



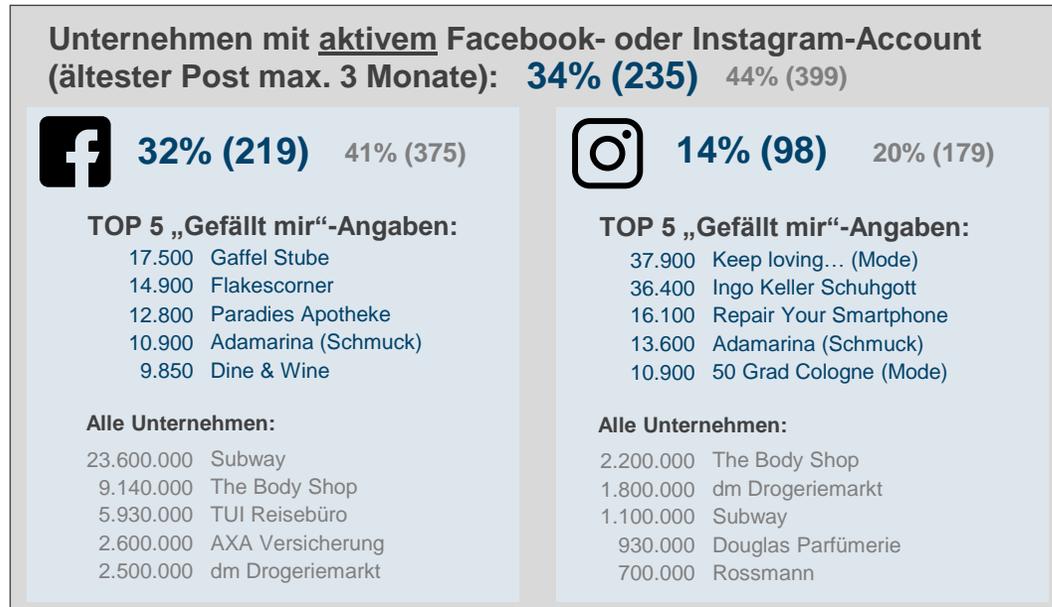
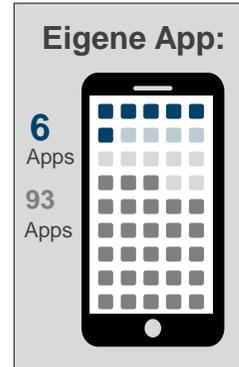
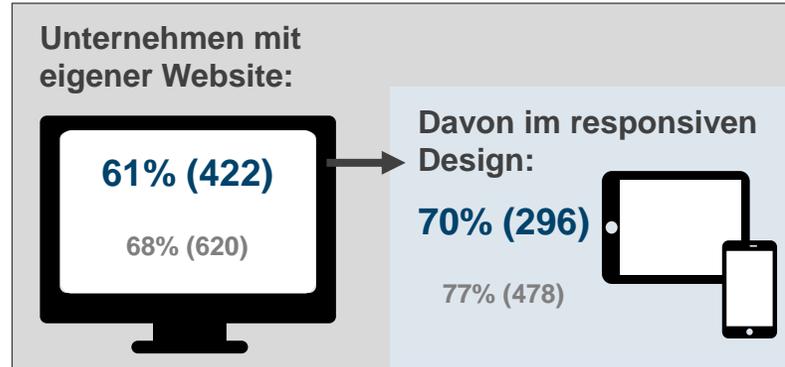
# Digitale Sichtbarkeit Kölner Veedel – Südstadt, Lindenthal, Rodenkirchen

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer im Januar 2020 durchgeführten Vor-Ort- und Onlineerhebung in den Kölner Stadtvierteln **Südstadt, Lindenthal und Rodenkirchen**. Basierend auf den Adresslisten von IHK Köln und Interessengemeinschaften, sowie eigenen Recherchen, wurden alle Unternehmen aus den Bereichen **Handel, Dienstleistungen, Gastronomie/Hotellerie** und Unternehmen, die primär dem **Handwerk** zugerechnet werden können, mit einer Erdgeschossnutzung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (ZVB) berücksichtigt. Arztpraxen und Rechtsanwaltskanzleien wurden außen vor gelassen. Filialbetriebe sind nur jeweils einmal in die Bewertung eingeflossen.

Erhoben wurden die Aktivitäten der Unternehmen in den sozialen Netzwerken **Facebook und Instagram**. Zusätzlich wurden sonstige Aktivitäten im Internet – **(mobile) Homepage, Onlineshop, Google MyBusiness, Mobile App** – erfasst.

