



## Megastart für NENA bei «Sing meinen Song» Nena stellt alle in den Schatten

Fast drei Millionen Zuschauer und so hohe Marktanteile wie nie zuvor - Nenas Tauschkonzert knackte gleich mal sämtliche in den Vorjahren erzielte Rekorde und machte VOX gar zum Marktführer.

Sechs Einzelkünstler und ein Duo haben sich in den vergangenen Monaten wieder nach Südafrika begeben, um Material für die dritte Staffel der Erfolgsshow «**Sing meinen Song**» zusammenzutragen. In den vergangenen beiden Jahren war dieses Projekt ein voller Erfolg für alle Beteiligten: Die Musiker haben Promo für ihre Stücke machen können, die Programmverantwortlichen von VOX durften sich über beinahe durchweg grandiose Einschaltquoten freuen und die Alben zur Sendung wurden zu veritablen Charthits. Offenbar setzt sich diese Erfolgsgeschichte auch im dritten Jahr nahtlos fort - die Auftaktfolge jedenfalls begeisterte schon einmal mit neuen Rekordwerten.

Durchschnittlich 2,92 Millionen Menschen verfolgten das erste Tauschkonzert im neuen Jahr, in dem Nena im Mittelpunkt des Interesses stand. Damit wurde die mit Abstand höchste Zuschauerzahl der Sendung überhaupt eingefahren - bislang hatte diese PUR-Sänger Hartmut Engler mit 2,53 Millionen inne. Auch der Gesamt-Marktanteil lag mit 9,4 Prozent noch einen halben Prozentpunkt oberhalb des bisherigen Glanzpunktes der Formathistorie und überdies weit oberhalb der Auftaktwerte der vergangenen beiden Jahre (siehe Infobox). Noch beeindruckender lesen sich allerdings die 1,77 Millionen und 16,1 Prozent in der umworbenen Zielgruppe, womit nicht nur ebenfalls neue Allzeit-Höchstwerte zu Buche standen, sondern auch die dürftig performende Konkurrenz locker in die Tasche gesteckt wurde: Kein anderes Primetime-Format kam hier überhaupt auf elf Prozent.

## Nena-Doku hält die Stellung:



Um 22 Uhr ging dann **«Die Nena-Story»** auf Zuschauerjagd - eine Dokumentationsreihe, die bereits in den vergangenen beiden Jahren stets im Anschluss an «Sing meinen Song» ausgestrahlt wurde und zumeist an die Werte der Show anzuknüpfen wusste. Dies galt auch für die Doku über die einstige NDW-Größe: Die Zuschauerzahl fiel aufgrund der späteren Sendezeit zwar deutlich auf nur noch 2,13 Millionen, der Gesamtmarktanteil stieg gleichzeitig jedoch sogar noch minimal auf 9,6 Prozent. Bei den 14- bis 49-Jährigen standen derweil nach wie vor traumhafte 15,1 Prozent bei 1,25 Millionen auf dem Papier.