



Instagram



Social Media Benchmark: KPIs von Tourismusorganisationen in der Schweiz und international

Mai 2015



Inhalt

- 1. Zusammenfassung**
- 2. Kontext**
- 3. Methodik**
- 4. Resultate**

1. Zusammenfassung: Ziele und Methode

Ziel der vorliegenden Analyse des Walliser Tourismus Observatoriums ist es, Social Media Key Performance Indikatoren (KPI) für Tourismusorganisationen in der Schweiz (und insbesondere im Wallis) zu bestimmen und diese mit der Konkurrenz im In- und Ausland zu vergleichen. Die Vergleichsbasis unserer Studie sind 280 Tourismusorganisationen (davon 160 aus der Schweiz resp. 47 aus dem Wallis). Der Fokus lag dabei auf den folgenden 5 Plattformen: Facebook, Twitter, Google+, Youtube und Instagram.

Während in der Schweiz alle relevanten TOs in Analyse integriert wurden, war der Fokus beim internationalen Sample auf den wichtigen, erfolgreichen Bergdestinationen. Bei den Vergleichen der Daten nach Ländern muss diesen Rahmenbedingungen Rechnung getragen werden.

1. Zusammenfassung: Methode

Mit Hilfe der Social Media Monitoring Plattform „Fanpage Karma“ wurden zahlreiche KPIs für die 5 untersuchten Plattformen erhoben. Im vorliegenden Bericht werden jedoch nur zwei Schlüsselvariablen ausgewertet:

- **Grösse der Community** (d.h. Anzahl Fans oder Followers, resp. Anzahl Video Views auf Youtube)
- **Engagement**, d.h. die Interaktionsrate mit der Community

1. Zusammenfassung: Grösse der Social Media Communities – internationaler Vergleich

Unsere Analysen zeigen, dass die Schweizer TOs im Vergleich mit den internationalen Bergresorts auf allen betrachteten Plattformen auf deutlich kleinere Communities zählen können. So liegt z.B. die 90-te Perzentile (-> *Erklärung zu Perzentilen in Kapitel Methodik*) bei Facebook für Schweizer TOs bei 34'600 Fans (Median ist bei 3'412) während sie in Österreich 79'400 Fans erreicht (Median bei 15'456).

Die folgende Auflistung der 75-te Perzentile zwischen nordamerikanischen und schweizerischen Destinationen zeigt den Rückstand der hiesigen TOs gegenüber der internationalen Konkurrenz.

	(USA/CAN)	(CH)
• Facebook	138'106	10'506
• Twitter	28'803	1'294
• YouTube	1'311'116	101'511
• Instagram	14'119	263
• Google+	1'462	87

1. Zusammenfassung: Grösse der Social Media Communities – regionaler Vergleich Schweiz

Innerhalb der Schweiz verfügen die städtischen Tourismusregionen (Basel, Genf, Zürich) durchschnittlich über die grössten Social Media Communities. Dies erklärt sich einerseits aus den im Vergleich zu anderen Organisationen grösseren Marketing Budget und auch aus den zentralisierten Strukturen (d.h. eine Tourismusorganisation ist für viele Leistungsträger und viele Logiernächte verantwortlich).

Vergleicht man die touristischen Bergregionen, liegen Graubünden und auch das Berner Oberland mehrheitlich vor dem Wallis. Die folgende Auflistung zeigt die Medianwerte:

	Wallis	Graubünden	Berner Oberland
• Facebook	2'937	5'508	2'433
• Twitter	308	940	909
• YouTube	11'792	63'360	19'280
• Instagram	115	1712	449
• Google+	8	46	9



1. Zusammenfassung: Engagement auf Social Media – internationaler Vergleich

Die höchsten Engagement Werte können auf Instagram beobachtet werden (maximaler Median Wert in Nordamerika mit 8.31%), was die Viralität von Foto-basierten Social Media klar unterstreicht. Die tiefsten Interaktionsraten mit der Community sind bei Twitter zu beobachten.

Die Schweizer Tourismusorganisationen scheinen aber im internationalen Vergleich klar im Hintertreffen zu sein, was die folgenden, ausgewählten Medianwerte zeigen:

	CH	F	USA/CAN
• Facebook	0.61%	0.99%	0.73%
• Twitter	0.09%	0.21%	0.16%
• Instagram	3.55%	6.71%	8.31%

1. Zusammenfassung: Engagement auf Social Media – regionaler Vergleich

Die höchsten Engagement Werte können auf Schweizer Ebene bei Facebook für das Tessin (1.32%) und die Waadt (0.84%) und bei Instagram für Luzern (10.79%), Basel (7.1%) und Fribourg (6.65%) beobachtet werden.

Im Vergleich der touristischen Bergregionen sind die Tourismusorganisationen aus dem Bündnerland in Bezug auf die Interaktionsrate mit der Community im Vergleich mit dem Wallis und dem Berner Oberland im Hintertreffen. Die Walliser TOs haben zwar kleinere Communities, scheinen aber bei Facebook eine engere und aktivere Beziehung zu den „Liker“ zu haben.

	VS	GR	Berner Oberland
Facebook	0.75%	0.47%	0.59%
Twitter	0.18%	0.09%	0.34%
Instagram	4.56%	2.7%	6.33%



1. Zusammenfassung: Implikationen des Social Media Benchmarks (I)

Experten und auch die Tourismusakteure wissen, dass Investitionen in online Marketing (inkl. Social Media) zentral sind und sein werden. Ein hochkarätiges Panel am World Travel & Tourism Council's Global Summit (*) in Madrid im April 2015 formulierte den Sachverhalt folgendermassen "Travel Brands That Don't Understand Social Media Will Perish". Gemäss einer aktuellen Google Studie (**) sind Social Media Plattformen in der Inspirationsphase der Reisenden die wichtigste Quelle (für 83%), wobei vor allem Foto- und Video-Plattformen hier eine hohe Priorität haben.

Obwohl Lücken im Einsatz von Social Media (und auch dem online Marketing generell) nicht nur in der Schweiz vorhanden sind, zeigen die Resultate sowohl des vorliegenden Benchmarking als auch der Umfrage zur Social Media Nutzung bei Schweizer TOs (***), dass zahlreiche Walliser TO im Vergleich zur Konkurrenz im Hintertreffen sind.

Quellen: * <http://skift.com/2015/04/16/wttc-panel-travel-brands-that-dont-understand-social-media-will-perish>, ** Google 2014: "The 2014 Traveler's Road to Decision", *** <http://www.tourobs.ch/de-de/analysen/analysen-des-observatoriums/e-tourismus-und-technologie.aspx?action=detail&id=8587>



1. Zusammenfassung: Implikationen des Social Media Benchmarks (II)

Im Schnitt setzen also Schweizer TOs weniger Mittel für Social Media Marketing ein als ihre Konkurrenz (mit Ausnahme einiger Top-Destinationen), was sich, wie die Benchmarkanalyse zeigt, natürlicherweise auch bei den Social Media KPIs negativ auswirkt.

Die Dynamik des Web hat sich in den letzten 3 Jahren durch technologische Entwicklungen entscheidend verändert. Stichworte sind hier u.a. Big Data, Data Driven Marketig, Personalisierung, Retargeting und Livestreaming-Apps wie Meerkat oder Periscope. Aber auch der Kunde hat sein Informations- und Buchungsverhalten verändert, vor allem die jüngere Generation und muss in Zukunft verstärkt online abgeholt und „gepflegt“ werden.



1. Zusammenfassung: Implikationen des Social Media Benchmarks (III)

Angesicht der rasenden Entwicklungen im Online-Marketing und dem sich verändernden Kundenverhalten müssen die TOs den digitalen Prozessen die nötige Priorität geben und die notwendige digitale Transformation strategisch angehen.

Es braucht also ein klare Digitalstrategie, die übers Marketing hinausgeht und durch den Aufbau von Wissen und die Bereitstellung von Budgets die Digitalisierung der gesamten Organisation ermöglicht.

