

United by Music

Der Eurovision Song Contest kommt 2025 in die Schweiz - und kehrt damit vierzehn Jahre nach der Austragung in Düsseldorf in den DACH-Raum zurück. Das Musik-Spektakel ist nicht nur eine Lehrstunde, was Live-Events angeht - es zeigt auch, wie Kultur, Marketing und Politik an ihren Grenzen aufeinandertreffen.

Von **Dr. Gulnaz Partschefeld**



Der Eurovision Song Contest: ein gigantisches Musik-Spektakel, ein Symbol der Einheit und gleichzeitig ein Sinnbild für die Zwiespältigkeit unserer Zeit. Der ESC 2025 in Basel steht unter dem Motto *United by Music* – ein Slogan, der nicht nur musikalische Vielfalt feiert, sondern auch die Werte wie Inklusion, Gleichheit und Universalität verkörpert. Doch hinter dem Glitzer der Show und den bunten Fahnen verbirgt sich mehr als nur ein globales Fest der Musik. Der ESC ist ein Live-Marketing-Event, eine Marke, die erlebbar gemacht wird – in einer Zeit, die von Brüchen und polarisierenden Debatten geprägt ist. Einheit und Spaltung, Identität und Kommerz, Hoffnung und Drama, und: Krieg und Frieden. *United by Music* – was bedeutet es wirklich in einer Welt, die zunehmend gespalten erscheint? Während im nächsten Jahr der ESC ganz besonders auf die Schweiz strahlt, versuchen auch wir, uns dem Phänomen Eurovision (hier und weiter allgemein für: Eurovision Song Contest) zu nähern, aus unterschiedlichen Perspektiven und in zehn Schritten. In diesem Sinne: «Welcome to the show... Let everybody know...»

«Euphoria»: Uniquely Connecting Phenomenon

Der Name täuscht: Der ESC ist natürlich mehr als nur ein Musikwettbewerb – er ist ein jährliches, virtuelles Europa-Forum, eine gesamteuropäische «Videokonferenz» von der Wohnzimmercouch, mit Zuschauer:innen auf der ganzen Welt. Millionen von Menschen sind live dabei, fiebern mit, stimmen ab. Durch die Live-Übertragung und die Einbeziehung des Publikums schafft der ESC die einmalige kollektive Erfahrung für diese «imaginierte Gemeinschaft» und dadurch auch – in Echtzeit – eine Art kollektive, europäische Identität, die sich in diesem Rahmen manifestiert und spiegelt.

Die Aufführungen werden von kurzen «Postkarten» eingeleitet, und diese geben nicht nur den Künstler:innen ein Gesicht, sondern auch den Ländern eine Persönlichkeit. Gerade für kleinere Nationen oder solche, die oft ausserhalb des medialen Rampenlichts stehen, wird der ESC so zu einer Bühne, auf der sie

ihre kulturellen Narrative einem Millionenpublikum präsentieren können. Der ESC fungiert hier als eine Form von Kulturdiplomatie und ist eine Plattform, auf der sich auch kleine Staaten gross inszenieren können.

Gleichzeitig ist der ESC ein Wettbewerb um die nationale Identität und die kreative Selbstdarstellung. Jeder Song, jeder Auftritt spiegelt das eigene kulturelle Selbstverständnis, zeigt den spielerischen Umgang mit Identitäten und Präsentationsarten. Oft sind es gerade diese Auftritte, die Diskurse und Debatten über Identität auslösen und mit ihrer Symbolik für Gesprächsstoff sorgen. So entsteht eine performative Bühne, auf der sich europäische Gemeinschaft feiert und reflektiert, zwischen glamouröser Inszenierung und der Realität des Weltgeschehens.

«Like a satellite»: Technologies of the Emotions

Nicht weniger als für seine Werte steht dieser Mega-Event auch für eine hochmoderne Inszenierung und makelloste technische Umsetzung. Der ESC ist der Inbegriff der technologischen Perfektion. Nur so kann das gemeinschaftliche und

interaktive Erlebnis in Echtzeit garantiert werden. Eine herausragende und sorgfältig abgestimmte Show dient besonders dem Gastgeberland als Aushängeschild und zeigt die Leistungsbereitschaft, den Ehrgeiz, die Innovationskraft und Professionalität.

