

**ORF. WIE WIR.**



## **Das war der Song Contest**

**Pressekonferenz, Dienstag, 2. Juni 2015, Wien**

# Das war der Song Contest

## Inhalt

Österreich stolz gemacht, Europa und die Welt begeistert	Seite 3
Meilensteine des „Eurovision Song Contest“	Seite 8
Building Bridges – von der Philosophie bis zur Umsetzung	Seite 10
Facts & Figures zum größten TV-Unterhaltungsevent der Welt	Seite 12
Das ist Österreichs Meinung ...	Seite 16
... das denken die internationalen Medienvertreter	Seite 17
Die Bühne – von der Vision zum Auge	Seite 18
Diese Shows brachen Rekorde	Seite 19
Diese Shows bewegten Österreich	Seite 22
Ein Ereignis im ORF-Fernsehen ...	Seite 26
Die heiße Phase in den ORF-Landesstudios und den ORF-Radios	Seite 30
Diese Österreich-Bilder gingen um die Welt: die TV-Postcards	Seite 32
Ganz Österreich im Opening	Seite 34
Rot-weiß-roter Interval-Act mit Star-Percussionist Martin Grubinger	Seite 35
Volunteers – freiwillige Botschafter des ESC 2015	Seite 36
Die Side-Events des „Eurovision Song Contest 2015“	Seite 37
Welcome to Vienna – Wien als Host-City des ESC 2015	Seite 41
Ein Event für alle – „Eurovision Youth Contest“ und „Danke Wien“	Seite 43
Safety First – Sicherheitsmaßnahmen beim ESC 2015	Seite 44
Der „Eurovision Song Contest“ landet in Wien	Seite 45
Song Contest als zertifizierter Green Event bestätigt	Seite 46
Eurovision Sign: Musikerlebnis in Gebärdensprache	Seite 48
Public Value – „We are unstoppable“	Seite 51
Die internationalen Partner des ESC 2015	Seite 52
Die nationalen Partner des ESC 2015	Seite 54

# Das war der Song Contest **Österreich stolz gemacht, Europa und die Welt begeistert**

Vor zehn Tagen endete der 60. „Eurovision Song Contest“ – der größte TV-Event in der Geschichte des ORF. Der Sieg von Conchita Wurst hatte es für Österreich zum zweiten Mal in der 60-jährigen Geschichte des ESC möglich gemacht, sich mit der weltweit größten Unterhaltungsshow international zu präsentieren – von Europa bis nach Australien. Der ORF und seine Partner haben die Chance genützt – unter dem Motto „Building Bridges“ wurden Brücken gebaut über Grenzen, Kulturen und Sprachen hinweg – und zahlreiche Rekorde erreicht sowie Premieren gefeiert.

Nach einer vom ORF beim Markt- und Meinungsforschungsinstitut Integral beauftragten Begleitumfrage (n = 1000) stehen die Österreicherinnen und Österreicher mit großer Mehrheit hinter dem Event. Der „Eurovision Song Contest“ hatte in Österreich enorme Bekanntheit. 98 Prozent der Österreicher/innen wussten über den Großevent Bescheid.

88 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher sahen den ESC als gute Möglichkeit, Österreich in der Welt zu präsentieren. 75 Prozent der Österreicher/innen machte die Austragung des ESC stolz auf Österreich, 73 Prozent sind der Ansicht, die ESC-Austragung war wichtig für Österreich. Ebenfalls als einen der positivsten Effekte der Austragung des Song Contests erachten die Österreicher/innen die Impulse für die heimische Wirtschaft durch den größten TV-Unterhaltungsevent der Welt. 82 Prozent der Befragten waren sich sicher, dass durch den ESC der Bekanntheitsgrad Österreichs in der Welt noch höher wird und der Tourismus dadurch belebt werde.

Anlässlich des „Eurovision Song Contest“ in Wien ließ der ORF nicht nur Bekanntheit und allgemeine Akzeptanz des ESC 2015 nach möglichen positiven Effekten mittels einer telefonischen Repräsentativumfrage untersuchen, sondern erhob auch Nutzung und Akzeptanz der ORF-Angebote sowie die Rolle des ORF als gastgebende Rundfunkanstalt – und auch hier sind die Ergebnisse sehr positiv. Nicht weniger als 94 Prozent gaben an, Berichte und Sendungen zum Song Contest mitverfolgt zu haben. 90 Prozent sind ganz oder eher der Meinung, dass der ORF den ESC sehr gut und professionell durchgeführt hat. 83 Prozent der Befragten finden, dass der ORF mit „Building Bridges“ ein tolerantes Miteinander unterstützt hat, 84 Prozent sind der Meinung, dass

der ORF mit dem ESC Toleranz und Respekt zum Thema gemacht hat. 83 Prozent fanden die Ausrichtung als Green Event gut bis sehr gut. Beim Thema „Barrierefreiheit“ liegt dieser Wert sogar bei 94 Prozent.

## **ORF gefeierter Song-Contest-Veranstalter**

„Building Bridges“ – das war der vom ORF ausgewählte Claim für den ESC 2015. Dies war der Grundstein für das Leitmotiv, der sich durch den gesamten Event von Anfang bis Ende zog: Mit der Ausrichtung des größten TV-Unterhaltungs-events der Welt bauten der ORF und Österreich Brücken über Grenzen, Kulturen und Sprachen hinweg.

Insgesamt präsentierte der ORF zwölf ESC-Shows zwischen 18. und 23. Mai. Mehr als 100.000 (101.173) Besucherinnen und Besucher kamen für diese Shows in die Wiener Stadthalle. Die Finalshows – also das Jury-Finale, die nachmittägliche Familyshow und das TV-Finale – waren zu 100 Prozent ausgelastet. Heiß begehrt waren natürlich alle Tickets für die TV-Live-Shows. Das Finale und die beiden Semifinale verzeichneten eine Auslastung von 87 Prozent.

Der ORF arbeitet im Rahmen des ESC mit 140 Partnern zusammen. darunter fünf internationale Sponsoren, 13 nationale, 26 Event Supplier, zudem die Stadt Wien und die Wiener Stadthalle. Allein am Finaltag waren mehr als 3.000 Mitarbeiter/innen des ORF, seiner Partner und Volunteers für das Gelingen des Events tätig.

1.565 Journalistinnen und Journalisten waren ebenfalls Teil des „Eurovision Song Contest“ in Wien. Die 40 teilnehmenden Nationen vereinten 1.269 Delegierte in der Wiener Stadthalle. Aus 1.506 Bewerbungen wurden schließlich 800 ESC-Volunteers ausgesucht, die ebenfalls das Motto „Building Bridges“ lebten, kamen sie doch aus 41 Ländern und konnten sich – inklusive der Österreichischen Gebärdensprache – in insgesamt 50 Sprachen verständigen. Der jüngste Volunteer war 18 Jahre alt, der älteste 77 Jahre jung.

Eine Umfrage von ORF und Stadt Wien unter den internationalen Medienvertretern bescherte dem ORF Bestnoten als Veranstalter und auch der Stadthalle als Austragungsort. Die Gesamtzufriedenheit betrug beispielsweise 1,6 (Schulnotenskala). Die Gastfreundschaft wurde mit 1,4 benotet, das Pressezentrum mit 1,9 und die Spezialangebote dort mit 1,5. Die teilnehmenden Delegationen, Journalistinnen und Journalisten nutzen solche Angebote

ausgiebig. Eines davon war die in Kooperation mit Wien Tourismus aufgelegten „Trips for free“. Insgesamt wurden mehr als 80 dieser Sightseeing-Aktivitäten angeboten. Mehr als 2.000-mal wurden Tickets für diese Side-Events gebucht. Das entspricht einer Auslastung von 70 Prozent.

Neben der Toleranz allen Menschen gegenüber spielte auch die Umwelt eine große Rolle beim ESC. Mit dem Song Contest hat das Thema Umwelt und Nachhaltigkeit nun die nationale und internationale Eventbühne erreicht: Zum ersten Mal in der 60-jährigen Geschichte wurde der größte TV-Unterhaltungsevent der Welt dieses Jahr als Green Event organisiert. ORF-Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz erhielt dafür den „Green Events Austria Sonderpreis“ von Umweltminister Andrä Rupprechter. Der Song Contest in Wien war die erste derartige Großveranstaltung, die als Green Event zertifiziert wurde. Dank der erfolgreichen Umsetzung wurde Österreich als Land präsentiert, das nachhaltig mit seinen Ressourcen umgeht, und einen neuen Standard für künftige Großevents setzt. Mit der Unterstützung des ESC als Green Event durch die Stadt Wien und Stadträtin Ulrike Sima war es möglich, ein Event dieser Größenordnung als Green Event auszurichten. U. a. konnte durch die konsequente Verwendung von Mehrweggebinde auf 500.000 Einwegbecher und 30.000 Petflaschen verzichtet werden.

## **Wien und Österreich waren Song Contest**

Es war Anspruch des ORF und seiner Partner, den ESC über den eigentlichen TV-Event hinausgehend als Event der Bundeshauptstadt und ganz Österreichs zu gestalten. Sichtbar war der „Eurovision Song Contest“ in ganz Wien und in ganz Österreich – unter anderem mit dem City-Branding, der ESC-Straßenbahn, ESC-gebrandeten Taxis, dem Countdown-Turm, den ESC-Loks und zahlreichen weiteren Event-Maßnahmen.

Das „Eurovision Village“ im Herzen der Welthauptstadt der Musik, am Wiener Rathausplatz, war das größte Public Viewing und Treffpunkt für mehr als 120.000 ESC-Fans in der Finalwoche von „Opening Ceremony“ bis zum finalen Voting. Allein am letzten Abend waren mehr als 25.000 Fans am Rathausplatz. Insgesamt gab es in ganz Österreich 49 Public Viewings von Dornbirn bis Eisenstadt, davon 15 ORF-Public Viewings in allen Bundesländern, die ebenfalls von Tausenden Fans besucht wurden.

Der EuroClub in der Ottakringer Brauerei zählte insgesamt rund 7.200 Besucherinnen und Besucher, die „Eurovision Nights“ in der ersten ESC-Woche zusätzlich rund 3.500 Akkreditierte und ESC-Fans.

Zu den Rahmenveranstaltungen gehörte auch der vielbeachtete Staatsopern-Event „Pop meets Opera“, der einen perfekten Auftakt zur Song-Contest-Woche bildete. Das mit ca. 2.300 Besucherinnen und Besuchern ausverkaufte Konzert wurde via EBU in den Teilnehmerstaaten angeboten und hat ebenso dazu beigetragen, dass das Motto „Building Bridges“ in die Welt getragen wurde. Nicht weniger als 8.000 Jugendliche aus ganz Österreich kamen als finaler Höhepunkt des „Eurovision Youth Contest“ in die Wiener Stadthalle. Gemeinsam mit den ÖBB und des Landesschulräten riefen die ORF-Landesstudios Klassen und Schülergruppen auf, sich im Unterricht mit dem diesjährigen Motto des Song Contests, „Building Bridges“, zu beschäftigen und sich kreativ damit auseinandersetzen, wie man in unserer Gesellschaft Brücken bauen kann. Nicht weniger als 271 Projekte wurden eingereicht. Sehr stimmungsvoll war auch die „Danke Wien“-Show für Anrainer/innen der Wiener Stadthalle, Pflegeeltern, ehrenamtliche Mitarbeiter/innen von Sportvereinen und Organisationen des Dachverbandes Wiener Sozialeinrichtungen.

### **ORF erfolgreicher ESC-Host-Broadcaster**

Der „Eurovision Song Contest“ erhielt in Wien eine Eintragung ins „Guinness Book of Records“ als „am längsten laufender jährlicher TV-Musik-Wettbewerb“. Die drei TV-Live-Shows verzeichneten ESC-Rekorde in ORF eins. Egal, ob Songpräsentation oder Voting, alle Sendungsteile des Finales erreichten am 23. Mai mehr Zuseherinnen und Zuseher als jeder vorangehende ESC im ORF.

Inklusive des Live-Streams lag der Spitzenwert des Finales bei mehr als 2 Mio. Zuseherinnen und Zusehern. Insgesamt sahen die zahlreichen ORF-Programmpunkte in der ESC-Woche 5,869 Mio. Menschen (weitester Seherkreis).

Weltweit waren in den 45 übertragenden Ländern erneut insgesamt rund 200 Millionen Zuseherinnen und Zuseher (weitester Seherkreis) bei den drei TV-Shows mit dabei. Im Gewinnerland Schweden wurden hervorragende 86 Prozent Marktanteil erzielt. In Italien wurde mit 3,3 Mio. Sehern der höchste Wert seit dem Wiedereinstieg Italiens 2011 erreicht – und die Reichweite gegenüber 2014 sogar verdoppelt. Auch in Australien wirkte sich die erstmalige Teilnahme merklich auf die Reichweiten aus: Inklusive der Live-Ausstrahlung in der Früh und der Primetime-Wiederholung betrug der Weiteste Seherkreis

5,7 Mio. Personen, somit um 27 Prozent mehr als im Vorjahr. Die endgültigen Detailzahlen werden von der EBU Mitte Juni bekannt gegeben.

