

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	06.10.2011

34. Sitzung des "koeln.de-Beirates" am 13. September 2011

Die 34. Sitzung des koeln.de-Beirates fand am 13.09.2011 statt. Die folgenden Themen wurden behandelt:

1. koeln.de – Entwicklung der Reichweite

Im August 2011 erreichte koeln.de rd 25,4 Mio. Pagelmpressions (Seitenabrufe), die Zahl der Visits (Besuche) lag bei über 1,9 Mio. Gegenüber dem Vorjahr ist das eine Steigerung um 4,1 % bei den Visits. Bei den Pagelmpressions ergibt sich ein deutlicher Rückgang um 22,9 Prozent, der im Wesentlichen aber auf die geringere Nutzung der Online-Spiele zurückgeht, die vor einem Jahr eingeführt wurden und damals besonders hohe Nutzerzahlen hatten.

2. Reichweitenentwicklung der Online-Spiele

Die Reichweite der Online-Spiele ist rückläufig. Im August 2011 entfielen rd. 12,3 Mio Pagelmpressions auf die Spiele "Mahjong" und "Exchange", ein Jahr zuvor lag die vergleichbare Spiele-Reichweite bei rd. 16,7 Mio Pagelmpressions.

3. koeln.de-Mail

Mitte September 2011 nutzten über 14.800 Nutzer die neuen koeln.de-Mail-Dienste. Davon haben über 3.600 eine der kostenpflichtigen Varianten gewählt und rd. 11.200 die kostenlose Mailadresse. Weitere rd. 11.500 User nutzen die alte Mail.

Ende August/ Anfang September wurde eine Mailing-Aktion durchgeführt und die „Alt“-Kunden auf die neuen Möglichkeiten hingewiesen. 90 Nutzer sind – zumindest probeweise – auf eine der kostenpflichtigen Varianten umgestiegen. Die kostenlose Testphase beträgt drei Monate.

3. Nutzung der Infopage

Zurzeit nutzen 515 Vereine/Organisationen die Möglichkeit einer kostenlosen Infopage auf koeln.de.

4. Branchenführer koeln.de mit Gastroguide

Zurzeit sind im Branchenführer/Gastroguide über 4.500 Businesspages und digitale Visitenkarten aktiviert, davon über 3.600 im Branchenführer und 928 im Gastroguide.

5. Köln-Fans auf Facebook – die 300.000 Marke ist in Sicht

Die Aktivitäten auf Facebook laufen weiterhin sehr erfolgreich. Am 12.9.2011 nutzten 295.591 Fans die Köln-Seite „facebook.com/Koeln“, das sind gut 45.000 mehr gegenüber dem letzten Bericht. In Kürze könnte die 300.000-Marke erreicht werden.

Die Facebook-Seite wurde inzwischen durch neue Unterseiten erweitert. Wer noch kein „Fan“ der Köln-Seite ist, erhält eine spezielle „Willkommen“-Seite angezeigt mit Informationen und Tipps zu Köln und koeln.de.

Die Facebook-Aktivitäten von koeln.de sind zurzeit auch im Fokus gleich zweier Diplom-Arbeiten, in denen koeln.de als „Best practice“-Beispiel erwähnt werden soll.

Im Vergleich der Facebook - Städteseiten liegt Köln bei den absoluten Zahlen auf Platz 3, hinter Berlin und Hamburg und vor München und im Verhältnis zur Einwohnerzahl auf Platz 2 hinter Hamburg.

6. Internetwoche – NetCologne/koeln.de sponsort das WordCamp

Im Rahmen der Internetwoche Köln fand am 24. September in Köln das WordCamp Deutschland (www.wordcamp.de) statt, der Kongress der WordPress-Community. WordPress ist das meistgenutzte freie Content-Management-System, das auch von einigen Partnersites von koeln.de genutzt wird, z.B. wissensdurst-koeln.de.

NetCologne konnte den Veranstaltern Räumlichkeiten in der Universität Köln vermitteln. Außerdem stattete NetCologne das Camp mit einem kostenlosen HighSpeed-Internetanschluss für alle rund 500 Teilnehmer aus.

7. Videos auf koeln.de und im Branchenführer

Neue Video-Strategie mit YouTube-Kanal „Koeln“

Inzwischen wurde die Video-Strategie auf koeln.de geändert. Die weltweit führende Video-Plattform YouTube wurde unter der Adresse „youtube.com/Koeln“ mit einem Premium-Kanal auf koeln.de eingebunden. Zurzeit wird am Kopf des Video-Kanals eine „Coverflow“-Ansicht genutzt, durch die sich die Nutzer hindurchblättern können.

Das Video-Material wird teilweise von der Redaktion koeln.de selbst erstellt, teilweise kommt es von Partnern. Auch Firmen-Videos, die zusätzlich im Branchenführer gezeigt werden, haben hier einen Platz.

In der Zukunft werden auch vermehrt andere Kölner Produzenten eingeladen, ihre Videos auf dem Koeln-Kanal zu zeigen. Alle YouTube-Videos werden selbstverständlich auch direkt auf koeln.de eingebunden, außerdem werden die Videos auf Facebook gezeigt.

Video-Kooperation mit RTL West

Seit Anfang Juli wird werktäglich mindestens ein Video online gestellt, das RTL West zur Verfügung stellt. Diese Videos erscheinen nicht im YouTube-Kanal (RTL betreibt mit Clipfish eine konkurrierende Plattform), sondern nur auf koeln.de.

8. Neue Online-Spiele „Partnerstädte“ und „Sehenswert in Köln

Auf koeln.de wurde ein neues Quiz online gestellt, der sogenannte „KölnDart“. Bei dem Quiz werden zum Beispiel die Umrisse der Stadt Köln mit den wichtigsten Straßen gezeigt. Aufgabe ist es dann, elf ausgesuchte Sehenswürdigkeiten im Stadtplan möglichst genau zu markieren. Wer genau trifft erhält 100 Punkte.

Anlässlich der neuen Städtepartnerschaft mit Rio wurde nach demselben Muster eine Version online gestellt, in der alle Kölner Partnerstädte gesucht werden müssen.

9. Unterstützung der Kölner Geschäftszentren

Im koeln.de – Beirat wurde eine gemeinsame Initiative von NetCologne und dem Amt für Stadtentwicklung und Statistik im Zusammenhang mit dem neuen Einzelhandels- und Zentrenkonzept vorgestellt (s. Anlage)

Im Rahmen dieses Projektes können sich die Interessensgemeinschaften (IG´s) aus den Kölner Geschäftszentren auf koeln.de präsentieren. Als Pilotprojekte wurden die IGs aus den Zentren Kalk, Deutz, Dellbrück und Lindenthal ausgewählt. Das Projekt wird von NetCologne auf koeln.de umgesetzt. In Kürze wird auf koeln.de die erste neugestaltete Veedelsseite in Zusammenarbeit mit einer der genannten örtlichen IG´s als Pilotprojekt veröffentlicht werden. Im Anschluss sollen alle IGs per Schreiben und im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung (z.B. Stadtteilforum) über die neue Präsentationsmöglichkeit informiert werden.

gez. Roters