Die digitalen Plattformen bauen via Social Media und Hashtags eine breite, sprachübergreifende Fan-Community auf und intensivieren die Eurovision – Live Experience.

«Come on, everybody»: Emotional Democracy

Im Gegensatz zu anderen Grossveranstaltungen, bei denen das Publikum kaum Einfluss auf das Geschehen hat, ermöglichen die Regeln des ESC den Zuschauer:innen, aktiv an der Entscheidung über die Sieger teilzuhaben. Das macht den ESC zu einem einzigartigen Experiment in direkter Demokratie auf internationaler Ebene. Die Form der Partizipation, bei der Millionen von Menschen aus verschiedenen Ländern abstimmen und die Stimme des Publikums im Mittelpunkt steht, macht den Eurovision Song Contest zu einer besonderen Plattform der Kulturdiplomatie.





Lewis Davidsons
«Eighteen Flags», eine
Installation aus der
Ausstellung 2014 im
Art@Tell der Universität
St.Gallen: Dekonstruk-
tion und Neuerfindung,
Identität und Unkennt-
lichkeit. Ausserdem:
Eine (intendierte oder
zufällige?) Vorlage für
Nemos ESC-Outfit 2024.

Durch das Voting können die ESC-Zuschauer:innen die Aufmerksamkeit auf bestimmte Anliegen lenken und gesellschaftliche Botschaften senden, wie etwa die Unterstützung von LGBTIQ+-Rechten (Beispiel: Sieg von Conchita Wurst 2014 und viele andere) oder auch der Ausdruck der politischen Solidarität mit einem Land (Beispiel: der Sieg der Ukraine mit Kalush Orchestra 2022). Der Song Contest kann aber auch von autokratischen Staaten instrumentalisiert werden, wie im Fall von Aserbaidschan, das den ESC 2012 nutzte, um sich als moderne demokratische Nation zu präsentieren, während Aktivist:innen die Gelegenheit nutzten, um die internationale Community auf Missstände in der Presse- und Meinungsfreiheit aufmerksam zu machen. Das alles macht den ESC zu einem einzigartigen, spannenden Schauplatz, bei dem das Publikum auch die politischen Töne hinter den musikalischen Klängen mitgestalten kann.

«Ein bisschen Frieden»: Just A BIT of politics?

Dies ist wohl das am meisten diskutierte Thema rund um den Eurovision Song Contest in den letzten Jahren. Der ESC

gilt offiziell als unpolitische Veranstaltung, doch in der Realität haben Künstler:innen über Jahrzehnte hinweg subtile oder auch direkte politische Botschaften auf die Bühne gebracht, oft in Verbindung mit aktuellen Ereignissen oder historischen Hintergründen.

Seit seiner Gründung im Jahr 1956 spiegelt der Wettbewerb europäische Politik wider. Mit der Öffnung der Eurovision für die mittelosteuropäischen und postsowjetischen Staaten sowie darüber hinaus zeigte sich, wie Länder wie Estland, die Ukraine, aber auch und die Türkei den ESC nutzten, um sich als Teil Europas zu präsentieren.

Auf diesem Schauplatz geht es um die Politik der Zugehörigkeit und somit darum, wer Teil dieses gemeinsamen europäischen Raumes sein darf – und wer ausgeschlossen bleibt. Als Estland 2001 gewann, verstand es den Sieg als Zeichen der Befreiung vom sowjetischen Einfluss und der Bestätigung seines Platzes im europäischen Miteinander. Russland, das nach der Invasion in die Ukraine 2022 von der Teilnahme am ESC ausgeschlossen wurde, nutzt die Bühne der Nichtteilnahme, um seine eigene Version von Europa zu verbreiten. In den

russischen Medien wird der Eurovision Song Contest als «ein wilder Zirkus von Freaks und als ein Spiegelbild der modernen europäischen Kultur» bezeichnet.