Auch die Online- und TVthek-Abrufzahlen des Finales tragen den Titel: Rekord! songcontest.ORF.at wurde zum erfolgreichsten Second-Screen-Unterhaltungs-Format in der Geschichte von ORF.at. Die Website verzeichnete fast 25 Mio. Abrufe. Insgesamt 4,9 Mio. Videoabrufe live und on demand auf der ORF-TVthek und auf songcontest.ORF.at zeigen, wie gut diese Angebote bei den Userinnen und Usern angekommen sind. Allein die Live-Streams und Video-on-Demands vom Finale wurden bisher 680.000-mal abgerufen. Höchst erfolgreich waren auch die von der songcontest.ORF.at-Redaktion betreuten Auftritte in den sozialen Netzwerken, etwa in Facebook mit einer Gesamtreichweite von mehr als 1,2 Mio. allein in der Finalwoche. Zum großen Highlight wurde schließlich der Echtzeit-Live-Ticker während der Live-Shows, der allein während des Finales am Samstag mehr als eine halbe Million Abrufe verzeichnete. Ein großer Erfolg war die Aktion „#BuildingBridges“, bei der Fans mit Fotos selbst virtuelle Brücken zu anderen Fans bauen konnten. Auf buildingbridges.ORF.at und insider.ORF.at wurden im Rahmen der Aktion mehr als 15.000 Fotos hochgeladen. Die Teletwitter-Seite 780 im ORF TELETEXT wurde laut Teletest-Messung am Samstag (Finale) vom 24.000 Menschen gelesen und erzielte 53.000 Seitenaufrufe.

Ganz nach dem Motto „Building Bridges“ hat der ORF als Host-Broadcaster beim „Eurovision Song Contest“ die Menschen auch über Sprachgrenzen hinweg verbunden. Deshalb stellte der ORF nicht nur Live-Untertitelung und einen deutschen Audiokommentar für die drei Live-Shows bereit, sondern präsentierte den größten TV-Unterhaltungsevent der Welt zum ersten Mal in der Geschichte des ESC zur Gänze in Internationaler Gebärdensprache. Für „Eurovision Sign“ hat der ORF eine neue Art und Weise entwickelt, wie Musik in ein eindrucksvolles Wahrnehmungskonzept für gehörlose und schwerhörige Menschen überführt werden konnte. Insgesamt neun Länder, Deutschland, Dänemark, Slowenien, Schweiz, Schweden, Lettland, Norwegen und Finnland übernahmen das Angebot. Allein in Deutschland und Österreich haben summiert insgesamt 1,41 Mio. Menschen „Eurovision Sign“ (Semifinale 1 und 2 sowie Finale) entweder im Live-Stream oder im TV (EinsPlus, ORF 2 Europe) gesehen. Via ORF 2 Europe erreichte das Song-Contest-Finale parallel zu ORF eins in Internationaler Gebärdensprache im Schnitt 57.000 Österreicherinnen und Österreicher bei zwei Prozent Marktanteil, die Reichweitemspitze lag bei 166.000 Zuschauern.

# Das war der Song Contest

## Meilensteine des „Eurovision Song Contest“

10. Mai:	Conchita Wurst gewinnt den „Eurovision Song Contest“
19. Mai:	EBU Delegation bei ORF-Geschäftsführung
2./3. Juni:	Erstes Meeting ORF/EBU/Reference Group in Genf
21. Juni:	Wien, Innsbruck und Graz auf der Host-City-Shortlist
6. August:	Wien ist die Host-City des „Eurovision Song Contest“ 2015
11. August:	Erste Begehung der Wiener Stadthalle mit der EBU
11. September:	„Building Bridges“ – Bekanntgabe des ESC-2015-Claims
28. Oktober:	Bürgermeister Häupl und Generaldirektor Wrabetz unterzeichnen das Host-City-Memorandum
25. November:	The Sphere – Präsentation des Logos und des Artworks
15. Dezember:	Start des Ticketverkaufs
19. Dezember:	Die Moderatorinnen stehen fest: Arabella Kiesbauer, Alice Tumler und Mirjam Weichselbraun
20. Jänner:	So wird das Stage Design
26. Jänner:	Insignia-Übergabe und Semifinalauslosung
Februar:	Drehbeginn für die TV-Postcards
10. Februar:	Das 40. Land! Australien erstmals beim Song Contest
16. Februar:	ORF-Bekanntgabe: Der ESC erstmals als Green Event!
15. März:	Finales Volunteers Casting in Wien
16./17. März:	Head-of-Delegation-Meeting: Delegationsleiter aus 40 Nationen in Wien
7. April:	Der erste Lkw trifft in der Wiener Stadthalle ein
17. April:	Die Bühne nimmt Gestalt an
30. April:	Die ersten Stand-in-Proben
10. Mai:	Eröffnung des Pressezentriums in der Wiener Stadthalle
11. Mai:	Beginn der ersten Proben in der Wiener Stadthalle
17. Mai:	Pop meets Opera, Opening Ceremony im Wiener Rathaus – Einzug aller Delegationen über den roten Teppich, Eröffnung des EuroClubs in der Ottakringer Brauerei
18. Mai:	„Danke Wien“-Show
19. Mai:	Eröffnung des „Eurovision Village“ 16 Länder im Semifinale 1

20. Mai: Eurovision Youth Contest: ORF und ÖBB bringen 8.000  
Schüler aus ganz Österreich in die Wiener Stadthalle  
21. Mai: 17 Länder im Semifinale 2  
23. Mai: Das große Finale

# Das war der Song Contest

## **Building Bridges – von der Philosophie bis zur Umsetzung**

### **Der Grundgedanke: Brücken bauen über Grenzen, Kulturen und Sprachen hinweg**

„Building Bridges“ – das war der vom ORF ausgewählte Claim für den ESC 2015. Dies war der Grundstein für das Leitmotiv, der sich durch den gesamten Event von Anfang bis Ende zog: Mit der Ausrichtung des größten TV-Unterhaltungs-events der Welt wollte Österreich Brücken bauen über Grenzen, Kulturen und Sprachen hinweg. „Building Bridges“ vereinte die europäische Idee mit dem völkerverbindenden Charakter der Musik – und das in Wien, der traditionsreichen Welthauptstadt der Musik im Herzen Europas. Eine weitere Ebene erhielt dieses Motto, weil es eine konsequente Weiterführung jenes Gedankens war, den Conchita Wurst beim Song Contest 2014 formuliert und auch gelebt hatte: wie wichtig Offenheit, Toleranz über alle Grenzen hinweg für ein gemeinsames Miteinander sind.

### **Das Artwork als visuelle Umsetzung des Brückenbildes**

„Building Bridges“ wurde auch im Artwork umgesetzt. Bestehend aus den Elementen Kugel und Welle symbolisierte das Logo das Verbindende und gleichzeitig die Vielfalt. Das gesamte Farbspektrum und die sich aus Tausenden Einzelteilen zusammensetzenden, Europa überspannenden musikalischen Brücken spiegelten die positive Vielfalt der Künstler, die Vielfalt der Songs, aber auch die Vielfalt des Publikums sowie die damit sichtbar gelebte Toleranz beim Event wider. Das Logo, genannt „The Sphere“, fing diese Stimmungen ein, fokussierte den verbindenden Brückengedanken und symbolisierte durch die Formgebung der dreidimensionalen Kugel die unendlichen Varianten dieser Vielfalt.

### **„Bridging“ – mit Bildern Brücken bauen**

Die erfolgreiche „Bridging“-Online-Kampagne (<http://buildingbridges.ORF.at>) basierte auf der Idee zweier sich ergänzender Bilder: Zwei Personen, die an zwei verschiedenen Orten etwas Gemeinsames tun, schaffen virtuelle Brücken

durch einen Splitscreen. Um die Welt gingen die Bilder mittels Facebook, Twitter, Instagram etc. In einem zweiten Schritt bauten Fans „Videobrücken“ über Kulturen, Landesgrenzen und Zeitzonen hinweg – und wurden damit selbst ein Teil der Finalshow.

### **Das Symbol der Brücke als Leitmotiv in den Postcards**

Inspiziert vom Motto des ESC, begaben sich die „Postcards“ – die Kurzfilme zur Vorstellung der Künstlerinnen und Künstler – auf eine Reise vom jeweiligen Heimatland über eines der neun österreichischen Bundesländer bis nach Wien. Mit dieser spannenden Reise wurde eine Brücke von den jeweiligen Ländern der Künstlerinnen und Künstler zum Gastgeberland gebildet.

# Das war der Song Contest

## Facts & Figures zum größten TV-Unterhaltungsevent der Welt

- **Finalshows** (Jury-, Family- und TV-Show) zu **100 Prozent ausgelastet**
- **TV-Live Shows** (SF1, SF2 und Finale) zu **87 Prozent ausgelastet**
- **Gesamtzahl Besucher** bei allen 12 Shows – inkl. Youth-Show und „Danke Wien“-Show: **mehr als 100.000** (101.173)
- **140 Firmen am ESC beteiligt**, darunter 46 Partner/Firmen (Sponsoren); (5 internationale Sponsoren, 13 nationale Partner, 26 Event Supplier, Stadt Wien, Wiener Stadthalle)
- **Green Event:** Der ESC 2015 ist nun ein zertifiziertes Green Event
- **Eurovision Sign/Barrierefreiheit:**
  - ORF übertrug den ESC erstmals in Internationaler Gebärdensprache
  - 8 TV-Stationen übernahmen ORF-Angebot
  - 1,4 Mio. Seher/innen in Ö und D

### Side-Events:

- ORF-Public-Viewings in allen neun Bundesländern: insgesamt rund 15.000 Besucher/innen
- Eurovision Village: insgesamt ca. 120.000 Besucher/innen (inkl. Opening Ceremony), 25.000 am Finalabend (Ringsperre)
- EuroClub: insgesamt 7.191 Besucher/innen, plus ca. 3.450 Akkreditierte und ESC-Fans in der ersten Showwoche (11.–16. Mai) bei den „Eurovision Nights“
- Eurovision Youth Contest: 8.000 Schüler/innen nachhaltig begeistert / Schulprojekte
- Pop meets Opera: ausverkaufte Oper, via EBU allen Teilnehmerländern angeboten (Irland, Norwegen, Slowenien live)

### ESC im ORF ein trimediales Ereignis

- songcontest.ORF.at erfolgreichstes Second-Screen-Format in der Geschichte von ORF.at. fast 24 Mio. Abrufe, 16 Mio. allein im Mai, mehr als 500 Storys

- songcontest.ORF.at-Redaktion betreute Auftritte in den sozialen Netzwerken: Gesamtreichweite von über 1,2 Mio. allein in der Finalwoche und fast 200.000 interagierenden Personen.
- Großes Highlight: Echtzeit-Live-Ticker während der Live-Shows
- Insgesamt 4,46 Mio. Videoabrufe live und on demand auf der ORF-TVthek und auf songcontest.ORF.at. Allein die Live-Streams und Video-on-Demands vom Finale wurden bisher 546.000-mal abgerufen.
- Aktion „#BuildingBridges“: mehr als 15.000 Fotos
- Teletwitter-Seite 780 im ORF TELETEXT wurde lauf Teletest-Messung am Samstag (Finale) von 24.000 Menschen gelesen

### **Volunteers:**

- 800 aus 1.506 Bewerbungen
- 41 Nationen, 50 Sprachen (inkl. Österreichische Gebärdensprache)
- 3 Ärzte, 3 Consultants, 2 Polizist/innen, 1 Polizei-Pressesprecher, 1 Pilot, 10 Visagistinnen, 21 Pensionist/innen, 301 Student/innen
- Jüngster Volunteer: 18 Jahre alt (\*01.05.1997)
- Ältester Volunteer: 77 Jahre alt (\*20.09.1937)

### **Pressezentrum (Halle A, Halle B, Foyer E)**

- Platz für 1.700 Journalistinnen und Journalisten
- 800 Arbeitsplätzen, davon 200 mit LAN-Kabeln ausgestattet
- WLAN für bis zu 3.000 zeitgleiche Zugriffe
- 50 Laptops
- Fünf Interviewräume, die vor allem nach den Pressekonferenzen der Künstlerinnen und Künstler immer voll belegt waren. Insgesamt wurden die Interviewräume 150 Stunden genutzt.
- Zwei voll ausgestattete Radiostudios, die vor allem an den Tagen der Live-Shows immer voll belegt waren
- Information- & Service-Desk, wo sich u. a. auch die Postfächer, die sogenannten Pigeonholes, befanden, wo Presse- und Promotionmaterial der Delegationen für die Presse hinterlegt wurde

- Fanclub-Desk, wo akkreditierte Fans Erfahrungen und Prognosen für den Ausgang der Live-Shows austauschen konnten
- „Natur-Lounge“ der Österreich Werbung, wo Akkreditierte bei Klangbars relaxen oder bei Austrian Guides Wissenswertes über Österreich und den Song Contest erfahren konnten
- „Your Host City Vienna“-Service Desk in Kooperation von Stadt Wien, WienTourismus und Vienna Film Commission bot nützliche Informationen zu Transport und Freizeit und unterstützte bei Aufnahme- und Drehgenehmigungen

### **Press Conference Room**

- Arbeitsplätze für 500 Journalistinnen und Journalisten
- Kamera und Fotografen-Podest vis-à-vis des Podiums
- Multipoint-Soundbox für Kameracrews und Radiojournalisten
- Insgesamt fanden in den beiden Showwochen 97 Pressekonferenzen in der Wiener Stadthalle, moderiert von Riem Higazi und Kati Bellowitsch, statt. Ein eigener Übertragungswagen sorgte für die Live-Übertragung via Stream auf eurovision.tv. Die erste Pressekonferenz für jede Nation (ausgenommen die „Big Five“, Australien und Österreich) fand als „Meet & Greet“ in kleinem Setting statt. Für die zweite Runde der Pressekonferenzen wurde in ein klassisches Pressekonferenz-Setting gewechselt.

