

Eva-Maria Wahler

# BRAVO TV im ZDF

## Starmagazin und Jugendserie

**Das Jugendmagazin *Bravo TV* bekam im ZDF ein ganz eigenes Profil: Statt Moderation gab es eine Soap, die später zur *Bravo Story* umgewandelt wurde. So wurden Informationen aus jugendrelevanten Bereichen durch die bei der Zielgruppe beliebten fiktionalen Elemente ergänzt.**

### *Bravo TV* als Soap

Seit 1.2.2003 sendet das ZDF jeden Samstag das Jugendmagazin *BRAVO TV*. Der Sender hat sich bewusst für die Marke *BRAVO* entschieden, um durch die Kooperation mit der etablierten Jugendmarke ein anspruchsvolles, jugendliches Programm so optimal wie möglich zu gestalten.

Um sich von vergleichbaren Programmangeboten anderer Sender zu unterscheiden, wird für *BRAVO TV* etwas völlig Neues ausprobiert. Der radikalste Schritt ist der Verzicht auf die Moderation zugunsten einer Soap. Zum ersten Mal in der 11-jährigen Geschichte von *BRAVO TV* gibt es eine fiktive Jugendserie innerhalb des Programms – die *BRAVO Story*. Mitentscheidend dafür ist, dass für Jugendliche, vor allem Mädchen, die Daily Soap zu den meistgesehenen Programmgenres zählt.

Durch die fiktionale Rahmenhandlung im Soap-Charakter in Kombination mit aktuellen Beiträgen bietet *BRAVO TV* eine Identifikationsfläche für die alltäglichen Nöte und Sorgen von Jugendlichen, aber auch eine

Basis für das Ausleben ihrer Sehnsüchte und Träume. Aktuelle Trends und momentane Stimmungen sollen nicht nur in den Magazinbeiträgen aufgegriffen werden, sondern auch in die fiktive Handlung mit einfließen. Der Mix aus Fiktion, Realität und Aktualität macht *BRAVO TV* zu einem besonderen und innovativen Format mit allen Themen für die jugendlichen Zuschauer.

Im Zentrum der Soap stehen die Charaktere Isabelle, Mia und Leon, die zwischen 18 und 20 Jahre alt sind. Sie sind von zu Hause ausgezogen und leben in ihrer ersten Wohngemeinschaft. Um sie herum werden das Geschehen und damit auch die Kernthemen der Serie platziert: Es geht um Liebe, die Welt der Stars, um Schule, Ausbildung, berufliche Selbstverwirklichung, familiäre Probleme etc. Die Handlungsstränge zeigen dabei Probleme Jugendlicher auf

und bieten Lösungen an, dies aber immer mit dem Anspruch, vorwiegend unterhaltend und nicht im tradierten Sinne belehrend zu sein. Ein leichter Einstieg in die Handlung und die unmittelbare Verständlichkeit der Plots ist ebenso beabsichtigt wie die Alltäglichkeit der behandelten Themen.

Als Brücke zwischen fiktionaler Geschichte und realen Magazinbeiträgen fungiert die *BRAVO TV*-Moderatorin A. D. – sie hat in der Serie den Traumjob schlechthin, trifft die Stars, ist auf Konzerten vor Ort oder lädt die Popstars in ihr *BRAVO-TV*-Studio ein. Befreundet ist sie mit Mia, und da ihr Studio nur ein paar Ecken von der WG entfernt liegt, fällt sie immer mal wieder überraschend dort ein und bringt gute Laune und den neuesten Star-Klatsch mit. Die Übergänge der Soap in die Magazinteile werden möglichst fließend eingebaut: Wenn



© ZDF Michael Wilfling

*BRAVO-TV*-Moderatorin Mia Aegerter



Freddy und Thodde vor *Freddys Date* im Fitnesscenter

Mia den Fernseher anschaltet, erscheint dort gerade A. D., die die Kino-News amoderniert. Oder Mia und Isa recherchieren im Internet zum Thema Aupair – schon startet der Beitrag aus dem PC-Bildschirm.

