

**Irving Wolther: "Kampf der Kulturen". Der *Eurovision Song Contest* als Mittel national-kultureller Repräsentation
Würzburg: Königshausen & Neumann 2006
ISBN 3826033574**

Rezension von Christoph Oliver Mayer

Finnland – ein Volk von Monsterrockern? Sicherlich nicht, aber vielleicht war die Gruppe *Lordi*, die im Mai 2006 erstmals in der 51jährigen Geschichte des traditionsreichsten Gesangswettbewerbs den Sieg in den hohen Norden holte, doch ein glaubwürdiger Vertreter des in der Unterhaltungsbranche als Heimat von Tango und Hardrock bekannten Finnland und damit in der Tat ein repräsentativer Vertreter des Landes. Genau diesen Zusammenhang zwischen national-kultureller Repräsentation und Erfolg in dem musikalischen Wettbewerb, der dereinst als *Grand Prix Eurovision de la Chanson* gestartet war, beleuchtet Irving Wolther in seiner jüngst erschienenen Monographie *Kampf der Kulturen*.

Mit der Dissertation, die 2005 an der Universität Hannover im Fachbereich Musikwissenschaft angenommen wurde, ist dem Verfasser ein entscheidender Impuls für die noch in den Kinderschuhen steckende wissenschaftliche Erforschung des *Eurovision Song Contest* gelungen. Abseits der zahlreichen, auch deutschsprachigen Sachbücher¹, die sich vordergründig an ein Fanpublikum wenden, hatte dieses Thema bisher nur in Glossen und Artikeln in mehr oder weniger wissenschaftlichen Zeitschriften eine gewisse Konjunktur gefunden. Vor allem in Deutschland hat sich, wohl aufgrund des Images des Wettbewerbs, der als reines Spektakel nur noch begrenzt die einstige Breitenwirksamkeit zu erzielen vermag, ein wirkliches Forschungsinteresse für diesen kulturhistorisch höchst interessanten, da interdisziplinären Gegenstand bisher nicht eingestellt. Wolther nimmt

¹ Vgl. allen voran Jan Feddersen: *Ein Lied kann eine Brücke sein*, Hamburg 2002. Außerdem zu nennen wären für ein breites Publikum konzipiert Milena Fessmann/ Kerstin Topp / Wolfgang Kriegs (Hg.): *L'Allemagne deux points. Germany two points. Deutschland zwei Punkte. Ein Kniefall vor dem Grand Prix*, Berlin 1998; John Kennedy-O'Connor: *The Eurovision Song Contest. The Official History*, Carlton Books 2006 (dt. John Kennedy O'Connor: *Eurovision Song Contest. Das offizielle Buch zu 50 Jahren europäischer Popgeschichte*, Bindlach 2005); Paul Gambaccini: *Complete Eurovision Song Contest Companion*, Pavilion Books 1999. Als wissenschaftliche Publikationen zu nennen sind Helmut Scherer: *Das inszenierte Medienereignis. Die verschiedenen Wirklichkeiten der Vorausscheidung zum Eurovision Song Contest in Hannover 2001*, Halem 2002; Staffan Ericson (Hg.): *Hello Europe! Talinn calling! European Song Contest 2002 som mediehändelse*, Huddinge 2002.

sich nun – von persönlichem Enthusiasmus getrieben – die erste wissenschaftliche Untersuchung dieses zeitgeschichtlichen Phänomens vor. Weiterführende Studien aus zahlreichen Disziplinen sollten daran in vielfacher Hinsicht anknüpfen können, zumal bisher weder die Traditionslinien des Wettbewerbs, die bis in mittelalterliche *pays* und *palinods* reichen, noch die Einzelbeiträge textwissenschaftlich untersucht worden sind, weder zeitgenössische Musiktheorie noch Modewissenschaften auf die Veranstaltung eingegangen sind.