### **Delegationsbereich (Halle E)**

- 27 Garderoben für teilnehmende Länder
- mit Tischen, Sofas, Lampen, Spiegeln und Kühlschränken ausgestattet
- Snackbar
- Zelt mit Wiener Kaffeehaus-Atmosphäre
- Haar- und Make-up-Artists und -Stationen
- Gewandmeister
- Show-Desk, wo Delegationen immer auf dem neuesten Stand gehalten wurden, was Proben, Zeitpläne, TV-Ausstrahlungen, die „Opening Ceremony“, Aftershow-Partys, Events usw. betraf

## Die Technik

- 3.500 Tonnen Material
- 180 Kilometer Kabel
- 40 Container für Produktionstechnische Einrichtungen
- Zwei hochmoderne Übertragungswägen sorgten für perfekte HDTV-Bilder
- 26 Kameras: Standardkameras auf Stativ und mobile Kameras mit Funksystemen ausgestattet, Steadicams, die eine dynamische Bewegung erlaubten, Minikameras in der Dekoration, Schienen- und Seilsysteme, sowie eine „Spidercam“ und erstmalig in Europa eine „JitaCam“ – ein ausfahrbarer Kamerakran, der von der Decke hing
- Zwei ORF-eigene Soundmobile ermöglichten den besten Dolby 5.1-Ton
- 60 Funkmikrofone
- mehr als 120 In-Ear-Empfänger
- Beschallungssystem mit acht Mischpulten für ca. 160 Lautsprecher auf der Bühne und in der Halle
- 1.400 Scheinwerfern und fast
- 1.270 Lichtstelen
- 200 m Alu-Truss-Gerüstsysteme, getragen von 270 Kettenzügen vom Dach der Stadthalle abgehängt
- Im Hinterbereich der Bühne: größte broadcasttaugliche LED-Wand mit einer Fläche von 315 Quadratmeter
- In Kombination mit 12 HD-Großbild-Projektoren
- LED-Gesamtfläche von rund 500 Quadratmeter
- 550 Funkgeräte in einem eigenen Drahtlosnetzwerk
- Intercom-Ringe umfassten gesamt über 150 einzelne Sprechstellen
- Mit der von Microsoft bereitgestellten Cloud-Plattform Azure konnte ein optimaler File-Austausch zwischen der ORF-Redaktion und den Delegationen erfolgen
- Über die Applikation Yammer wurden auf kürzestem und effizientem Weg Informationen gleichzeitig an mehrere hundert Crewmitglieder via Push-notification übermittelt.

# Das war der Song Contest

## Das ist Österreichs Meinung ...

Nicht nur Marktanteile und Reichweiten, sondern auch die Meinungsforschung bestätigt den ESC-Erfolg:

- Enorm hohe Bekanntheit:  
Offen nach einem Großereignis im Mai in Wien Befragte nennen zu 86 % den ESC (März 2015: 60 %), gestützt 98 %.
- Sehr hohe Akzeptanz:  
75 % finden es sehr bzw. eher gut, dass der ESC 2015 in Österreich war (August 2014: 63 %).  
67 % finden, dass Österreich vom ESC profitiert hat (August 2014: 54 %).
- Sehr positive Resonanz auf den ESC 2015:  
Für 88 % war der ESC 2015 eine gute Möglichkeit, Österreich in der Welt zu präsentieren.  
82 % meinen, dass Österreich durch den Song Contest in der Welt bekannter und der Tourismus dadurch belebt wurde.  
75 % macht die Austragung des ESC stolz auf Österreich. (März 2015: 67 %).  
Für 73 % war die Song-Contest-Austragung wichtig für Österreich (März 2015: 61 %).
- ESC-Berichterstattung umfassend genutzt:  
94 % der Befragten haben sie nach eigenen Angaben genutzt.  
Für 96 % war Finale professionell gemacht.  
82 % hat die Show sehr gut bis gut gefallen.
- Rolle des ORF als Host-Broadcaster positiv bewertet:  
90 % sind ganz bzw. eher der Meinung, der ORF hat den ESC sehr gut und professionell durchgeführt.  
Für 79 % hat der ORF auch international an Ansehen gewonnen.  
Für 84 % hat der ORF Toleranz und Respekt zum Thema gemacht.  
83 % finden, dass der ORF mit „Building Bridges“ ein tolerantes Miteinander unterstützt hat.  
82 % finden, der ORF hat damit einen Beitrag zur Verständigung der Nationen geleistet.
- Hohe Zustimmung zu Green Event und Barrierefreiheit: 83 % finden Green Event gut bis sehr gut, 94 % Barrierefreiheit.

# Das war der Song Contest

## ... das denken die internationalen Medienvertreter

Darüber hinaus wurde vom ORF und der Stadt Wien eine Umfrage unter den anwesenden Medienvertretern durchgeführt (386 Fragebögen wurden ausgewertet).

- Die Frage, ob der ESC in Wien besser oder schlechter als vorangegangene Song Contests war, wurde im Schnitt mit 1,8 (1=viel besser, 5=viel schlechter) benotet.
- Auch in allen weiteren Kategorien wurden von den Medienvertretern Bestnoten vergeben (1=sehr zufrieden, 5=sehr unzufrieden)
  - Gastfreundschaft: 1,4
  - Erreichbarkeit der Stadthalle: 1,5
  - Stimmung unter Besuchern: 1,5
  - Gesamtzufriedenheit mit ESC: 1,6
  - Show: 1,7
  - Spezialangebote im Pressezentrum: 1,5
  - Unterstützung durch Personal: 1,5
  - Informationslevel: 1,7
  - Vielfalt der Side-Events: 1,7
  - Arbeitsbereich im Pressezentrum: 1,9

# Das war der Song Contest

## **Die Bühne – von der Vision zum Auge**

Die Vision des 60. „Eurovision Song Contest“ war, Nationen und Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Wurzeln zusammenzuführen. Diese Vision wurde mit dem Bühnenkonzept in Form eines haptischen Auges versinnbildlicht.

1.270 Stelen symbolisieren die teilnehmenden Nationen, die gemeinsam eine Einheit bilden – ein riesiges Auge, das den Raum als Statement beherrscht.

Das Auge sieht sich selbst als ein Portal und bildet eine Brücke zwischen den Künstlern, ihren Delegationen und dem Publikum auf der ganzen Welt. Das Auge ist ein Symbol dieser Brücke – einer auf dem gegenseitigen Respekt von Kulturen, Ländern und Menschen füreinander beruhenden Zusammenarbeit.

Der Aufbau der Bühne erfolgte unter Mitarbeit von insgesamt 31 Personen innerhalb von 17 Tagen. Das die gesamte Bühne umspannende Auge hatte eine Breite von 43 Metern, eine Höhe von bis zu 14 Metern und eine Tiefe von bis zu 22 Metern. Die Stelen wurden an der Vorderseite mittels LED-Technik bespielt und erzeugten vielfältigste Lichtstimmungen.

Die Bühnenfläche im Auge hatte eine Breite von 14,2 Metern und verfügte über einen durchgehenden LED-Boden mit einem Durchmesser von 11 Metern. Im Hintergrund der Augenkonstruktion war eine LED-Wand mit einer Breite von 30 Metern und einer Höhe von 9 Metern, die sich in der Mitte bis auf eine Breite von 13 Metern auseinanderschieben ließ.

### **Das Kugelballett**

Das grundlegende Kugelelement, das im Logo aufschien, zog sich auch durch die Show – und wurde durch das Kugelballett versinnbildlicht. 629 Kugeln mit je 20 cm Durchmesser spannten sich in 17 Reihen und 37 Spalten über dem Publikum in der Stadthalle, jede einzelne an einem dünnen Seil befestigt und einzeln steuerbar. Durch ein ausgeklügeltes System, das Videobilder in Höheninformation übersetzte, konnten mit dieser Kugelkonstruktion einzigartige dreidimensionale Formationen geschaffen werden.

# Das war der Song Contest

## Diese Shows brachen Rekorde

Erst seit dem Finaltag als „am längsten laufender jährlicher TV-Musik-Wettbewerb“ mit einer Eintragung ins „Guinness-Buch der Rekorde“ ausgezeichnet, brach der „Eurovision Song Contest 2015“ in Wien auch im Veranstalter-Sender ORF Rekorde: Mehr als 2 Mio. ESC-Fans ließen beim Finale am 23. Mai 2015 die Präsentation der Songs (Nummer 1 bis 15) via TV und Live-Stream nicht entgehen, im Schnitt waren zu diesem Zeitpunkt 1,630 Mio. bei 52 Prozent Marktanteil (64 bzw. 67 Prozent Marktanteil in den Zielgruppen 12-49 bzw. 12-29 Jahre) via ORF eins live dabei. Die Songs 15 bis 27 wurden anschließend vor einem Publikum von im Schnitt 1,640 Mio. performt. Die Marktanteile dabei: 60 Prozent bei 12+ und je 66 Prozent in den jungen Zielgruppen. Das bedeutet ORF-Rekordwerte für die Songpräsentationen bei einem ESC überhaupt.

Noch mehr Zuschauer im Schnitt erreichte das spannende Voting ab 23.40 Uhr, aus dem schließlich Schwedens Måns Zelmerlöw als Sieger hervorging. Zu diesem Zeitpunkt versammelten sich 1,678 Mio. Zuseherinnen und Zuseher bei 72 Prozent Marktanteil (76 bzw. 74 Prozent in den jungen Zielgruppen) vor den Fernsehgeräten – auch das bedeutet ESC-Rekord im ORF. Als unter dem Titel „Finale – Die Entscheidung“ schließlich der Sieger / die Siegerin gekürt wurde, waren im Schnitt 1,547 Mio. bei 72 Prozent Marktanteil (74 bzw. 70 in den jungen Zielgruppen) weit nach Mitternacht via ORF eins mit dabei. Die „ZiB 24“ mit den ersten aktuellen Stimmungsberichten und Interviews (Conchita, Makemakes) aus der Stadthalle erreichte um 1.00 Uhr 710.000 Zuschauer bei 57 Prozent Marktanteil (58 bzw. 64 Prozent in den jungen Zielgruppen). Übrigens: Den Auftritt der Makemakes mit Startnummer 14 um exakt 22.15 Uhr verfolgten 1,883 Mio. Fans.

### **3,1 Mio. Zuschauer/innen allein am Finalabend**

In Summe sahen allein den „Eurovision Song Contest“-Finalabend 3,163 Mio. Zuschauer/innen (weitester Seherkreis), das sind 44 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Das Interesse an der Finalshow war in ganz Österreich gleichmäßig verteilt – von 61 Prozent Marktanteil (Burgenland und Salzburg) bis zu 56 Prozent in Vorarlberg. Mit 61 bzw. 56 Prozent Marktanteil hielt sich übrigens auch das Interesse der Frauen und Männer annähernd die Waage.

## **ESC-Woche erreicht im ORF 5,9 Mio.**

Mit den drei TV-Shows und der Rahmen-Berichterstattung zog der „Eurovision Song Contest“ im ORF-Fernsehen bisher insgesamt 5,925 Mio. Zuschauer/innen (ebenfalls weitester Seherkreis) in seinen Bann, das sind 82 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren.

## **Der „Eurovision Song Contest“ auch im Internet der Megaevent des Jahres**

Das Onlineangebot des ORF zum Song Contest mit der multimedialen Website [songcontest.ORF.at](http://songcontest.ORF.at), Live-Streams und On-Demand-Videos in der ORF-TVthek und interaktiven User-Angeboten in [insider.ORF.at](http://insider.ORF.at) stieß bei den ESC-Fans auf enorm große Resonanz.

[songcontest.ORF.at](http://songcontest.ORF.at) wurde zum erfolgreichsten Second-Screen-Unterhaltungs-Format in der Geschichte von ORF.at. Die Website verzeichnete fast 25 Mio. Abrufe. Die Website lieferte den Fans über Monate hinweg täglich aktuellste News, Interviews und exklusive Einblicke hinter die Kulissen, aber auch aufwendig recherchierte Hintergrundgeschichten über den Song Contest aus ungewöhnten Blickwinkeln – mehr als 500 Storys gingen insgesamt online. Dazu kamen hunderte Videos und Bildergalerien zum ESC: Allein die größtenteils exklusiven Fotos der ORF.at-Bildredaktion wurden im Mai fast 8 Mio. Mal abgerufen, innovative Features wie die Panoramafotos aus der Stadthalle stießen auch bei den internationalen Song-Contest-Fans auf große Resonanz.

Höchst erfolgreich waren auch die von der [songcontest.ORF.at](http://songcontest.ORF.at)-Redaktion betreuten Auftritte in den sozialen Netzwerken, etwa in Facebook mit einer Gesamtreichweite von über 1,2 Mio. allein in der Finalwoche und fast 200.000 interagierenden Personen. Die besten Kommentare, Videos und Schnappschüsse der Song-Contest-Fans in Facebook, Twitter und Instagram fanden via „Social Wall“ wieder den Weg zurück auf die Website.

Zum großen Highlight wurde schließlich der Echtzeit-Live-Ticker während der Live-Shows, der allein während des Finales am Samstag mehr als eine halbe Million Abrufe verzeichnete. Das innovative Second-Screen-Format sorgte mit der Verknüpfung aus spritzigen Kommentaren, topaktuellen multimedialen Elementen und der Verknüpfung zu Social-Media-Postings bei den ESC-Fans für zusätzliche Spannung und Unterhaltung.

Die ORF-TVthek stellte mit Live-Streams und Video-on-Demands aller TV-Shows von der österreichischen Vorentscheidung bis zum ESC-Finale sowie allen weiteren Sendungen rund um den Event wie z. B. „Vienna Calling“ oder der „Opening Ceremony“ sowie einem großen Video-on-Demand-Themenschwerpunkt sicher, dass das Publikum auch am PC, Laptop oder Smartphone beim Topereignis des Jahres mit dabei sein konnte. Nostalgisches war und ist außerdem im Song-Contest-Archiv „nachzusehen“, das Videos der Auftritte aller österreichischen ESC-Teilnehmer seit 1957 bereithält. Insgesamt 4,9 Mio. Videoabrufe live und on demand auf der ORF-TVthek und auf [songcontest.ORF.at](http://songcontest.ORF.at) zeigen, wie gut diese Angebote bei den Userinnen und Usern angekommen sind. Allein die Live-Streams und Video-on-Demands vom Finale wurden bisher 680.000-mal abgerufen.

