

# Entwicklung des Website Traffics nationaler und internationaler Tourismusakteure zwischen Oktober 2019 und Mai 2020

## Analyse des Impakts der Covid-19 Krise

8. Juni 2020

Roland Schegg, Michael Fux & Dominic Juon  
Institut für Tourismus, HES-SO Valais-Wallis  
Siders, Schweiz

# Zusammenfassung (I)

- Um den Impact der Coronaviruskrise auf das Tourismussystem zu evaluieren und etwaige erste Zeichen einer Erholung der Tourismusnachfrage zu identifizieren, wurde der **Website Traffic** von 79 Tourismus-Akteuren (Tourismusorganisationen, Vertriebsplattformen, Transportunternehmen, Hotelketten etc.) auf **nationaler, internationaler und globaler Ebene zwischen Oktober 2019 und Mai 2020 analysiert**.
- Die **Analyse globaler Akteure, OTAs** wie Booking und Expedia oder **Hotelketten** wie Hilton oder Marriott, zeigt **Einbrüche des Website Traffics schon ab Januar und Februar 2020**. Zwischen Januar 2020 und April 2020 verloren die Websites von Booking Holding, TripAdvisor, Airbnb, Expedia und Kayak rund -70% bis -80% ihres Traffics. Bei den Hotelketten sind die Verluste noch viel massiver mit Verlusten von durchschnittlich 250%.
- Im **Mai 2020 zeigen alle OTAs** wieder einen **deutlichen Anstieg des Traffics** im Vergleich zu April 2020 von +30% bis +60%, was auf eine **Erholung im Bereich der Buchungsaktivitäten auf globaler Ebene hindeutet**. Dies zeigt sich auch bei gewissen angelsächsischen Hotelketten (Hilton, Marriott, IHG, Best Western, Wyndham) bei denen der Website Traffic im Mai bis +40% höher liegt als im April. Accor und auch asiatische Ketten wie Oyo Rooms und Huazhu Hotels Group sehen jedoch im Mai immer noch Rückgänge des Website Traffics.

# Zusammenfassung (II)

- Die Analyse des Website Traffics der **Nationalen Tourismusorganisationen (NTOs)** kann uns Aufschluss über die Auswirkungen der Krise in verschiedenen Teilen der Welt geben. Die Analyse des Traffics der NTOs zeigt einen sehr starken Rückgang des Traffics schon nach Dezember 2019, also deutlich früher als bei den globalen Playern (OTAs und Hotelketten). Der Rückgang zwischen Dezember 2019 und April 2020 der insgesamt 16 analysierten NTOs liegt im Durchschnitt bei -53% und ist insbesondere für die Schweiz (-76%) und Südkorea (-72%) hoch.
- **Zwischen April 2020 und Mai 2020 kommt es jedoch bei vielen, aber nicht allen NTOs, zu einer Trendumkehr mit deutlichen Anstiegen des Website Traffics.** Bei den 9 europäischen NTOs liegt der Anstieg bei durchschnittlich +27%, wobei die Anstiege für Deutschland (+115%) und der Schweiz (+91%) auffallen während Italien (-23%), UK (-2%) und Frankreich (-1%) immer noch negative Entwicklungen aufweisen. Auch bei den asiatischen NTOs scheint die Situation unterschiedlich ja nach Land (Japan +53%, Südkorea +25%, Singapur -14%).

# Zusammenfassung (III)

- Was den Traffic auf den **Websites alpinen Tourismusdestinationen in der Schweiz, Frankreich und Österreich** betrifft, so zeigt unsere Analyse die gleichen Trends wie bei den OTAs und NTOs. Die 18 analysierten DMOs **verloren zwischen Dezember 2019 (Hochsaison) und April 2020 durchschnittlich 70% ihres Traffics**. Die Verluste der einzelnen DMOs variieren zwischen 60% und 80% mit einer Ausnahme – Zermatt. Die Walliser Top Destination konnte den Traffic von 380'000 Visits (Dezember 2019) auf 430'000 Visits im April steigern. Dieser Anstieg steht mit der Beleuchtung des Matterhorns (Projekt Hope) in Beziehung.
- **Zwischen April 2020 und Mai 2020 steigt der Traffic bei den analysierten DMOs im Schnitt um 22%**, wobei dieser Anstieg vor allem auf die positive Entwicklung bei den 11 Schweizer DMOs mit einem durchschnittlichen Anstieg von +43% zurückzuführen ist, während die 7 analysierten DMOs aus Frankreich und Österreich im Schnitt -8.5% verloren.
- Im Detail variieren die Entwicklungen zwischen April und Mai zwischen den DMOs sehr stark. Die grössten Anstiege sehen wir für Gstaad (+103%), Arosa-Lenzerheide (+94%) und Jungfrau (+87%), während es noch deutliche Verluste in Ischgl (-58%), Megève (-33%) und St. Anton am Arlberg (-24%) gibt.

# Zusammenfassung (IV)

- Die Analyse des Traffics auf Websites von **Schweizer Tourismusregionen** (Luzern – Zentralschweiz, Graubünden Ferien, Valais Wallis Promotion etc.) und auch städtischen Destinationen (Genf, Basel, Zürich etc.) zeigt ähnliche Entwicklungen wie bei den alpinen Destinationen mit einem Peak im Dezember und dem Einbruch des Traffics im März und April.
- **Zwischen April 2020 und Mai 2020 steigen die Visits bei den analysierten 9 regionalen Tourismusorganisationen im Schnitt um +27%**. Man kann jedoch feststellen, dass die Entwicklung in städtischen Regionen wie Genf und Basel immer noch rückläufig ist (-8%), während das Wallis mit einem Anstieg von +96% und das Tessin mit +70% positive Entwicklungen beim Website Traffic haben.
- Die **positive Entwicklung fürs Wallis** erklärt sich durch eine Planung in zwei Phasen. In einer ersten Phase „Das Wallis von Zuhause aus zu erleben“ (Stay@Home) mit vielen taktischen online Maßnahmen wie z.B. dem Escape Game. In einer zweiten Phase der schrittweisen Lockerung, hat die Promotionskampagne «Chum wie dü bisch», welche Valais Wallis Promotion im Mai lanciert hat, starke Mehrfrequenz auf valais.ch gebracht.

