

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	06.09.2018

Bericht über die 50. Sitzung des koeln.de-Beirates am 18.04.2018

Die 50. Sitzung des koeln.de-Beirates fand am 18.04.2018 statt.
Folgende Themen wurden behandelt:

1. koeln.de – Entwicklung der Reichweite (IVW)

Das Jahr 2017 wurde mit einem neuen Rekord abgeschlossen. Nachdem im Jahr 2016 erstmals mehr als 300 Millionen Seitenabrufe verzeichnet wurden, konnte das Ergebnis im vergangenen Jahr auf 326 Millionen gesteigert werden. Auch das erste Quartal 2018 war für koeln.de sehr erfolgreich. Zum ersten Mal wurden in drei Monaten in Folge jeweils mehr als 30 Millionen Seitenabrufe erzielt.

Die 11 erfolgreichsten Themen waren in 2017: Karneval in Köln, Flohmärkte, Weihnachtsmärkte, die koeln.de Wochenendtipps, die koeln.de Staukarte, Straßenfeste, Verkaufsoffene Sonntage, Kölner Lichter, Flughafen Köln-Bonn, Christopher Street Day und die Gastro-Toplisten.

2. Nutzung der InfoPage, Branchenverzeichnis und Gastroverzeichniskoeln.de

Zurzeit nutzen 722 Vereine und Organisationen den kostenlosen Eintrag auf koeln.de. Im Branchenverzeichnis sind 11.422 Einträge, im Gastroverzeichnis 2.068 gastronomische Betriebe aktiviert. Das neue Branchen- und Gastroverzeichnis wurde von den Usern und den Kunden sehr positiv aufgenommen. Das neue Layout unterstützt die Darstellung auf Tablets und Smartphones. Zudem können Kunden mit dem neuen „Redaktionssystem“ intuitiv ihre eigene Minihomepage selbstständig aktualisieren.

Ab April 2018 werden in enger Abstimmung mit den Verbänden die Mitglieder der Kreishandwerkerschaft Köln und des Handelsverband Nordrhein-Westfalen Aachen-Düren-Köln e.V. über die Möglichkeiten und Vorteile des Branchenverzeichnis koeln.de informiert. Auch die Interessensgemeinschaften der Werbegemeinschaften werden einbezogen.

3. Soziale Medien

Facebookseite „Köln – unsere Stadt“

Die Köln-Seite verzeichnet weiterhin fast 600.000 Fans. Die Reichweite der Beiträge ist von 10 Millionen User im Oktober 2017 auf 2,8 Millionen im April 2018 gesunken. Der Rückgang ist vor allem auf eine Änderung des Algorithmus zurückzuführen. Facebook zeigt seitdem seinen Nutzern mehr Beiträge von Freunden und Bekannten, statt von Unternehmen und Medien. Wie viele andere Seiten ist auch die Kölner Facebook-Seite sehr stark von dieser Veränderung betroffen.

Hinzu kommt, dass Facebook seit Februar 2018 die Reichweite von Beiträgen anders berechnet. Wurde bisher ein Beitrag schon als "gesehen" bewertet, wenn er nur auf dem Rechner oder Smartphone des Nutzers geladen war, muss der Beitrag nun tatsächlich "ins Sichtfeld" des Users kommen. Im Ergebnis führt auch das zu einem nominalen Rückgang bei der Reichweite.

Twitter

Bei Twitter konnte die Zahl der Follower im Zeitraum von November 2017 bis April 2018 von 132.000 auf fast 138.000 gesteigert werden.

Instagram

Weiteres Wachstum konnte auch auf Instagram verzeichnet werden: Von November 2017 bis April 2018 wurde die Zahl der Follower von 20.000 auf fast 24.000 gesteigert.

4. Technik

Die Migration der koeln.de Systeme in eine neue Infrastruktur ist nahezu abgeschlossen. Der Umzug des letzten Servers ist für Mai 2018 terminiert. Dadurch kann dann noch schneller auf Lastspitzen reagiert und Sicherheitsupdates eingespielt werden.

Die Werbung auf Koeln.de richtet sich nach dem internationalen „Better Ads“ Standard. Dort sind derzeit insgesamt 12 Formate bzw. ungewollte Eigenschaften von Online-Werbung beschrieben. Solche Formate werden auf koeln.de nicht ausgespielt.

Die 'Coalition for Better Ads' ist eine internationale Initiative, ein Zusammenschluss von führenden Wirtschaftsverbänden und Unternehmen, wie beispielsweise Procter & Gamble und Unilever, aber auch von großen Werbenetzwerken wie Facebook und Microsoft, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Akzeptanz der Online-Werbung bei Internet-Usern zu steigern.

Gez. Dr. Keller