2. Kontext

Mit der vorliegenden Analyse will des Walliser Tourismus Observatorium die Social Media Benchmarkstudien aus dem Jahr 2013, welche sich auf Facebook und Twitter begrenzt hatten, aktualisieren und ergänzen. In unserer neuen Studie wurde deshalb die Vergleichsbasis erweitert (280 Tourismusorganisationen, davon 160 aus der Schweiz resp. 47 aus dem Wallis) und auch der Fokus auf insgesamt 5 Plattformen gelegt: Facebook, Twitter, Google+, Youtube und Instagram.

Ziel der Analyse ist es, Key Performance Indikatoren (KPI) dieser Social Media Plattformen für Tourismusorganisationen in der Schweiz (und insbesondere im Wallis) zu bestimmen und diese mit der Konkurrenz im In- und Ausland zu vergleichen.



3. Methodik

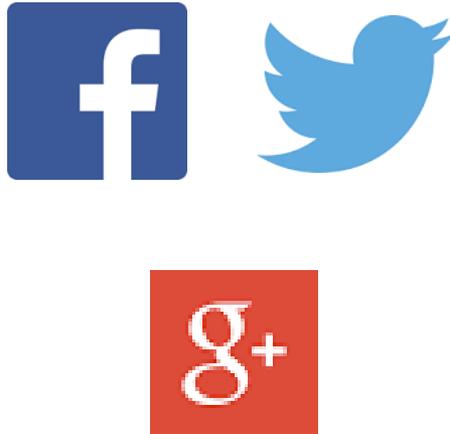
Mitte März 2015 wurde die Social Media Präsenz (siehe nächste Folie) von 280 Tourismusorganisationen (national und international) mit dem Tool **Fanpage Karma** (www.fanpagekarma.com) analysiert.

Fanpage Karma ist ein Online Tool zur Analyse und Monitoring von Social Media Auftritten. Fanpage Karma bietet Einblicke in die Posting-Strategie und -Performance verschiedener Social Media Kanäle und erhebt für jeden Kanal eine Reihe von Kennzahlen (circa 70 KPIs für die 5 betrachteten Plattformen Studie). In dieser Studie werden aber nur zwei Schlüsselvariablen ausgewertet:

- **Grösse der Community** (d.h. Anzahl Fans oder Followers, resp. Anzahl Video Views auf Youtube)
- **Engagement**, d.h. die Interaktionsrate mit den Fans. Die Definition von Fanpage Karma lautet: „Der Engagement Wert gibt an, wie oft ein Fan mit Beiträgen der Seite im Durchschnitt interagiert hat. Dazu wird zuerst eine tägliche Engagementrate errechnet. Diese ergibt sich aus der Summe aller Likes, Kommentare und Shares an einem Tag geteilt durch die Fananzahl dieses Tages. Betrachtet ihr nun einen längeren Zeitraum, wird aus den täglichen Engagementraten der Durchschnitt gezogen.“

3. Methodik: analysierte Kanäle

Social Networks



Video



Photos



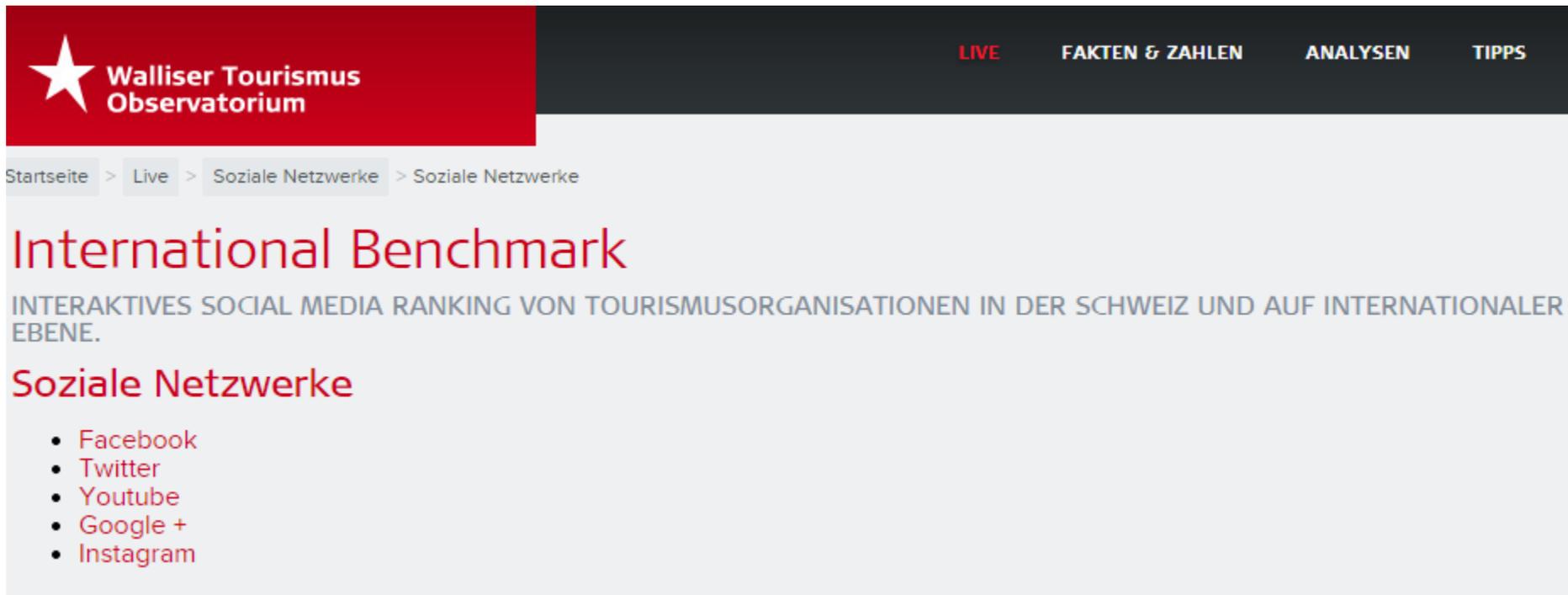
Die Dashboards mit dem Ranking und den Namen der Tourismusorganisationen (TOs) für die verschiedenen Plattformen befinden sich auf der Website des Observatoriums (www.tourobs.ch); siehe auch Beispiel auf folgender Folie.



3. Methodik: Beispiel Facebook Dashboard

Rank	Fan page	# Fans	Engagement
1	Valle Nevado Ski Resort	346k	0.2%
2	Jackson Hole Mountain Resort	256k	0.9%
3	Mammoth Mountain	245k	0.5%
4	Val Thorens	202k	0.4%
5	Whistler Blackcomb	199k	0.2%
6	Vail	175k	1.5%
7	Vallnord	173k	0.1%
8	Tirol – Herz der Alpen	169k	0.5%
9	Breckenridge Ski Resort	149k	0.7%
10	Heavenly Mountain	146k	0.2%
11	Squaw Valley Alpine Meadows	142k	0.5%
12	Saalbach Hinterglemm	138k	0.5%
13	Grandvalira	135k	0.3%
14	Südtirol bewegt - Alto Adige da vivere	135k	0.6%
15	Graubünden	128k	0.2%
16	Zürich Zurich	120k	0.8%
17	Kitzbühel - Tirol	119k	0.4%
18	Tremblant	115k	0.3%
19	Discover Lugano - Ticino, Switzerland	114k	0.3%
20	Savoie Mont Blanc	113k	0.8%

3. Social Media Dashboards mit Ranking der TOs auf Website des Observatoriums



The screenshot shows the website header with the logo and navigation menu. The main content area features a breadcrumb trail, a title, a subtitle, and a list of social media platforms.

Walliser Tourismus Observatorium

LIVE FAKTEN & ZAHLEN ANALYSEN TIPPS

Startseite > Live > Soziale Netzwerke > Soziale Netzwerke

International Benchmark

INTERAKTIVES SOCIAL MEDIA RANKING VON TOURISMUSORGANISATIONEN IN DER SCHWEIZ UND AUF INTERNATIONALER EBENE.