# Zusammenfassung (V)

- Die Entwicklung des Traffics auf Websites von **Akteuren aus der Schweizer Parahotellerie** zeigt nach einem Einbruch im Februar und März schon im April eine positive Entwicklung.
- Zwischen April und Mai konnten Reka (+36%), Interhome (+74%) , e-Domzil.ch (+108%) den Traffic auf den Websites nochmals deutlich verstärken. Diese Entwicklung spiegelt das verstärkte Interesse einer (Schweizer) Kundschaft an Ferienwohnungen für die Sommersaison.
- Die Evolution des Website Traffics **touristischer Transportunternehmen** in der Schweiz zeigt nach einer Talfahrt zwischen Januar und April 2020, eine deutliche Erholung im Monat Mai. Es sind dabei die Bahnen der klassischen Ausflugsziele wie Pilatus (+40%), Rigi (+70%) und Jungfrau (+87%), welche ein starkes Interesse verzeichnen. Das gute Wetter und die Ferien- und Feiertage im Mai erklären diese positive Entwicklung. Andere Unternehmen wie der Glacier Express oder die Titlisbahnen sehen auch im Mai noch eine negative Evolution des Website Traffics.

# Inhaltsverzeichnis

- **Kontext der Studie & Methode**
- Schweizer Akteure
  - Tourismusregionen Schweiz
  - Parahotellerie
  - Touristische Transportunternehmen
  - Tour Operators Schweiz
  - Tourismus Medien Schweiz
- Alpine DMOs in der Schweiz, Frankreich und Österreich
- NTOs
- Globale Akteure
  - OTAs
  - Hotelketten
- Kontakt

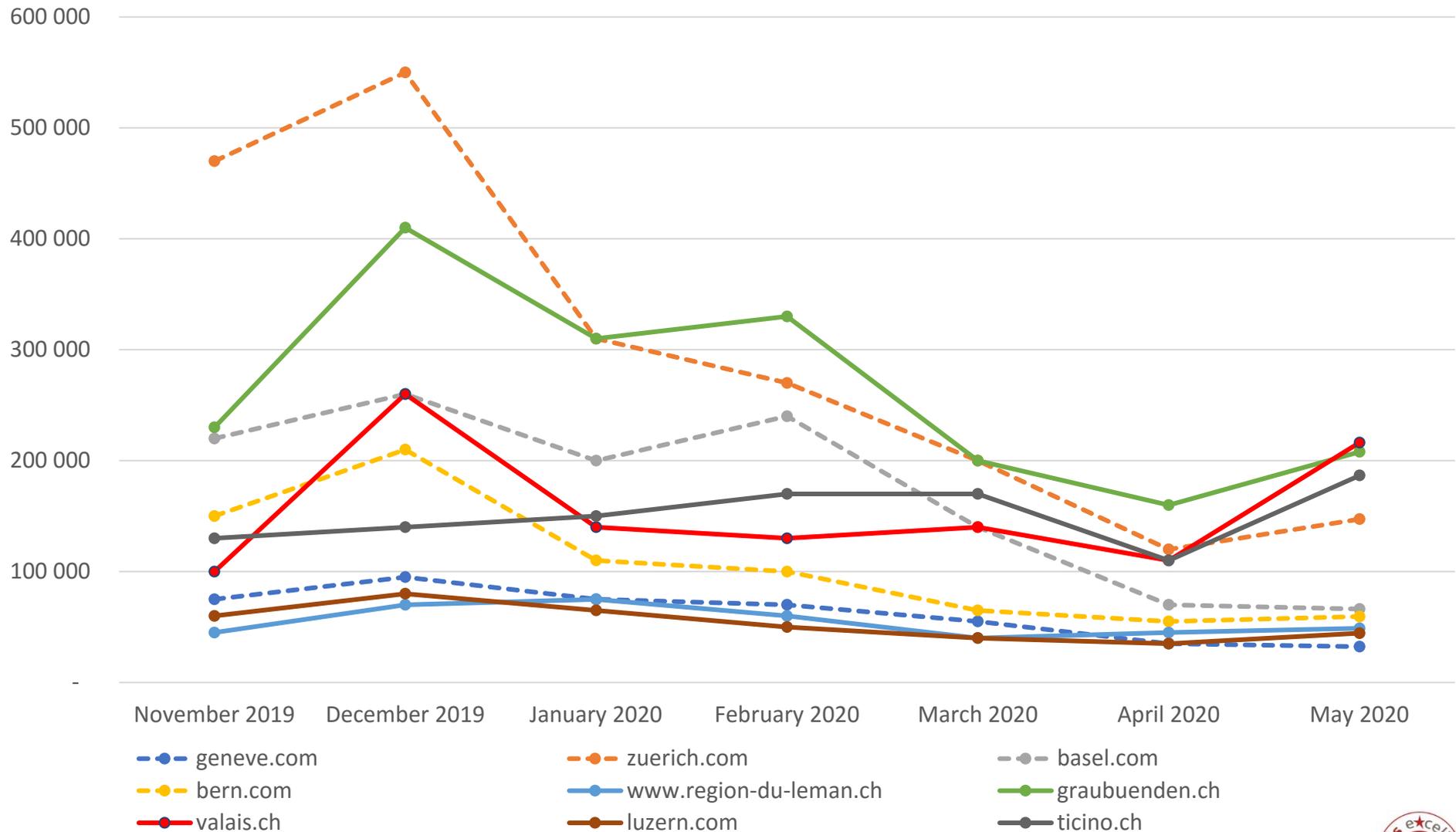
# Ziele der aktuellen Studie und Methode

