

10.07.2025 – 22:03 Uhr

Hisense zum neunten Mal in Folge unter den Top 10 von „Kantar BrandZ Chinese Global Brand Builders 2025“

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Hisense, ein weltweit führender Anbieter von Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräten, wurde im kürzlich veröffentlichten Ranking „Kantar BrandZ Chinese Global Brand Builders 2025“, das gemeinsam von Google und Kantar erstellt wird, erneut in die Top 10 der globalen chinesischen Marken gewählt. Hisense rangiert insgesamt auf Platz 8 und ist damit zum neunten Mal in Folge in den Top 10 vertreten. Damit bleibt das Unternehmen die bestplatzierte TV-Marke auf der Liste.

Das BrandZ-Ranking bewertet die globale Stärke chinesischer Marken anhand einer umfassenden Methodik, die finanzielle Performance, Verbraucherwahrnehmung, Markenstärke und internationale Präsenz berücksichtigt. Die anhaltende globale Dynamik von Hisense spiegelt die langfristigen Investitionen in lokalisierte FuE-, Produktions- und Marketing-Aktivitäten in zahlreichen internationalen Märkten wider. Derzeit betreibt Hisense über 31 Forschungs- und Entwicklungszentren, 36 Industrieparks und Produktionsstätten sowie 64 Niederlassungen in Übersee.

Die Sportmarketing-Strategie von Hisense ist nach wie vor ein wichtiger Faktor für den globalen Markenwert des Unternehmens. Während der UEFA EURO 2024™ startete die Marke eine vielschichtige Videokampagne auf YouTube, die emotionales Storytelling mit Produktintegration verband. Diese Kampagne sprach erfolgreich verschiedene Zielgruppen in den Bereichen Sport, Technologie und Home Entertainment weltweit an. Diese Bemühungen führten dazu, dass Hisense bei den YouTube Works Awards China 2025 ausgezeichnet wurde, was die Fähigkeit der Marke unterstreicht, wirkungsvolle und kulturell relevante Inhalte auf internationaler Ebene zu erstellen.

Mit der FIFA Club World Cup™ 2025 wird Hisense seine Präsenz auf der globalen Sportbühne weiter ausbauen. Von Stadionbanden mit dem Schriftzug „Hisense 100 TV, Global No.1“ bis hin zu immersiven Seherlebnissen, die durch die fortschrittlichen Display-Technologien ULED X und TriChroma Laser ermöglicht werden, präsentiert die Marke sowohl technologische Innovationen als auch eine konsistente, globale Marketingstrategie.

Durch die Kombination von bahnbrechenden Produktinnovationen mit hochkarätigem Sportsponsoring hat Hisense ein robustes Modell für den globalen Markenaufbau geschaffen. Laut Ipsos ist die Markenbekanntheit im Ausland von 30 % im Jahr 2018 auf 56 % im Jahr 2024 gestiegen, was einen deutlichen Anstieg der Bekanntheit und des Vertrauens der Verbraucher auf internationaler Ebene zeigt.

Die Platzierung von Hisense im „Kantar BrandZ Chinese Global Brand Builders 2025“-Ranking bestätigt die Stellung von Hisense als dynamische globale Marke, die sich durch Innovation, strategisches Marketing und enge Verbindungen zu Verbrauchern weltweit kontinuierlich weiterentwickelt.

Informationen zu Hisense

Das 1969 gegründete Unternehmen Hisense ist ein weltweit anerkannter Marktführer bei Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik mit Niederlassungen in über 160 Ländern. Hisense ist auf die Bereitstellung von hochwertigen Multimedia-Produkten, Haushaltsgeräten und intelligenten IT-Lösungen spezialisiert. Laut Omdia belegt Hisense weltweit den zweiten Platz bei den Gesamtlieferungen von Fernsehern (2022–2024) und den ersten Platz im Segment der Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von 100 Zoll und mehr (2023–Q12025). Als erster offizieller Partner des FIFA Club World Cup 2025™ engagiert sich Hisense für globale Sportpartnerschaften, um mit einem weltweiten Publikum in Kontakt zu treten.

Foto: <https://mma.prnewswire.com/media/2727659/image.jpg>

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hisense-zum-neunten-mal-in-folge-unter-den-top-10-von-kantar-brandz-chinese-global-brand-builders-2025-302502808.html>

Pressekontakt:

Izzie Zhang,
Izzie.Zhang@rfcomms.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100933382> abgerufen werden.