Soziale Netzwerke

- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Google +
- Instagram

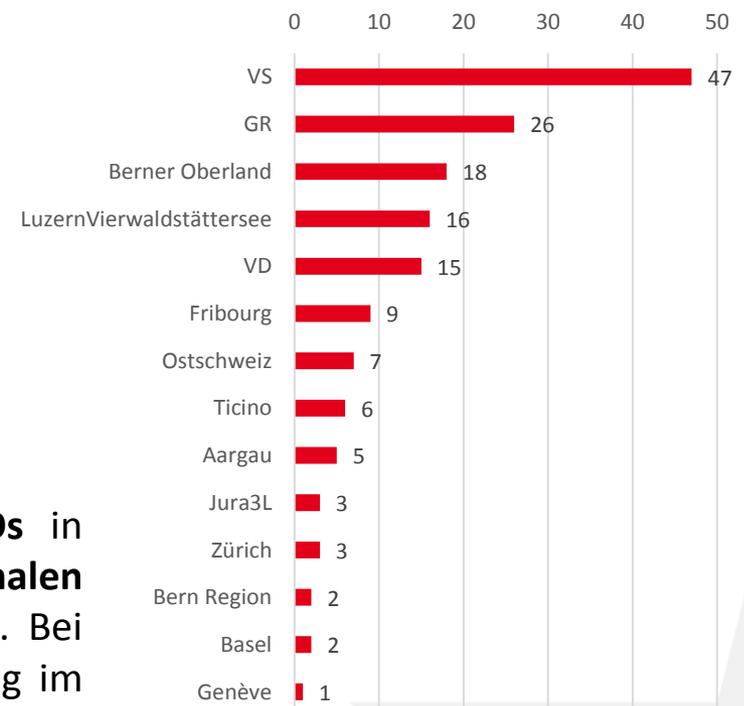
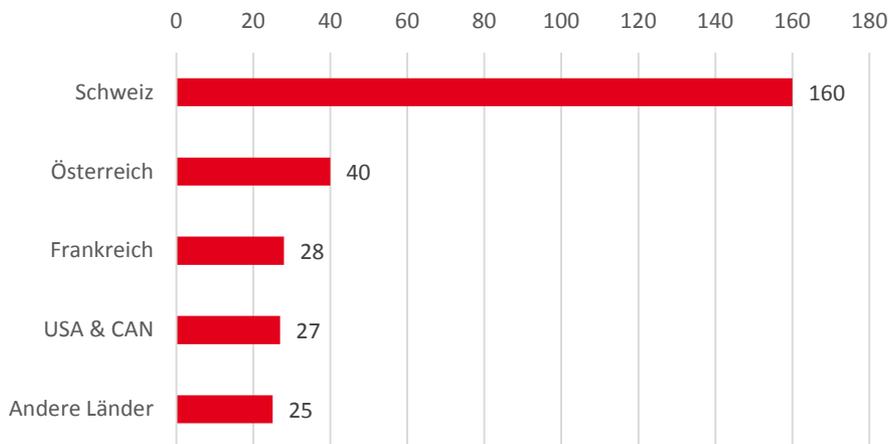
URL: <http://www.tourobs.ch/de-de/live-monitoring/soziale-netzwerke/soziale-netzwerke.aspx>



3. Methodik: verwendete statistische Begriffe in der Studie

- **Perzentile:** „Die x-te Perzentile gibt den Anteil der Werte an die unter diesem Wert liegen: Die 50-te Perzentile ist der Median; die 90-te Perzentile gibt an, dass 90% aller Werte unter diesem liegen.“
- **Quartile:** „Das erste Quartil entspricht dem 25-te Perzentil, das zweite Quartil entspricht dem Median, das dritte Quartil entspricht dem 75-te Perzentil.“
- „Der **Median** oder Zentralwert ist ein Mittelwert für Verteilungen in der Statistik. Allgemein teilt ein Median einen Datensatz, eine Stichprobe oder eine Verteilung so in zwei Hälften, dass die Werte in der einen Hälfte nicht größer als der Medianwert sind, und in der anderen nicht kleiner.“

3. Methodik: Stichprobe (total 280 TOs, Schweiz 160 TOs)



Bemerkung: Während in der **Schweiz alle relevanten TOs** in Analyse integriert wurden, war der Fokus **beim internationalen Sample** auf den wichtigen, **erfolgreichen Bergdestinationen**. Bei den Vergleichen nach Ländern muss diese Rahmenbedingung im Auge gehalten werden. **Ein direkter Vergleich der Durchschnittswerte der Länder ist deshalb verzerrt.**

Aus diesem Grund wird in den Tabellen auch die 75-te Perzentile angeben. Dies erlaubt es besser, die Performance der besten Organisationen zu vergleichen.

4. Facebook



The image shows a screenshot of the Facebook page for the Graubünden Région. The page header features the 'graubünden' logo in the top right corner. The main cover image depicts a scenic mountain landscape with a red train crossing a large concrete arch bridge over a valley. In the foreground, three ibex are visible on a rocky outcrop. On the left side of the cover image, there is a white square containing the Graubünden logo, which consists of two grey curved lines above a red curved line. Below the cover image, the text 'Graubünden Région' is displayed. To the right of the text are interaction buttons: 'J'aime', '+ S'abonner', 'Contacter', 'Hootlet', and a three-dot menu icon. Below the cover image, there is a navigation bar with tabs for 'Journal', 'À propos', 'Photos', 'Avis', and 'Plus'. On the left side of the page, there are three sections: the first shows a profile picture of Céline Debray and the text '128k personnes aiment ça Céline Debray et 8 autres amis'; the second shows a location pin icon and the text '723 personnes sont venues ici'; the third shows a person icon and the text 'Inviter des amis à aimer cette Page'. On the right side, there is a post creation area with buttons for 'Message sur le mur' and 'Photo / Vidéo', followed by the text 'Exprimez-vous' and a 'Publier' button.