Was für Wolther selbst in seinem Vorwort als wesentlichste Hürde benannt wird, nämlich die Verbindung von seriöser Wissenschaftlichkeit einer universitären Doktorarbeit mit dem Spaß- und Unterhaltungsbereich, und was für ihn heißt, die "Horkheimer-Adorno-Meßlatte" auf den Schlager-Grand-Prix anzulegen, dürfte für die moderne Wissenschaft im Gefolge der *Cultural Studies* kein großes Problem darstellen. Dennoch erwartet der Leser Antworten auf diese selbstreflexiven Vorüberlegungen und muss sich diese Arbeit an ihrer wissenschaftlichen Qualität bemessen lassen. Diesbezüglich verbleibt Wolther allerdings hinter den eigenen Ansprüchen zurück und trägt zu sehr einem fachfremden wie uninformierten Publikum Rechnung, wenn er insbesondere im ersten Hauptteil ("Der *Eurovision Song Contest*") bloße Fakten wiederholt, sein Quellenmaterial mit elaborierten Tabellen und Statistiken aufbläht, selbstentworfene Fragebögen auswertet und Hitparadenplatzierungen interpretiert. Die empirische Basis ist wesentlich, bedarf jedoch einer stringenten Kenntnis der Wissenschaftstheorie und ihrer Methodik. Das wird umso deutlicher, wenn die Interpretation von Ritualen (S. 55) zuvorderst auf der Grundlage einer Internet-Definition von *Wikipedia* erfolgt und eine konzise Definition des wesentlichen Terminus "Repräsentation" bis auf den Verweis auf die zentralen Arbeiten von Horst Wenzel allerdings ausbleibt. An dieser Stelle wäre hingegen auf die umfangreichen kultur-wissenschaftlichen Arbeiten zu Ritualen (u.a. Hans-Georg Soeffner²) und zum Begriff Repräsentation³ zu verweisen.

Die Hauptthese von Wolther, der Eurovision Song Contest sei ein Mittel nationaler und kultureller Repräsentation, wirkt auf den ersten Blick sehr einsichtig. Der französische Kultusminister Jack Lang etwa hatte ihn seinerzeit als "fenêtre de la nation"⁴

² Vgl. Hans-Georg Soeffner: Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags, Stuttgart 2004².

³ Zur einschlägigen Literatur siehe Christoph Oliver Mayer: "Institutionalisierte Repräsentation. Kunst als Form institutioneller Herrschaftsausübung", in: Barbara Marx (Hg.): *Kunst und Repräsentation am Dresdner Hof*, München 2005, S. 340-390.

⁴ Hierzu Vortrag Christoph Oliver Mayer, Frankoromanistentag Halle September 2006, "Les contributions françaises au concours de l'Eurovision pendant les années '80", Frankoromanistentag

beschrieben; jeder Fernsehkommentator versucht durch seine nationale Brille alljährlich Beziehungen herzustellen zwischen Land und Beitrag. Aber handelt es sich hierbei nicht des Öfteren um überkommene Klischees und vorgefertigte Meinungen, wie sie auch Boulevard-Presse und die ESC-Fanberichterstattung⁵ allzu gerne wiederholen? Versteht man mit Wolther den Song Contest tatsächlich als Bestandteil des nationalen Kollektivbewusstseins und reiht man ihn damit als ritualisiertes Medienereignis neben der Fußballweltmeisterschaft ein, so gilt es allerdings nach Ursachen und Rezeptionsmodi zu fragen. Repräsentation bleibt ja niemals dort stehen, wo <aliquid> für <aliquid> steht. Das Medium der Repräsentation ist im vorliegenden Fall das Lied, das im Auftritt und im Kontext der Veranstaltung eben mit nationaler Geltung aufgeladen wird. Wie dies passiert, ob es funktioniert oder nicht und ob dies wesentlich für den Erfolg des jeweiligen Titels ist, müsste man untersuchen. Welchen Gewinn oder welche Gefahr kann man für das Medium und die Künstler erkennen? Welche Leitidee vermittelt diese Inszenierung, die als ein Großes Ganzes gesehen werden muss, nämlich als eine Verkörperung der europäischen Idee, des gemeinsamen Europas, eines Europas der Vielheit. Die Gliederungspunkte Wolthers, dessen beide Hauptkapitel mit "Die sieben Bedeutungsdimensionen" und "Nationale Unterschiede bei der Bewertung" überschrieben sind, weisen leider nicht in diese Richtung.