- In nur wenigen Wochen hat die globale Coronavirus-Krise den Reisealltag im Frühjahr 2020 zum Erliegen gebracht und den Tourismus in eine beispiellose Krise gestürzt.
- Eine Möglichkeit das Ausmaß des Zusammenbruchs zu Evaluieren und auch erste Zeichen einer Erholung zu tracken, ist das Monitoring des Website Traffic relevanter touristischer Akteure in der Schweiz aber auch auf internationaler respektive globaler Ebene.
- Wir haben dazu den **Website Traffic von 79 Akteuren (wovon 39 Akteure aus der Schweiz) zwischen Oktober 2019 und Mai 2020 analysiert**. Die Akteure decken verschiedene Elemente des Tourismussystems auf nationaler, internationaler und globaler Ebene ab.
  - Leistungsträger: globale Hotelketten, Parahotellerie (REKA), touristische Transportunternehmen in Schweiz
  - Touristische Medien in der Schweiz
  - Tourismusorganisationen (lokale Organisationen in der Schweiz, Frankreich und Österreich -> DMOs, regionale Organisationen in der Schweiz, nationale Organisationen NTOs)
  - Reisemittler: Tour Operatoren und Reisbüros in der Schweiz, Schweizer Buchungsplattformen in der Parahotellerie, globale Online Buchungsplattformen (OTAs)
- Wir nutzen **SimilarWeb.com**, ein Tool im Bereich Web Analytics, Data-Mining und Business Intelligence. Die Plattform nutzt Big Data-Technologien, um Statistiken zum User Engagement sowohl für Webseiten als auch für mobile Apps zu sammeln, zu messen, zu analysieren und bereitzustellen. Gibt man eine Domain ein, werden Traffic Daten (**Visits pro Monat**) zu der eingegeben Website ausgegeben. Die Datenarten ähneln denen anderer Web-Analyse-Tools wie z.B. Google Analytics.
- Es wird jeweils **nur die Hauptdomain analysiert** (viele Akteure wie z.B. TripAdvisor oder Expedia haben Länder-spezifische Domains). Der gesamte Website-Traffic einer Organisation kann höher sein als in den Grafiken dargestellt.

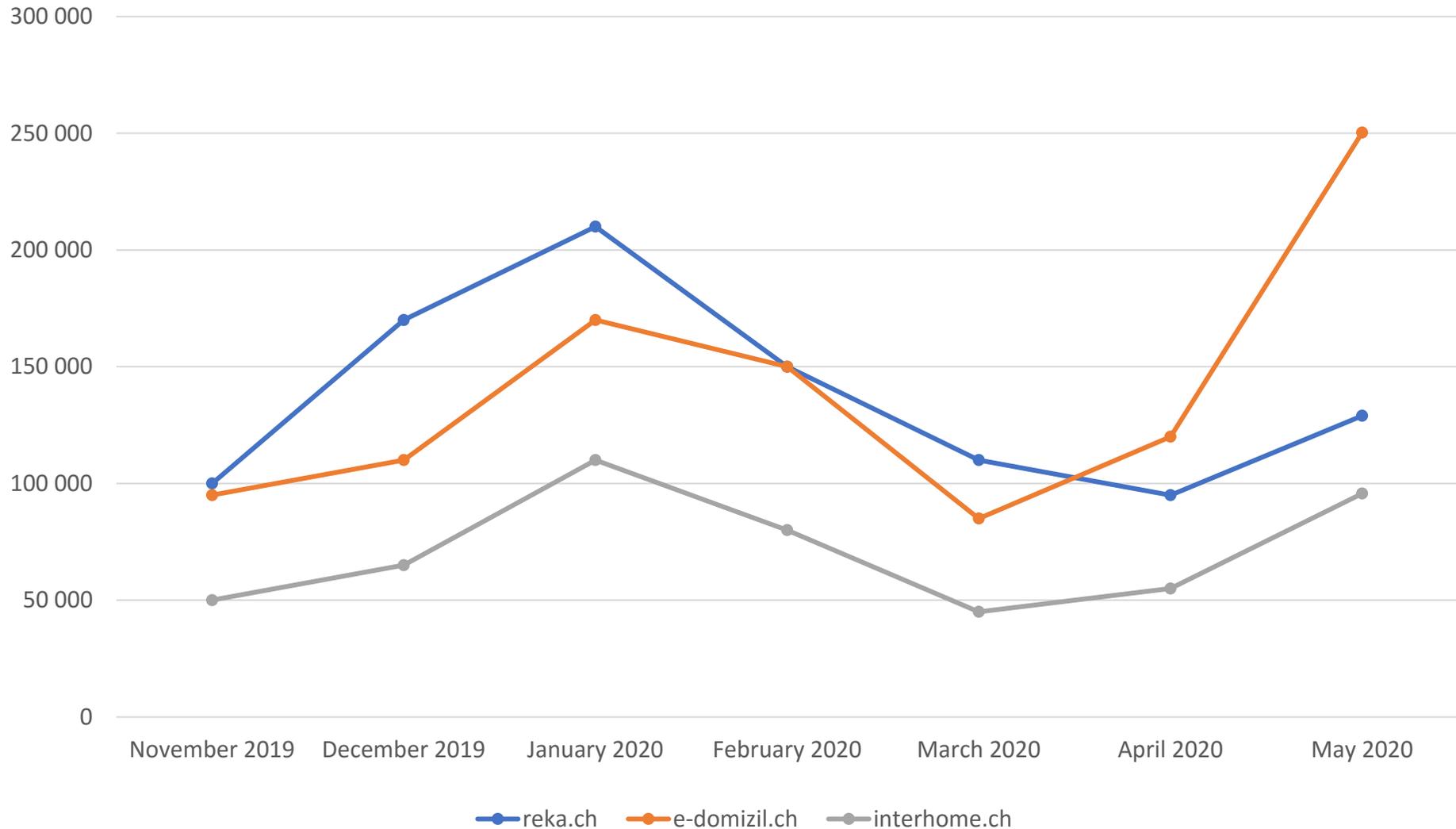
# Inhaltsverzeichnis

- Kontext der Studie & Methode
- **Schweizer Akteure**
  - Tourismusregionen Schweiz
  - Parahotellerie
  - Touristische Transportunternehmen
  - Tour Operators Schweiz
  - Tourismus Medien Schweiz
- Alpine DMOs in Schweiz, Frankreich und Österreich
- NTOs
- Globale Akteure
  - OTAs
  - Hotelketten
- Kontakt