Ein durchaus politisches Phänomen beim ESC ist auch die Publikumsabstimmung. Seit der Einführung des Televotings lassen sich die Muster des sogenannten «Blockvotings» beobachten, bei dem Ländergruppen oft für ihre Nachbarn stimmen. Auch das sogenannte Diaspora-Voting spielt hier eine Rolle. Diese Abstimmungsmuster bringen die politische Landschaft Europas zum Schwingen. Eine zunehmende Tendenz zeigen auch die politischen Auseinandersetzungen, die den ESC begleiten (Beispiel: grosse Proteste in Malmö 2024 direkt vor dem Austragungsort).

Der ESC ist politisch, auch wenn das immer bestritten wird, da der Mensch ein *zoon politikon* ist und jede Zusammenkunft von Menschen politisch ist. Der ESC ist somit eine Projektionsfläche, die Polarisierungen in der Gesellschaft, Europaskepsis, Cancel Culture und auch Abdriften in die Totalopposition demonstrieren kann. Der gemeinsame Identitätsanspruch Europas und der Demokratie gerät an vielen Orten zunehmend ins Wanken, und der ESC spiegelt diese Verunsicherung wider.

«If we all light a candle»: Soft Power & Diplomacy

Der ESC und das Geschehen rund um den Wettbewerb werden aber auch oft genutzt, um politische und diplomatische Beziehungen zu pflegen – das macht den Wettbewerb zu einem Instrument der Soft Power und der humanity-centered diplomacy. Im Rampenlicht steht dabei vor allem das Gastgeberland, dessen

«Der ESC ist politisch, auch wenn das immer bestritten wird, da der Mensch ein *«zoon politicon»* ist.»

Aufgabe es ist, nicht nur eine spektakuläre Show zu organisieren, sondern auch seine kulturellen Werte und Erzählungen zu vermitteln, seine Identität und seinen «Markenkern» zu präsentieren – ein bewusster Akt der Selbstinszenierung vor einem Millionenpublikum und ein strategischer «Positionierungsauftrag».

Die Bedeutung des ESC geht aber über die Selbstdarstellung hinaus. Für die beteiligten Stakeholder und die Community ist es entscheidend, dass das Gastgeberland einen Raum schafft, in dem nationale und identitätsstiftende Narrative harmonisch aufeinandertreffen. Der Dialog und die Begegnung zwischen verschiedenen Kulturen und Gruppen in einer Atmosphäre des Friedens und der Akzeptanz stellen eine immer zunehmende Herausforderung für den ESC dar, und die Erwartungen an die Schweiz, die für Neutralität, ihre diplomatische Tradition und ihre besondere Rolle in Friedensverhandlungen bekannt ist, sind besonders hoch.

«Insieme, unite, Europe»: Visioning Europe's Unity

Der ESC kreiert und pflegt bewusst starke Symbole, die weniger auf historischen Wurzeln als auf gemeinschaftlicher Symbolkraft beruhen. Die Auftritte der Länder werden immer neu produziert und als authentische Repräsentationen der nationalen Kultur inszeniert. Dieses Ritual schafft eine besondere Verbindung zur Vergangenheit, und der ESC nutzt dieses Zusammenspiel aus «Alt» und «Neu», um nationale Identitäten neu zu formen und in Szene zu setzen – ein subtiler Einsatz von Soft Power, der durch kulturelle Anziehungskraft wirkt.

Vielfalt und Inklusion stehen ebenfalls im Mittelpunkt der Markenwerte des ESC – und das bereits seit den 1970er Jahren, als der ESC zu einer Bühne für die LGBTQ+-Community wurde. Die Regenbogenfahne ist mittlerweile ebenso ikonisch für den Contest wie die Nationalflaggen selbst. Diese Symbolik steht in Verbindung mit dem internationalen

Ansehen der Gastgeberländer und des ESC als Verfechter einer multikulturellen und integrativen europäischen Identität, auch wenn der Einfluss oft nur auf das Event begrenzt bleibt und die alltägliche Politik kaum nachhaltig verändert.

Der ESC nutzt seine Reichweite, um auch das Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schärfen. In Zeiten des Konflikts wird der Wert der Kultur noch deutlicher: Der ESC erinnert daran, dass kulturelle Säuberungen die Identität und das Gedächtnis einer Gemeinschaft angreifen können und dass Kultur ein Schlüssel zum Frieden ist. Die Musik – das verbindende Element des ESC – wird als ein Mittel zur Friedensförderung gesehen. *United by Music* symbolisiert den Versuch, mit Musik eine emotionale Tiefe zu erreichen, die Sprache allein nicht vermitteln kann, und so einen Raum für Dialog und Verständigung zu schaffen.