Sicherlich ist es denkbar, zunächst der Vorstellung der EBU (European Broadcasting Union) als Veranstalter und den unterschiedlichen nationalen Vorentscheidungsmodi einen gewissen Platz einzuräumen, aber diese Teile werden ebenso wenig wie der Verweis auf das Festival von San Remo organisch oder argumentativ in die Gesamtarbeit eingewoben. Besonders bemüht akademisch und unmotiviert wirkt daher Kapitel 4, in dem die sieben Bedeutungsdimensionen des ESC ausgefächert werden. Wenn auch der Medialität (4.1.) und der Musikalität (4.2.) naturgemäß ein breiter Raum eingeräumt wird, so tun sich doch gerade in diesem Punkt etliche Lücken bei der Interpretation der bloßen Beschreibung auf. Wie schon das Festival von San Remo, so fungiert auch der *Grand Prix* seit jeher als punktuelles, wiederholtes und dennoch ephemeres Großereignis im so genannten serialen Fernsehen und verbindet das auditive mit dem visuellen Spektakel. Der *Contest* trägt zur Etablierung einer Eigentradition des Fernsehens bei und ist als solcher Inbegriff des Fernsehens selbst, indem er alle Eigenschaften von Fernsehen potenziert. Er fungiert als Äquivalent, nicht als Ersatz für Olympische Spiele oder

Halle September 2006. Publikation folgt 2007.

⁵ Fanclubs gibt es in jeder teilnehmenden Nation. An dieser Stelle wäre zu verweisen auf die deutschen Fanclubs OGAE-Germany e.V. und EC Germany.

Fußballweltmeisterschaften. Dabei rekurriert er auf das Medium Musik, das vermutlich den größten Fankult überhaupt kennt und ausgeprägte Marktmechanismen entwickelt hat.⁶

Wolthers Insider-Blick zeigt schon im vorgeschalteten Stand der Forschung besondere nationale Unterschiede bezüglich des Interesses an der Veranstaltung auf. Einige wesentliche Punkte werden angerissen, aber nicht weitergedacht: Wie steht es um den Event-Charakter der Veranstaltung? Warum nur ein verschämt wirkender Verweis auf die Bedeutung des Song Contests für die (schwule) *camp*-Kultur? Welche Rolle spielt der ESC für die Teilnehmer und inwieweit droht nicht nur das Risiko einer Blamage, sondern offeriert er geradezu Chancen? Die Teilnahme gehört heute vielfach zum Lebenslauf eines Musikprofis dazu und in Wirklichkeit ist eine große Menge nationaler Gesangsprominenz in das Umfeld des Wettbewerbs involviert gewesen. Ein nur oberflächlicher Blick auf den deutschen Musikraum verdeutlicht die überwiegende Prominenz der Interpreten, denn keineswegs haben nur Wind, Nicole oder Dschingis Khan eine nennenswerte Karriere (S. 50) gemacht. Hier liegen die Dinge aber gehörig schief. Während man bei den speziell für den Grand Prix gecasteten Gruppen Wind (Teilnahmen 1985, 1987, 1992) und Dschingis Khan (1979) eine Karriere nur im engeren Umkreis der jeweiligen Teilnahmen feststellen kann, gilt dies schon für Nicole (1982) nicht mehr. Was aber ist mit den Skandinavierinnen "im deutschen Dienst" Wencke Myhre (1968), Gitte (1973) oder Siw Malmkvist (1969)? Was mit Cindy & Bert (1974), Katja Ebstein (1970, 1971, 1980) oder Mary Roos (1972, 1984)? Ingrid Peters (1986), Hoffmann & Hoffmann (1983), Nino de Angelo (1989) und die Münchener Freiheit (1993) waren auch in der deutschsprachigen Musikszene alles andere als Unbekannte, um nur Teilnehmer beim Song Contest zu nennen, und gar nicht erst die Prominenz derjenigen zu bemühen, die es nicht über die Vorentscheidung hinaus geschafft haben: Rosenstolz (1998), Marianne Rosenberg (1975, 1978, 1980), Jeanette Biedermann (1999), die Gruppen Mia (2003) oder Scooter (2005). Statt die Selbstverkleinerung fortzuführen, wäre hier zu fragen, worin der Grund für negative Klischees und Stereotypen zu suchen ist. Eine Besonderheit des Wettbewerbs besteht eben darin, dass es hier um Fragen der Ästhetik geht, die bei Wolther gänzlich unbeachtet bleiben.