Ein großer Erfolg war die Aktion „#BuildingBridges“, bei der Fans mit Fotos selbst virtuelle Brücken zu anderen Fans bauen konnten. Auf [buildingbridges.ORF.at](http://buildingbridges.ORF.at) und [insider.ORF.at](http://insider.ORF.at) wurden im Rahmen der Aktion mehr als 15.000 Fotos hochgeladen. Der Aufruf, Videos mit virtuellen Brückenschlägen einzusenden, mündete in einer berührenden User-Generated-Content-Einspielung zu Beginn der Finalshow.

Die Teletwitter-Seite 780 im ORF TELETEXT wurde laut Teletest-Messung am Samstag (Finale) von 24.000 Menschen gelesen und erzielte 53.000 Seitenaufrufe, die Erklärungs-Seite 781 wurde von 14.000 Menschen gelesen und hatte 16.000 Seitenaufrufe.

# Das war der Song Contest

## **Diese Shows bewegten Österreich**

Mirjam Weichselbraun, Alice Tumler und Arabella Kiesbauer – gemeinsam begrüßten sie das TV-Publikum rund um den Globus mit „Good evening Europe“ und gemeinsam führten sie durch die spektakulären Shows. Erstmals in der Geschichte des „Eurovision Song Contest“ wurde der größte TV-Event der Welt von drei Frauen moderiert. Conchita Wurst war in mehreren Funktionen mit dabei: Sie hostete den Green Room und performte in den Showacts.

### **Semifinale 1**

Mit „Rise Like a Phoenix“ sang sich Conchita Wurst in die Herzen Europas und gewann den „Eurovision Song Contest 2014“ – und mit „Rise Like a Phoenix“ eröffnete sie am 19. Mai um 21.00 Uhr das erste Semifinale des größten TV-Unterhaltungsevents der Welt. Nach den Performances der 16 Interpretinnen und Interpreten eröffneten die Moderatorinnen das internationale Voting. Die österreichischen TV-Zuschauerinnen und -Zuschauer konnten beim ersten Semifinale, genauso wie das Publikum in allen am Semifinale teilnehmenden Nationen sowie in Frankreich und Spanien, für ihren Favoriten voten.

### **So cool ist Wien – die Zuspiegelung während des Votings**

„Vienna – What a cool Place!“ – Während die Votingleitungen geöffnet waren, zeigte sich Wien in einer Zuspiegelung von seiner coolen Seite: Arabella Kiesbauer, Alice Tumler und Mirjam Weichselbraun statteten drei ganz spezielle Kundschafter mit Kameras aus und schickten sie auf Erkundungstrip durch die Host-City.

### **Die Startreihenfolge im ersten Semifinale am Dienstag, dem 19. Mai:**

- 01: Moldawien – Eduard Romanyuta mit „I Want Your Love“
- 02: Armenien – Genealogy mit „Face the Shadow“
- 03: Belgien – Loïc Nottet mit „Rhythm Inside“
- 04: Niederlande – Trijntje Oosterhuis mit „Walk Along“
- 05: Finnland – Pertti Kurikan Nimipäivät mit „Aina mun pitaa“
- 06: Griechenland – Maria Elena Kyriakou mit „One Last Breath“

- 07: Estland – Elina Born & Stig Rästa mit „Goodbye to Yesterday“
- 08: Mazedonien – Daniel Kajmakoski mit „Autumn Leaves“
- 09: Serbien – Bojana Stamenov mit „Beauty Never Lies“
- 10: Ungarn – Boggie mit „Wars for Nothing“
- 11: Weißrussland – Zuari & Maimuna mit „Time“
- 12: Russland – Polina Gagarina mit „A Million Voices“
- 13: Dänemark – Anti Social Media mit „The Way You Are“
- 14: Albanien – Elhaida Dani mit „I’m Alive“
- 15: Rumänien – Voltaj mit „De La Capăt“
- 16: Georgien – Nina Sublatti mit „Warrior“

## **Semifinale 2**

Mit „Good evening Europe“ begrüßten die Moderatorinnen am Donnerstag, dem 21. Mai, um 21.00 Uhr in ORF eins das internationale TV-Publikum auch zum zweiten Entscheidungsabend aus der Wiener Stadthalle. Nach den Performances der 17 Interpretinnen und Interpreten folgte das internationale Voting. Die Punkte wurden von den 17 Ländern des zweiten Semifinales sowie von Zuschauerinnen und Zuschauern und Jurys aus Deutschland, Italien, Großbritannien und Australien vergeben.

### **Österreichs Töchter und Söhne – die Zuspiegelung während des Votings:**

Während die Votingleitungen geöffnet waren, zeigte eine Zuspiegelung mit Augenzwinkern, welchen Einfluss die großen Töchter und Söhne unseres Landes wie zum Beispiel Romy Schneider, Senta Berger, Helene Winterstein-Kambersky, Valie Export, Gustav Klimt, Billy Wilder, Arnold Schwarzenegger, Sigmund Freud und Erwin Schrödinger haben und hatten.

### **Die Startreihenfolge im zweiten Semifinale am Donnerstag, dem 21. Mai:**

- 01: Litauen – Monika Linkytė & Vaidas Baumila mit „This Time“
- 02: Irland – Molly Sterling mit „Playing with Numbers“
- 03: San Marino – Anita Simoncini & Michele Perniola mit „Chain of Lights“
- 04: Montenegro – Knez mit „Adio“
- 05: Malta – Amber mit „Warrior“
- 06: Norwegen – Mørland & Debrah Scarlett mit „A Monster Like Me“
- 07: Portugal – Leonor Andrade mit „Há um mar que nos separa“
- 08: Tschechien – Marta Jandová & Václav Noid Bárta mit „Hope Never Dies“
- 09: Israel – Nadav Guedj mit „Golden Boy“

- 10: Lettland – Aminata mit „Love Injected“
- 11: Aserbaidshon – Elnur Huseynov mit „Hour of the Wolf“
- 12: Island – Maria Olafs mit „Unbroken“
- 13: Schweden – Måns Zelmerlöv mit „Heroes“
- 14: Schweiz – Mélanie René mit „Time to Shine“
- 15: Zypern – John Karayiannis mit „One Thing I Should Have Done“
- 16: Slowenien – Maraaya mit „Here for You“
- 17: Polen – Monika Kuszyńska mit „In the Name of Love“

## **Das Finale**

Österreich als Land der Künstlerinnen und Künstler, Österreich als Land der Klassik, der Tradition und der Moderne, Österreich in all seiner Vielfalt – das große Finale des „Eurovision Song Contest 2015“ vereinte am Samstag, dem 23. Mai, live ab 21.00 Uhr Interpretinnen und Interpreten aus 27 Nationen in der Wiener Stadthalle, umrahmt von Österreichs größten Musikerinnen und Musikern, Talenten und herausragendsten Kreativen.

Bereits die Eröffnung zeigte die Vielfalt unseres Kulturlandes mit den Wiener Philharmonikern, den Wiener Sängerknaben, dem Superar-Chor, Lidia Baich, Conchita Wurst, Left Boy und dem ORF RSO Wien. Das Opening setzte in Musik und Inszenierung ein farbenfrohes Zeichen für Respekt, Diversität und ein friedliches Miteinander: eine Hommage an den ESC15-Claim „Building Bridges“. Nach den Performances der 27 Finalisten, die jeweils von einer zum Teil in Österreich gefilmten TV-Postkarte eingeleitet wurden, folgte während des Votings ein weiteres Highlight in Rot-Weiß-Rot: der Interval-Act von Star-Percussionist Martin Grubinger, bei dem er gemeinsam mit 40 Instrumentalmusikern, dem Arnold Schoenberg Chor und den Ebenseer Glöcklern auf der Bühne stand. Außerdem performte Conchita zwei Songs aus ihrem aktuellen Album.

Nach dem spannenden Voting, mit Live-Schaltungen in alle 40 ESC-Länder stand Schweden um 0.44 Uhr als Sieger des 60. „Eurovision Song Contest“ fest.

## Reihenfolge der 27 Finalisten:

- 01: Slowenien – Maraaya mit „Here for You“
- 02: Frankreich – Lisa Angell mit „N’oubliez pas“
- 03: Israel – Nadav Guedj mit „Golden Boy“
- 04: Estland – Elina Born & Stig Rästa mit „Goodbye to Yesterday“
- 05: Großbritannien – Electro Velvet mit „Still in Love with You“
- 06: Armenien – Genealogy mit „Face the Shadow“
- 07: Litauen – Monika Linkytė & Vaidas Baumila mit „This Time“
- 08: Serbien – Bojana Stamenov mit „Beauty Never Lies“
- 09: Norwegen – Mørland & Debrah Scarlett mit „A Monster Like Me“
- 10: Schweden – Måns Zelmerlöw mit „Heroes“
- 11: Zypern – John Karayiannis mit „One Thing I Should Have Done“
- 12: Australien – Guy Sebastian mit „Tonight Again“
- 13: Belgien – Loïc Nottet mit „Rhythm Inside“
- 14: Österreich – The Makemakes mit „I Am Yours“
- 15: Griechenland – Maria Elena Kyriakou mit „One Last Breath“
- 16: Montenegro – Knez mit „Adio“
- 17: Deutschland – Ann Sophie mit „Black Smoke“
- 18: Polen – Monika Kuszyńska mit „In the Name of Love“
- 19: Lettland – Aminata mit „Love Injected“
- 20: Rumänien – Voltaj mit „De La Capăt“
- 21: Spanien – Ederne mit „Amanecer“
- 22: Ungarn – Boggie mit „Wars for Nothing“
- 23: Georgien – Nina Sublatti mit „Warrior“
- 24: Aserbaidschan – Elnur Huseynov mit „Hour of the Wolf“
- 25: Russland – Polina Gagarina mit „A Million Voices“
- 26: Albanien – Elhaida Dani mit „I’m Alive“
- 27: Italien – Il Volo mit „Grande amore“

# Das war der Song Contest

## Ein Ereignis im ORF-Fernsehen ...

### **Eurovision Song Contest – Jetzt geht's los**

Im Rahmen von „Eurovision Song Contest – Jetzt geht's los“ präsentierten Kati Bellowitsch und Andi Knoll am 26. Jänner 2015 in ORF eins zunächst die Doku „Conchita Wurst – Auf den Schwingen des Phönix“. Danach stand die Insignien-Übergabe und live die Semifinalauslosung aus dem Wiener Rathaus auf dem Programm.

### **Eurovision Song Contest – Wer singt für Österreich?**

Die Suche nach Österreichs Vertreter/in beim „Eurovision Song Contest“ 2015 begann im September 2014. Der ORF ging Hand in Hand mit der heimischen Musikszene auf Talentsuche nach einer starken Stimme für Österreich beim ESC 2015. In insgesamt vier Hauptabendshows wurden 16 Musikacts dem Publikum präsentiert. Die Top-sechs-Acts bekamen die Möglichkeit, mit international erfolgreichen Songwritern und Produzenten zwei Songs für den ESC zu erarbeiten. Im Rahmen des Finales der Vorauswahlshow „Eurovision Song Contest – Wer singt für Österreich?“ am 13. März 2015 wählte zu 50 Prozent das Publikum mittels Televoting und zu 50 Prozent eine internationale Jury The Makemakes mit „I Am Yours“, um Österreich beim „Eurovision Song Contest“ 2015 zu vertreten.

### **Die große Chance der Chöre**

Der „Eurovision Song Contest“ wurde im April um eine musikalische Facette reicher: In „Die große Chance der Chöre“ sangen sich insgesamt 41 freiwillige „Eurovision Song Contest“-Helfer/innen mit dem Chor „Voices of Volunteers“ bis ins Finale der ORF-eins-Erfolgsshow.

### **Startschuss mit „Opening Ceremony“, „Pop meets Opera“ und „Eurovision Song Contest's Greatest Hits“**

Neben den drei großen ESC-Live-Shows am 19. Mai (Semifinale 1), 21. Mai (Semifinale 2) und 23. Mai (Finale) stand das ORF-Programm ab 17. Mai ganz

im Zeichen des „Eurovision Song Contest“. Den großen Auftakt bildete die „Eurovision Song Contest – Opening Ceremony“ am Sonntag, dem 17. Mai, in ORF eins. Unter dem Titel „Eurovision Song Contest – Welcome to Vienna“ meldeten sich Andi Knoll und Kati Bellowitsch live vom Wiener Rathausplatz und begrüßten die 40 ESC-Nationen am Weg zum traditionellen Empfang des Bürgermeisters.

Außerdem öffnete die Wiener Staatsoper ihre Pforten für ein Musikevent der Extraklasse: Mehr als ein Dutzend Nationen waren vertreten, als die Wiener Staatsoper am 17. Mai zu einer Matinee lud, bei der Opernstars wie Juan Diego Flórez, Ensemblemitglieder und Musiker der Wiener Staatsoper gemeinsam mit Kandidaten des „Eurovision Song Contest“ und der Vorjahressiegerin Conchita Wurst Brücken zwischen Genres und verschiedenen Musikkulturen bauten.

Zum Abschluss des Eröffnungsabends stand mit der BBC-Show „Eurovision Song Contest’s Greatest Hits“ eine musikalische Zeitreise durch sechs schillernde Jahrzehnte Song Contest auf dem Programm.

### **Countdown mit Andi Knoll**

In „Countdown mit Andi Knoll“ meldete sich „Mr. Song Contest“ an vier Abenden live aus der Wiener Stadthalle mit Interviews und Storys rund um den 60. ESC. Als Außenreporterin berichtete Kati Bellowitsch zusätzlich von diversen ESC-Schauplätzen.