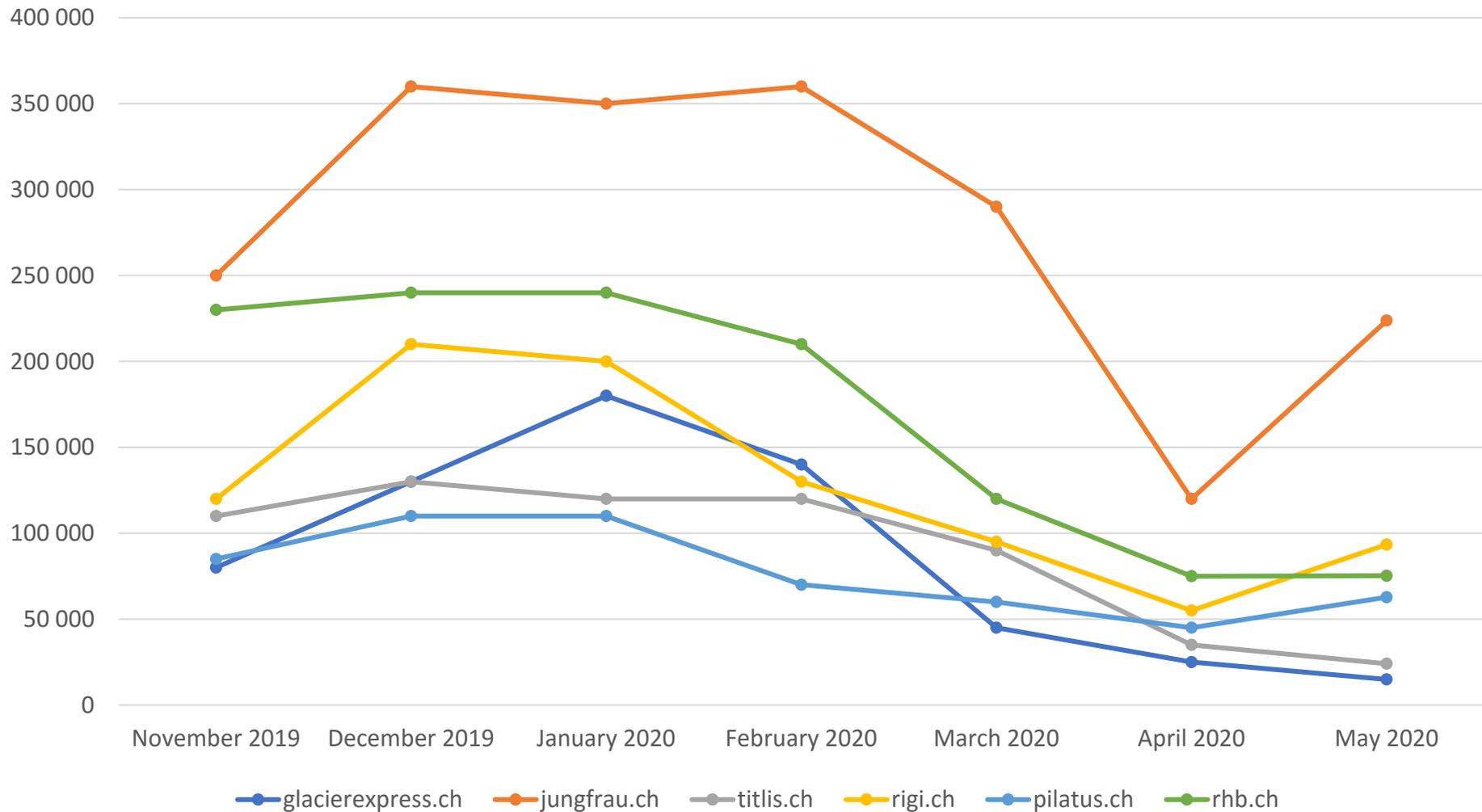
# Evolution des Website Traffics Schweizer Tourismusregionen zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



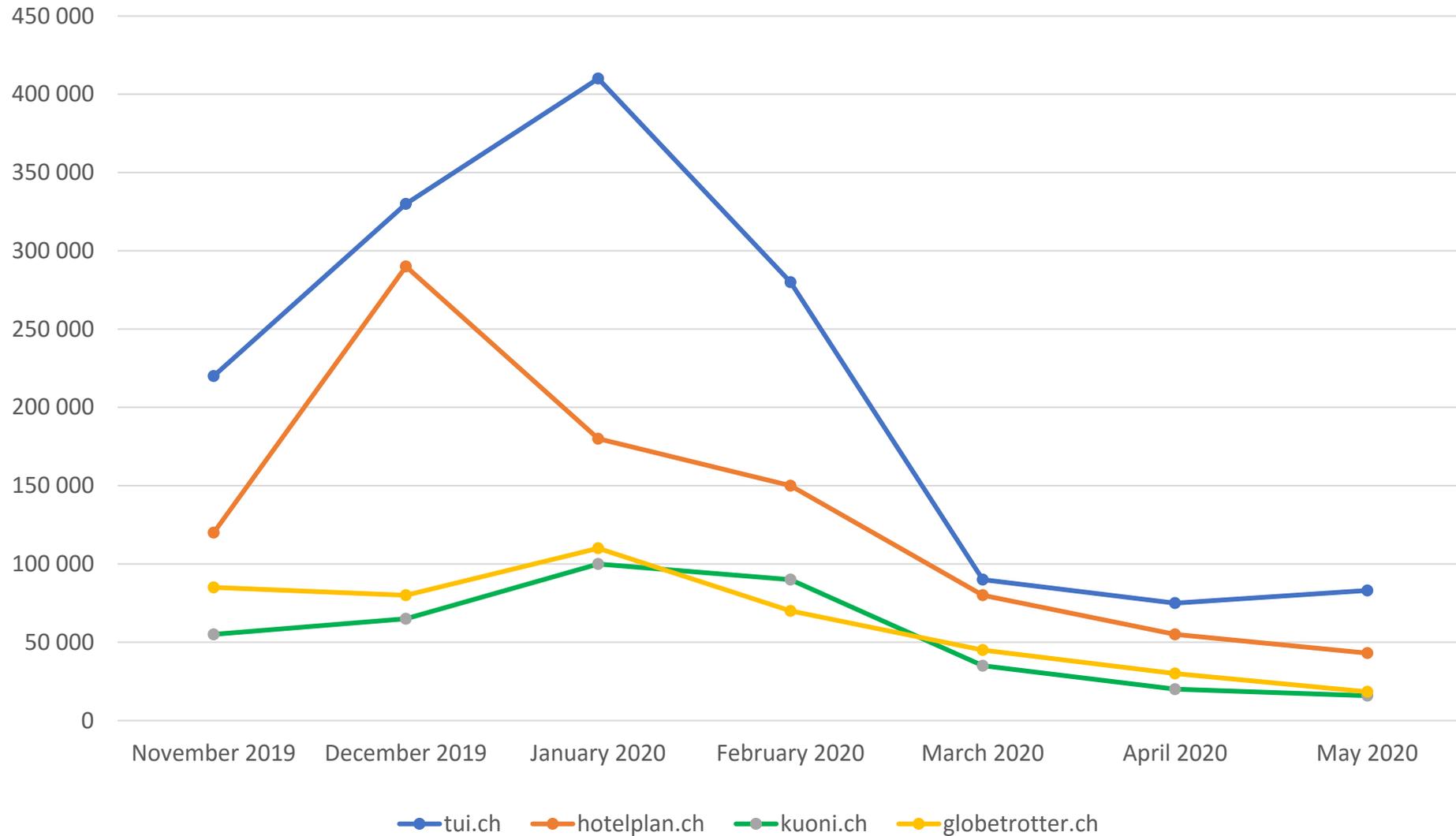
# Evolution des Website Traffics Schweizer Akteure aus Parahotellerie zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