Diese Fragen zeigen die kulturpolitische Aktualität der Veranstaltung auf und sollten weiterreichende Überlegungen nach sich ziehen. Die Guildo-Manie von 1998 war

⁶ Der ESC hat einen Medienmarkt hervorgebracht, der in den Zeiten des Internet die Verbreitung von einschlägigen Fanmagazinen und Vereinspublikationen weit überschreitet. Zu denken wäre an ESC-Radio (www.escradio.com), das den ganzen Tag via Internet ESC-Musik spielt. Außerdem promotet die EBU (European Broadcasting Union) seit einigen Jahren verstärkt selbst den Wettbewerb, über CDs, DVDs und weitere Merchandisingartikel, vgl. www.ebu.ch.

ebenso wie die Begeisterung für Texas Lightning 2006 zwar ein breitenwirksames, aber doch deutsch-spezifisches Phänomen. Hierin zeigt sich die Verdichtung, die zeitweilige Konjunktur nationaler Repräsentation, wie sie sich auch anlässlich der Fußball-WM 2006 einstellte und wie sie auch medial – man denke an die unsägliche Kampagne "Du bist Deutschland" – gestützt und gelenkt wird. Stattdessen bietet sich im Bereich der Ästhetik eine Identifikation jenseits nationaler Stereotypen gerade zu an: Man kann Fan des weißrussischen oder israelischen Beitrags sein, ohne die Politik des jeweiligen Landes zu goutieren, gleichzeitig aber auch ein Lied ablehnen, das dennoch politisch jederzeit zu bejahen ist, woran etwa der ukrainische Beitrag 2005 oder zahlreiche israelische Friedenshymnen gescheitert sind.

Interessant für die kritische Überprüfung der These von der national-kulturellen Repräsentation wäre auch die Selbstinszenierung der 50-Jahr-Feier gewesen und der mediale Werbeaufwand für den Song Contest, der die Produktion von Werbesendungen, etwaige Vorstellungen von Liedern und Interpreten, oder den Platz, den Fernsehzeitschriften dem Ereignis widmen, beinhaltet. Die musikökonomische Dimension (Kapitel 4.3.), die Wolther als dritte nennt, verfehlt die Analyse, indem sie zu einseitig den Erfolg der Lieder an der Hitparade ablesen möchte und damit dem Problem jeglicher Statistik erliegt. Unverhältnismäßig ist dies schlichtweg deshalb, da zum einen bloße Plätze nichts aussagen und im Verhältnis zu jeweils anderen Liedern und Märkten gesetzt werden, zum anderen das Single/LP-Zeitalter nicht mit dem der CD verglichen werden kann etc. Problematisch auch, weil seit einigen Jahren nicht nur die EBU selbst alle Titel auf einer gemeinsamen (Doppel)-CD/DVD veröffentlicht und somit das Gros der Fans schon mit diesen Titeln versorgt, und zudem alle Titel seit ihrer Bekanntmachung im Internet jedermann zur Verfügung stehen. Man denke außerdem an weitere Beeinflussungsfaktoren wie die nationalen Kommentatoren, den Schnelldurchlauf oder die Buchmacher, die bei Wolther als kompetitorische Bedeutungsdimension in Kapitel 4.7. kurz angerissen werden. Konjunkturelle Unterschiede zeigen sich etwa an der dokumentarischen Begleitsendung von ARTE zum Song Contest 2004 oder am Stefan-Raab-Hype, inszeniert durch dessen eigene Sendung für die Jahre 2000 und 2004. Für die ohnehin stets subjektive Bewertung wahrer Hits müssten zum einen etwa Internet-Foren herangezogen werden, in denen so erfolglose Titel wie Joy Flemings *Ein Lied kann eine Brücke sein* mit Vicky Rosti aus Finnland um die Spitzenplätze konkurrieren. Kultphänomene um aberwitzige Auftritte ("Trash") und Erinnerungen an das Ereignis selbst wären hier zu gewichten, tragen sie doch dazu bei, dass Künstlerinnen wie Joy

