

## Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

Gremium	am	TOP
Wirtschaftsausschuss	07.07.2011	

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung

Stellungnahme zu einem Antrag nach § 3 der Geschäftsordnung

### 33. Sitzung des "koeln.de-Beirates" am 14. Juni 2011

Die 33. Sitzung des koeln.de-Beirates fand am 14.06.2011 statt. Die folgenden Themen wurden behandelt:

#### 1. koeln.de – Entwicklung der Reichweite

Im Mai 2011 erreichte koeln.de rd 23,5 Mio. PageImpressions (Seitenabrufe), die Zahl der Visits (Besuche) lag bei über 1,9 Mio. Gegenüber Mai 2010 ist das eine Steigerung um 28 % bei den PageImpressions und um 5 % bei den Visits.

#### 2. koeln.de-Mail

Anfang Juni 2011 nutzten über 14.800 Nutzer die neuen koeln.de-Mail-Dienste. Davon haben über 3.500 eine der kostenpflichtigen Varianten gewählt und rd. 11.400 die kostenlose Mailadresse. Weitere rd. 11.500 User nutzen die alte Mail.

#### 3. Nutzung der Infopage

Zurzeit nutzen 509 Vereine/Organisationen die Möglichkeit einer kostenlosen Infopage auf koeln.de.

#### 4. Branchenführer koeln.de mit Gastroguide

Zurzeit sind im Branchenführer/Gastroguide über 4.350 Businesspages und digitale Visitenkarten aktiviert, davon knapp 3.450 im Branchenführer und 912 im Gastroguide.

## 5. Köln-Fans auf Facebook

Seit April 2010 betreibt die Redaktion koeln.de die Facebookseite <http://www.facebook.com/Koeln>.

Im Mai 2010 konnte die "stolze Zahl" von 34.000 Köln-Fans auf Facebook vermeldet werden, im Mai 2011 wurde die Zahl von 250.000 Fans überschritten. Die Fans registrieren sich nicht nur, sondern nutzen das Netzwerk aktiv. Von den 250.000 Köln-Fans sind 176.000 mindestens einmal monatlich, 133.000 mindestens einmal wöchentlich und 80.000 sogar täglich auf der Köln-Seite.

## 6. Technische Neuerungen

koeln.de kooperiert bei der Erstellung des Tageskalenders mit einem neuen Kooperationspartner, einem jungen Kölner Unternehmen. Die damit verbundene Umstellung ermöglicht den einfacheren Zugang und die Platzierung von Terminen und Veranstaltungen nicht-kommerzieller Anbieter.

Mit Umstellung auf Google-Suchtechnik wird über die koeln.de-Seite die umfassendere Recherche auch u.a in museekoeln.de und stadt-koeln.de zur Verfügung gestellt.

Als Reaktion auf allgemein verbreiterte Monitor-Technik wurde die koeln.de-Seitenbreite um 100 Pixel verbreitert. Dies ermöglicht u.a. die Vergrößerung des Schriftgrades.

Mit Erfolg hat sich koeln.de am weltweiten Test zur Einführung des internationalen Protokoll-Standards IPv6 beteiligt. Damit werden zukünftig weltweit 340 Sextillionen Internet-Adressen bereitgestellt - das sind 600 Billionen Adressen auf jeden Quadratmillimeter der Erdoberfläche.

## 7. Neue Video-Strategie mit "youtube.com/koeln"

Nach Einstellung des Portals "Rheinvideo.de" ist es koeln.de gelungen, die Adresse "Koeln" auf youtube.com zu aquirieren. Die youtube.com/koeln-Seite soll ein Video-Schaufenster der Stadt werden, in dem Interessierte ihre Videos veröffentlichen können.

Koeln.de wird darüber hinaus eigene Videos produzieren und in Kooperation mit center.tv und RTL West Videos bereitstellen.

Die technische Möglichkeit, Videos im Branchenführer/Gastro Guides einzusetzen, eröffnet durch die Verbeitung über youtube.com maximale Reichweiten.

Die vorgenannten Maßnahmen stärken das Social Media Engagement auf koeln.de.

## 8. Unterstützung von Geschäftszentren

Zur Prüfung von Möglichkeiten der weiteren Unterstützung von Geschäftszentren mithilfe von koeln.de wird die neue Ansprechpartnerin im Amt für Stadtentwicklung und Statistik für Geschäftszentrenentwicklung und Initiativenmanagement Kontakt zur koeln.de-Redaktion aufnehmen.

Neben Präsentationsmöglichkeiten über „Infopage“ und „Branchenführer/Gastroguide“ sind weitere Präsentations - Formate für die Interessengemeinschaften (IG) der Geschäftszentren denkbar.

gez. Roters