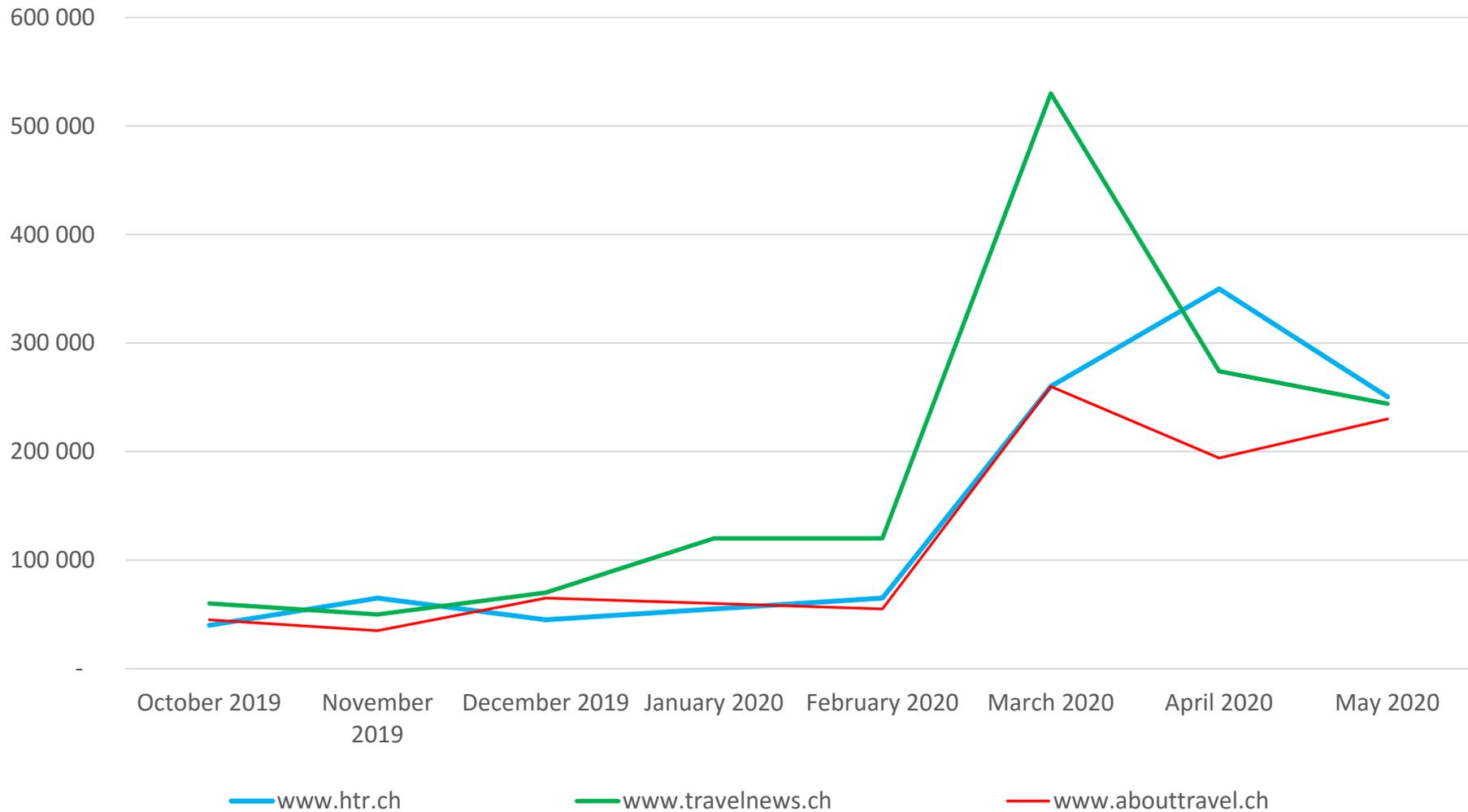
# Evolution des Website Traffics touristischer Transportunternehmen zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