«We are the heroes»: ESC Brand Players

Eine Gruppe von Akteuren – darunter staatliche Institutionen, Gastgeberstädte, die Europäische Rundfunkunion (EBU), nationale Künstler und Fan-Communitys – sind die *Brand Players* des ESC, mit komplexen und manchmal auch widersprüchlichen Beziehungen zueinander.

Regierungen und öffentliche Institutionen betrachten den ESC als Bühne für nationales Prestige und Imagepflege und Gastgeberstädte hoffen auf touristischen Aufschwung und bemühen sich, als weltoffene Zentren voller Gastfreundschaft und Attraktionen zu glänzen. Doch im Hintergrund orchestrieren oft Rundfunkanstalten, und die Regierungen kommen dann zum Vorschein, wenn und sobald das eigene Land triumphiert.

Künstler:innen agieren dabei als Gesichter und Stellvertreter ihrer Nationen, mit dem Bewusstsein, dass jeder Auftritt zur diplomatischen Botschaft wird. Wie

Athleten bei Olympischen Spielen sind auch sie «Promi-Diplomat:innen», die nationale Identität und kulturelle Werte in den Vordergrund stellen – und das alles unter dem kritischen Blick der Öffentlichkeit. Dabei gehen die Künstler oft an die Belastungsgrenzen: zwischen patriotischen Erwartungen, medialem Druck und kritischen Fragen, wenn z.B. eine politische Haltung eingefordert wird.

Und dann gibt es natürlich die Fan-Community. Die Fans bringen das ganze Ereignis zum Pulsieren, verteidigen den ESC gegen die Kritik und inszenieren es auf Social Media und als ein kosmopolitisches Festival. Die Fan-Gemeinden lassen das Übernationale greifbar werden, indem sie stolz, engagiert, aber ohne nationalistische Rivalität agieren.

«Years ago, when I was younger»: Narrating Authenticity

Live-Marketing lebt von Emotionen und Erlebnissen – und dafür wird jedes Jahr eine multisensorische Erlebniswelt erschaffen, eine Art «Euroversum», in dem Markenwerte durch Authentizität und Storytelling greifbar, begehbar und erlebbar gemacht werden. Musikfans und Konsumenten fordern die «echt wirkenden» Erfahrungen, «wahre» Erlebnisse und Authentizität – ein Paradoxon im Showgeschäft, das insbesondere durch soziale Medien zwischen Nähe und

Image hin- und hergerissen ist. Künstler, die ihre Marke aufbauen, stehen vor der Herausforderung, strategische Entscheidungen mit «echter» Kommunikation zu verbinden. Der Wettbewerb bedient dieses Bedürfnis, und durch das Storytelling und die gezielte Inszenierung wird die Nähe zum Publikum geschaffen.

In einer Art *Romantic Gaze* nutzt der ESC symbolische Bilder, um eine kollektive Verbundenheit und kulturelle Lesbarkeit zu vermitteln. Diese auf Authentizität zielende Inszenierung verbindet visuelle Symbolik mit digitaler Interaktivität und schafft eine starke emotionale Bindung.

Die Emotion der *togetherness* ist dabei die treibende Kraft, die genutzt wird, um eine europäische Identität der Ver-

«Die Emotion der togetherness» ist die treibende Kraft (...).»



Zur Person

Dr. Gulnaz Partschefeld ist Moderatorin sowie Lehrbeauftragte an der Universität St.Gallen und leitet das Events Office der Universität. Sie forscht zu Markenauthentizität, Medien, Desinformation und Propaganda und setzt in der Praxis Bildungs- und Eventprojekte mit Fokus auf Community, Innovation, Wissenschaft, Kunst und Kultur um.

Mehr Informationen und Quellen (auf Anfrage):



bundenheit zu schaffen, auch wenn das Konzept Europa nicht von allen Seiten gleich positiv wahrgenommen wird oder gar in der Kritik steht. Der Event intensiviert dieses kollektive Gemeinschaftserlebnis und lässt die Eurovision so über den Moment hinaus in den medialen und digitalen Raum wirken.