graubünden

Graubünden
Région

J'aime S'abonner Contacter Hootlet

Journal À propos Photos Avis Plus

128k personnes aiment ça
Céline Debray et 8 autres amis

723 personnes sont venues ici

Inviter des amis à aimer cette Page

Message sur le mur Photo / Vidéo

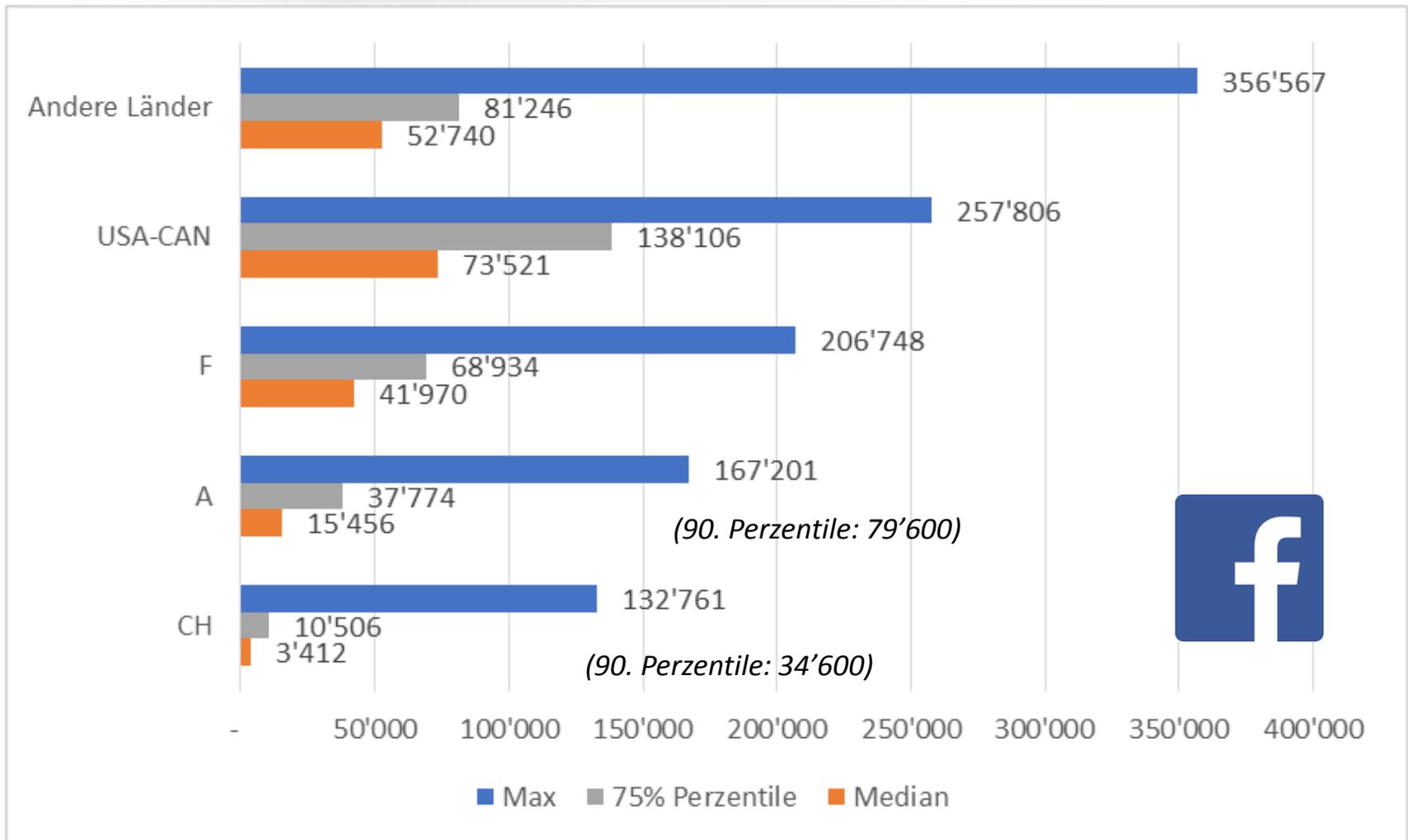
Exprimez-vous

Publier

4. Anzahl Facebook Fans: Top 40 TOs in Schweiz (Mitte März 2015)

1	Graubünden	132761	21	Corvatsch 3303	23768
2	Zürich Zurich	121927	22	Val d'Anniviers	21407
3	Discover Lugano - Ticino, Switzerland	115634	23	LAAX: SnowparkLaax	20300
4	St. Moritz - Top of the World	85790	24	St.Gallen-Bodensee	18332
5	Davos Klosters	81259	25	Engadin St. Moritz	18079
6	Valais Wallis	59264	26	FRIBOURG REGION	17177
7	Zermatt Matterhorn	56768	27	Arosa schneesicher.ch	17166
8	Basel	56682	28	Lenzerheide	17078
9	Wengen Switzerland	50982	29	Pontresina Tourismus	16181
10	Obermatten GR Gemeindeverwaltung	44678	30	Les Diablerets - Switzerland	13746
11	Région du Léman	44008	31	Thunersee	13417
12	MyLausanne	42444	32	Villars	13156
13	Geneva Tourism	40943	33	Ascona-Locarno Turismo	13111
14	Crans Montana	40825	34	Nendaz Switzerland	12658
15	I love Lucerne	38319	35	Vierwaldstättersee / Lake Lucerne	12398
16	LAAX	34810	36	Verbier	12084
17	Montreux Riviera - Pure Inspiration	33092	37	Jungfrau Region	11765
18	Ticino Turismo	28565	38	Thurgau Bodensee	10602
19	Interlaken, Switzerland	25703	39	Engelberg Titlis - official page	10475
20	MyMontreux.ch	24754	40	Ferienregion Heidiland	10306

4. Anzahl Facebook Fans der TOs nach Land



4. Schweiz: Anzahl Facebook Fans der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Genève	40'943	40'943	40'943	40'943	1
Basel	29'828	29'828	2'973	56'682	2
Ticino	31'963	13'111	1'124	115'634	5
Zürich	45'610	9'912	4'991	121'927	3
Bern Region	6'062	6'062	4'548	7'575	2
Graubünden	21'385	5'508	470	132'761	25
Ostschweiz	6'986	4'411	1'037	18'332	7
Jura & Drei Seen Land	2'950	2'950	444	5'456	2
Wallis	7'315	2'937	279	59'264	44
Berner Oberland	7'741	2'433	324	50'982	17
Waadt	12'143	2'122	154	44'008	15
Fribourg	4'049	1'543	536	17'177	8
Luzern Vierwaldstättersee	5'423	1'427	129	38'319	16
Aargau	1'537	987	210	3'654	5
					152



4. Facebook Engagement (in %) der TOs nach Land

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
F	1.08	0.99	0.13	3.09	25
USA & CAN	0.84	0.73	0.20	2.46	26
Andere Länder	0.91	0.72	0.06	2.83	25
A	0.84	0.68	0.02	2.20	39
CH	0.84	0.61	0.01	4.81	145

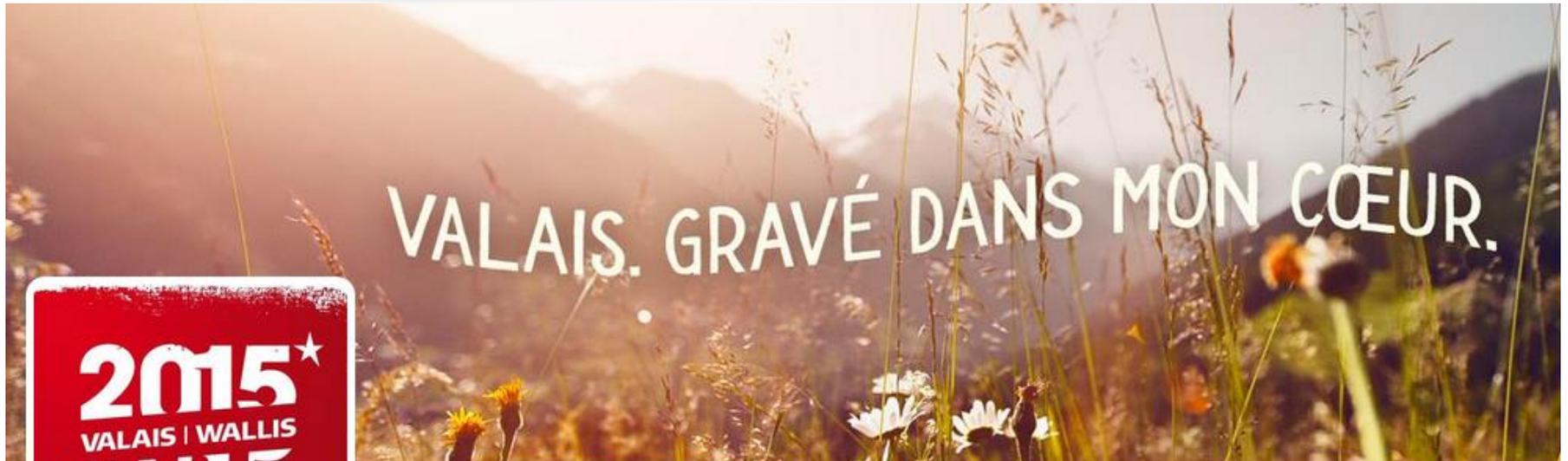


4. Schweiz: Facebook Engagement (in %) der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Ticino	1.3	1.32	0.37	2.17	5
Waadt	1.07	0.84	0.04	2.46	15
Basel	0.78	0.78	0.78	0.78	1
Wallis	1.07	0.75	0.02	4.11	42
LuzernVierwaldstättersee	0.78	0.63	0.13	2.06	15
Berner Oberland	0.98	0.59	0.24	4.81	16
Bern Region	0.57	0.57	0.25	0.9	2
Ostschweiz	0.62	0.57	0.03	1.63	7
Fribourg	0.68	0.55	0.31	1.38	8
Graubünden	0.51	0.47	0.02	1.39	23
Jura & Drei Seen Land	0.32	0.32	0.26	0.38	2
Genève	0.23	0.23	0.23	0.23	1
Aargau	0.22	0.12	0.03	0.7	5
Zürich	0.47	0.1	0.005	1.32	3



4. Twitter



VALAIS. GRAVÉ DANS MON CŒUR.