# Evolution des Website Traffics Schweizer Tour Operators zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



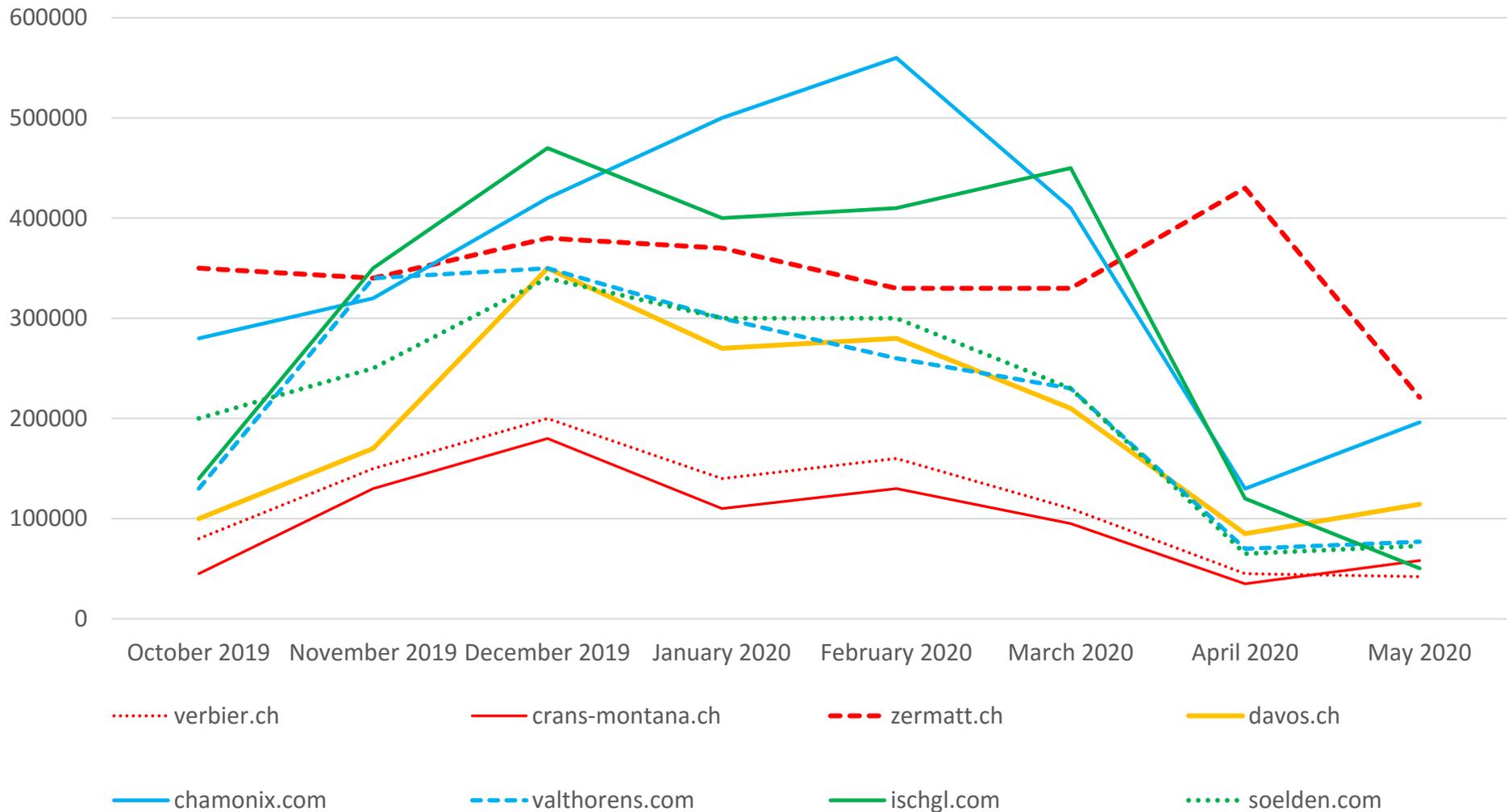
# Evolution des Website Traffics Schweizer Tourismusmedien zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



# Inhaltsverzeichnis

- Kontext der Studie & Methode
- Schweizer Akteure
  - Tourismusregionen Schweiz
  - Parahotellerie
  - Touristische Transportunternehmen
  - Tour Operators Schweiz
  - Tourismus Medien Schweiz
- **Alpine DMOs in Schweiz, Frankreich und Österreich**
- NTOs
- Globale Akteure
  - OTAs
  - Hotelketten
- Kontakt

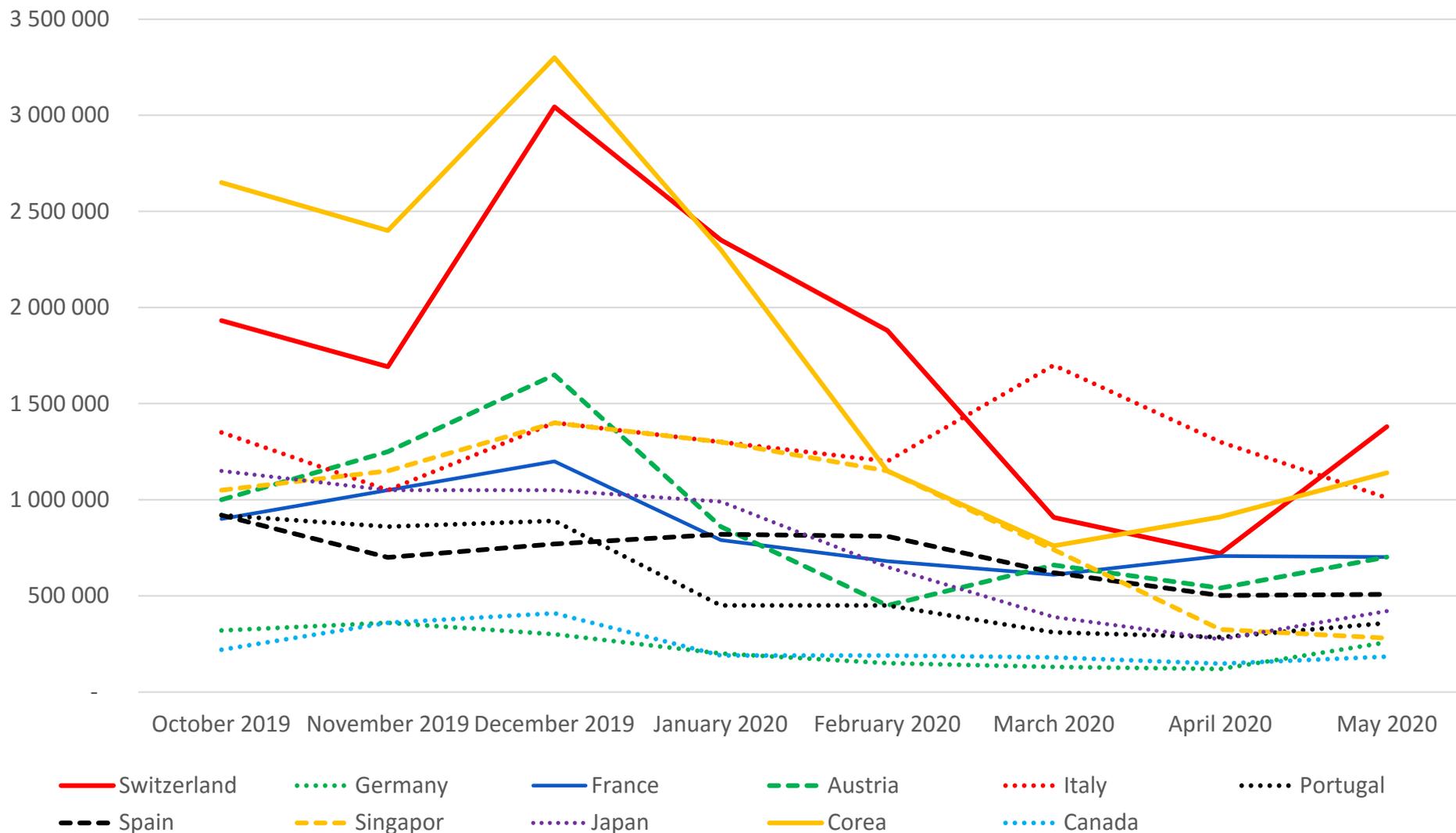
# Evolution des Website Traffics Alpiner DMOs (CH, A, F) zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



