

Market shares of distribution channels in Greece: 2013 to 2023

	Market share 2023 (n=169)	Market share 2021 (n=236)	Market share 2019 (n=179)	Market share 2017 (n=121)	Market share 2015 (n=179)	Market share 2013 (n=266)	DELTA (2023-2013)
Direct - Phone	18,1	20,2	19,3	17,6	18,6	22,4	-4,25
Direct - Mail / fax	0,5	0,2	1,0	0,9	1,3	1,6	-1,11
Direct - Walk-In (persons without reservation)	4,3	5,4	6,9	5,6	7,9	11,0	-6,70
Direct - Contact form on own website (without availability check)	3,1	4,0	3,8	4,4	4,9	4,7	-1,64
Direct - Email	7,9	9,0	8,8	8,4	9,9	9,0	-1,06
Direct - real time booking over own website with availability check	8,4	6,9	4,8	6,5	5,3	6,0	2,38
Destination Marketing Organization (DMO) / trade associations	0,5	2,5	0,5	0,1	0,5	0,8	-0,26
National Tourism Organization (NTO)	0,0	0,4	0,1	0,2	0,5	0,6	-0,58
Tour operator / Travel agency	26,2	19,4	23,6	25,5	19,3	19,4	6,77
Hotel chains and cooperations with CRS	0,1	0,6	0,1	0,0	0,4	0,6	-0,46
Wholesaler (e.g. Hotelbeds, Tourico, Gulliver, Transhotel, etc.)	4,7	4,6	5,5	3,1	4,4	3,9	0,82
Event and Congress organizer	0,5	0,7	0,6	0,4	0,7	0,4	0,11
Online Booking Agency (OTA)	23,5	22,4	20,4	23,6	22,9	16,3	7,17
Globale Distributionssysteme (GDS)	0,2	0,2	0,9	0,8	0,7	0,5	-0,27
Social Media Channels	0,5	1,4	0,8	1,1	0,9	1,3	-0,77
other distribution channels	1,4	2,0	3,0	2,0	2,0	1,5	-0,07

Unweighted samples. Market shares in % of overnights.