2015
VALAIS | WALLIS
+1815

TWEETS	ABONNEMENTS	ABONNÉS	FAVORIS	LISTES
2 071	6 546	9 085	318	9

Valais/Wallis
@valaiswallis vous suit

A touch of Valais, and you're captivated for life! #valais #wallis #valaiswallis Bicentenaire #Valais2015 #Wallis2015

🌐 valais.ch
🕒 Inscrit en août 2009

Tweets Tweets & réponses Photos & vidéos

 Valais/Wallis @valaiswallis · 5 h

In der ersten Woche seit der Eröffnung der #Expo2015Milano strömten 38'000 Besucher in den #SwissPavilion
youtu.be/IHA1nxDelAk

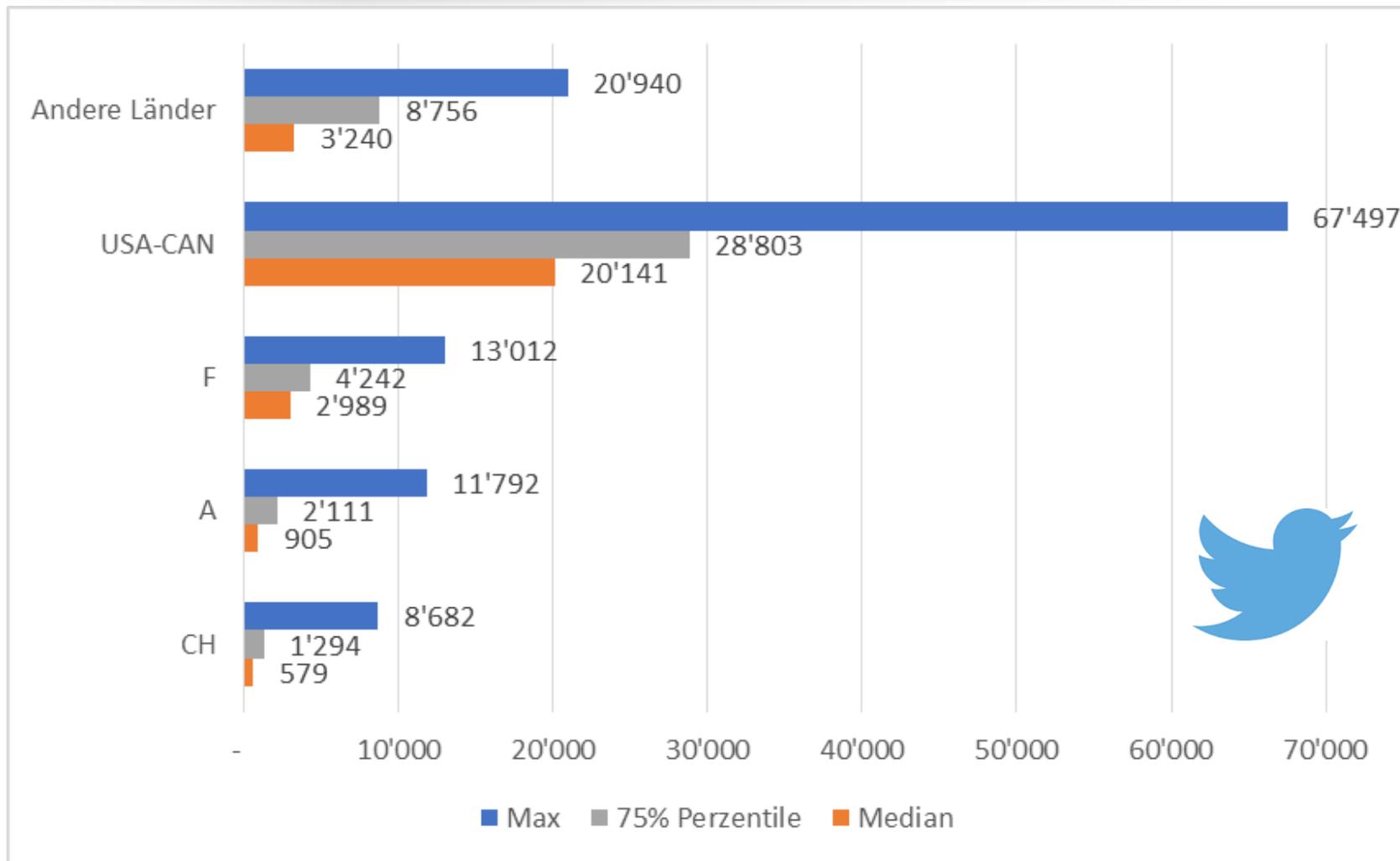
Suggestio
Ma
Tir
ste



4. Anzahl Twitter Followers: Top 40 TOs in Schweiz (Mitte März 2015)

1	Valais Wallis	8682	21	Montreux Riviera - Pure Inspiration	1777
2	Zermatt Matterhorn	7797	22	Grindelwald - Eiger 3970m	1732
3	Wengen Switzerland	5228	23	St. Moritz - Top of the World	1540
4	MyLausanne	4738	24	Verbier4Vallées	1531
5	Interlaken, Switzerland	4669	25	Nendaz Switzerland	1406
6	Ticino Turismo	4658	26	Lenzerheide	1310
7	Engadin St. Moritz	4548	27	LAAX: SnowparkLaax	1308
8	Graubünden	3918	28	Engelberg Titlis - official page	1304
9	Davos Klosters	3815	29	Offizielle Leukerbad Fanseite	1266
10	I love Lucerne	3619	30	La Gruyère Région	1254
11	Région du Léman	3557	31	Gstaad - come up, slow down.	1142
12	Geneva Tourism	3536	32	Freie Ferienrepublik Saas-Fee	1087
13	Leysin	3418	33	Chur Coira Coire Cuirá	1061
14	Crans Montana	3270	34	Ferienregion Heidiland	1055
15	Ascona-Locarno Turismo	3024	35	Aletsch Arena	1053
16	Basel	2951	36	Thurgau Bodensee	1002
17	Jungfrau Region	2904	37	Pontresina Tourismus	999
18	Domaine Skiable CMA	2485	38	Arosa schneesicher.ch	940
19	FRIBOURG REGION	2274	39	Olten Tourismus	895
20	Verbier	2019	40	LAAX	889

4. Anzahl Twitter Followers der TOs nach Land



4. Schweiz: Anzahl Twitter Followers der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Genève	3'536	3'536	3'536	3'536	1
Basel	2'951	2'951	2'951	2'951	1
Ticino	1'960	1'578	24	4'658	4
Graubünden	1'244	940	19	4'548	19
Berner Oberland	1'687	909	117	5'228	10
LuzernVierwaldstättersee	1'338	784	165	3'619	4
Waadt	1'369	703	61	4'738	13
Bern Region	677	677	664	690	2
Ostschweiz	621	638	201	1'002	6
Fribourg	806	485	44	2'274	6
Jura & Drei Seen Land	349	349	349	349	1
Wallis	989	308	1	8'682	38
Aargau	411	177	160	895	3
Zürich	175	175	121	228	2
					110



4. Twitter Engagement (in %) der TOs nach Land

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
F	0.33	0.21	0.01	1.49	25
USA & CAN	0.20	0.16	0.01	0.75	26
Andere Länder	0.14	0.10	0.01	0.43	19
CH	0.24	0.09	0.00	1.80	83
A	0.10	0.07	0.00	0.48	28