Fleming bis heute die Sparte der Kultsängerin bedienen können. Der Event kriert Karrieren und ist damit auch ein ökonomischer Faktor; eine reine Musikmarkt-Orientierung wird gar nicht angestrebt. Um einen Verkaufserfolg zu erzielen, was etwa Texas Lightning gelungen ist, müssen in Deutschland anscheinend andere Faktoren hinzukommen. Wenn auch in anderen Ländern der Wettbewerbssieger erfolgreicher CDs verkauft, so haben Lordi 2006, Sertab Erener 2004 oder die Olsen Brothers 2000 gezeigt, dass dies nicht von vornherein auszuschließen ist.

Wolthers politische Dimension (4.4.) tangiert auf nur 6 Seiten die eigentliche Leitthese seiner Arbeit ebenso wie die allerdings ebenso deutlich zu kurz gekommene nationalkulturelle (4.5.) und nationalökonomische (4.6.) Dimension. Dagegen ist der anschließende Auswertungsteil zur nationalen Bedeutung (Kapitel 5) am umfangreichsten, durch die wenig leserfreundliche Untergliederung in empirische Befragung, Präsentation von Statistik und Hypothesenbildung bzw. -verifikation und -falsifikation jedoch deutlich unattraktiver. Die Untergliederung setzt sich bis hin zu 5.1.1.1.2.3. fort und verliert damit ihren Orientierungssinn. Der nationale Rahmen erscheint, zumindest auf den ersten Blick, der falsche Anhaltspunkt für einen Wettbewerb im europäischen Kontext zu sein. Die jeweiligen Beiträge atmen nur selten den beschworenen nationalen Geist, während sie aber ganz deutlich dem jeweiligen nationalen Selbstverständnis von Repräsentation entsprechen, was zusätzlich in der jeweiligen Punktwertung zum Ausdruck kommt. Was nun sollen uns eine deutsche Countryband oder finnische Monsterrocker sagen? Zum einen scheint die deutsche Tendenz zum multinationalen *anything goes* tatsächlich große Spielräume zu eröffnen, einzig und allein das genuin Deutsche bleibt außen vor, das jedoch im Volksmusiksektor erfolgreich Zuflucht gefunden hat. Während die Franzosen auch gegen jeglichen Trend und trotz zwischenzeitlichem Mut zur Innovation sich als *grande nation* wieder eher konservativ mit dem *chanson d'auteur* präsentieren, werden interne Stimmigkeit und das entsprechende Fremdbild zum entscheidenden Erfolgsrezept. Spektakuläre musikalische Darbietungen sowie die gelungene Übereinstimmung von Selbst- und Fremdbild haben *Lordi* 2006 den Sieg gebracht, zumal eine breite Öffentlichkeit durch Bands wie *HIM* oder *The Rasmus* Finnland als Heimat des Hardrock wahrgenommen hatte und der "Aufreger" des Wettbewerbs wohl in allen Ländern eingehend thematisiert wurde. Ihre einprägsame Bühnenshow und in Englisch vorgetragene Melodie wurde mit einem doppelt autoreferentiellen Internationalismus gekrönt: Die Musikgattung Hard Rock scheint mit dem Schlager-Grand-Prix provokant zu

brechen; der Fan erinnert sich bei *Hard Rock Hallelujah* zweifelsohne erinnert an Israels Siegertitel *Hallelujah* aus dem Jahr 1979.