### **„Willkommen Europa“ und „Pop und Politik“**

Im Anschluss an den „Countdown mit Andi Knoll“ an den beiden Semifinaltagen (19. und 21. Mai) stattete „Eurovision Song Contest – Willkommen Europa“ in ORF eins den Ländern, die im anschließenden Semifinale antraten, einen amüsanten und informativen Kurzbesuch ab. Im Anschluss an das Live-Semifinale warf die zweiteile ORF-eins Doku „Eurovision Song Contest: Pop und Politik“ unter ausführlicher Verwendung historischen Archivmaterials, einen Blick auf alle Aspekte von 60 Jahre Song Contest.

## **Conchita – Unstoppable**

Einen Tag vor dem großen Finale stand noch einmal Conchita Wurst im Mittelpunkt. Die ORF-eins-Dokumentation „Conchita – Unstoppable“ hat Conchita Wurst seit ihrem Sieg 2015 in Kopenhagen auf diversen ihrer Stationen begleitet. Wie diese außerordentliche Künstlerin es schafft, alles unter einen Hut zu bekommen und dabei noch ihren Überzeugungen treu zu bleiben, zeigte dieses TV-Porträt.

## **Eurovision Song Contest – Backstage**

Vor dem ESC-Finale besuchte die Dokumentation „Eurovision Song Contest – Backstage“ am 23. Mai den weltweit größten Musikwettbewerb hinter den Kulissen und zeigte Bereiche, die den Zuschauerinnen und Zuschauern für gewöhnlich verschlossen bleiben.

## **Eurovision Song Contest – Die Show, die Stars, die Party**

Neben zahlreichen Nachberichten im Rahmen der aktuellen Berichterstattung widmete sich „Eurovision Song Contest – Die Show, die Stars, die Party“ am Sonntag, dem 24. Mai, in ORF eins ausführlich der Finalshow des ESC und dem diesjährigen Siegerland.

## **Vienna Calling**

18 Wochen lang hat der ORF Wien mit seinem Magazin „Vienna Calling“ spannende Reportagen und Hintergrund-Stories zum Song Contest 2015 geliefert. Die rund fünfminütige Sendung wurde von „Wien heute“-Moderator Patrick Budgen präsentiert und bestand aus einer aktuellen Reportage, einem Promi-Ländercheck sowie einem Countdown der erfolgreichsten österreichischen Song-Contest-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer. Darüber hinaus berichtete das Landesstudio Wien in TV und Radio umfangreich über den „Eurovision Song Contest“.

## **ESC: Umfassendes Thema im ORF-TV**

Neben der tagesaktuellen Berichterstattung war der „Eurovision Song Contest“ von Beginn an Thema in diversen ORF-Formaten wie u. a. „heute leben“, „Seitenblicke“, „Newton“, „Die Brieflos-Show“, „Willkommen Österreich“, „Eco“, „Kulturmontag“, „heute konkret“, „Thema“, „kreuz und quer: Song Contest der Muezzins“, „Die Barbara Karlich Show: Song Contest – Das große Spektakel“, „Was gibt es Neues?“, „Wir sind Kaiser“, „Frisch gekocht“, „Stöckl.“, „Die Promi-Millionenshow“, „Seitenblicke spezial“, „Weltjournal: Russland – Schwulenjagd“ und „Hallo okidoki“.

# Das war der Song Contest

## Die heiße Phase in den ORF-Landesstudios und den ORF-Radios

Der Countdown zum großen Finale des „Eurovision Song Contest 2015“ war auch in den **ORF-Landesstudios** in der Finalwoche das Topthema. Besonders das Landesstudio Wien – und hier u. a. „Wien heute“ um 19.00 Uhr in ORF 2 – berichteten täglich live aus der Stadthalle bzw. dem „Eurovision Village“ auf dem Rathausplatz. Außerdem erwartete die Zuschauerinnen und Zuschauer zahlreiche Reportagen rund um den Megaevent.

Unter dem Motto „Willkommen Europa“ eröffnete **Hitradio Ö3** am 6. Mai den „Eurovision Song Contest 2015“ mit einer riesigen Opening-Party in der Ottakringer Brauerei. Am Finaltag selbst hat Ö3 den Countdown zum Song Contest gestartet, ab 9.00 Uhr wurden ausschließlich Songs-Contest-Hits gespielt. Unter anderem wurden in einer Sondersendung aus der Wiener Stadthalle die Top 30 der beliebtesten Song-Contest-Siegersongs im Countdown präsentiert. Gewählt wurden diese von den Ö3-Hörerinnen und -Hörern, sie konnten online auf [oe3.ORF.at](http://oe3.ORF.at) die Siegertitel aus 60 Jahren ESC-Geschichte bewerten. In einem Ö3-„Frühstück bei mir spezial“ hat Ö3-Moderator und ESC-Kommentator Andi Knoll am Sonntag, dem 24. Mai, einen exklusiven Blick hinter die Kulissen der Finalnacht geworfen.

Die **FM4**-Song-Contest-Sauna, das ESC-Public-Viewing in der Wiener Pratersauna, bot vom 16. bis 23. Mai ein buntes Programm mit Live-Acts und Partys bei toller Stimmung; die Live-Sendung am 23. Mai ab 19.00 Uhr rundete das Programm ab. FM4-Hörer/innen konnten bei der FM4-Song-Contest-Wette Festivaltickets gewinnen. Und FM4-Moderatorin Riem Higazi bewies bei den Pressekonferenzen mit den ESC-Delegationen auch vor TV-Kameras Kompetenz und Charme.

**Ö1** setzte sich mit unterschiedlichen Facetten des Song Contests auseinander – „Zwischen belanglosen Liedern und politischen Botschaften: Ein Blick auf den Eurovision Song Contest“ im „Journal Panorama“ über den „Kassenschlager Song Contest“ im Wirtschaftsmagazin „Saldo“ bis zu „Rudi! Radio für Kinder“: „Rudi“ besuchte den Kinderchor Superar, der bei der ESC-Eröffnung gemeinsam mit Conchita Wurst, Left Boy und dem ORF Radio-Symphonieorchester Wien auftrat. Und: Ö1 lud sein Publikum ein, mit eingesandten Vogelstimmen aller Art aus gegebenem Anlass am Ö1 Birds' Song Contest teilzunehmen. In

den Wochen vor und am Tag des ESC wurden in Ö1 viele der singenden Teilnehmer präsentiert, der siegreiche Beitrag am 23. Mai in „le week-end“ vorgestellt.

# Das war der Song Contest

## **Diese Österreich-Bilder gingen um die Welt: die TV-Postcards**

Beim „Eurovision Song Contest“ wurden die einzelnen Auftritte der Künstlerinnen und Künstler traditionell mit individuell gestalteten sogenannten „TV-Postkarten“ eingeleitet. Der ORF hat sich als Host-Broadcaster des ESC15 getreu dem Motto „Building Bridges“ dazu entschieden, sowohl jedes einzelne Teilnehmerland als auch jedes österreichische Bundesland miteinzubeziehen.

Gezeigt wurde eine spannende Reise, die vom jeweiligen Heimatland über eine Location in einem der neun österreichischen Bundesländer bis in die Host-City Wien führt. Im Rahmen der insgesamt 40 TV-Postkarten wurde Österreich dabei den Zuschauerinnen und Zuschauern rund um den Globus in all seinen Facetten präsentiert. Der Spannungsbogen reichte von Kultur bis Sport, von Wirtschaft bis Wissenschaft und von Tradition bis Moderne.

### **40 TV-Postkarten – 40 individuelle Reisen durch Österreich**

Zu Beginn der TV-Postkarten wurden die Interpreten in ihrem Heimatland überrascht. Vor ihrer Wohnungstür fanden sie ein Geschenk, das eine Einladung nach Österreich beinhaltete und die Brücke zum Gastgeberland bildete. In Österreich angekommen erwartete jeden Künstler und jede Künstlerin eine individuelle Aufgabe, bei der sie selbst aktiv wurden und in Interaktion mit einem einheimischen Gastgeber traten. Jede Aktivität stand für einen speziellen Aspekt unseres Landes – in ihrer Gesamtheit zeichneten die 40 TV-Postkarten ein buntes, modernes, abwechslungsreiches und spannendes Bild Österreichs.

**Albanien:** Fahren mit der Pistenraupe am Silvretta Montafon in Vorarlberg

**Armenien:** Besuch im Wiener Prater

**Australien:** Surfen auf einer stehenden Welle im Almkanal in Salzburg

**Aserbaidshan:** Feuershow auf der Seebühne der Seefestspiele in Bregenz

**Belgien:** Tanzflashmob mit dem „TheaterFoxfire“ in der Fußgängerzone in Eisenstadt

**Dänemark:** Hornschlittenfahren im Lesachtal in Kärnten

**Deutschland:** Skisprung-Training im Windkanal der Rail Tec Arsenal in Wien

**Estland:** Longboarden rund um den Mattsee in Salzburg

**Finnland:** Fahren mit der Song-Contest-Straßenbahn in Wien  
**Frankreich:** Fotoshooting in der Kaiservilla in Bad Ischl mit Jiro Shimizu  
**Georgien:** Nähen mit der Designerin Lena Hoschek in ihrem Atelier in Graz  
**Griechenland:** Bauen eines Holzschiffes mit Kindern in Bregenz  
**Großbritannien:** Magischer Lichtertanz mit leuchtenden Drohnen vom Ars Electronic Center in Linz  
**Irland:** Honiggewinnung beim Imker in Jois im Burgenland  
**Island:** Fliegen am Seilzug im Burgtheater in Wien  
**Israel:** Hochalpine Hightech-Streetart in Lech-Zürs am Arlberg  
**Italien:** Rollstuhl-Basketball am Campus der WU in Wien  
**Lettland:** „bodies in urban spaces“-Choreografie durch die Altstadt von Salzburg  
**Litauen:** Bungeejump von der Jauntalbrücke  
**Malta:** Fallschirmsprung über Zell am See in Salzburg  
**Mazedonien:** Bezwingung der Streif in Kitzbühel  
**Moldawien:** Traktor-Rallye in Franking, Oberösterreich  
**Montenegro:** Fischen und Grillen am Grundlsee im Salzkammergut  
**Niederlande:** Ballonfahren über den Wörthersee in Kärnten  
**Norwegen:** Plättenrennen am Altausseer See  
**Österreich:** Wildsau-Dirtrun in der Hellsklamm in Niederösterreich  
**Polen:** Tortenbacken in der k. u. k. Hofzuckerbäckerei Demel in Wien  
**Portugal:** Klettern auf einen Hinkelstein bei Dürnstein in der Wachau  
**Rumänien:** Trabrennen auf der historischen Trabrennbahn in Baden in Niederösterreich  
**Russland:** Mitarbeit an der Kristallwolke in den Swarovski Kristallwelten in Wattens in Tirol  
**San Marino:** Besuch des Opernballs in der Wiener Staatsoper  
**Schweden:** Im Marsanzug in die Dachstein-Eishöhle, wo ähnliche Bedingungen wie am Mars simuliert werden  
**Schweiz:** Eishockeymatch am Natureislaufplatz Weißensee in Kärnten  
**Serbien:** Blaudruck in einer traditionellen Blaudruckerei in Steinberg im Burgenland  
**Slowenien:** Besuch des Lipizzaner-Gestüts in Piber  
**Spanien:** Husky-Schlittenfahrt in Kitzbühel  
**Tschechien:** Bewältigung der längsten Fußgänger-Hängebrücke der Welt in Reutte, Tirol  
**Ungarn:** Feuerwehrübung mit der Mannschaft der niederösterreichischen Feuerwehrscheule in Tulln  
**Weißrussland:** Filmluft schnuppern mit einer Statistenrolle bei den Dreharbeiten eines „Tatort“  
**Zypern:** Stand-up-Paddeling am Neusiedler See

# Das war der Song Contest **Ganz Österreich im Opening**

Das Opening setzte in Musik und Inszenierung ein farbenfrohes Zeichen für Respekt, Diversität und ein friedliches Miteinander: eine Hommage an den Claim des „Eurovision Song Contest“ 2015: „Building Bridges“.

## **Eine Reise durch Österreich**

Die Wiener Philharmoniker eröffneten im Park des Schlosses Schönbrunn mit der Eurovisions-Fanfare das Finale des 60. „Eurovision Song Contest“. Zuschauerinnen und Zuschauer aus ganz Europa und auch aus Australien erlebten eine filmische Reise durch die schönsten Städte und Landschaften Österreichs bis zur Wiener Stadthalle, in der Starviolinistin Lidia Baich mit einem Zitat von Udo Jürgens’ „Merci, Chérie“ an den ersten österreichischen ESC-Sieger erinnerte.

## **„Building Bridges“-Hymne**

Conchita Wurst präsentierte direkt danach gemeinsam mit den Wiener Sängerknaben, dem multinationalen Superar-Chor und dem österreichischen Rapper Left Boy die offizielle „Building Bridges“-Hymne. Begleitet wurden sie vom ORF Radio-Symphonieorchester unter der Leitung von Peter Pejtsik. Mehr als 200 Künstlerinnen und Künstler gestalteten den Opening Act in der Wiener Stadthalle. Der Text der „Building Bridges“-Hymne stammt von David Malin. Für Komposition und Arrangement zeichnen David Bronner, Dorothee Freiberger und Kurt Pongratz verantwortlich.

## **Magic Bridge**

Als finalen Höhepunkt des Openings schritten die Interpretinnen und Interpreten aus den teilnehmenden Nationen vom „Green Room“ durch das Publikum über die „Magic Bridge“ auf die Showbühne.