# Inhaltsverzeichnis

- Kontext der Studie & Methode
- Schweizer Akteure
  - Tourismusregionen Schweiz
  - Parahotellerie
  - Touristische Transportunternehmen
  - Tour Operators Schweiz
  - Tourismus Medien Schweiz
- Alpine DMOs in Schweiz, Frankreich und Österreich
- **NTOs**
- Globale Akteure
  - OTAs
  - Hotelketten
- Kontakt

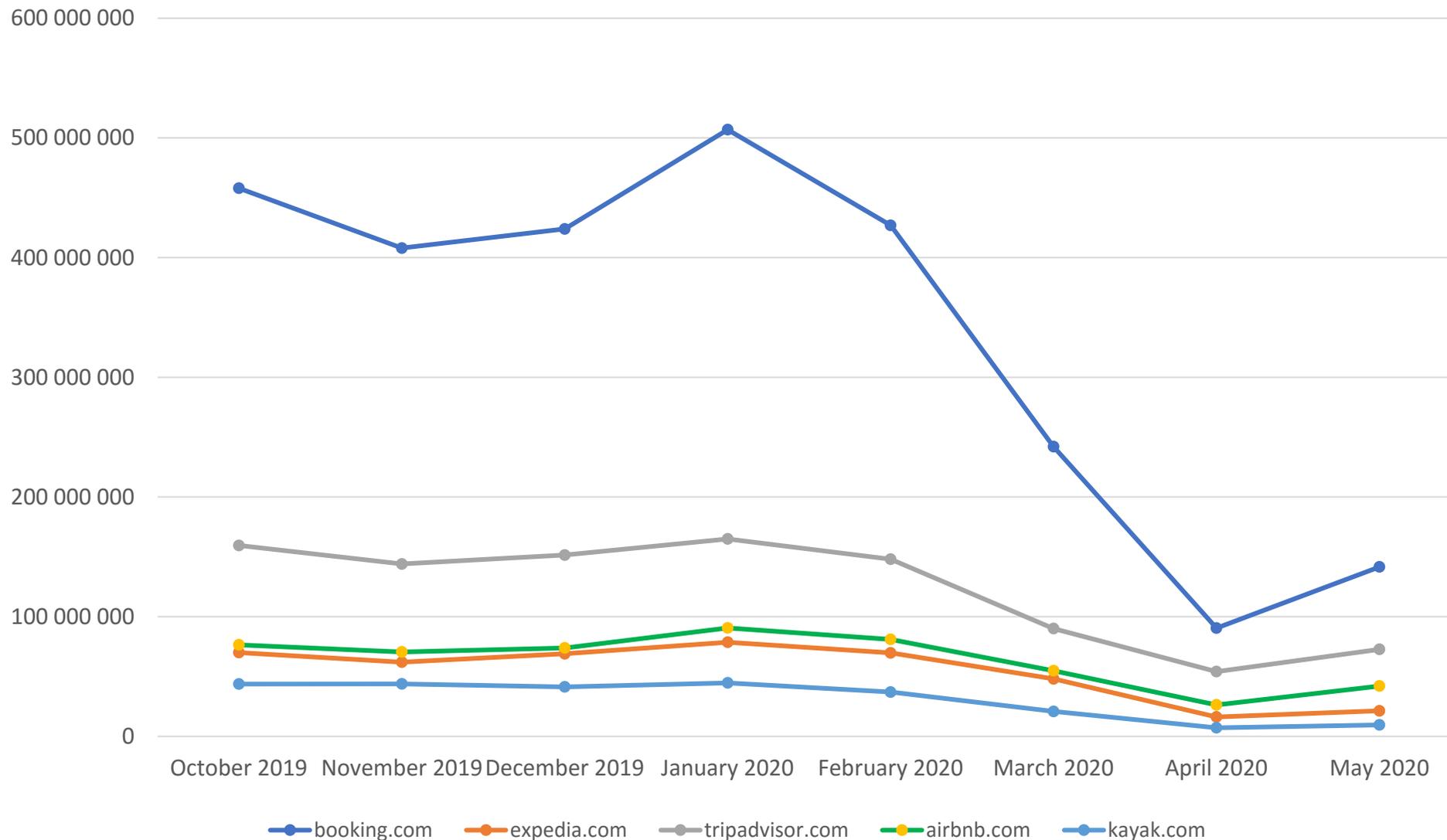
# Evolution des Website Traffics von NTOs zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