Dass der Wettbewerb zusätzliche Werbung für den Tourismus bedeutet, ist nicht zu bestreiten. Mitunter verschafft er einigen Zuschauern auch Einblick in die europäische Landkarte und deren sukzessive Zersplitterung, wenn etwa Moldawien, Armenien oder, wie für die Zukunft zu erwarten, auch Montenegro teilnehmen. Aus diesem Grund wäre eine Teilnahme Italiens tatsächlich verzichtbar, denn Italien benötigt diese Form der Werbung vielleicht am allerwenigsten. Die grundsätzliche Neigung vieler Fernsehzuschauer bzw. expliziter formuliert, Anrufer beim Voting, für bestimmte Länder unabhängig von deren Beitrag zu stimmen, ist unbestritten und kann auch nicht alleine durch eine unspezifische kulturelle Nähe belegt werden. Die türkische Dominanz in Deutschland war stets ungebrochen, ob nun wie 2004 mit Sertab Erener ein folkloristisch angehauchter Popsong, eine ebenfalls englisch singende Ska-Band (2005) oder ein anderes, eher mittelpträchtiges türkischsprachiges Lied zur Wahl standen, unabhängig auch davon, inwieweit der Beitrag kulturelle Elemente der Türkei aufwies. Die Verbundenheit und Sympathie ist aber ein Faktor, der etwa die Akzeptanz von Beiträgen nachhaltig prägt. Die Aufgeschlossenheit gegenüber anderen Ländern müsste natürlich andere Ergebnisse hervorbringen, aber die Bekanntheit der Interpreten und der Beiträge in den angrenzenden Ländern ist weitaus höher und es kann sich niemand wundern, dass Stimmen für die Stars von MTV Adria vom Balkan oder für russische Prominenz aus dem benachbarten Osteuropa bekommen. All diese Aspekte werden von Wolther außer Acht gelassen.

Die von Wolther durchaus korrekt ausgewerteten Umfragen sind selbstverständlich statistisch repräsentativ, geben aber in ihrer Interpretation doch nur eine begrenzte Einsicht in die Meinung der Gesamtheit der Zuschauer. Wolther stellt Hypothesen auf und wertet in einer Zwischenbilanz deren Verifikation oder Falsifizierung in einer Tabelle aus, Teile seines Materials fügt er auf einer CD an, die dem Leser wenig Mehrwert bringt. Viele seiner Meinungen sind jedoch nicht nachzuvollziehen, da sie sich in einem Zirkelschluss bewegen. Warum sollte der NDR denn nichts ausrichten können gegen die Dominanz (dumpfbackiger) englischsprachiger Musik, wenn er doch, wie Wolther einräumt, in seinem Radioprogramm täglich dazu beiträgt? Andererseits hat der hier angesprochene Musikmarkt mit dem ESC eben nur zum Teil zu tun. Texas Lightning konnten 2006 wohl einen nie gekannten Verkaufserfolg verbuchen, bekamen aber beim Wettbewerb fast nur von den westeuropäischen Ländern Punkte und schnitten damit mit

dem 15. Platz verhältnismäßig schlecht ab. Lieder wie Ralph Siegels *Reise nach Jerusalem* (1999) oder *Wir geben 'ne Party* (1993) überzeugten im Wettbewerb die jeweiligen Jurys und waren jeweils auf dem dritten Platz gelandet, hatten aber keinerlei Verkaufserfolg. Die Cowboys um die alternde australische Sängerin haben 2006 nicht bestehen können, während diejenigen Nationen mit deutlicherer Signalisierung nationaler Zuordnung erfolgreicher abschnitten: Dima Bilan für Russland trat mit Bolschoi-Ballettänzerinnen auf, Tina Karol setzte auf ukrainische Kosaken, Hari Mata Hari aus Bosnien-Herzegowina brachten Balkan-Folklore; Schweden präsentierte den bekannten Happy-Sound und Griechenland eine hellenische Diva. Ein stimmiges Gesamtkonzept scheint Erfolgsgarant zu sein, denn gescheitert sind etwa ebenso der tahitische Coco-Tanz aus Monaco, die holländischen Südsee-Sprachverirrungen, die andorranische Strapse-Vorführung und der israelische Gospel. Keinen Erfolg aber hatten auch die französische Friseurin, die spanischen almodovaresken Emanzen und die portugiesischen New-Waverinnen, die allesamt wohl den Zeitgeist nicht treffen konnten.

