

# Mitteilung

## öffentlicher Teil

| Gremium  | Datum      |
|--|------------|
| Wirtschaftsausschuss                                   | 05.03.2015 |
| Unterausschuss Digitale Kommunikation und Organisation | 10.03.2015 |

### 43. Sitzung des koeln.de - Beirates am 20.01.2015

Die 43. Sitzung des koeln.de - Beirates fand am 20.01.2015 statt. Folgende Themen wurden behandelt:

#### 1. Wahlen

Herr Volker Schmidt, IHK, AlphaNet GmbH, wurde zum Vorsitzenden des Beirates gewählt.  
Herr Andreas Pöttgen, SPD-Fraktion, wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt.

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

Im Dezember 2014 erreichte das Internetportal koeln.de über 20 Mio. Seitenaufrufe. Die Zahl der Besuche lag bei rd. 2,3 Mio. Gegenüber dem Vorjahr. ist das ein Plus bei den Besuchen von 4,2 %. Bei den Seitenaufrufen ergibt sich im Vorjahresvergleich ein Minus von ca. 3 %.

Die Zahl der mobilen Seitenaufrufe liegt jetzt mit rd. 943.000 weiterhin deutlich über dem angestrebten Zielwert von 500.000. Auch die Zahl der mobilen Besuche steigt weiter und liegt aktuell bei rd. 325.000. Hier rechnet die koeln.de-Redaktion mittelfristig mit einem weiteren Wachstum.

Aktuell leidet das klassische Internetportal koeln.de, wie auch nahezu alle vergleichbaren Portale, unter dem stark veränderten Nutzerverhalten. Soziale Netzwerke, in erster Linie Facebook und Twitter, wachsen weiter rasant und die Nutzer verbringen immer mehr Zeit in diesen Netzwerken und nicht mehr in ihren gewohnten Internetumfeldern. Gleichzeitig nutzen sie verstärkt mobile Endgeräte, wie Smartphones und Tablets.

#### 3. koeln.de-Mail

Im Januar 2015 nutzten rd. 24.900 Nutzer die koeln.de-Mail-Dienste. Davon haben über 4.450 eine der kostenpflichtigen Varianten gewählt und rd. 20.450 die kostenlose Mailadresse.

#### 4. Nutzung der Infopage

Zurzeit nutzen 630 Vereine/Organisationen die Möglichkeit einer kostenlosen Infopage auf koeln.de.

#### 5. Branchenführer koeln.de (mit Gastroguide)

Zurzeit sind im Branchenführer/Gastroguide fast 5.000 Businesspages und digitale Visitenkarten aktiviert, davon über 3.900 im Branchenführer und fast 1100 im Gastroguide.

#### 6. Köln-Fans auf Facebook – „Köln – unsere Stadt“

Die Reichweite auf Facebook entwickelt sich weiter äußerst positiv. Aktuell verzeichnet die Köln-Seite fast 600.000 Fans. Die Inhalte der Facebookseite werden in enger Zusammenarbeit von den Redaktionen koeln.de und stadt-koeln.de erstellt.

Nach einer aktuellen Studie (Pluragraph.de) ist keine andere Stadt in NRW bei Facebook, Twitter und Co. besser vernetzt als Köln. Nur Berlin und Hamburg sind in den sozialen Netzwerken noch beliebter.

### **7. Cologne.de wächst**

Auch die englischsprachige Version cologne.de entwickelt sich weiterhin positiv. Ende 2014 lag die Zahl der Seitenaufrufe dort bei über 336.000.

### **8. Digitales Köln / Internetstadt Köln**

Koeln.de begleitet den Digitalen Wandel der Stadt intensiv mit einer eigenen Rubrik und stellt dort regelmäßig die Akteure, Termine und Prozesse vor. Eine ausführliche Vorstellung und Präsentation der Inhalte erfolgt in der nächsten Beirats-Sitzung.

### **9. Adventskalender auf koeln.de**

Bereits zum zweiten Mal wurde ein eigener koeln.de-Adventskalender produziert. Die Resonanz war, sowohl bei der Kölner Wirtschaft als auch bei den Usern, sehr positiv. Über 35.000 Personen spielten mit. Alle Werbepplätze (Türchen) sind verkauft worden.

### **10. Intensivierung der Zusammenarbeit mit städtischen Einrichtungen**

Für die RheinEnergie AG, die Köln Bäder GmbH, die Kölnmesse GmbH, KölnTourismus GmbH, KölnKongress GmbH, AWB Abfallwirtschaftsbetriebe Köln GmbH & Co. KG, Kölner Verkehrs-Betriebe AG, Oper Köln, Schauspiel Köln und die Kölner Museen wurden von koeln.de umfangreiche PR- und Werbemaßnahmen erfolgreich umgesetzt und die damit verbundenen Kooperationen optimiert.

gez. Höing