Durch die Erhebung und Recherche wurden **Datensätze von 906 Unternehmen** aus drei Stadtvierteln zusammengetragen.

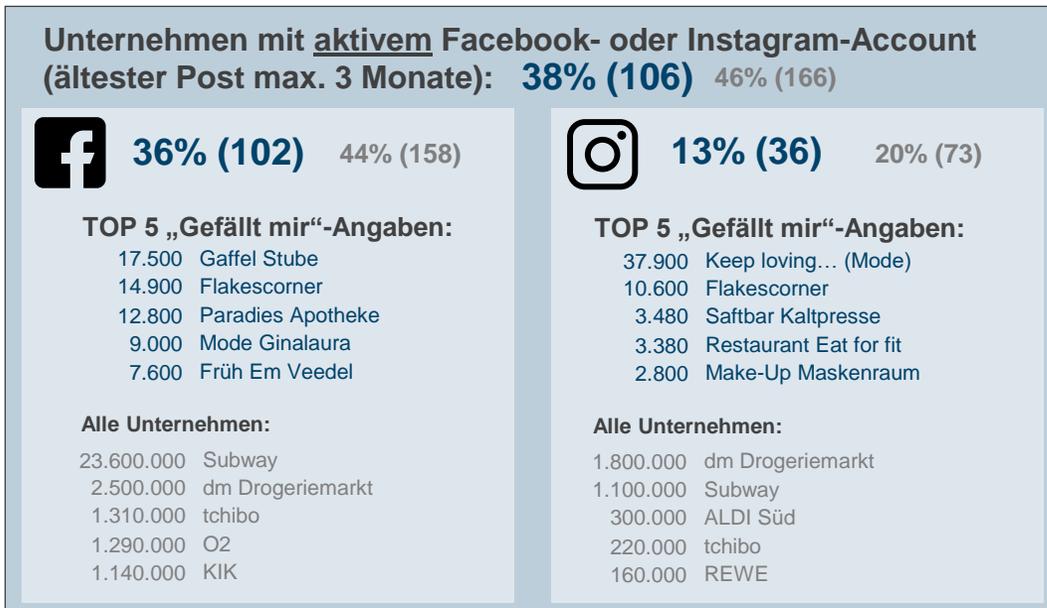
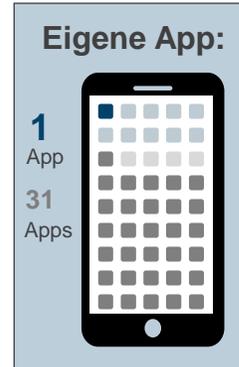
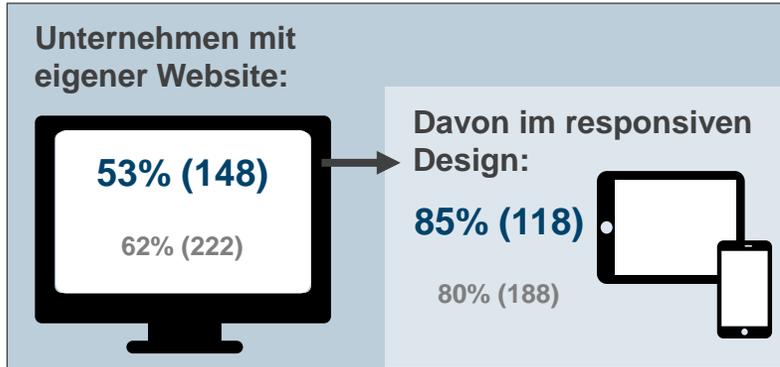
Insgesamt wurden **906 Betriebe** in den zentralen Bereichen der Südstadt, Lindenthal und Rodenkirchen erfasst. Davon sind **690 nicht bundesweit, sondern regional in Köln aktiv**. Diese 690 stehen in diesem Bericht im Vordergrund.



