

RENTRAK 

eAcademy: Audience to action

Impulsvortrag zu Seltengänger*innen

NATHALIE KAISER

Manager Statistics and Research

FRANZISKA STREBL

Data Analyst

Arbeitshypothesen zu Seltengänger*innen



Filme, die Interesse wecken: Eventkino, große Franchises, bekannte Inhalte

Filme, die begeistern: Eventkino, Musik, Familienfilme



Besuchte Filme überzeugen
→ positives Erlebnis
→ positive Auswirkung auf Kinobesuchsfrequenz

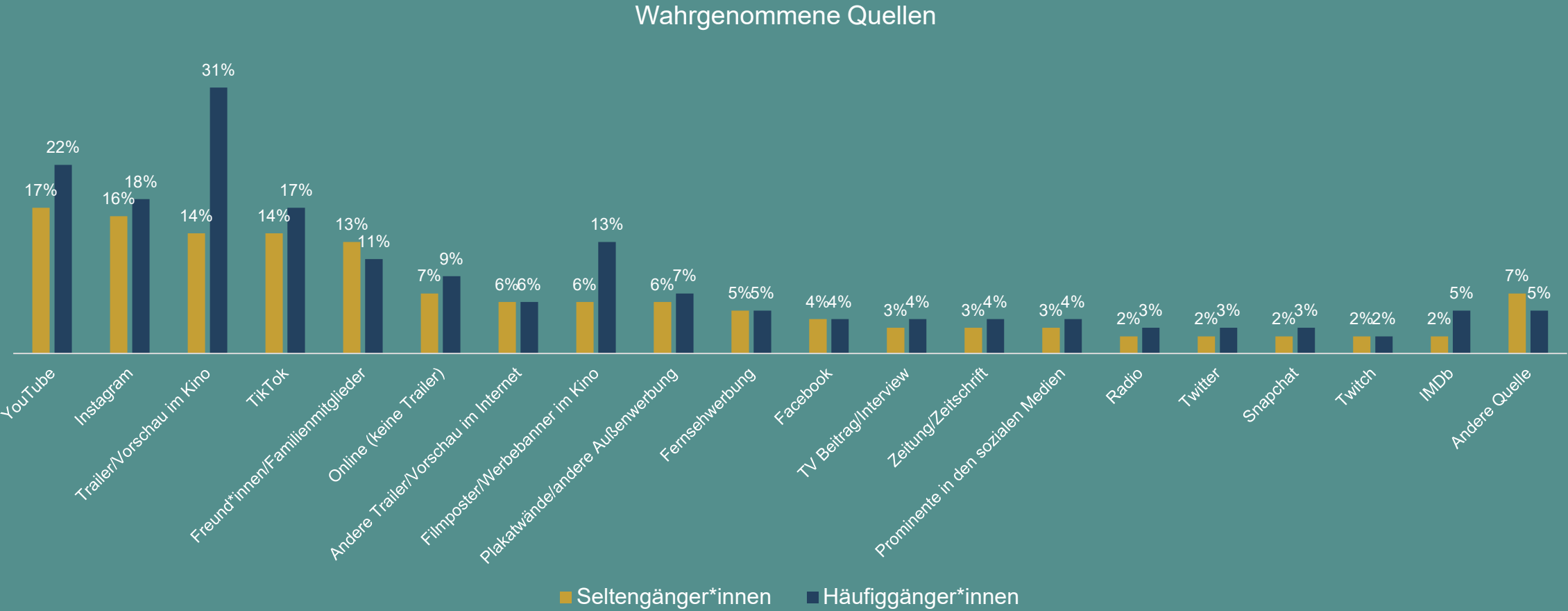


Cineast*innen in der Echokammer
↔
Seltengänger*innen bedürfen anderer Ansprache(?)



Ähnliche Konstellation zu Häufiggänger*innen
→ keine „typischen“ Seltengänger*innen

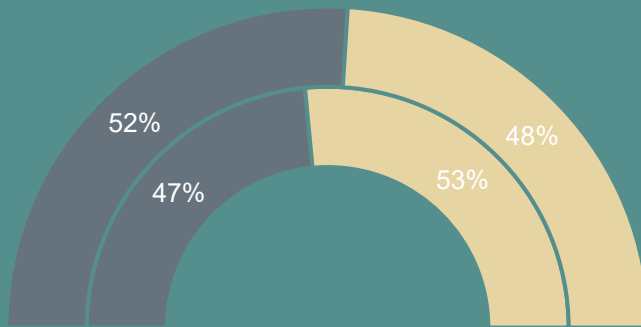
Informationsquellen nach Besuchsfrequenz



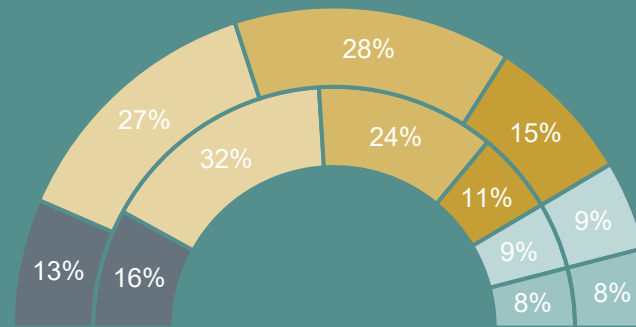
Quelle: Rentrak PostTrak General Audience - DE Jan 2025 – Jul 2026; aggregierte Antworten auf die Frage „Welche Art von Werbung haben Sie vor dem heutigen Tag gesehen/gehört, die bei Ihnen das Verlangen ausgelöst hat, sich diesen Film im Kino anzusehen?“, aufgeschlüsselt nach Besuchsfrequenz der Antwortenden; Seltengänger*innen = 1-2x/Jahr, Häufiggänger*innen = 1x/Monat oder häufiger



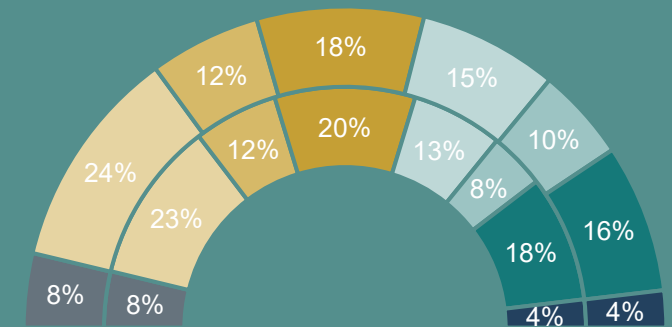
Demographie und Konstellation nach Besuchsfrequenz



■ weiblich ■ männlich



■ 13-17 ■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55+



■ Ich gehe allein
■ (Ehe-)Partner*in
■ Verabredung/Freund*in
■ Ein*e Freund*in
■ Familienmitglied(er) erwachsen
■ Familienmitglied(er): Kind(er)
■ 2 bis 4 Freund*innen
■ 5 oder mehr Freund*innen