Das war der Song Contest

## **Rot-weiß-roter Interval-Act mit Star-Percussionist Martin Grubinger**

Eine musikalische Brücke von der Vergangenheit in die Gegenwart, die Generationen und Nationen miteinander verbindet – im Interval-Act des Finales beim „Eurovision Song Contest 2015“ wurde Österreich als ein Land der Musik präsentiert, als ein Land, in dem Musik tief verwurzelt ist, das musikalische Tradition lebt und Fortschritt ermöglicht. Star-Percussionist Martin Grubinger hat ein speziell auf den ESC 2015 zugeschnittenes Werk konzipiert, das Big Band und klassische Musik, Chorgesang und Schlagwerk zu einer harmonischen Symbiose vereint. In dem neunminütigen Programmpunkt, der ein wichtiger Teil der Finalshows am 22. und 23. Mai war, standen knapp 40 Instrumentalmusiker sowie der Arnold Schoenberg Chor unter der Leitung von Erwin Ortner und die Ebenseer Glöckler an Martin Grubingers Seite. Gemeinsam nahmen sie das Publikum mit auf eine Reise vom Echorufen, den Ursprüngen der alpenländischen Musik über klassische Moderne bis in die Zukunft.

# Das war der Song Contest

## **Volunteers – freiwillige Botschafter des ESC 2015**

Im November 2014 lud der ORF dazu ein, als freiwilliger Helfer beim ESC 2015 mittendrin und live dabei zu sein. 1.506 Menschen bewarben sich als Volunteers und 800 von ihnen trugen schlussendlich dazu bei, dass der ESC 2015 bei allen Delegationen und Medienvertretern zu einem unvergesslichen Ereignis wurde. Sie kamen aus 41 Nationen, sprachen 50 Sprachen (inklusive Österreichische Gebärdensprache). Unter ihnen waren drei Ärzte, drei Consultants, zwei Polizisten, ein Polizei-Pressesprecher, ein Pilot, zehn Visagistinnen, 21 Pensionistinnen und Pensionisten sowie 301 Studentinnen und Studenten. Der jüngste Volunteer war 18 Jahre und der älteste 77 Jahre alt.

### **Das sind ihre Erfahrungen beim Song Contest:**

„Danke für diese unvergessliche Zeit.“ – Sonja Mayer

„Es war die schönste Zeit meines Lebens.“ – Arian Faraj

„Ich kann immer noch nicht fassen, was ich alles durch euch erleben durfte!“ – Julia Wiltschko

„Wenn ich eine E-Mail von euch erhalte, dann bleibt mir ein Grinsen im Gesicht!“ – Daniel Morales

„Ich bin so unglaublich stolz, hier zu sein!“ – Thomas Gyöngy

„Ein Event, der Gleichheit und Liebe so sehr in den Fokus setzt wie sonst kein ‚Eurovision Song Contest‘ zuvor!“ – Thomas Gyöngy

„Danke, dass ihr das tut, was ihr tut. Und WIE ihr es tut.“ – Valentina Müller

„Man merkt, wie viel Arbeit und Herzblut ihr hineinsteckt.“ – Eva Schmid

„Man sieht euch die Liebe zum ESC ins Gesicht geschrieben.“ – Ben Ljatifi

„Everybody was able to feel the love in the air tonight.“ – Patrick Felver

# Das war der Song Contest

## Die Side-Events des „Eurovision Song Contest 2015“

### **„Hello Vienna. Welcome Europe!“ – Das „Eurovision Village“ am Rathausplatz**

Hotspot für alle Wienerinnen und Wiener, Gäste der Stadt und Fans des Song Contests war das „Eurovision Village“. Im Herzen von Wien war das „Eurovision Village“ am Wiener Rathausplatz der Ort der Begegnung, pulsierendes Zentrum des „Eurovision Song Contest 2015“ und ein großes Fest für ganz Wien und alle Besucherinnen und Besucher.

Das „Eurovision Village“ wurde am Montag, dem 18. Mai, mit der Modenschau „Fashion for Europe“ eröffnet – mit aufstrebenden und renommierten Modedesignern aus vielen der teilnehmenden Länder.

Täglich ab Mittag gab es auf der großen Bühne direkt vor dem Wiener Rathaus volles Programm mit Live-Acts der teilnehmenden Künstlerinnen und Künstler und spannenden Thementagen wie „60 Jahre Song Contest“, „A Tribute to Udo Jürgens“ und natürlich zur Queen of Austria „Conchita Wurst“. Die Besucherinnen und Besucher erlebten musikalische Highlights mit ehemaligen österreichischen Song-Contest-Teilnehmern. Nationale und internationale Künstler sorgten an jedem Abend für beste ESC-Stimmung – mit den größten Hits aus 60 Jahren Song-Contest-Geschichte.

Darüber hinaus konnten Gäste im „Eurovision Village“ beim Public Viewing die drei Live-Shows – Semifinale 1, Semifinale 2 und Finale – verfolgen und bekamen ein abwechslungsreiches Programm geboten.

In der Showwoche vom 17. bis 23. Mai haben insgesamt rund 120.000 Besucherinnen und Besucher im „Eurovision Village“ gefeiert.

### **Der EuroClub**

Der EuroClub in der Ottakringer Brauerei war vom 17. bis 23. Mai Treffpunkt für alle akkreditierten Fans, Journalistinnen und Journalisten, Künstlerinnen und Künstler und Delegationen.

Eröffnet wurde der EuroClub im Anschluss an die Opening Ceremony am Wiener Rathausplatz mit einer „Welcome to Austria“-Party, mit der die österreichische Delegation die anderen Teilnehmerländer willkommen hieß.

Im EuroClub hatten Journalistinnen und Journalisten Gelegenheit, Interviews zu führen und einfach gemeinsam mit den ESC-Interpreten und Delegationen den Tag ausklingen zu lassen. Außerdem wurde der EuroClub von den teilnehmenden Ländern dazu genutzt, vor der internationalen Presse Promotion für ihren Beitrag zu machen – entweder mit Live-Auftritten gemeinsam mit der EuroClub Band oder bei eigenen Länderpartys.

Der EuroClub stand unter dem Motto „My Number One“ – selbst ein Siegeltitel. Dieses Motto zog sich durch das gesamte Raumkonzept und die verschiedenen Floors, die ebenfalls nach Nummer-eins-Songs benannt waren.

Im EuroClub feierten von der Eröffnung am Sonntag, dem 17. Mai, bis zum Finalabend am 23. Mai insgesamt 7.191 akkreditierte Fans, Journalisten, Delegierte und Künstler.

### **Eurovision Nights**

Während der offizielle EuroClub vom 17. bis 23. Mai in der Ottakringer Brauerei Treffpunkt für Künstlerinnen und Künstler, Journalistinnen und Journalisten sowie für alle Delegierten war, fanden schon in der Woche davor – vom 11. bis 16. Mai – die „Eurovision Nights“ statt, bei denen auch alle ESC-Fans die Gelegenheit hatten, mitzufeiern.

Diese ESC-Abende gingen jedes Mal an einem anderen Hotspot der Wiener Club- und Lokalszene über die Bühne und brachten den Delegationsmitgliedern und Akkreditierten aus dem In- und Ausland die Vielfalt des österreichischen Nachtlebens näher.

Bei den „Eurovision Nights“ feierten von Montag, dem 11., bis Samstag, den 16. Mai, insgesamt ca. 3.450 Akkreditierte und ESC-Fans.

## **EurovisiOnAIR: Public Viewings in ganz Österreich**

In den Bundesländern fanden in Kooperation mit den ORF-Landesstudios große Public Viewings zum „Eurovision Song Contest 2015“ statt, in Oberösterreich in der Plus City Leonding, im Star Movie Kino Regau und Wels, in Wels am Minoritenplatz, im Courtyard by Marriott Linz und am Marktplatz Mondsee, in Wien Mitte (Radio Wien) und in der Pratersauna (FM4), in Vorarlberg in Dornbirn („Die Wirtschaft“ unter der Woche bzw. Marktplatz am Samstag), in Salzburg im Europark (Theater Oval, mit Voranmeldung), im Burgenland in Eisenstadt, in der Steiermark in Bad Mitterndorf und in Niederösterreich in der Burg Gars am Kamp.

## **Trips for free – Rundumservice für Delegierte und Medien**

Das von WienTourismus und ORF erstellte Rahmenprogramm unter dem Motto „Trips for Free“ für die rund 1.700 akkreditierten Journalistinnen und Journalisten, 1.300 Delegierten sowie 400 akkreditierten Fans aus den Teilnehmerländern war laut European Broadcasting Union (EBU) das umfangreichste in der Geschichte des ESC. Mehr als 80 Programmpunkte mit 2.850 Plätzen, von Spezialführungen über Bungeejumps vom Donauturm und Kochkursen mit Konstantin Filippou bis zum Staatsopernbesuch vermittelten den Multiplikatoren einen nachhaltigen Eindruck davon, was es in Wien alles zu erleben gibt. Rund 2.000 Anmeldungen dazu wurden verzeichnet – das entspricht einer Auslastung von 70 Prozent.

Im Pressezentrum in der Wiener Stadthalle wurde der Service Desk „Your Host City Vienna“ von WienTourismus, dem Bürgerdienst der Stadt Wien und der Vienna Film Commission als Anlaufstelle für Informationen zur Stadt, Hilfestellungen und Tipps beim Aufenthalt oder Organisation von Drehgenehmigungen betreut

## **Pop meets Opera**

Mit der hochkarätig besetzten Matinee „Pop meets Opera“ baute der ORF – gemäß dem ESC-Motto „Building Bridges“ – gemeinsam mit der Wiener Staatsoper weitere Brücken zwischen Menschen und Kulturen. Mehr als ein Dutzend Nationen waren vertreten, als die Wiener Staatsoper am Sonntag, dem 17. Mai, um 12.00 Uhr zu einer Matinee lud, bei der Opernstars wie Juan Diego Flórez, Ensemblemitglieder und Musiker der Wiener Staatsoper gemeinsam mit

Kandidaten des „Eurovision Song Contest“ und der Vorjahressiegerin Conchita Wurst auf der Bühne standen. Pop begegnet Oper – „Pop meets Opera“. Barbara Rett führte durch die Veranstaltung. Der ORF zeigte den Event am 17. Mai, um 20.15 Uhr in ORF III Kultur und Information.

Am Konzert wirkten mit: die Staatsopern-Solisten KS Juan Diego Flórez (Peru/Österreich), Adrian Eröd (Österreich), Aida Garifullina (Russland), Valentina Naorniță (Moldawien), KS Herwig Pecoraro mit Sohn Mario Pecoraro (Österreich), die Solotänzerin des Wiener Staatsballetts, Ioanna Avraam (Zypern), das aus Musikern des Staatsopernorchesters / Wiener Philharmoniker bestehende Ensemble „The Philharmonics“, die aus Sängern des Staatsopernchores zusammengesetzte Formation „Wiener Comedian Harmonists“, das Bühnenorchester der Wiener Staatsoper, der Kinderchor der Opernschule der Wiener Staatsoper, der Solokorrepetitor und musikalische Studienleiter der Wiener Staatsoper, Thomas Lausmann, Conchita Wurst, Siegerin des „Eurovision Song Contest 2014“, sowie vier ESC-Kandidaten 2015: Boggie (Ungarn), John Karayiannis (Zypern), Mørland & Debrah Scarlett (Norwegen) und Molly Sterling (Irland).

# Das war der Song Contest

## **Welcome to Vienna – Wien als Host-City des „Eurovision Song Contest 2015“**

### **Welcome to Vienna – Wien als Host-City des „Eurovision Song Contest 2015“**

Am 6. August stand es fest: Wien ist die Gastgeberstadt des 60. „Eurovision Song Contest“. Wien liegt im Herzen Europas, steht in besonderem Ausmaß für Musik und Weltoffenheit, war Gastgeber zahlreicher Großereignisse und ist natürlich als Hauptstadt besonders geeignet, einen Song Contest für das gesamte Land zu veranstalten.

### **Unterzeichnung des Memorandums of Understanding**

Am 28. Oktober unterzeichneten Wiens Bürgermeister Michael Häupl und ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz im Wiener Rathaus ein „Memorandum of Understanding“, die Basis aller vertraglichen Regelungen zum „Eurovision Song Contest 2015“ seitens ORF und Stadt Wien.

### **Insignia Ceremony – Schlüsselübergabe zum ESC an Bürgermeister Häupl**

Mit der Übergabe der Insignien – einer Kette mit den symbolischen Schlüsseln der Host-Citys der vergangenen Jahre – erfolgte der offizielle internationale Auftakt zum „Eurovision Song Contest 2015“. Dabei überreichten die Präsidentin der Region Kopenhagen, Sophie Haestorp Andersen, und der Vizepräsident des Kopenhagener Stadtrats, Lars Weiss, die ESC-Insignien an Wiens Bürgermeister Michael Häupl – in Anwesenheit von ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz und Jon Ola Sand, dem ESC-Executive Supervisor der European Broadcasting Union (EBU).

### **Vienna Sphere – eine runde Sache bewirbt den Song Contest**

Mit ihrem Durchmesser von 22 Metern sorgte die Vienna Sphere auf zentralen öffentlichen Plätzen von Barcelona, Paris, London, Mailand und Berlin von Ende März bis Mitte April für Aufsehen. Besonders zur Geltung kam sie bei Dunkelheit: Denn auf ihrer Hülle wurden innen und außen bewegte Projektionen

sichtbar. Geboten wurden 360-Grad-Aufnahmen und spektakuläre 3-D-Effekte reale und virtuelle Eindrücke von der Ringstraße und von Wien als Song-Contest-Stadt 2015 mit Conchita Wurst als ikonischer Leitfigur.