4. Schweiz: Twitter Engagement (in %) der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Zürich	1.80	1.80	1.80	1.80	1
Berner Oberland	0.51	0.34	0.02	1.49	8
Jura & Drei Seen Land	0.19	0.19	0.19	0.19	1
Basel	0.18	0.18	0.18	0.18	1
Wallis	0.28	0.18	0.01	1.14	27
Genève	0.17	0.17	0.17	0.17	1
Ticino	0.16	0.16	0.04	0.27	2
Waadt	0.25	0.12	0.04	0.50	9
Graubünden	0.11	0.09	0.01	0.46	16
Luzern Vierwaldstättersee	0.26	0.07	0.01	0.89	4
Fribourg	0.06	0.06	0.01	0.09	5
Bern Region	0.05	0.05	0.03	0.06	2
Ostschweiz	0.03	0.02	0.00	0.07	6
Aargau					-



4. Anzahl Youtube Video Views: Top 40 TOs in Schweiz (Mitte März 2015)

1	Graubünden	6'953'327	21	Région du Léman	174'639
2	LAAX	1'292'763	22	Engelberg Titlis - official page	161'174
3	Valais Wallis	1'112'624	23	Interlaken, Switzerland	155'377
4	Lenzerheide	497'099	24	Ferienregion Savognin Bivio Albula	151'083
5	Zürich Zurich	493'546	25	Savognin	151'083
6	Ticino Turismo	481'518	26	Hoch-Ybrig	130'217
7	Engadin Scuol Samnaun	476'407	27	Arosa schneesicher.ch	124'084
8	Scuol	476'407	28	Flumserberg Switzerland	108'260
9	Sierre Annivier Marketing	476'407	29	MyLausanne	106'695
10	Val d'Anniviers	414'110	30	Basel	104'792
11	Montreux Riviera - Pure Inspiration	402'068	31	Discover Lugano - Ticino, Switzerland	101'511
12	Zermatt Matterhorn	387'043	32	Lugano Turismo	101'511
13	Engadin St. Moritz	372'167	33	Freie Ferienrepublik Saas-Fee	96'572
14	I love Lucerne	348'596	34	Nendaz Switzerland	88'602
15	Verbier	329'150	35	Bellwald	66'827
16	Davos Klosters	269'504	36	Gstaad - come up, slow down.	64'696
17	FRIBOURG REGION	258'941	37	Emmental	63'522
18	Thyon Skiresort	208'247	38	Chur Coira Coire Cuir	63'360
19	Geneva Tourism	183'012	39	Wengen Switzerland	58'182
20	Offizielle Leukerbad Fanseite	180'957	40	Aletsch Arena	54'120

4. Youtube



Graubünden

Home Videos Playlists Channels Discussion About

Graubünden Steinbock-Spots

Alle kultigen Steinbock-Spots aus Graubünden.



**NEU Steinbock Spot
„Mungg“ mit Gian und...**
by Graubünden
159,111 views • 11 months ago



Steinbock-Spot: „Luag“
by Graubünden
313,381 views • 2 years ago

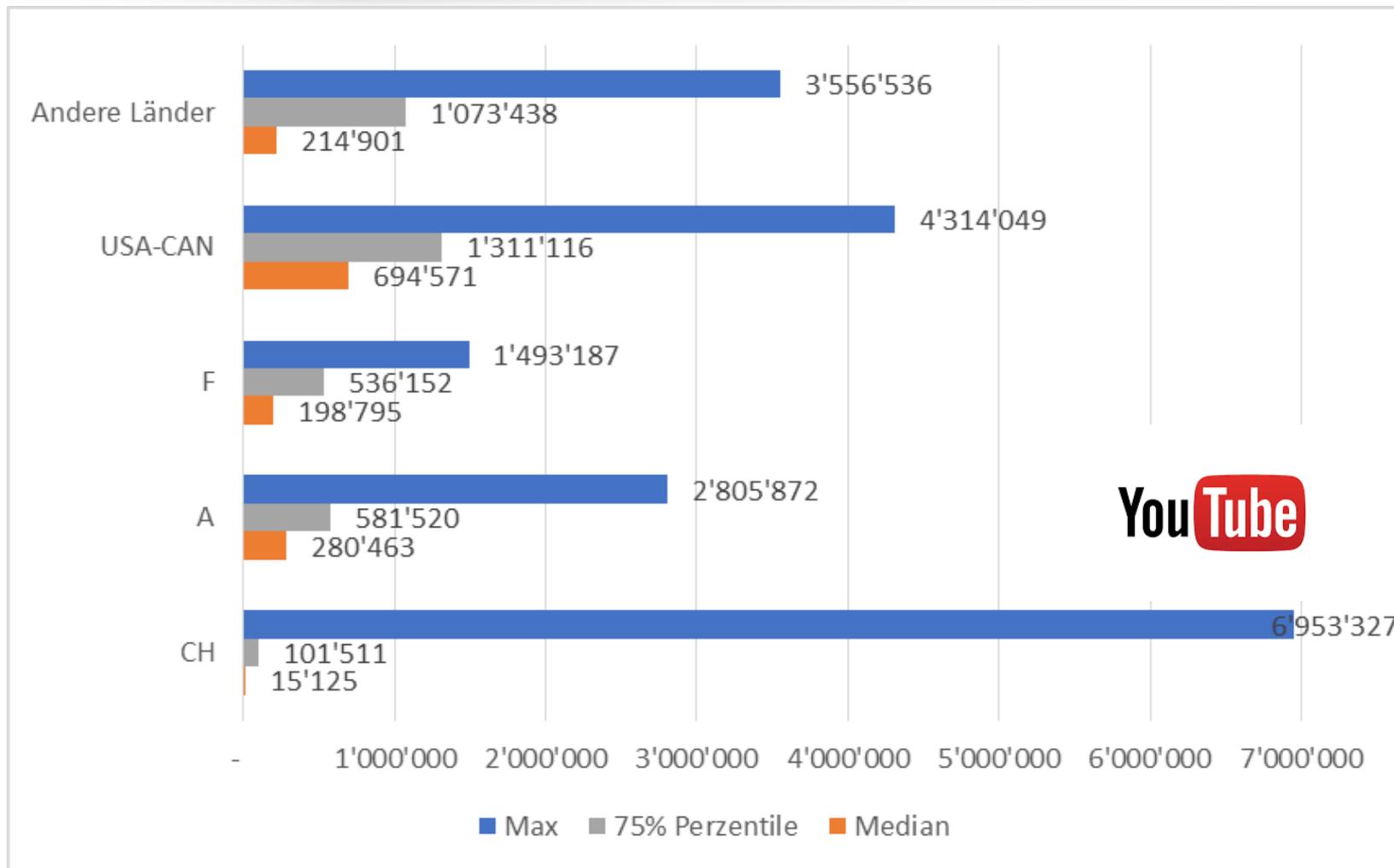


Steinbock-Spot „Reto Nai!“
by Graubünden
443,311 views • 2 years ago



Steinbock-Spot Tendu
by Graubünden
383,278 views • 3 years ago

4. Anzahl Youtube Video Views der TOs nach Land



4. Schweiz: Anzahl Youtube Video Views der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Zürich	255'508	255'508	17'470	493'546	2
Genève	183'012	183'012	183'012	183'012	1
Ticino	142'230	101'511	6'662	481'518	5
Graubünden	522'685	63'360	9	6'953'327	21
Basel	60'619	60'619	16'446	104'792	2
Bern Region	40'295	40'295	17'067	63'522	2
Berner Oberland	34'958	19'280	43	155'377	12
Wallis	88'944	11'792	80	1'112'624	37
Ostschweiz	27'362	9'952	1'486	108'260	7
Waadt	60'098	8'795	291	402'068	13
Fribourg	42'922	7'230	224	258'941	7
LuzernVierwaldstättersee	66'485	2'915	1	348'596	10
Aargau	3'773	444	220	10'655	3
Jura & Drei Seen Land	365	365	365	365	1
					123