**Digitale Präsenz nach Stadtvierteln:**

	Gesamt	Südstadt	Lindenthal	Rodenkirchen
<b>Anzahl Unternehmen</b>	690   906	278   359	208   278	204   269
<b>Website-Quote</b>	61% (422) 68% (620)	53% (148) 62% (222)	63% (130) 70% (195)	71% (144) 75% (203)
<b>Davon responsiv</b>	70% (296) 77% (478)	80% (118) 85% (188)	62% (80) 72% (140)	68% (98) 74% (150)
<b>Google MyBusiness-Eintrag</b>	84% (579) 86% (780)	69% (191) 73% (263)	96% (199) 96% (268)	93% (189) 93% (249)
<b>Facebook-Account</b>	42% (289) 46% (417)	41% (115) 49% (176)	43% (89) 46% (129)	42% (85) 42% (112)
<b>Instagram-Account</b>	16% (113) 24% (213)	14% (38) 21% (75)	25% (51) 35% (97)	12% (24) 15% (41)
<b>Online-Shop</b>	8% (55) 17% (153)	7% (19) 18% (64)	9% (18) 14% (38)	9% (18) 19% (51)
<b>Bewertung gesamt</b>	★★★★☆	★★★☆☆	★★★★☆	★★★★☆
<b>Gesamteindruck</b>	Website-Quote muss gesteigert werden und auch bei Social Media ist noch Luft nach oben.	Zwar schlechte Website-Quote, jedoch sehr häufig mobil optimiert. Zudem Nachholbedarf bei Google MyBusiness	Nahezu komplett bei Google MyBusiness und gut im Social Media Bereich, aber Websites noch ausbaufähig	Sehr gute Website- und Google MyBusiness-Abdeckung. Instagram passend zur Zielgruppe unterdurchschnittlich

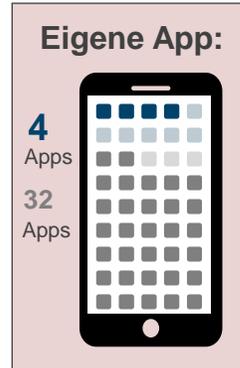
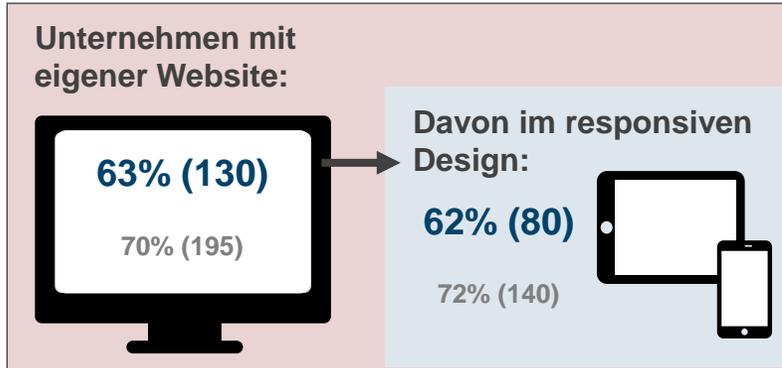
Insgesamt wurden **359 Betriebe** im zentralen Versorgungsbereich der Südstadt erfasst.  
Davon sind **280 nicht bundesweit, sondern regional in Köln aktiv.**



**Digitale Präsenz nach Branchen:**

	Einzelhandel	Gastrogewerbe	Dienstleister	Handwerk
<b>Anzahl Unternehmen</b>	101   132	87   100	43   62	46   65
<b>Davon responsiv</b>	46% (46) 56% (74)	63% (55) 68% (68)	44% (19) 60% (37)	54% (25) 63% (41)
<b>Davon gepflegt</b>	62% (63) 68% (90)	84% (73) 85% (85)	49% (21) 65% (40)	67% (31) 74% (48)
<b>Account</b>	34% (34) 45% (59)	64% (56) 67% (67)	28% (12) 44% (27)	24% (11) 34% (22)
<b>Account</b>	14% (14) 23% (30)	16% (14) 18% (18)	14% (6) 29% (18)	7% (3) 15% (10)
<b>Online-Shop</b>	8% (8) 21% (28)	7% (6) 12% (12)	2% (1) 26% (16)	4% (2) 12% (8)
<b>Bewertung gesamt</b>	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
<b>Gesamteindruck</b>	Mobile Optimierung und Facebook recht gut. Potenziale bei eigenen Websites und Google MyBusiness.	Überdurchschnittlich z. B. bei Google MyBusiness und Facebook. Eigene Websites sind dennoch ausbaufähig.	Zu wenig Websites, jedoch fast komplett responsiv. MyBusiness und Social Media sollte stärker genutzt werden.	Google MyBusiness Nutzung durchschnittlich. Nachholbedarf bei Websites und auf Social Media Kanälen.

