

Beschlussvorlage

zur Behandlung in **öffentlicher Sitzung**

Betreff

**Durchführung einer crossmedialen Kampagne für die Kölner Wochenmärkte -
Bedarfsfeststellung**

Beschlussorgan

Wirtschaftsausschuss

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	22.10.2015

Beschluss:

Der Wirtschaftsausschuss stellt den Bedarf für die Durchführung einer crossmedialen Kampagne für die Kölner Wochenmärkte mit der Mediamarketing Rheinland GmbH über eine Laufzeit von 12 Monaten fest. Die Kosten für die Maßnahme belaufen sich auf 108.000 € netto

Für die Ausgabeposition Werbung stehen jährlich etwa 170.000 € netto zur Verfügung, die sich aus einem zweckgebundenen Anteil der Standgebühren finanzieren.

Die Verwaltung wird beauftragt, diese Kampagne umzusetzen.

Die erforderlichen Mittel stehen im Teilergebnisplan 0203 – Märkte – in Teilplanzeile 16 – sonstige ordentliche Aufwendungen – zur Verfügung. Die entsprechenden Erträge, von denen ein Anteil für diese Maßnahme zweckgebunden ist, werden im Teilergebnisplan 0203 – Märkte – in Teilplanzeile 04 – öffentl.-rechtl. Leistungsentgelte – abgebildet.

Der Aufwand für die Maßnahme ist zur Weiterführung notwendiger Aufgaben unabweisbar (Wertung nach §82 GO NW). Um die Wochenmärkte erfolgreich und dauerhaft zu beleben sind Werbemaßnahmen während des ganzen Jahres durchzuführen und nicht nur punktuell in einzelnen Monaten. Die Rechnungslegung für diese Kampagne erfolgt monatlich. Die zweckgebundenen Erträge gehen ebenfalls monatlich ein.

Alternative:

Der Wirtschaftsausschuss stellt den Bedarf der crossmedialen Kampagne nicht fest, die Maßnahme wird nicht durchgeführt.

Im Oktober 2014 startete eine großangelegte Kampagne mit der Mediavermarktung Rheinland GmbH (MVR), die verschiedene mediale Bereiche sowohl im Print als auch online beim Kölner Stadtanzeiger und der Kölnischen Rundschau abdeckte. Gleichzeitig wurde das Design der bisherigen Werbung in einen neuen und modernen Look geändert, der das Kulturgut Wochenmarkt, den Einkauf und das Erlebnis Wochenmarkt auch den jüngeren Kundinnen und Kunden näher bringen und somit eine zusätzliche Zielgruppe ansprechen soll. Erfahrungswerte liegen mittlerweile über 11 Monate vor. Erfolge, wie z. B. Umsatzsteigerung oder ein größerer Kundenzulauf auf Grund dieser Kampagne, lassen sich schwer messen. Jedoch haben die Wochenmärkte nach Aussagen der Händler eine Steigerung bei der Kundschaft zu verzeichnen, was letztlich auch den Wunsch nach weiteren Wochenmarktstandorten und –tagen widerspiegelt. Zudem informierte die MVR in mehreren Auswertungsgesprächen über überdurchschnittlich hohe Klickraten auf den verschiedenen Elementen der Onlinewerbung.

In der Sitzung des Marketingbeirates am 23.06.2015 wurde einstimmig beschlossen, die Imagekampagne für weitere 12 Monate fortzuführen. Eine groß angelegte Kampagne bedarf der Kontinuität, damit Auswirkungen erkennbar werden. Eine neue Werbemaßnahme macht zum jetzigen Zeitpunkt daher keinen Sinn. Auf Grund der bisher gewonnenen Erfahrungen sind jedoch Änderungen in Bestandteilen der Imagekampagne vorzunehmen. Der Beirat hat sich auf ein neues Konzept geeinigt, welches den internen Arbeitsaufwand verringert, eine externe Redakteurin entbehrlich macht und durch eine mobile Erweiterung noch attraktiver für junge Leute sein wird.

Die Kampagne beinhaltet die nachfolgenden Komponenten:

- Print: 24 x ½ Seite als Anzeige oder Advertorial
- Online: ganzjährige Themenseite „Kölner Wochenmärkte“
- Online: 12 x Werbemittel Billboard XL
- Mobile: ganzjährige Themenseite „Kölner Wochenmärkte“
- Mobile: 24 x Content Ad

Die Komponenten erscheinen bei den Zeitungstiteln Kölner Stadtanzeiger, Kölnische Rundschau und Express.

Kosten und Finanzierung:

Die Kosten für die 12 monatige Kampagne betragen 108.000 € netto Die Finanzierung erfolgt durch zweckgebundene Erträge. In den Standgebühren der Wochenmarkthändler sind pro laufendem Meter 0,20 € für Werbekampagnen enthalten. Diese Erträge für die Werbemaßnahmen belaufen sich auf etwa 170.000 € netto pro Jahr.

Die erforderlichen Mittel stehen im Teilergebnisplan 0203 – Märkte – in Teilplanzeile 16 – sonstige ordentliche Aufwendungen – zur Verfügung. Die entsprechenden Erträge, von denen ein Anteil für diese Maßnahme zweckgebunden ist, werden im Teilergebnisplan 0203 – Märkte – in Teilplanzeile 04 –öffentl.-rechtl. Leistungsentgelte – abgebildet.

Der Aufwand für die Maßnahme ist zur Weiterführung notwendiger Aufgaben unabweisbar (Wertung nach §82 GO NW). Um die Wochenmärkte erfolgreich und dauerhaft zu beleben sind Werbemaßnahmen während des ganzen Jahres durchzuführen und nicht nur punktuell in einzelnen Monaten. Die Rechnungslegung für diese Kampagne erfolgt monatlich. Die zweckgebundenen Erträge gehen ebenfalls monatlich ein.

Die Mitzeichnung von 13 und die Zustimmung von 14 zu dieser Maßnahme liegen schriftlich vor.