



Dezernat, Dienststelle
OB/13

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Hauptausschuss	27.02.2023
Digitalisierungsausschuss	06.03.2023
Ausschuss Allgemeine Verwaltung und Rechtsfragen / Vergabe / Internationales	13.03.2023

Jahresreporting der digitalen Kanäle für die externe Kommunikation

Der Jahresbericht zur digitalen Kommunikation 2022 des Amtes für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gibt einen Überblick über die Zugriffszahlen und Reichweiten der digitalen Kanäle für die externe Kommunikation der Verwaltung. Er umfasst die Website stadt-koeln.de sowie die Social Media Kanäle Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn sowie Mastodon und Youtube.

Aus kommunikativer Sicht wurde das Jahr 2022 geprägt vom Auslaufen der Corona-Pandemie und dem Angriffskrieg auf die Ukraine und die damit verbundenen Fluchtbewegungen sowie großer Hilfsbereitschaft und Anteilnahme der Kölner*innen. Auch darauf zurückführend konnten die Social Media –Kanäle der Verwaltung 2022 rund 37 Mio. Zugriffe verzeichnen und die Zugriffe im Vergleich zum Jahr 2021 noch einmal gesteigert werden. Erfreulich ist auch die Feststellung, dass die Nutzer*innen, die in der Corona-Pandemie zum starken Wachstum der Verwaltungskanäle beigetragen haben, geblieben sind. Die Nutzer*innen begreifen die Verwaltungskanäle als relevante und authentische Quelle – die Kanäle konnten somit etabliert werden.

Interessant ist: Auch wenn 2022 fast ein Drittel weniger Fragen und Kommentare unter den Posts festgestellt wurden, so konnten die Reichweiten in Summe trotzdem gesteigert und sogar neue Follower gewonnen werden. Der Rückgang in den Kommentaren und Nachrichten ist auch im Auslaufen der Corona-Pandemie begründet, die in den Vorjahren die Interaktionen fast exponentiell ansteigen ließen. Die Kanäle, mit denen die meisten Menschen erreicht werden sind Instagram und Facebook. Twitter, Mastodon und LinkedIn spielen im Vergleich der quantitativen Reichweiten eine bisher untergeordnete Rolle. Youtube wird für Livestreams genutzt und ergänzend zum Social Media Angebot. Dort findet aber keine eigenständige Kommunikation statt.

2022 wurde die Website stadt.koeln rund 38 Mio. Mal aufgerufen. Das entspricht einem Rückgang der Seitenaufrufe um 54 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, was vor allem im enormen Informationsbedürfnis zu Corona-Themen im Jahr 2021 begründet liegt. Während 2021 noch 20 Mio. Zugriffe auf Corona-Inhalte zurückzuführen sind, waren es 2022 nur noch etwa 4,5 Mio. Im Vergleich zu 2019, vor der Corona-Pandemie, sind die Gesamt-Zugriffszahlen aber um 27 Prozent gestiegen, was die nachhaltige Etablierung als vertrauenswürdige Informations- und Service-Quelle verdeutlicht. Wie in den Vorjahren stammen über 60 Prozent der Zugriffe von mobilen Endgeräten. Ebenfalls stabil halten sich die Zugriffe über Google-Suchanfragen bei 30 Prozent.

Die städtischen Dienstleistungen, wie das Meldewesen, bleiben mit 14,8 Mio. Zugriffen der nachgefragteste Inhalt, wobei die Zugriffe auf die Online-Terminvereinbarung und Kontaktdaten um rund 30 Prozent sinken. Diese Entwicklung ist auf die Öffnung der Kundenzentren für Besuche ohne Termin zurückzuführen. Auch der Krieg in der Ukraine zeigt sich in den Aufrufzahlen: Rund 370.000 Aufrufe summieren sich auf Seiten für Geflüchtete und deren Helfer*innen. Die Stärke der Arbeitgeberinnen-Marke zeigt sich in 2,4 Mio. Zugriffen auf den Bereich „Ausbildung und Karriere“, was etwa dem Vorjahresniveau entspricht.

gez. Reker