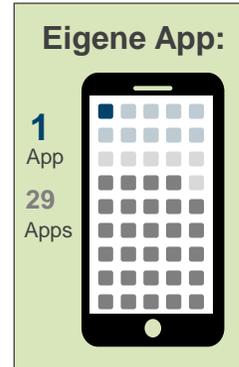
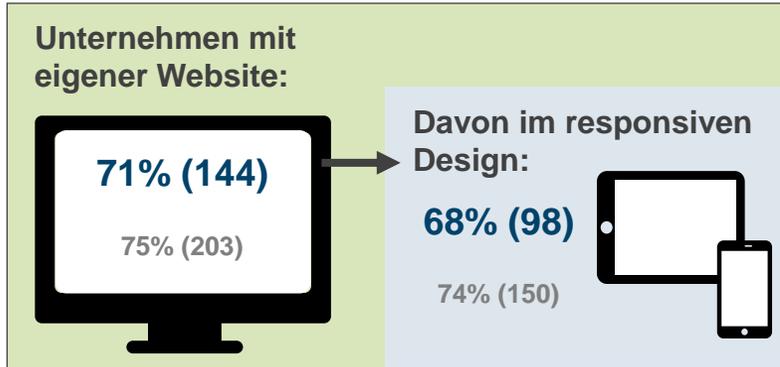
**Insgesamt wurden 278 Betriebe im zentralen Versorgungsbereich von Lindenthal erfasst. Davon sind 208 nicht bundesweit, sondern regional in Köln aktiv.**



**Digitale Präsenz nach Branchen:**

	Einzelhandel	Gastrogewerbe	Dienstleister	Handwerk
<b>Anzahl Unternehmen</b>	97   132	59   64	24   41	28   41
	47% (46) 58% (77)	69% (41) 72% (46)	92% (22) 95% (39)	75% (21) 80% (33)
Davon responsiv	74% (34) 83% (64)	49% (20) 54% (25)	50% (11) 67% (26)	71% (15) 76% (25)
	94% (91) 95% (126)	98% (58) 98% (63)	96% (23) 95% (39)	96% (27) 98% (40)
Account	33% (32) 40% (53)	61% (36) 61% (39)	38% (9) 46% (19)	43% (12) 44% (18)
Account	19% (18) 32% (42)	32% (19) 36% (23)	25% (6) 49% (20)	29% (8) 29% (12)
	11% (11) 19% (25)	3% (2) 5% (3)	8% (2) 12% (5)	11% (3) 12% (5)
<b>Bewertung gesamt</b>	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
<b>Gesamteindruck</b>	Einige lokale EH mit Onlineshop. Nachholbedarf bei eigenen Websites und Social Media.	Google MyBusiness fast bei 100%. Vorreiter bei Instagram. Mobile Optimierung muss ausgebaut werden.	Sehr gute Quoten bei Website und MyBusiness. Mobile Optimierung und Social Media haben Potenzial.	Eigene Websites mit guter Mobile-Quote. Auch Facebook und Instagram werden schon relativ häufig genutzt.

**Insgesamt wurden 269 Betriebe im zentralen Versorgungsbereich von Rodenkirchen erfasst. Davon sind 204 nicht bundesweit, sondern regional in Köln aktiv.**



**Digitale Präsenz nach Branchen:**

	Einzelhandel	Gastrogewerbe	Dienstleister	Handwerk
<b>Anzahl Unternehmen</b>	66   95	44   47	56   92	24   35
	<b>59% (39)</b> 72% (68)	<b>80% (35)</b> 81% (38)	<b>73% (41)</b> 77% (71)	<b>67% (16)</b> 74% (26)
<b>Davon responsiv</b>	<b>59% (32)</b> 72% (49)	<b>77% (27)</b> 79% (30)	<b>73% (30)</b> 79% (56)	<b>63% (10)</b> 62% (16)
	<b>95% (63)</b> 97% (92)	<b>95% (42)</b> 96% (45)	<b>84% (47)</b> 82% (75)	<b>100% (24)</b> 100% (35)
<b>Account</b>	<b>35% (23)</b> 38% (36)	<b>66% (29)</b> 64% (30)	<b>41% (23)</b> 36% (33)	<b>42% (10)</b> 31% (11)
<b>Account</b>	<b>11% (7)</b> 18% (17)	<b>7% (3)</b> 6% (3)	<b>14% (8)</b> 15% (14)	<b>25% (6)</b> 17% (6)
	<b>15% (10)</b> 25% (24)	<b>7% (3)</b> 6% (3)	<b>5% (3)</b> 18% (17)	<b>8% (2)</b> 20% (7)
<b>Bewertung gesamt</b>	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
<b>Gesamteindruck</b>	(Mobile) Websites sind wenig vorhanden, doch vergleichsweise häufig mit Onlineshop. Potenzial bei Social Media.	Überdurchschnittliche Website- und Facebook-Quoten. Bei Instagram dagegen noch wenige Accounts.	Relativ gute Präsenz auf Social Media. Durchschnitt bei eigenen Websites. Potenziale bei Google MyBusiness.	Volle Google MyBusiness-Abdeckung und stark bei Instagram. Eigene Website jedoch noch aufbaufähig.