Die Schelte gegenüber der oft lieblos mit dem Song Contest verfahrenen ARD ist sicherlich berechtigt (Kap. 6 "Diskussion"), zeigt aber das Hauptproblem der Arbeit auf, die den Spagat zwischen wissenschaftlicher Dissertation und journalistischem Beitrag, zwischen objektiver Analyse und subjektiver Betroffenheit nicht schafft. Für eine weitergehende Kritik müsste die Arbeit substantieller darlegen, welche kulturellen Implikationen der ESC bietet und wieso er etwa, gerade im Vergleich zu regional-spezifischeren Volksmusiksendungen im Programmangebot den Kürzeren zieht. Eingebettet zwischen einer amerikanisch ausgerichteten Popmusikszene mit einem Markt, der vor allem präpubertierende Käuferschichten anspricht und einer fernsehgerechten Musikunterhaltung, die sich die großen Stars auch gar nicht mehr leisten möchte, scheint (nicht nur und vielleicht noch am wenigsten) die ARD Berührungängste zu haben bzw. schiebt den Song Contest selbst in die schwule Ecke ab. Damit wird die Camp-Kultur vereinseitigt und der Wettbewerb zum Minderheitenprogramm. Die Zuweisung von Kompetenzen an Axel Bulthaupt, Hape Kerkeling, Thomas Herrmanns und vor allem Georg Uecker mag jeder Fan zwar goutieren, sendet aber doch diesbezüglich überdeutliche Signale aus. Während andere Gruppen, etwa mit Migrationshintergrund, sich geradezu begeistert für diesen Wettbewerb engagieren und in ihren Publikationen zur fleißigen Stimmabgabe aufrufen, wird der Durchschnittsdeutsche auch indirekt damit mit dem Klischee vom uninteressanten, nicht mehr zeitgemäßen Wettbewerb abgespeist und die glorreiche Vergangenheit als Höhepunkt der familiären Fernsehunterhaltung gänzlich

ad acta gelegt. Es kann sich also nur um die Berührungsangst der Öffentlich-Rechtlichen handeln, die gleichzeitig trotz ihres spezifischen Auftrags keinerlei Scheu vor jedem massentauglichem Produkt haben, alle möglichen Fußballspiele und Radrennen übertragen, deutschen Schlager mit volkstümlicher Musik kombinieren und seichte Soap-Operas produzieren, nur um der Werbeindustrie zu gefallen. Eine Veranstaltung, die tatsächlich alle Generationen ansprechen könnte, aber zur werbefreien Sendezeit stattfindet, hat hier wenig zu bieten. Die Übertragung des Halbfinals wird still und leise in das Dritte Programm verlagert, die Vorentscheidung auf ein Minimum reduziert und auf Promotionsendungen wird seit Jahren weitgehend verzichtet.

Hat nun, wäre mit Wolther zu fragen, Deutschland diese Form der nationalen und kulturellen Repräsentation nicht mehr nötig? Eine Antwort darauf gibt das Buch nicht, aber sehr viele Ansatzpunkte, um auch diese Seite des alljährlichen Großereignisses zu hinterfragen, das seit seiner Öffnung hin zu Osteuropa sicherlich auch seinen Charakter verändert hat. Der Grundgedanke des Potpourris europäischer Musik in all seiner kulturellen Vielfalt ist aber weiterhin existent. Eine eingehende, auch musikwissenschaftliche Untersuchung sollte das Buch geradezu herausfordern.