4. Instagram

snowparklaax
snowparklaax <http://www.laax.com>

320 posts 11.1k followers 468 following

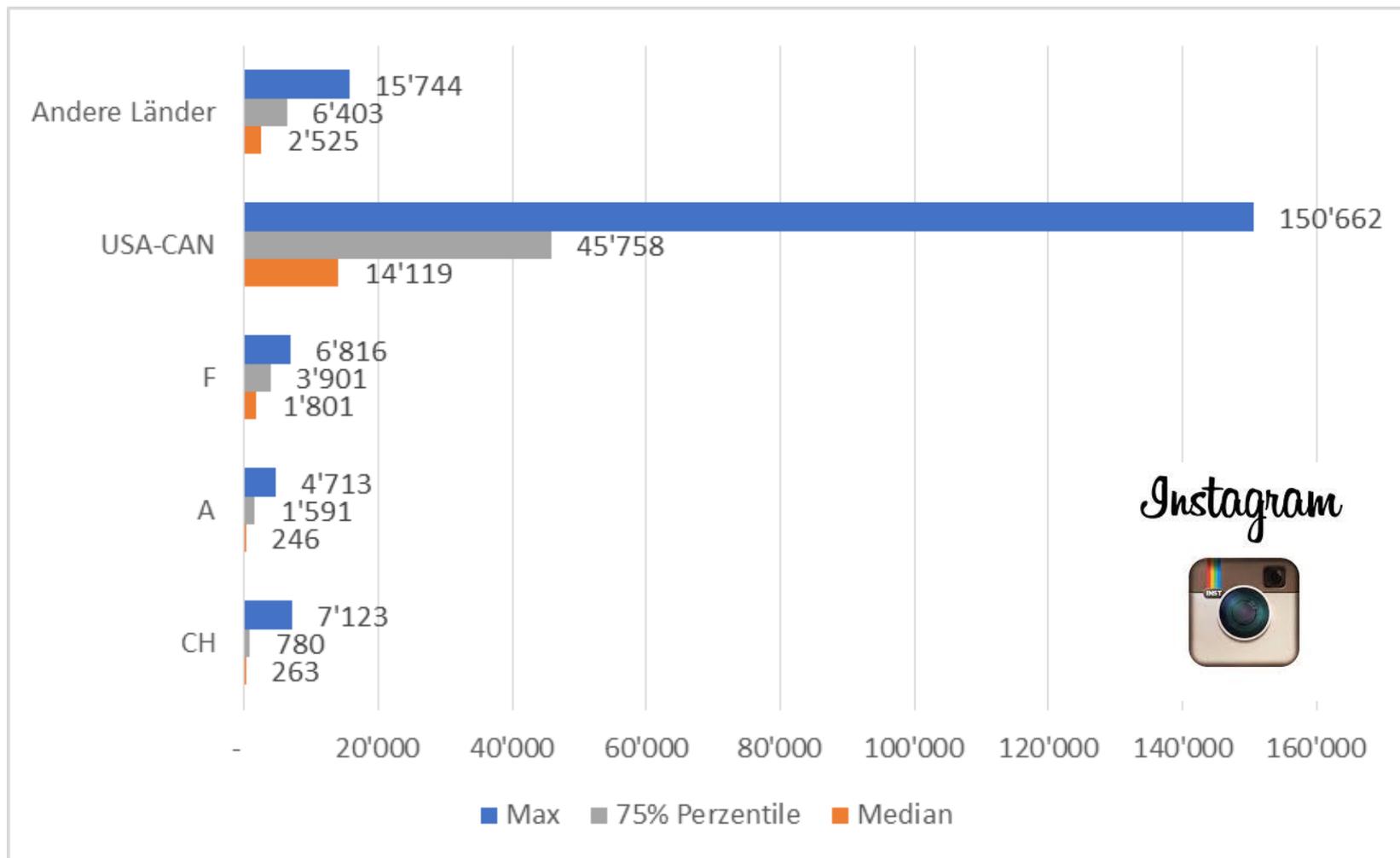
Follow



4. Anzahl Instagram Followers: Top 20 TOs in Schweiz (Mitte März 2015)

1	LAAX: SnowparkLaax	7'123
2	Gstaad - come up, slow down.	3'452
3	Wengen Switzerland	2'448
4	Graubünden	1'977
5	Fribourg Tourisme	1'764
6	Davos Klosters	1'712
7	Geneva Tourism	1'179
8	Discover Lugano - Ticino, Switzerland	1'151
9	Ferienregion Heidiland	1'129
10	Ovronnaz	1'034
11	Zürich Zurich	696
12	Montreux Riviera - Pure Inspiration	675
13	Grindelwald - Eiger 3970m	565
14	Ticino Turismo	557
15	Sörenberg	469
16	Mürren - Schilthorn 007	449
17	Heidadorf Visperterminen	409
18	Villars	399
19	Morges Région Tourisme	319
20	Basel	268

4. Anzahl Instagram Followers der TOs nach Land



4. Schweiz: Anzahl Instagram Followers der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Graubünden	2'440	1'712	259	7'123	5
Genève	1'179	1'179	1'179	1'179	1
Ticino	854	854	557	1'151	2
Zürich	696	696	696	696	1
Berner Oberland	1'019	449	1	3'452	7
Waadt	367	359	73	675	4
Basel	268	268	268	268	1
Bern Region	237	237	237	237	1
Ostschweiz	162	162	162	162	1
Fribourg	691	157	151	1'764	3
Wallis	213	115	1	1'034	10
LuzernVierwaldstättersee	196	64	55	469	3
Aargau	3	3	3	3	1
Jura & Drei Seen Land					0
					40

Instagram



4. Instagram Engagement (in %) der TOs nach Land

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
USA & CAN	7.86	8.31	2.08	14.27	20
A	14.64	8.02	1.16	83.33	11
F	5.76	6.71	0.48	12.47	11
Andere Länder	8.20	5.77	3.36	25.06	10
CH	4.86	3.55	0.50	14.46	34

Instagram



4. Schweiz: Instagram Engagement (in %) der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Luzern Vierwaldstättersee	10.79	10.79	10.79	10.79	1
Basel	7.10	7.10	7.10	7.10	1
Fribourg	6.65	6.65	2.69	10.60	2
Berner Oberland	6.82	6.33	0.96	14.46	6
Wallis	4.75	4.56	0.50	13.40	9
Waadt	4.59	4.54	0.85	8.41	4
Zürich	3.69	3.69	3.69	3.69	1
Graubünden	3.16	2.70	1.15	6.02	6
Ostschweiz	2.66	2.66	2.66	2.66	1
Ticino	2.35	2.35	1.30	3.41	2
Genève	2.18	2.18	2.18	2.18	1
Aargau					0
Bern Region					0
Jura & Drei Seen Land					0

Instagram



4. Google+

Ticino Turismo
Via Canonico Ghiringhelli 7 6500 Bellinzona
091 825 70 56
ticino.ch
Tourist Information Center
Today 8:30 am - 5:00 pm
Follow
685 followers | 209,679 views