### **Im Durchschnitt aller lokal agierenden Unternehmen betreiben 61 Prozent eine eigene Website. Davon sind 70 Prozent mobil optimiert.**

- Den größten Nachholbedarf bei eigenen Websites hat die **Südstadt**. 53 Prozent der lokalen Unternehmen betreiben eine Website – jedoch sind dort 8 von 10 Websites mobil optimiert, was deutlich überdurchschnittlich ist. Betrachtet man die einzelnen Unternehmenskategorien sind die Dienstleister (95 Prozent) und Handwerker (88 Prozent) aus der Südstadt die Spitzenreiter in Sachen responsive Website.
- In den Unternehmen in **Lindenthal** finden sich sehr unterschiedliche Website-Verbreitungen. Während neun von zehn lokale Dienstleister eine eigene Website betreiben, sind es bei den lokalen Einzelhändlern weniger als die Hälfte (47 Prozent). Werden responsive Websites betrachtet, so dreht sich das Bild. Dreiviertel der Händler-Websites sind mobil optimiert, doch nur die Hälfte der Dienstleister-Websites.
- **Rodenkirchen** liegt bei der Verbreitung von eigenen Websites vorne (71 Prozent), was vor allem am Gastrogewerbe liegt (80 Prozent). Die mobile Optimierung der Rodenkirchener Websites liegt im Durchschnitt.

### Von allen lokalen Unternehmen betreiben nur 8 Prozent einen Onlineshop. Auch unter der Gesamtheit der lokalen und bundesweiten Unternehmen sind es nur 17 Prozent. Hierbei sticht weder ein Stadtteil noch eine Branche heraus.

- In der **Südstadt** liegen die lokalen Händler mit 8 Prozent vorne, sie müssen jedoch noch einige Onlineshops aufbauen, um mit dem Branchendurchschnitt von 21 Prozent mitzuhalten. Ganz schwach zeigen sich die Dienstleister: nur ein einziger von 43 lokalen Dienstleistern verkauft Ware online (2 Prozent) – im Gegensatz zu 26 Prozent aller betrachteten Dienstleister.
- In **Lindenthal** lassen elf lokale Einzelhändler (11 Prozent) Onlinebestellungen zu. Insgesamt betreiben 19 Prozent der Lindenthaler Einzelhändler Onlineshops. Nur jeweils zwei bis drei lokale Unternehmen aus den Kategorien Gastronomie, Dienstleistung und Handwerk haben einen Onlineshop.
- Die Verteilung der Onlineshops in **Rodenkirchen** ist ähnlich wie in Lindenthal. Bei zehn lokalen Einzelhändlern können Kunden online bestellen (15 Prozent). Die Einzelhändler machen generell den größten Anteil aus – von lokalen und bundesweit aktiven Unternehmen betreibt jeder Vierte einen Onlineshop. Die anderen Kategorien liegen im lokalen Bereich mit zwei bis drei Shops abgeschlagen.

**Im Durchschnitt der Stadtviertel haben 84 Prozent der lokalen Unternehmen einen Account bei Google MyBusiness, was auch im Bereich der Gesamtheit der Unternehmen liegt (86 Prozent). Dabei zieht die Südstadt den Schnitt deutlich nach unten – hat jedoch bei weitem die gepflegtesten Accounts (alle nötigen Informationen sind enthalten).**

