

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	03.12.2012

38. Sitzung des "koeln.de-Beirates" am 30.10.2012

Die 38. Sitzung des koeln.de-Beirates fand am 30.10.2012 statt.

1. koeln.de – Entwicklung der Reichweite

Im Oktober 2012 erreichte das Internetportal koeln.de rd 22,7 Mio. Seitenabrufe, die Zahl der Besuche lag bei 2 Mio. Gegenüber dem Vorjahr ist das eine Steigerung um 2,3 % bei den Besuchen. Bei den Seitenaufrufen ergibt sich im Vorjahresvergleich ein geringer Zuwachs um 0,3 Prozent.

2. Reichweitenentwicklung der Online-Spiele

Im September 2012 entfielen rd. 7,6 Mio. Seitenaufrufe auf die Spiele "Mahjong" und "Exchange". Ein Jahr zuvor lag die vergleichbare Spielereichweite bei rd. 10,4 Mio. Seitenaufrufen.

3. koeln.de-Mail

Ende Oktober 2012 nutzten über 14.000 Nutzer die neuen koeln.de-Mail-Dienste. Davon haben über 4.000 eine der kostenpflichtigen Varianten gewählt und rd. 10.200 die kostenlose Mailadresse. Weitere rd. 10.800 nutzen noch die alte Mail.

4. Nutzung der Infopage

Zurzeit nutzen 556 Vereine/Organisationen die Möglichkeit einer kostenlosen Infopage auf koeln.de.

5. Branchenführer koeln.de mit Gastroguide

Zurzeit sind im Branchenführer/Gastroguide 4.725 Businesspages und digitale Visitenkarten aktiviert, davon 3.736 im Branchenführer und 989 im Gastroguide.

6. Köln-Fans auf Facebook

Die Reichweite Kölns auf Facebook entwickelt sich weiter positiv. Ende Oktober wurde die Fan-Marke von 440.000 überschritten. Die Zahl der „Freunde von Fans“ erhöhte sich auf 69 Millionen.

Trotz dieser Zuwächse wächst die tatsächliche Sichtbarkeit auf Facebook nicht mit. Grund dafür ist, dass Facebook die Auslieferung der Mitteilungen (Posts) willkürlich begrenzt auf etwa nur noch ein Viertel der möglichen Nutzerschaft. Wenn man sicherstellen wollte, dass wirklich alle Köln-Fans die dort eingestellten Nachrichten sehen können, müsste man dafür bezahlen. Aufgrund der damit verbundenen hohen Kosten ist koeln.de nicht bereit, die Finanzierung hierfür zu tragen.

Die Seite facebook.com/koeln führt jetzt im Titel die Bezeichnung „Köln – unsere Stadt“ und wird so auch in der Facebooksuche angezeigt. Wie im letzten Bericht mitgeteilt, hatte Facebook die Firmierung nur unter dem Städtenamen „Köln“ untersagt. In Absprache mit der Stadt Köln hat koeln.de seine Nutzer um Vorschläge gebeten. Aus diesen Vorschlägen wurde dann der Name „Köln – unsere Stadt“ ausgewählt.

7. Cologne.de entwickelt sich positiv

Die im Wirtschaftsausschuss am 05.11.2012 präsentierte englischsprachige Version cologne.de entwickelt sich positiv. Die Reichweite ist in den letzten Monaten von ca. 50.000 auf über 100.000 gestiegen.

Die Startseite von cologne.de hat inzwischen bei Google ein Seiten - Ranking von 6, was bedeutet, dass Google der Seite eine hohe Glaubwürdigkeit auf den Inhalt beimisst.

8. Stadtplan auf koeln.de mit Open-Street-Map

Der ebenfalls im Wirtschaftsausschuss am 05.11.2012 präsentierte Stadtplan wurde erfolgreich weiter entwickelt. Es gab Sonderausgaben zum Tag des Denkmals und zum Köln-Marathon. Außerdem wurden Hotels und gastronomische Betriebe aus dem Gastro-Guide von koeln.de in den Stadtplan integriert. Auf mobilen Endgeräten kann der Stadtplan auch mit komfortabler Umgebungssuche genutzt werden.

9. Gemeinsamer Shop mit KölnTourismus auf koeln.de und cologne.de

Die angekündigte Shop-Kooperation mit KölnTourismus wurde umgesetzt. Koeln.de hat seinen eigenen Shop geschlossen und bindet stattdessen den Shop von KölnTourismus ein, erreichbar unter „der-koelnshop.de“. Koeln.de bewirbt den Shop und einzelne Produkte auf der Homepage.

10. Video-Kooperation mit der Kunsthochschule für Medien (KHM)

Wie bereits berichtet, hat sich koeln.de auch den YouTube-Kanal youtube.com/koeln gesichert. Dort sind inzwischen über 311.000mal Videos abgerufen worden.

Es war von Anfang an die Absicht, diesen Kanal mit anderen wichtigen Köln-Partnern zu bespielen. Zurzeit laufen erste Gespräche mit der Kunsthochschule für Medien mit dem Ziel, KHM-Beiträge auf koeln.de und auf dem Kölner YouTube-Kanal zu veröffentlichen.

Koeln.de beabsichtigt, seine Videoaktivitäten weiter zu verstärken.

11. Firmenvideos auf koeln.de

Um Kölner Unternehmen die Video-Präsenz im Internet zu ermöglichen, wurde von koeln.de die Aktion „Ihr Firmenvideo auf koeln.de“ gestartet. Das Angebot umfasst die Video-Produktion (Einmalbetrag ab 800 Euro) und ein Mediapaket (ab 166 Euro monatlich).

Ein Flyer hierzu wird im Wirtschaftsausschuss als Tischvorlage verteilt.

gez. Höing