal ernst genommen zu werden. Was die einst auflagenstärkste Jugendzeitschrift in den vergangenen sieben Jahrzehnten gemeistert hat und was davon bleibt.

Begonnen hat alles am 26. August 1956. Die erste Ausgabe der *Bravo* erschien noch mit dem sperrigen Untertitel „Zeitschrift für Film und Fernsehen“ mit Marilyn

Monroe auf dem Cover. Für 50 Pfennig und auf 40 Seiten öffnete sie ein Fenster in die Welt der Stars, aber auch in den Alltag von Jugendlichen. Gerade letzteres machte sie so bedeutsam.

Für Generationen von Teenagern war die *Bravo* ein zentrales Leitmedium für Jugendfragen. Das Erfolgsrezept: Nähe, Begegnung auf Augenhöhe und der Mut zu Tabubrüchen. „Die *Bravo* entwickelte sich ab Ende der 1960er Jahre zu einem wesentlichen Medium, um sexuelle Gesellschaftsfragen auszuhandeln“, sagt Heinz-Jürgen Voß, Professor für Sexualwissenschaft und Sexuelle Bildung an der Hochschule Merseburg. 1968 fasste die Kultusministerkonferenz den Beschluss, dass Aufklärungsunterricht in der Schule verpflichtend sein soll. In diesem Kontext blühte das Themenfeld in der *Bravo* auf, so Voß.

Zunächst unter dem Titel „Knigge für Verliebte“, später als „Was dich bewegt“, behandelte die Zeitschrift die drängendsten Fragen junger Menschen. Ab 1969 etablierte sich die Rubrik „Dr. Sommer“ als Dauerbrenner. „Ein entscheidender Punkt war die Botschaft: Es gibt keine dummen Fragen. Die Kolumne ermöglichte es Jugendlichen, auch anonym ihre

Themen anzusprechen“, erklärt Voß. Auch die Fotolovestory bot ab 1972 einen Raum an Beziehungen und Konflikten teilzuhaben.

Wen man sich heute durch das *Bravo* Archiv klickt, wird deutlich: Von „Wenn Mädchen miteinander schmusen...“ über „Kann man sich mit 14 schon verloben?“ hin zu „Hausarrest, weil ich die Aufklärung gelesen habe“ und „Kann

man durchs Badewasser schwanger werden?“ war alles dabei. Dabei beantwortete die *Bravo* nicht nur die Fragen der Jugendlichen, sondern setzte durch ihre große Reichweite Impulse, die gesellschaftlich breiter diskutiert wurden, betont Voß: „Die *Bravo* trug dazu bei, offener zu sprechen und damit auch Tabus aufzubrechen.“

Der Siegeszug des Internets und von Social Media scheint den Niedergang der *Bravo* zu markieren. Zuletzt erreicht die Zeitschrift 1998 eine Auflage von über einer Million, 2009 waren es nur noch knappe 550.000. Seit 2015 erscheint das Heft alle zwei Wochen, seit 2020 einmal im Monat. Im zweiten Quartal 2026 liegt die Auflage nun bei 44.991 Exemplaren, kein Vergleich zu den Spitzenwerten von etwa 1,7 Millionen im Jahr 1979 und um die Wende 1989/90.

Heinz-Jürgen Voß sieht das als Symptom einer grundsätzlichen Verschiebung ins Digitale: „Die *Bravo* war ein Medium ihrer Zeit.“ Das Bedürfnis nach Aufklärung und Austausch unter Jugendlichen gebe es zwar weiterhin, finde heute aber zunehmend im Internet und auf Social Media statt. Dort stünden Jugendliche stärker vor der Aufgabe, Inhalte selbst zu bewerten. „Die Entscheidung, was ein gutes Format ist und welches nicht, fällt Jugendlichen damit heute schwerer.“

Ob und wann künftig ein Bedürfnis nach einem verdichteten Medium für Jugendkultur entsteht und ob es der *Bravo* gelingt, Wissen aus 70 Jahren in neue digitale Formate zu übertragen bleibt offen. Zum 70. Geburtstag ist jedenfalls klar: Jeder kennt die *Bravo* noch, doch der einstige Glanz ist verblasst.



Im Laufe der Jahre zierten Stars wie Elvis Presley, Eminem und Michael Jackson die Titelseite der „Bravo“. Foto: Matthias Balk, dpa