## **Events in den Verbindungsbüros der Stadt Wien**

Laibach, Budapest, Moskau, Krakau, Belgrad, Bukarest und Prag – die Verbindungsbüros der Stadt Wien veranstalteten in sieben europäischen Städten Pressekonferenzen zum ESC 2015, bei denen ein Vertreter des ORF über den Event sprach. Ebenfalls mit dabei waren die Makemakes, die bei der Pressekonferenz Rede und Antwort standen und bei den jeweils im Anschluss folgenden Events ihren Song performten. Bei allen Terminen waren darüber hinaus die Song Contest Künstler des jeweiligen Landes zu Gast.

## **Die „Opening Ceremony“**

Auf Einladung des Wiener Bürgermeisters fand am 17. Mai die offizielle „Opening Ceremony“ für den 60. „Eurovision Song Contest“ statt: Alle 40 Delegationen fuhren mit Elektrotaxis oder Elektrobussen vor und zogen über den längsten Red Carpet der Song-Contest-Geschichte vom Burgtheater über den Rathausplatz ins Wiener Rathaus ein. Hunderte akkreditierte Medienvertreterinnen und -vertreter hatten dabei am Rathausplatz die Möglichkeit, mit den Künstlerinnen und Künstlern entlang des roten Teppichs Fotos zu machen und Interviews zu führen. Beim Rathaus selbst wurden die Delegationen von einem Orchester des Wiener Musikconservatoriums begrüßt, das beliebte Song-Contest-Hits der vergangenen Jahre zum Besten gab.

Im Festsaal fand dann – mit musikalischer Umrahmung des Chors der Wiener Sängerknaben – die offizielle Begrüßung aller Teilnehmer/innen durch Gastgeber Bürgermeister Michael Häupl, ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz und Jon Ola Sand, dem ESC-Executive Supervisor der European Broadcasting Union (EBU) statt.

Kati Bellowitsch und Andi Knoll meldeten sich ab 18.35 Uhr live in ORF eins vom roten Teppich und präsentierten ab 22.05 Uhr die Höhepunkte der „Opening Ceremony“. Der Red Carpet und die gesamte „Opening Ceremony“ wurden von der EBU international via eurovision.tv live übertragen und den Mitgliedern zur Verfügung gestellt.

# Das war der Song Contest **Ein Event für alle – „Eurovision Youth Contest“ und „Danke Wien“**

## **Der „Eurovision Youth Contest“**

Dem ORF war es ein Anliegen, besonders Kinder und Jugendlichen für den „Eurovision Song Contest“ zu begeistern und miteinzubeziehen – ganz nach dem diesjährigen Motto „Building Bridges“. Gemeinsam mit den ÖBB – nationaler Mobilitätspartner des „Eurovision Song Contest 2015“ und exklusiver Kooperationspartner des „Eurovision Youth Contest“ – luden die ORF-Landesstudios deshalb Schülerinnen und Schüler aus allen Bundesländern und aus Südtirol ein, am „Eurovision Youth Contest“ teilzunehmen. Klassen und Schülergruppen waren aufgerufen worden, sich mit dem diesjährigen Motto des Song Contests, „Building Bridges“, kreativ auseinanderzusetzen. Die interessantesten, kreativsten oder innovativsten Projekte wurden prämiert. Die Gewinnerklassen wurden am Mittwoch, dem 20. Mai, mit einer Fahrt nach Wien und dem Besuch der „Youth Show“ – der Generalprobe zum zweiten Semifinale – belohnt. Die umweltfreundliche Anreise der Jugendlichen aus den Bundesländern und aus Südtirol erfolgte mit Sonderzügen und Railjets der ÖBB, unter anderem auch mit der Taurus-Lok im ESC-Design. Für rund 8.000 Jugendliche aus ganz Österreich und aus Südtirol wurde die „Youth Show“ des „Eurovision Song Contest“ zu einem einzigartigen und unvergesslichen Erlebnis.

## **„Danke Wien“-Show**

Mit dem Motto „Building Bridges“ ist der „Eurovision Song Contest 2015“ nicht nur ein Fest der Musik, sondern auch eines der Toleranz und Völkerverständigung, das alle Menschen einschließt. Deshalb haben sich der ORF und die Stadt Wien entschieden, jenen Menschen mit einem Besuch der Show am 18. Mai um 15.00 Uhr „Danke“ zu sagen, die sich in Wien für andere engagieren: Pflegeeltern, ehrenamtliche Mitarbeiter/innen von Sportvereinen und Organisationen des Dachverbandes Wiener Sozialeinrichtungen. Insgesamt wurden 8.000 Karten für die „Danke Wien“-Show bereitgestellt.

# Das war der Song Contest

## **Safety First – Sicherheitsmaßnahmen beim ESC 2015**

Am 7. April 2015 traf der erste Lkw mit Equipment für den „Eurovision Song Contest“ bei der Wiener Stadthalle ein. In den darauffolgenden Wochen lieferten rund 350 weitere Lkws insgesamt 3.500 Tonnen Material an. Dies bedeutete auch eine große logistische Herausforderung für das Sicherheitsteam. Der ORF und mehrere große Sicherheitsunternehmen, unter der Leitung des ESC-Security-Managers Herbert Wagner, zeichneten für den akribischen Security-Check in der Wiener Stadthalle verantwortlich. Die Polizei unterstützte dort, wo Spezialwissen erforderlich war. Jede einzelne Anlieferung wurde einem mehrstufigen Sicherheitscheck unterzogen, der gemeinsam von Experten der Wiener Polizei und des ORF-Song-Contest-Teams erarbeitet wurde und unter anderem auch speziell ausgebildete Polizeidiensthunde aus ganz Österreich miteinbezog.

Die Verkehrssicherheit und die Routenplanung wurden in Zusammenarbeit mit der Stadt Wien erarbeitet. Auf allen Routen wurde vonseiten der Stadt Baustellenfreiheit sichergestellt. Bis zu 30 Verkehrspolizistinnen und -polizisten sorgten dafür, dass etwaige Einschränkungen im Individualverkehr und auch im öffentlichen Verkehr auf das notwendige Maß beschränkt wurden. Situationsbedingt standen bis zu 300 Polizeibeamtinnen und -beamte zusätzlich für die Sicherheit aller Beteiligten im Zuge der Veranstaltung im Einsatz.

### **Für den ESC eingesetzte Beamtinnen und Beamte:**

Eurovision Village am Rathausplatz: 99

EuroClub in der Ottakringer Brauerei: 70

Wiener Stadthalle: 431

Insgesamt waren 60 Sprengstoffkundige Organe (SKOs), gefahrenkundige Organe bzw. Diensthundeführer mit 15 Hunden für den ESC im Dienst.

# Das war der Song Contest

## Der „Eurovision Song Contest“ landet in Wien

Seit August 2014 stand Wien als Host-City des „Eurovision Song Contest 2015“ (ESC) fest – ab März 2015 wurde der ESC mit der umfassenden City-Branding-Kampagne der Stadt Wien und dem Slogan „City of Vienna – #12 points“ großflächig sichtbar. Als Slogan wurde in Anlehnung an die maximale Punktezahl „#12 points“ gewählt, dieser hat auf Plakaten, Rolling Boards und City-Lights Lust auf den größten TV-Unterhaltungsevent der Welt gemacht.

### **Von der Straßenbahn bis zum Airbus**

Neben dem umfangreichen City-Branding der Stadt Wien, dem Airbus A320 von Austrian Airlines, der ESC-Straßenbahn der Wiener Linien, den beiden ESC-Loks der ÖBB und dem Countdown-Turm am Wiener Rathausplatz war das Branding der Wiener Stadthalle eine zusätzliche, weithin sichtbare Einstimmung auf den musikalischen Großevent: mit einem 50,55 Meter breiten und 5,91 Meter hohen Song-Contest-Transparent an der Front der Halle F.

Als weithin sichtbare Einstimmung auf den musikalischen Großevent leuchtete auch der UNIQA Tower im Herzen Wiens vom 3. bis 24. Mai jeden Abend von Anbruch der Dunkelheit bis Mitternacht im Song-Contest-Look. Die mehr als 7.000 Quadratmeter große Fassadenfläche des UNIQA Towers wurde mit dem Design des „Eurovision Song Contest“ 2015 bespielt.

# Das war der Song Contest

## **Song Contest als zertifizierter Green Event bestätigt**

Gemeinsam mit seinen Partnern, allen voran der Stadt Wien und BMLFUW, hat der ORF das Ziel, den „Eurovision Song Contest“ erstmals in dessen 60-jähriger Geschichte als Green Event durchzuführen, erreicht. Sowohl die Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens für Green Events als auch der ÖkoEvent-Initiative der Stadt Wien wurden durchgängig eingehalten.

Auch aus Sicht der Besucher, von denen 95 Prozent dem Green Event ein positives Zeugnis ausstellten, haben sich die umfangreichen Maßnahmen bewährt – von der umweltfreundlichen Mobilität und Energieversorgung, den umfassenden Abfallvermeidungs- und Trennkonzepthen, regionalen und biologischen Lebensmitteln bis hin zur barrierefreien Umsetzung des Events.

### **Erste Bilanz zum Green Event**

- Knapp 85 % der Zuschauer wählten die umweltfreundliche Anreise zur Stadthalle mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Rad oder zu Fuß. Die umfassenden Angebote wie „Tickets als Fahrscheine“ und ÖBB-Kombiangebote wurden sehr gut angenommen.
- Durch die erstmals bei einem Event dieser Dimension eingesetzte Technologie zur ausfallsicheren Stromversorgung – Batterien statt Dieselaggregate – konnten über 440.000 Liter Diesel eingespart werden – das entspricht über 1.000 Tonnen CO<sub>2</sub>.
- Der für die TV-Show eingesetzte Strom kam zu 100 % aus erneuerbaren Quellen (Wasserkraft, Wind, Biomasse und Fotovoltaik).
- Durch den Einsatz modernster LED-Technologie bei Licht und LED-Screens konnte der Stromverbrauch der Bühnenshow deutlich reduziert werden.
- 500 energieeffiziente Flachbildscreens am Areal der Stadthalle setzten zudem deutliche Stromspareffekte.
- Die beim ESC durchgängig eingesetzten Mehrwegbecher ersetzen über 500.000 Wegwerfbecher.
- Zusätzliche 300 Sammelbehälter und Promotoren der ARA sorgten für umfassende getrennte Sammlung der Abfälle und ein sauberes Erscheinungsbild in und um die Stadthalle.

- Beim Catering für die Gäste im akkreditierten Bereich wurden überwiegend regionale und biologische Spezialitäten serviert. Es konnte ein Bioanteil von mehr als 40 % erreicht werden. Das Gemüse stammte zu 100% aus Wien, NÖ und dem Burgenland.
- Allein das im Delegiertenbereich ausgeschenkte Wiener Wasser sparte den Einsatz von mindestens 30.000 Einweg-Wasserflaschen.
- 60 % des Stroms der Vorbereitungsküche des Caterers kommen aus dessen eigener Fotovoltaik-Anlage.
- Der überwiegende Teil der verwendeten Materialien aus dem Bühnen- und Eventbereich wird weiterverwendet oder recycelt. So werden alle Planen zu Taschen verarbeitet und alle Teppiche recycelt.

# Das war der Song Contest

## **Eurovision Sign: Musikerlebnis in Gebärdensprache**

Ganz nach dem diesjährigen Motto „Building Bridges“ suchte der ORF als Host-Broadcaster beim „Eurovision Song Contest“, die Menschen auch über Sprachgrenzen hinweg zu verbinden. Deshalb stellte der ORF nicht nur Live-Untertitelung und einen deutschen Audiokommentar für die drei Live-Shows bereit, sondern präsentierte den größten TV-Unterhaltungsevent der Welt zum ersten Mal in der Geschichte des ESC zur Gänze in Internationaler Gebärdensprache. Für „Eurovision Sign“ hat der ORF eine neue Art und Weise entwickelt, wie Musik in ein eindrucksvolles Wahrnehmungskonzept für gehörlose und schwerhörige Menschen überführt werden kann.

### **„Eurovision Sign“ – Musikerlebnis für gehörlose und schwerhörige Menschen**

Alle 40 Songs wurden in Internationale Gebärdensprache übertragen und von gehörlosen Performerinnen und Performern präsentiert – die Bühnenmoderationen wurden von Gebärdendolmetschern live in Internationale Gebärdensprache übersetzt. Beide Semifinale sowie das große Finale wurden den teilnehmenden Ländern als HDTV-Signal bereitgestellt, zudem wurden alle drei TV-Events als Internet-Live-Stream angeboten.

### **Nicht nur übersetzen: Geschichten erzählen**

Der „Eurovision Song Contest“ ist ein spektakuläres Musikereignis für hörende Menschen. „Eurovision Sign“ war nun ein gänzlich neues Konzept, das dieses musikalische Erlebnis für gehörlose Menschen auf der ganzen Welt zugänglich machen will. Dabei ging es nicht um eine wörtliche Übersetzung der Liedtexte, sondern vielmehr um eine interpretative Visualisierung der Emotionen hinter den Texten und der Musik. Ein Team aus Performern und professionellen Gebärdendolmetschern bot eine eigene Dramaturgie innerhalb eines Songs, anhand derer der Spirit des Beitrags vermittelt wurde. Oberste Maxime bei der Umsetzung von „Eurovision Sign“ war die Verständlichkeit der Darbietung für gehörlose Menschen, wobei der Spirit des Songs erhalten bleiben sollte.

## **Zielgedanke Inklusion: Von Gehörlosen für Gehörlose**

Das Motto „Building Bridges“ bildete sich sogar in der Zusammensetzung des speziell geschulten Performerteams ab – die Mitglieder stammen aus China, Nigeria, der Türkei, Dänemark, Norwegen und Österreich. Bis auf den Teamleader waren alle Performer gehörlos. Unterstützt wurde das Team von zwei gehörlosen Gebärdensprachdolmetschern. Das Herausragende an „Eurovision Sign“ war, dass erstmals von Gehörlosen für Gehörlose gebärdet wurde.