«Hard Rock Hallelujah»: A (Euro)Visionary Finale

Wohin könnte sich der Eurovision Song Contest entwickeln? In einem Europa, das politisch und gesellschaftlich immer fragmentierter wird, lässt sich dessen Zukunft nur erahnen, wenn man zugleich die Entwicklung Europas selbst in den Blick nimmt.

Politische Spannungen werden den ESC begleiten, ob sie im Finale aufbrechen, wenn Symbole auf der Bühne provokativ eingesetzt oder subtil «eingeschmuggelt» werden oder in Form organisierten Proteste gegen die Beteiligung einzelner Länder. Der ESC ist auch ein Raum für Konflikt – das muss man eingestehen. Das kann nicht verbinden, kann aber zu einer Reflexion über die Divergenzen Europas heraus anregen.

In Zeiten von Krisen und Kriegen bedarf vielleicht auch die Botschaft der europäischen Einheit einer Feinjstie-

rung, damit *United by Music* weniger als triggerndes «Zusammenhalt trotz der Kriege» gelesen wird, sondern mehr für eine Zukunft «Gemeinsam in Vielfalt» steht. Das Bedürfnis nach Sicherheit ist bei Mega-Events entscheidend, und das kann auch über die Infrastruktur und die Räume kommuniziert werden, wenn in den Fan-Zonen und den begleitenden Veranstaltungen neutrale, von politischen Symbolen befreite Räume entstehen würden und das Verbindende etwas mehr Gewicht bekommt. Authentizität kann durch gemeinsame unkonventionelle Musikprojekte über die Wett-

**«Die Farben
sind geblieben,
doch die Symbole
der Nationen
wurden verwischt,
ihre Unterschiede
aufgehoben.»**

bewerbs- und Ländergrenzen hinweg (etwa mit lokalen Musikvertretern) und weitere wichtige Berührungspunkte mit der sogenannten *back region* der Inszenierung unterstützt werden und den Anlass um eine kreative Dimension erweitern. Transparenz im Umgang mit kontroversen Beiträgen und die eigene Lernkultur können weiter gefördert und auch die Authentizität der Markenkommunikation gestärkt werden – und als Folge dessen auch das Vertrauen in die Organisation. In einer Zeit, in der Europa über die Formen des Miteinanders diskutiert, bleibt der ESC (nebst den EU-Sportmeisterschaften) eine der wenigen Gelegenheiten, in denen sich Europa in einem Moment des gemeinsamen Erlebens spiegelt und «greifbar» wird. Was man von der europäischen Gemeinschaftscouch aus sieht, ist ein Spiel mit Identitäten, Selbstprojektionen und -visionen. Und auch die ironische Perspektive und die Distanz vieler Teilnehmerländer zu ihrem eigenen Contest-Beitrag lassen tief in die europäische Haltung zu Fragen von Identität, Nationalität, Zugehörigkeit und Individualität blicken.

«This story is my truth...» – mit dieser persönlichen Geschichte über die eigene Identität stürmt der Repräsentant der Schweiz Nemo den Gipfel des Eurovision-Votings 2024 und wird zum Symbol für die Auseinandersetzung mit Identität und Herkunft. Dabei trägt Nemo eine auffällige Jacke in Rot, Weiss und Rosa, die auch kunsthistorische Anklänge besitzen kann: Sie erinnert an Lewis Davidsons «Eighteen Flags», eine Installation aus der Ausstellung 2014 im Art@Tell der Universität St.Gallen. Davidson schuf damals ein Kunstwerk, das die Grenzen nationaler Identität hinterfragte. Er zerlegte 18 rot-weiße Nationalflaggen – von der Schweiz über Georgien bis Singapur – in dünne Fäden und knetete sie zu einem neuen unerkennbaren Objekt zusammen. Die Farben sind geblieben, doch die Symbole der Nationen wurden verwischt, ihre Unterschiede aufgehoben. Dekonstruktion und Neuerfindung einer Identität, die keine klaren Grenzen kennt und doch tief in einem eigenen Farbcode verwurzelt ist. ...Wait, so that's how we broke the Eurovision code?