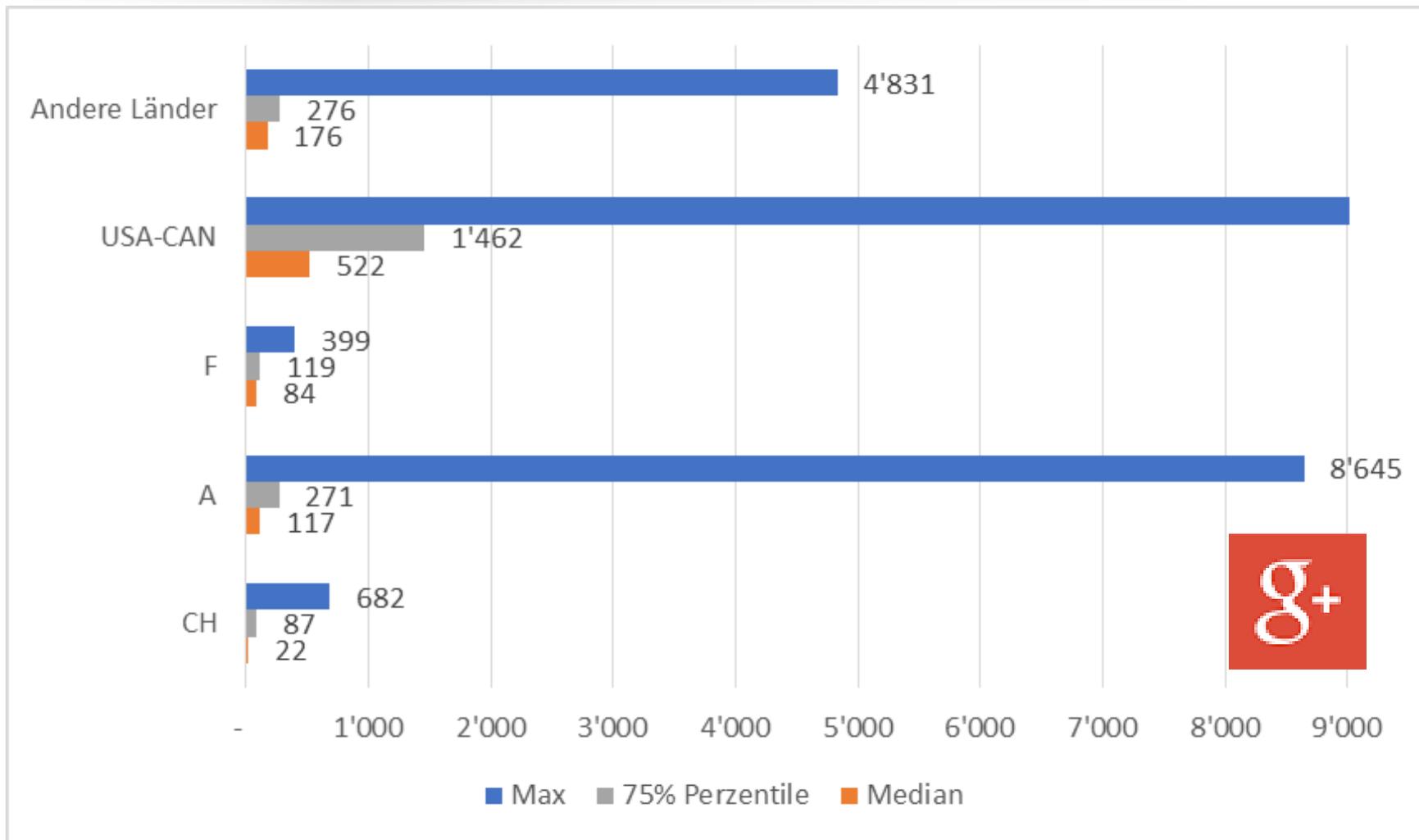
About Posts Photos YouTube

Ticino Turismo
Shared publicly - May 4, 2015

Ticino Turismo
Shared publicly - Apr 20, 2015

In their circles 96 people

4. Anzahl Google+ Followers der TOs nach Land



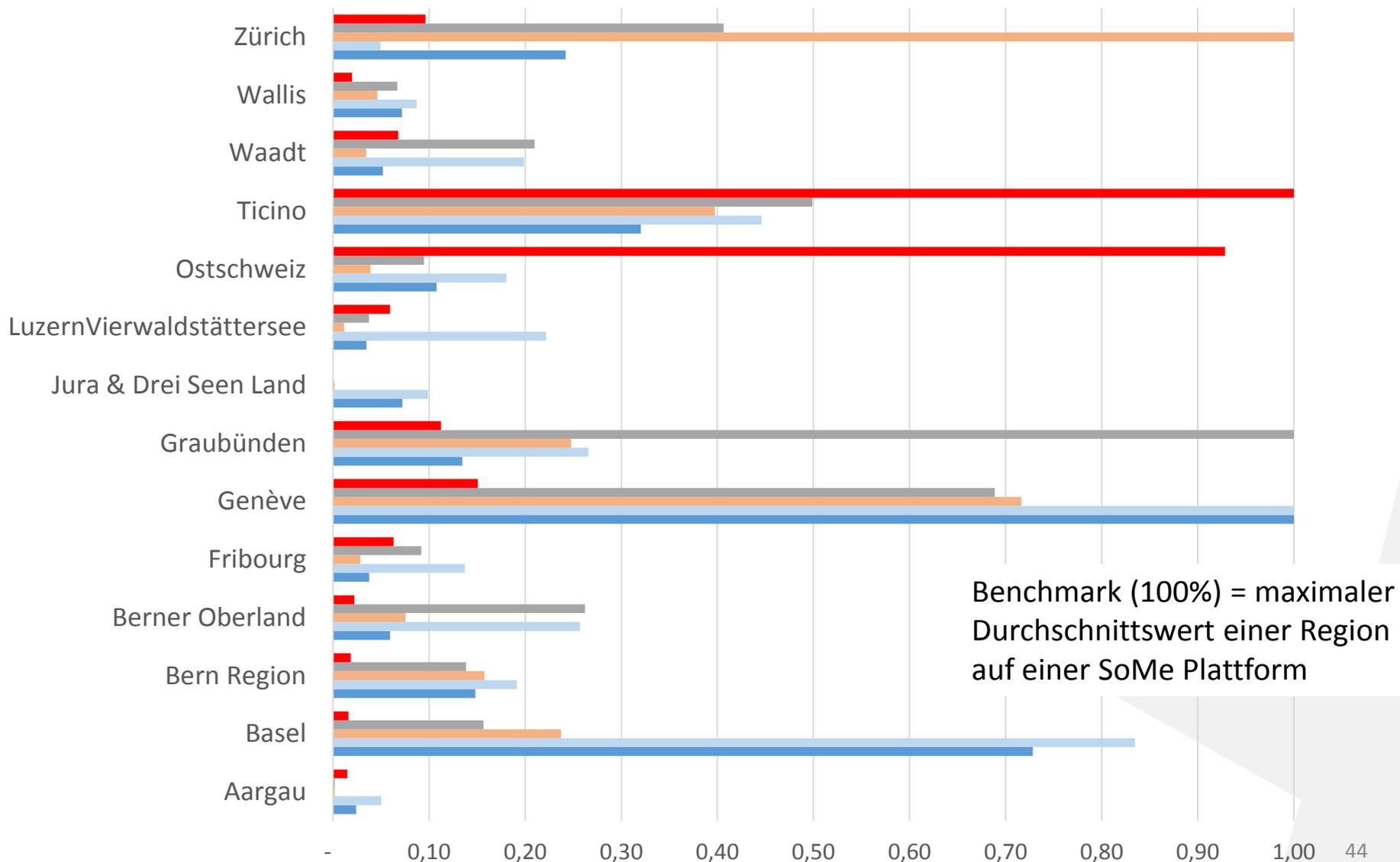
4. Schweiz: Anzahl Google+ Followers der TOs nach Region

	Mittelwert	Median	Min	Max	n
Ticino	458	405	295	675	3
Ostschweiz	367	376	101	615	4
Genève	61	61	61	61	1
Graubünden	91	46	-	457	12
Zürich	242	39	4	682	3
Waadt	40	28	-	158	10
Fribourg	26	26	1	50	2
LuzernVierwaldstättersee	41	24	-	154	7
Berner Oberland	42	9	-	185	7
Wallis	43	8	-	463	21
Bern Region	8	8	4	11	2
Basel	7	7	5	8	2
Aargau	18	6	-	47	3
Jura & Drei Seen Land					0
					77



4. Volumetrie: Social Media Performance der Regionen im Vergleich

Google+ Instagram Youtube Twitter Facebook





Kontakt

Studienautor: Roland Schegg
Walliser Tourismus Observatorium
c/o Institut für Tourismus, HES-SO Wallis
TechnoPôle 3
CH - 3960 Siders

T +41 27 606 90 88
F +41 27 606 90 00

info@tourobs.ch
www.tourobs.ch



**Walliser Tourismus
Observatorium**