### **Das Team**

Die Performerinnen und Performer:

Karin Lang (Performerin, Österreich, gehörlos)

Xiaoshu (Alice) Hu (Performerin, Shanghai/China, gehörlos)

Jonas Akanno (Performer, Nigeria, gehörlos)

Ragna Huse (Performerin, Norwegen, gehörlos)

Camilla Abeln Michaelson (Performerin, Dänemark, gehörlos)

Live-Moderation und Korainer International Sign

Sandra Schügerl (gehörlose Gebärdensprachdolmetscherin)

Georg Marsh (gehörloser Gebärdensprachdolmetscher)

Teamleader, Storyboards, Creative, Choreografie, Trainer International Sign

Delil Yilmaz (Gebärdensprachdolmetscher)

Projektkoordination ORF, Konzept, Organisation, Casting, Abwicklung

Eva-Maria Hinterwirth, ORF

### **„Eurovision Sign“ in Österreich**

Das ESC-Finale am 23. Mai um 21.00 Uhr war auf ORF 2 Europe in Internationaler Gebärdensprache zu sehen. Darüber hinaus waren alle drei „Eurovision Sign“-Events auch als ORF-TVthek-Live-Stream verfügbar. Via ORF 2 Europe erreichte das Song-Contest-Finale parallel zu ORF eins in Internationaler Gebärdensprache im Schnitt 57.000 Österreicherinnen und Österreicher bei zwei Prozent Marktanteil, die Reichweitemaxime lag bei 166.000 Zuschauerinnen und Zuschauern.

Für die nationale Ausstrahlung bot der ORF außerdem in ORF eins die deutsche Live-Untertitelung aller drei TV-Shows sowie deutsche Audiodeskription für blinde und sehbehinderte Menschen im zweiten Tonkanal an.

### **„Eurovision Sign“ international**

Allen Ländern und Rundfunkstationen, die den „Eurovision Song Contest“ ausstrahlten, wurden auch die Übertragungsrechte für „Eurovision Sign“ – als TV-Signal und Online-Stream – angeboten. Neben Österreich haben Dänemark, Deutschland, Finnland, Lettland, Norwegen, Schweden, die Schweiz und Slowenien „Eurovision Sign“ im Fernsehen ausgestrahlt.

## Das war der Song Contest **Public Value – „We are unstoppable“**

Spätestens seit dem spektakulären Auftritt von Conchita beim letztjährigen ESC in Kopenhagen war deutlich: Der ESC ist weit mehr als andere internationale Wettbewerbe und Großevents. Der Song Contest polarisiert, regt auf, er transportiert nicht nur Musik, sondern auch gesellschaftlich relevante Inhalte und Aussagen. Das ist kein Zufall: Veranstaltet wird der ESC – seit nunmehr 60 Jahren – nicht von kommerziellen Medien, sondern von der Gemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Doch was macht den ESC so besonders, was unterscheidet ihn? Noch bevor der Wettbewerb ins Finale ging, lud der ORF zahlreiche internationale Expertinnen und Experten ein, dazu Stellung zu nehmen. In einem ORF-DialogForum im RadioKulturhaus und einer Sonderausgabe der ORF-Schriftenreihe „TEXTE – öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ („ESC: More than Music“ (download unter [zukunft.ORF.at](http://zukunft.ORF.at)) erörterten zahlreiche Wissenschaftler/innen und ESC-Expertinnen und -experten, was der ESC mit Politik und Gesellschaft, mit Kreativität, dem europäischen Integrationsprozess, mit gesellschaftlicher Inklusion, mit Toleranz und Demokratie zu tun hat.

Was „Building Bridges“ in der Medienrealität bedeutet, wurde durch die außerordentlichen Bemühungen des Teams von Eva Maria Hinterwirth um eine barrierefreie Ausrichtung des Events und durch die Entscheidung deutlich, den ESC als Green Event in ökologisch nachhaltiger Weise auszurichten.

Auch die von der ORF-Medienforschung durchgeführte Begleitanalyse zum ESC bestätigt, dass „Building Bridges“ beim Publikum angekommen ist und die Anliegen von Toleranz, gesellschaftlicher und individueller Vielfalt erfolgreich präsentiert und kommuniziert wurden.

Keine Großveranstaltung der Welt kann die wirtschaftliche und gesellschaftliche Realität verdrängen. „Building Bridges“ hat jedoch dazu beigetragen, den Wert und Nutzen öffentlich-rechtlicher Medienqualität erkennbar zu machen und ein zukunftsorientiertes, unbürokratisches, engagiertes, jugendliches und nicht zuletzt freundliches Gesicht Europas zu präsentieren.

# Das war der Song Contest

## Die internationalen Partner des ESC 2015

Mit Austrian Airlines, Microsoft, OSRAM, der Österreich Werbung und der Österreichischen Post konnten starke Unternehmen – drei davon aus Österreich – als internationale Sponsoren gewonnen werden. Sie bekamen die Möglichkeit, sich auf internationaler Ebene als Partner des „Eurovision Song Contest“ zu präsentieren und die Marke ESC weltweit mit ihrer eigenen in Verbindung zu setzen.

Austrian Airlines war der diesjährige „Official Carrier“ des „Eurovision Song Contest“. Parallel zu zwei Ticketverkaufswellen des ORF für den Song Contest gab es Spezialangebote für Besucherinnen und Besucher einer der Shows in der Wiener Stadthalle. Außerdem erhielten die Delegationen der teilnehmenden Länder während des ESC-Zeitraums Sonderkonditionen für Flüge.

Microsoft war als „Technology Partner“ mit dabei und stattete nicht nur die Volunteers mit Smartphones aus, sondern auch das Pressezentrum in der Wiener Stadthalle mit der nötigen Hardware (Surface und Xbox). Zusätzlich bot Microsoft technischen Support bei der TV-Produktion und der ESC-Arbeits-App. Darüber hinaus unterstützte Microsoft in großem Umfang die Neuprogrammierung der internationalen ESC-„Second Screen“-App auf den drei gängigsten Plattformen iOS, Android und Windows Phone.

OSRAM steuerte als „Official Lighting Partner“ den Großteil der Entertainment-Beleuchtung bei. Dazu gehörte insbesondere die Bühnenbeleuchtung der OSRAM-Tochter Clay Paky, die den ESC fulminant in Szene gesetzt hat. Außerdem präsentierte OSRAM „Lightify“, ein innovatives LED-Lichtsystem, das über eine Smartphone-App gesteuert werden konnte. Die Möglichkeiten, die diese Lichtsteuerung bereithielt, konnten die Besucherinnen und Besucher des „Eurovision Village“ am Rathausplatz bestaunen: Sie konnten vor Ort mit Lightify voten. Die Höchstpunktzahl entsprach der Farbe Rot, bei einem Punkt leuchtete der Rathausplatz blau.

Die Österreich Werbung war „Official Partner“ des „Eurovision Song Contest 2015“. Sie war mit einem eigens angefertigten Branding, den schönsten Bildern aus allen neun Bundesländern, im Pressezentrum der Wiener Stadthalle vertreten. Dort brachte sie auch mit einem eigenen Informations- und Inspirationsbereich den internationalen Journalistinnen und Journalisten unser Land näher.

Die Österreichische Post war ebenfalls „Official Partner“. Sie produzierte speziell für den Song Contest 2015 eine Sonderbriefmarke und stellte den 1.700 akkreditierten Journalistinnen und Journalisten im Pressezentrum Postkästen, sogenannte „Pigeonholes, zur Verfügung. Darüber hinaus brandete sie den Post-Fuhrpark und mehrere tausend Postkästen in ganz Österreich mit dem offiziellen, diesjährigen Event-Design „Building Bridges“ und richtete in der Stadthalle ein Sonderpostamt ein.

# Das war der Song Contest

## Die nationalen Partner des ESC 2015

Auch die heimische Wirtschaft unterstützte den größten TV-Unterhaltungsevent der Welt. Als nationale Partner konnten A1, Almdudler, ARA, Verkehrsbüro / Austria Trend Hotels, das BMLFUW, Casinos Austria, Österreichische Lotterien (Euromillionen), Eskimo, HUMANIC, Kelly, LANDHOF und die ÖBB gewonnen werden. Die Unternehmen bekamen die Möglichkeit, sich auf nationaler Ebene als Partner des „Eurovision Song Contest“ zu präsentieren und die Marke ESC in Österreich mit ihrer eigenen in Verbindung zu setzen.

A1 sorgte mit modernster Infrastruktur für den technischen Feinschliff bei der Ausstattung des Pressecenters und sämtlicher Kommentatorenkabinen sowie aller temporären ORF-Büros im TV-Compound und im Backstage-Bereich. So konnte die Berichterstattung aus Wien in alle Welt übermittelt werden. Mit A1-SIM-Karten für die internationalen Journalisten sowie die Delegierten und Volunteers war beste Kommunikation beim ESC 2015 gewährleistet.

Almdudler war Softdrink-Partner des ESC 2015. Die österreichische Getränkefirma übernahm auch das Presenting des Eurovision Village mittels TV-Trailern und veranstaltete ein Ticketgewinnspiel.

ARA – Altstoff Recycling Austria – war zuständig für die Abfallwirtschaft und das Abfallkonzept in der Wiener Stadthalle und somit wichtiger Partner für den ESC 2015 als Green Event.

BMLFUW – das Ministerium für ein lebenswertes Österreich – übernahm beim ESC 2015 die Schirmherrschaft für die Zertifizierung als Green Event und war im Catering-Bereich mit der Kennzeichnung der Produkte der Genussregionen vertreten.

Casinos Austria/Österreichische Lotterien mit dem Euromillionen-Spiel waren vom exklusiven Ticket-Gewinnspiel am Damentag in den Casinos Austria bis zum Super-VIP-Gewinnspiel im Rahmen von Euromillionen beim ESC 2015 dabei.

ESKIMO freute sich als größte Eismarke in Österreich, alle Song-Contest-Teilnehmer/innen und Besucher/innen mit Eis zu versorgen. Unterstützt wurde die nationale Partnerschaft mit einer eigens für Wien entwickelten Kampagne, die auch die Verlosung von VIP-Tickets beinhaltete.

HUMANIC stattete die 800 Volunteers mit Schuhen aus und verlieh dem ESC 2015 durch eigene Straßenbahnbelegungen in Wien, Linz und Graz sowie Busbrandings in Klagenfurt und Innsbruck österreichweit Präsenz.

Kelly war beim ESC 2015 mit Produktbereitstellung in der Wiener Stadthalle und im „Eurovision Village“ ebenso wie mit einem Gewinnspiel im Handel mit dabei.

LANDHOF war kulinarischer Partner des „Eurovision Song Contest“ und mit Produkten von LANDHOF, Loidl und „die Ohne“ vertreten und bot eigens gebrandete ESC-Produkte für Grillpartys in Kombination mit VIP-Ticket-Gewinnspielen im Handel an.

Die ÖBB machten den ESC 2015 in ganz Österreich mit den beiden Song-Contest-Taurus-Loks (auf der Süd- und der Weststrecke) sowie am neuen Wiener Hauptbahnhof mit großflächigem Branding sichtbar. Außerdem beförderten die ÖBB 8.000 Schülerinnen und Schüler aus ganz Österreich im Rahmen des „Eurovision Youth Contest“ nach Wien.

Hotelpartner war Verkehrsbüro Group/Austria Trend Hotels und veranstaltete ein Ticket-Gewinnspiel (inklusive Anreise und Hotels). Verkehrsbüro Group/Austropa unterstützte mit seinen Serviceleistungen als Official Housing Office die Zimmerbuchungen der Delegationen und der Presse für die offiziellen ESC 2015 Hotels. In Österreich übernimmt Austropa für lizenzierte „Green Meetings“ die Vorreiterrolle bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

## **Event-Supplier unterstützten den „Eurovision Song Contest“**

Bei der Durchführung des „Eurovision Song Contest“ setzte der ORF auf zahlreiche nationale und internationale Firmen, die Dienstleistungen und/oder Produkte zur Verfügung stellten und damit eine wichtige Rolle bei der Umsetzung des Events spielten. Die Palette reichte von Technik- und Catering- über Transport- und Ausstattungs- bis hin zu Sicherheits-Suppliern.

## **Umwegrentabilität**

Im Auftrag der Wien Holding erstellte das Institut für Höhere Studien (IHS) im März 2015 eine Studie zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des Song Contests:

Das Großereignis bringt eine Bruttowertschöpfung von 38,1 Mio. Euro – davon 27,8 Mio. Euro in Wien.

Der Werbewert der Veranstaltung wird auf 100 Mio. Euro geschätzt.

Steuereinnahmen in Höhe von 16. Mio. Euro werden erwartet, wovon der größte Anteil mit 6,2 Mio. Euro auf den Bund entfällt. Die Sozialversicherung erhält rund 5,9 Mio. Euro, die Stadt Wien etwa 0,9 Mio. Euro, die anderen Bundesländer 1,6 Mio. Euro und die Gemeinden profitieren mit 0,9 Mio. Euro.

Durch die Großveranstaltung können laut Studie Arbeitsplätze entsprechend 562 Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt geschaffen werden, davon 416 in Wien. Am stärksten profitieren dabei die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, danach künstlerische Dienstleistungen sowie Rundfunkveranstalter sowie Werbung und Marktforschung.

---

Rücksprachehinweis: ORF-Pressestelle  
Mag. Roman Horacek  
roman.horacek@orf.at  
(01) 87878 – DW 15180

ORF-Pressestelle  
Mag. Markus Wibmer  
markus.wibmer@orf.at  
(01) 87878 – DW 14076