

China Visibility Test v1.0 – Methodik-Anhang

Zweck

Der China Visibility Test v1.0 ist ein entscheidungsorientierter Bewertungsrahmen, der prüft, ob ein unabhängiges oder markengeführtes Luxushotel den chinesischen Outbound-Reisemarkt aktiv adressieren sollte. Der Test fokussiert auf reale Sichtbarkeit und Konversionspotenzial innerhalb chinesischer digitaler Ökosysteme – nicht auf eine theoretische Marktattraktivität.

Umfang

Die Analyse bewertet die Präsenz eines Hotels auf großen chinesischen Online-Reiseplattformen (OTAs), mit primärem Fokus auf Ctrip / Trip.com. Wo relevant, wird zusätzlich die Attraktivität der Destination auf Ebene des Reiseziels berücksichtigt. Der Test untersucht sowohl hotelseitige Faktoren als auch nachfrageseitige Signale auf Destinationsebene.

Datenquellen

- Listings auf chinesischen OTAs (primär Ctrip / Trip.com)
- Chinesischsprachige Hotelbeschreibungen, wie sie auf OTAs angezeigt werden
- Auf OTAs gelistete Einrichtungen und Amenities, sichtbar für chinesische Nutzer
- Bildmaterial, das über OTAs bereitgestellt wird
- Bewertungssignale, Rankings und Vertrauensindikatoren (sofern verfügbar)

Alle Daten werden als Momentaufnahme zum Zeitpunkt der Analyse erfasst und spiegeln die Live-Darstellung auf den OTAs wider.

Methodik

Der Test basiert auf sieben Kerndimensionen, die jeweils auf einer Skala von 0 bis 100 bewertet werden:

- Textqualität & Lokalisierung
- Kulturelle Passung (Bilder)
- Menschliche Präsenz & emotionale Ansprache
- Kulinarische Darstellung
- Status- & Vertrauenssignale
- Konsistenz & Kohärenz
- Destination-Integration

Die Scores werden durch eine strukturierte Expertenbewertung anhand vordefinierter Kriterien und Ankerbeispiele abgeleitet.

Nachweis chinesischer Sprache

Als verpflichtender Bestandteil wird die originale chinesische OTA-Hotelbeschreibung im Bericht wörtlich zitiert und durch eine neutrale Arbeitsübersetzung ergänzt. Dies schafft Transparenz und ermöglicht eine sachliche Überprüfung der Textqualität und der narrativen Tiefe.

Bewertung der Einrichtungen (Facilities)

Berücksichtigt werden ausschließlich Einrichtungen, die explizit auf chinesischen OTAs gelistet sind. Es werden keine Annahmen auf Basis der Hotelwebsite oder offline verfügbarer Angebote getroffen. Nicht gelistete Einrichtungen werden als fehlende Sichtbarkeit gewertet – nicht als fehlende Existenz.

Scoring-Logik

Die Dimensionsergebnisse werden zu einem Gesamtscore zusammengeführt, wobei eine entscheidungsorientierte Gewichtung verwendet wird, die die Konversionsrelevanz stärker priorisiert als eine akademisch „ausgewogene“ Gleichgewichtung. Zur Transparenz können auf Anfrage auch ungewichtete Durchschnittswerte bereitgestellt werden.

Ergebniskategorien

Auf Basis des Gesamtscores und der qualitativen Befunde werden Hotels einer von drei Kategorien zugeordnet:

- GO: Aktive Ansprache des chinesischen Marktes wird empfohlen
- CONDITIONAL GO: Engagement möglich, jedoch nur unter definierten Voraussetzungen
- NO-GO: Engagement unter den aktuellen Bedingungen nicht empfohlen

Einschränkungen

Der Test bildet eine Momentaufnahme der OTA-Sichtbarkeit ab und misst weder zukünftige Performance noch Kampagnenergebnisse oder Umsatzwirkungen. Die Scores basieren auf Expertenurteil und strukturierter Analyse – nicht auf automatisiertem Scraping oder statistischer Modellierung.

Nutzung der Ergebnisse

Der China Visibility Test ist als strategische Entscheidungshilfe für Eigentümer, General Manager und Investment-Stakeholder konzipiert. Er unterstützt Go/No-Go-Entscheidungen sowie die Priorisierung von Optimierungsmaßnahmen, ersetzt jedoch keine detaillierte operative oder finanzielle Analyse.

Urheberrecht & Vertraulichkeit

© CC Cinnamon Circle GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Dokument – einschließlich Methodik, Struktur, Scoring-Logik, Analysen und visueller Darstellungen – stellt proprietäres geistiges Eigentum von Cinnamon Circle dar. Die Inhalte sind vertraulich und ausschließlich für die Nutzung durch den Empfänger bestimmt. Jegliche Vervielfältigung, Verbreitung, Offenlegung oder Nutzung dieses Materials, ganz oder teilweise, ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Cinnamon Circle ist strengstens untersagt.