



Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

| Gremium | am | TOP |
|----------------------|------------|-----|
| Wirtschaftsausschuss | 24.02.2011 | |

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung

Stellungnahme zu einem Antrag nach § 3 der Geschäftsordnung

Marketingaktivitäten der Marktverwaltung für die Kölner Wochenmärkte

Der Wirtschaftsausschuss wurde in der Sitzung am 29.04.2010 über die Notwendigkeit, Finanzierung und Beschluss der Marketingmaßnahmen für die Kölner Wochenmärkte unterrichtet. Über die seitdem erfolgten Marketingmaßnahmen wird dem Ausschuss nachstehend berichtet.

1. Wochenmarkt-Flyer "Frische für Köln"

Zum ersten Mal hat die Verwaltung einen Kölner Wochenmarkt-Flyer entworfen und erstellt, der dem Wirtschaftsausschuss in der Anlage zur Kenntnis gegeben wird.

Mit diesem Flyer können sich alle Interessierten Informationen über den Standort der Wochenmärkte, der Veranstaltungstage und -uhrzeiten sowie der Bus- und Bahnanbindungen verschaffen.

Der Flyer wurde erstmalig auf dem Firmenlauf Köln verteilt. Er liegt im Bürgerbüro und im Köln-Shop des KölnTourismus aus. Weitere Verteilungen und Auslagen sind geplant.

2. Bringservice auf dem Wochenmarkt in Köln-Sülz, Hermeskeiler Platz und in Köln-Niehl, Waldfriedstraße

Der Bringservice in Sülz wurde nach der Testphase von 12 Wochen wieder eingestellt. Trotz Ankündigung dieses Dienstes über Flyer, die in den umliegenden Haushalten verteilt wurden und Werbung auf dem Wochenmarkt selbst durch die Händler, nutzten diesen Dienst pro Wochenmarktveranstaltung nur etwa 4 Kunden, in der Ferienzeit zum Teil sogar nur 2 Kunden.

Die Einführung des gleichen Services auf dem Wochenmarkt in Niehl ab dem 22.07.2010 verlief dagegen so erfolgreich (durchschnittlich 12 Kunden, Tendenz steigend), dass eine Verlängerung des Dienstes bis auf weiteres erfolgte.

In Zusammenarbeit mit den Markthändlern werden die auf dem Markt gekauften Waren für die Kunden unentgeltlich an diese ausgeliefert. Die Auslieferung erfolgt in der Zeit von 12.30 bis 14.30 Uhr durch die Kölner Gesellschaft für Arbeits- und Berufsförderung mbH (KGAB). Dieser Bringservice soll zur Verbesserung des Kundendienstes beitragen und insbesondere auch älteren und gehbehinderten Bürgern den Einkauf auf dem Markt erleichtern.

3. Plakatkampagne

Die Marktverwaltung präsentierte sich im Frühjahr des letzten Jahres zum ersten Mal über die Stadtinformationsanlagen Köln. Die Informationskampagne fand über City- und Megaposter statt und warb für die Kölner Wochenmärkte.

Aufgrund kurzfristig freigewordener Kapazitäten konnten weitere Schaltungen der gleichen Kampagne ermöglicht werden:

Cityposter (230 Stück), Zeitraum 19.10. – 25.10.2010

Megaposter (80 Stück), Zeitraum 21.09. – 04.10.2010.

4. Wochenmarkt-Beschilderung

Im Frühjahr des letzten Jahres wurde die Beschilderung aller Wochenmarktplätze eingeleitet. Insgesamt wurden 74 Schilder beschafft, wobei jeder Wochenmarktplatz mit ein bis vier Schildern versehen wird (je nach Größe des Platzes). Die Schilder sind 45 x 60 cm groß und weisen auf das Stattfinden einer Wochenmarktveranstaltung hin. Sie beinhalten die Bezeichnung des Wochenmarktplatzes, den Wochenmarkttag und die Öffnungszeit. Neben dem Stadt Köln Logo ist auch das überregionale Wochenmarktlogo aufgedruckt.

5. Schaltung von Werbespots bei Radio Köln

In 2010 wurden erstmalig auch Werbespots für die Kölner Wochenmärkte bei Radio Köln geschaltet. Der Spot (Hauptspot 14 Sekunden, Reminder 11 Sekunden) lief in dem Zeitraum vom 13.12. bis 23.12.2010, jeweils 4mal täglich. Hierin wurden die Stadtteile aufgezählt in denen Wochenmarktveranstaltungen stattfinden (... 37 mal vor Ihrer Haustür!...) und auf die Frische, Vielfältigkeit und Persönlichkeit hingewiesen. Eine weitere Ausstrahlung von gleichen Spots ist für die Zeit vor Ostern, vom 04.04. – 21.04.2011 vorgesehen.

6. Grafische Gestaltung eines Straßenbahnzuges

Die in 2010 eingeleitete Gestaltung einer Niederflurstraßenbahn der Kölner Verkehrsbetriebe wurde in der 5. KW fertig gestellt und fährt seitdem vorrangig auf den Linien 1 und 9. Ersatzweise wird sie auch in den Linien 7, 12 und 15 eingesetzt. Der Vertrag mit der Kölner Außenwerbung über einen Full-Service wurde für drei Jahre abgeschlossen. Die Straßenbahn wirbt für 38 mal Frische und Vielfalt für Köln, ist in einem frischen grün gestaltet und zeigt das vielfältige Sortiment der Wochenmärkte.

7. Wirksamkeit der Werbemaßnahmen

Zu Beginn der 2. Jahreshälfte 2010 wurde seitens der Marktverwaltung eine Fragebogenaktion bei den Wochenmarkthändlerinnen und –händlern durchgeführt.

Ziel dieser Aktion war und ist es, erste Rückschlüsse auf die bis dato durchgeführten Werbemaßnahmen zu erlangen.

Insgesamt wurden über 350 Fragebögen verteilt, von denen 78 Fragebögen ausgefüllt zurückgesandt wurden. Danach wurden seitens der Händlerinnen und Händler folgende Aussagen (Mehrfachnennungen waren möglich) getroffen:

| | |
|---|----|
| ▪ erste Auswirkungen sind auf den Wochenmärkten erkennbar | 25 |
| ▪ positive Rückmeldungen durch Kunden | 24 |
| ▪ mehr Wochenmarktbesucher | 11 |
| ▪ Verbesserung des Images | 18 |
| ▪ neue Kunden gewonnen | 17 |
| ▪ mehr Umsatz verspürbar | 7 |
| ▪ bisher keine Auswirkungen erkennbar | 32 |

Wochenmarkthändlerinnen und –händler die angaben, bisher keine Auswirkungen festgestellt zu haben, betreiben ihr Geschäft auf Wochenmarktstandorten, die von der ersten "Anlaufwelle" der Werbeaktionen (z. B. Verteilung von Wochenmarkttaschen) noch nicht profitieren konnten.

Sobald auch dort die eingeleiteten Aktionen durchgeführt werden, ist davon auszugehen, dass das Ergebnis noch positiver ausfallen wird.

gez. Berg