# Inhaltsverzeichnis

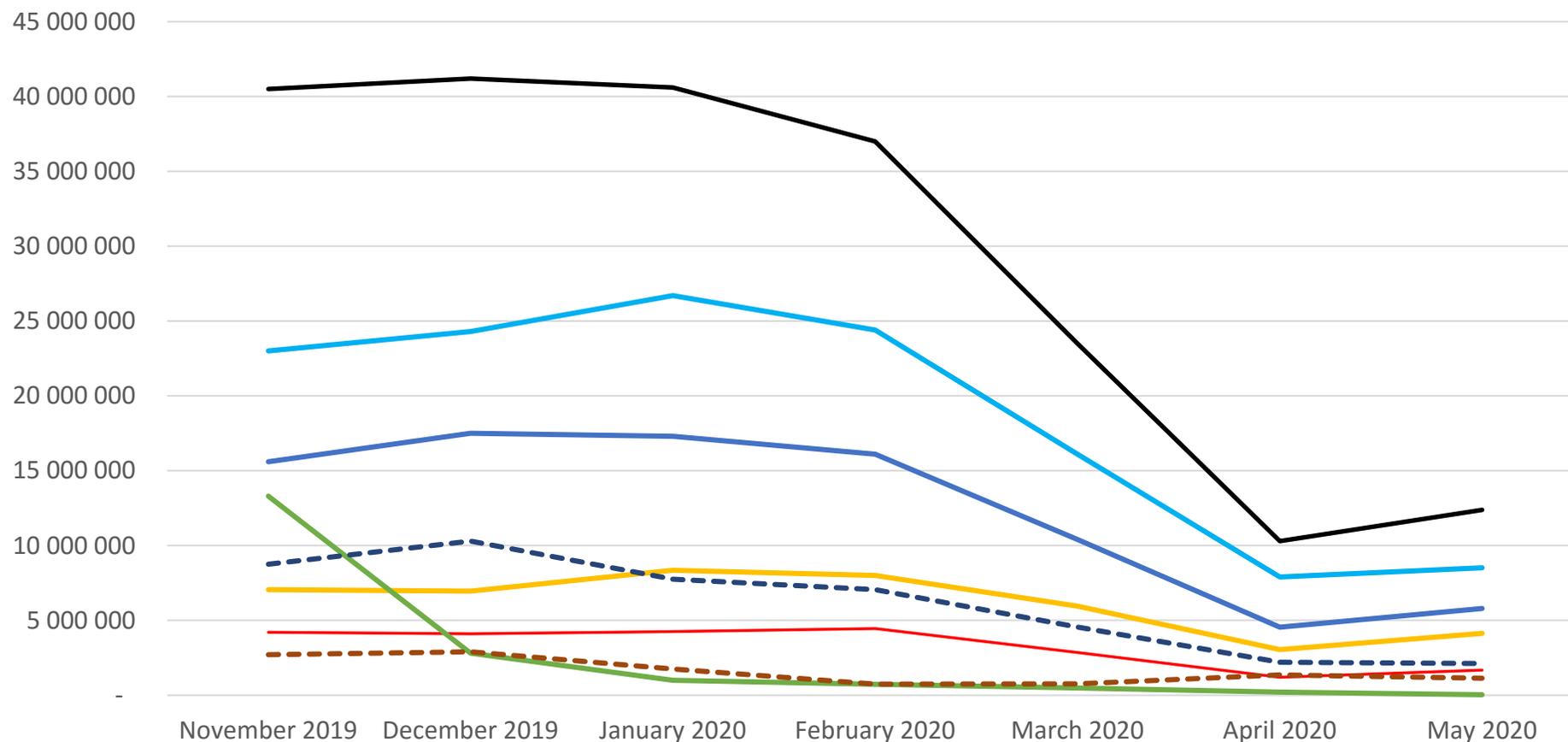
- Kontext der Studie & Methode
- Schweizer Akteure
  - Tourismusregionen Schweiz
  - Parahotellerie
  - Touristische Transportunternehmen
  - Tour Operators Schweiz
  - Tourismus Medien Schweiz
- Alpine DMOs in Schweiz, Frankreich und Österreich
- NTOs
- **Globale Akteure**
  - OTAs
  - Hotelketten
- Kontakt

# Evolution des Website Traffics von OTAs zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



Es wurden nur die Hauptdomains der Akteure analysiert. Firmen wie TripAdvisor und Expedia haben aber Länder-spezifische Domains. Der gesamte Website-Traffic einer Organisation kann also höher sein als in den Grafiken dargestellt.

# Evolution des Website Traffics globaler Hotelketten zwischen Oktober 2019 und Mai 2020



- hilton.com
- marriott.com
- bestwestern.com
- ihg.com
- wyndhamhotels.com
- accorhotels.com
- oyorooms.com
- huazhu.com

# Inhaltsverzeichnis

- Kontext der Studie & Methode
- Schweizer Akteure
  - Tourismusregionen Schweiz
  - Parahotellerie
  - Touristische Transportunternehmen
  - Tour Operators Schweiz
  - Tourismus Medien Schweiz
- Alpine DMOs in Schweiz, Frankreich und Österreich
- NTOs
- Globale Akteure
  - OTAs
  - Hotelketten
- **Kontakt**

# Kontakt

## **Prof. Roland Schegg**

Fachhochschule Westschweiz Valais-Wallis (HES-SO Valais)

Hochschule für Wirtschaft

Institut für Tourismus (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Schweiz

Tel: +41 (0)58 606 90 83

Mail: [roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch)

Twitter: [@RolandSchegg](https://twitter.com/RolandSchegg)

LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/rolandschegg/](https://ch.linkedin.com/in/rolandschegg/)

Web: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch) / [www.etourism-monitor.ch](http://www.etourism-monitor.ch) / [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English

EMBA en innovation touristique: [www.innovation-touristique.com](http://www.innovation-touristique.com)



# Kontakt

## **Prof. Michael Fux**

Fachhochschule Westschweiz Valais-Wallis (HES-SO Valais)

Hochschule für Wirtschaft

Institut für Tourismus (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Schweiz

Tel: +41 (0)58 606 90 97

Mail: michael.fux@hevs.ch

Web: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch) / [www.etourism-monitor.ch](http://www.etourism-monitor.ch) / [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English



# Kontakt

## **Dominic Juon**

Fachhochschule Westschweiz Valais-Wallis (HES-SO Valais)

Hochschule für Wirtschaft

Institut für Tourismus (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Schweiz

Tel: +41 (0)58 606 90 70

Mail: [dominic.juon@hevs.ch](mailto:dominic.juon@hevs.ch)

LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/dominic-juon/](https://ch.linkedin.com/in/dominic-juon/)



Web: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch) / [www.etourism-monitor.ch](http://www.etourism-monitor.ch) / [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English