In den Magazinbeiträgen sind sowohl die klassischen Boulevardthemen für Jugendliche als auch Sujets mit einem eher informativen Charakter zu finden. Das Spektrum der Themen reicht von Musik, Stars, Mode, Kino, TV bis hin zu Sexualität und Tipps zu Reisen. Schwerpunkte liegen in der wöchentlichen Aktualisierung der *BRAVO*-Charts, in Interviews und Backstage-Reportagen mit Musikern und Bands und in der zum Kult gewordenen Rubrik von Dr. Sommer. Damit folgt *BRAVO TV* den vorwiegenden Interessensgebieten von Jugendlichen, die durch Umfragen des Bauer-Verlags regelmäßig ermittelt und aktualisiert werden.

### Optimierung bei den Soap-Geschichten

Zur Optimierung des Formats wird im März 2003 ein qualitativer Test mit Jugendlichen anhand einer der ersten Sendungen durchgeführt. Fünf Gruppendiskussionen mit insgesamt 50 Jugendlichen im Alter von 13 bis 24 Jahren werden untersucht. Die Ergebnisse der Studie fließen in die Arbeit

kalisiert. Während die WG-Situation auf positive Resonanz stößt und die Hauptpersonen weitgehend sympathisch wirken, können Handlung und Darstellung nicht in allen Ansätzen überzeugen. So richtet sich das Augenmerk der Redaktion auf die Verbesserung der Bücher, die Ausweitung der Handlungsebenen und auf die Arbeit mit den Darstellern.

Ein erneuter Test im Oktober 2003 fungiert für die Zukunft als weitere Handlungsmaxime. Dieser Test ergab, dass sich die Arbeit an der Verbesserung der Drehbücher ausgezahlt hat, denn die Jugendlichen bewerten nun die Soap besser als das Magazin und geben diese als Einschaltimpuls an. Kritisiert wird weiterhin der Genremix aus Jugendserie und Magazinbeiträgen und die nicht als authentisch empfundene Moderatorin A.D. Diese neuen Ergebnisse führen zu einem Umbau des Formats und zu einem neuen Sendepplatz. Anstatt samstags um 15.30 Uhr läuft *BRAVO TV* nun samstags um 12.00 Uhr im

an der Sendung ein. Die Stärken von *BRAVO TV* liegen nach Meinung der Befragten in den Magazinbeiträgen, vor allem in *Star-News*, *Charts* und den trendorientierten Themen. Die Schwächen werden im Genremix und

in der Soap lokalisiert.

Anschluss an das Kinder- und Jugendprogramm. Inhaltlich wird der Genremix aufgelöst und die Sendung *BRAVO TV* in ein für sich stehendes Magazin und die anschließende Soap geteilt. Für das Magazin wird eine neue Moderatorin ausgesucht, die seit Januar 2004 das Gesicht von *BRAVO TV* ist: Mia Aegerter.

### *Bravo TV* heute: Mia, Stars, Trends und Lifestyle plus *BRAVO*-Charts und *BRAVO Story*

Den Fernsehzuschauern ist die charmante Schweizerin aus der RTL-Soap *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* bereits bestens bekannt. Dort spielte sie bis März 2003 die Rolle der exzentrischen »Xenia«. In der Schweizer Mundart-Kinokomödie *Achtung, Fertig, Charly* zeigte Mia dann erstmals außerhalb von *GZSZ* ihr schauspielerisches Können. Dieser Film zählt seit dem Kinostart mit weit über 300.000 Zuschauern zu einem der erfolgreichsten Filme aller Zeiten in der Schweiz. Der von ihr selbst geschriebene Titelsong »Hie u jetzt« (»Right here – right now«) schaffte es in den Schweizer Verkaufscharts bis auf Platz 5 und hielt sich wochenlang in den Top 10. Musik ist neben der Moderation ihre zweite Leidenschaft. Seit ihrer Kindheit singt sie,



Mia und Isa finden Adrians Unterhose im Wäschekorb

spielt Gitarre und schreibt eigene Songs. Damit verkörpert sie eine authentische Persönlichkeit und ist mit ihrer frischen Art und ihrem hippen Look zur Identifikationsfigur der Jugendlichen geworden. Verbal trifft sie in ihren Moderationen – auch das zeigen Umfragen – genau den Ton junger Erwachsener.