- Google MyBusiness wird in der **Südstadt** zwar nur von gut zwei Dritteln der lokalen Unternehmen genutzt, nahezu alle Profile sind jedoch sehr gut gepflegt. Das ist ein deutlicher Unterschied zu den anderen beiden Stadtvierteln. Betrachtet man die einzelnen Kategorien, so zeigt sich der größte Nachholbedarf bei den lokalen Dienstleistern: nur die Hälfte nutzt Google MyBusiness. Das Gastrogewerbe ist dagegen mit 84 Prozent schon ganz gut auf Google Maps vertreten.
- In **Lindenthal** nutzen lokal – und auch bundesweit agierende – Unternehmen zu 96 Prozent Google MyBusiness. Die einzelnen Branchen liegen dabei fast gleichauf und bewegen sich zwischen 94 und 98 Prozent. Dennoch besteht Optimierungspotenzial: nur etwa zwei Drittel der lokalen Profile sind gut gepflegt.
- Die **Rodenkirchener** Unternehmen sind ebenfalls sehr gut auf Google MyBusiness vertreten (93 Prozent, lokal wie bundesweit). Auch sie könnten jedoch mehr Informationen hinterlegen, denn nur rund zwei Drittel der Profile sind gut gepflegt. Außerdem liegen die lokalen Dienstleister etwas zurück: Etwa 84 Prozent nutzen Google MyBusiness.

**Profile bei Facebook (lokal: 42 Prozent) oder Instagram (lokal: 16 Prozent) sind lokal schon fast so verbreitet wie in der Gesamtheit der Unternehmen. Die meisten werden auch aktiv gepflegt, das heißt der letzte Beitrag lag im Untersuchungszeitraum nicht länger als drei Monate zurück.**

- In der **Südstadt** betreiben 38 Prozent der lokalen Unternehmen einen aktiven Social Media Account. In den meisten Fällen handelt es sich um ein Profil bei Facebook. Unter den lokalen Top-5-Accounts der Südstadt befinden sich zwei kölsche Brauhäuser, ein Café (auch in den Instagram Top 5) und zwei Einzelhändler. Bei Instagram fungiert der Modeladen „Keep loving“ als lokaler Star, der mit 37.900 Likes die meisten Fans aller drei Stadtviertel hat – Inhaberin ist die Schauspielerin Elmira Rafizadeh. Alles in allem liegen die Gastronomen bei der Social Media Nutzung jedoch vorne (64 Prozent nutzen Facebook).
- **Lindenthaler** Unternehmen sind bereits gut bei Social Media vertreten. Etwa ein Drittel der lokalen Akteure betreibt einen aktiven Account, im gesamten Lindenthal sind es 44 Prozent. Instagram ist hier mit 21 Prozent schon weiter verbreitet als in den anderen Stadtvierteln. Der lokale Star ist eine Schuhmacherei: dem „Schuhgott“ Ingo Keller folgen 36.400 Fans auf Instagram. Danach folgen Repair Your Smartphone (16.100 Follower) und der Schmuck-Onlineshop Adamarina (13.600 Follower), der zudem auf Facebook die Top-5-Accounts anführt (10.900 Likes). Insgesamt sind auch in Lindenthal die lokalen Gastronomiebetriebe auf Social Media am besten vertreten (61 Prozent).
- Die Social Media Nutzung in **Rodenkirchen** liegt mit 29 Prozent der lokalen Unternehmen mit einem aktiven Social Media Kanal etwas zurück – vor allem Instagram wird mit 9 Prozent nur selten aktiv genutzt. Gemessen an der eher älteren Zielgruppe in Rodenkirchen ist Instagram allerdings auch nicht unbedingt der Kanal der Wahl. Auf Facebook jedoch sollten die lokalen Akteure weitere Potenziale nutzen: erst 27 Prozent der lokalen Unternehmen nutzen Facebook aktiv, im gesamten Rodenkirchen sind es 39 Prozent. Dementsprechend liegen auch die Zahlen der Likes hinter der Südstadt und Lindenthal zurück. Das Restaurant Palladio ist Spitzenreiter in Rodenkirchen und erreicht auf Facebook über 4.100 Fans. Außerdem ist die Tanzschule van Hasselt auf Social Media beliebt (Facebook: 3.600, Instagram: 900).

**Insgesamt bieten 93 Unternehmen eine mobile App an, davon sind allerdings nur 9 Apps von lokalen Unternehmen.**

- In der **Südstadt** gibt es nur eine App eines lokalen Akteurs, nämlich vom Modegeschäft „Keep loving“, das auch bei Instagram sehr aktiv und beliebt ist.
- Aus **Lindenthal** kommen sogar vier Apps – davon sind drei von Apotheken und eine von einer Pizzeria.
- Und eine App wird in **Rodenkirchen** vom Versicherungsmakler Horn angeboten.



**Anna Werth**

Projektmanagerin Customer Insights

+49 (0) 221 943607 - 44

a.werth@ifhkoeln.de



**Oliver Brimmers**

Teamleiter quantitative Marktforschung

+49 (0) 221 943607 - 35

o.brimmers@ifhkoeln.de

**IFH Köln GmbH**

Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