Im ersten Teil von *BRAVO TV* präsentiert Moderatorin Mia Aegerter in ihrem Studio Magazinbeiträge über das aktuelle Geschehen rund um Stars, Trends und Lifestyle sowie die aktuellen *BRAVO*-Charts der Plätze 20 bis 1. In jeder Sendung gibt es auch die bei Jugendlichen sehr beliebte Feedback-Ecke. Hier beantwortet Mia Fragen und Wünsche von Zuschauern, gibt Anregungen, stellt Star-Gewinnspiele vor und zeigt von Zuschauern eingesandte Mal- und Bastelsachen für ihren jeweiligen Lieblingsstar. Unter anderem erhält *BRAVO TV* lange Fanbriefe vor allem für Boybands (Westlife, Natural, Busted etc.) mit der Bitte, diese an die Stars weiterzuleiten. Der längste Fanbrief, den *BRAVO TV* je erhalten hat, war 450 Meter lang (Westlife). Auch dem Aufruf, eine *BRAVO*-Super-Show-Bühne zu basteln, folgten die *BRAVO-TV*-Zuschauer mit reger Beteiligung. Außerdem erhält Mia oft selbst gebastelten Schmuck, selbst gestaltete Outfits etc. – die *BRAVO-TV*-Zuschauer lassen hier ihrer Kreativität freien Lauf.



Unangenehme Post für Leon, Isa hilft.

Zweiter Teil der Sendung ist die Serie – *BRAVO Story*. Ziel des fiktionalen Teils ist es, dem jugendlichen Zuschauer eine weitere Projektionsfläche mit hohem Identifikationspotenzial anhand der authentisch inszenierten Hauptcharaktere der Figuren Isabelle, Mia und Leon zu bieten. Die Geschichten der *BRAVO Story* sind greifbar für die jugendliche Zielgruppe und dennoch einen Schritt voraus, da Jugendliche in ihren Träumen und Wünschen eher nach vorne – also in die Welt der etwas Älteren bzw. Erwachsenen – blicken. Und welcher Jugendliche träumt nicht davon, mit seinen Freunden ohne ständige

Aufsicht durch die Eltern in einer eigenen Wohnung zu leben? Zwar sind die Bewohner der WG hip und stylish, aber liebenswert und nicht zu abgehoben, sodass sich die jugendlichen Zuschauer in der Altersgruppe der 10- bis 19-Jährigen mit ihnen identifizieren können. Bei

der *BRAVO Story* fühlt man mit den Protagonisten; man schaltet jede Woche ein, weil man wissen will, wie die Story weitergeht, das heißt, man »lebt« mit *BRAVO*!

Der Cast der *BRAVO Story* umfasst mittlerweile ca. 20 Darsteller. Die Serie wird (bis auf die WG) an realen Locations in und um München gedreht. Natürlich finden die *BRAVO*-Stars auch innerhalb der Serie ihren Platz: Patrick Nuo, Vanessa S., Oli. P, Trooper Da Don und weitere glänzten schon mit Gastauftritten in der *BRAVO Story*.

Produziert wird *BRAVO TV* vom Team der Entertainment Factory rund um Oliver Mielke. ■



Isa, Pat und Leon gehen auf ein Event

#### DIE AUTORIN

Eva-Maria Wahler, M.A., ist Redakteurin von *BRAVO TV* in der HR Show beim Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) in Mainz.