

Hisense auf der IFA 2017



Alternative aus China

Mit einem markanten Auftritt auf der IFA 2017 will Hisense seinen Expansionskurs in Europa fortsetzen. Auf dem Stand des chinesischen Hightech-Konzerns in Halle 6.2 werden vor allem die großen Premium-TVs sowie energieeffiziente Kühl-/Gefrierkombinationen im Blickpunkt stehen. Zudem wird Hisense in Berlin mit dem preisgekrönten 4K Laser TV einen Blick in die Zukunft des Großbild-Fernsehens ermöglichen und die ersten Aktivitäten zur Fifa-WM 2018 starten, bei der das Unternehmen als erste chinesische Consumer-Marke zu den Hauptsponsoren gehört.

Auf dem IFA-Innovations-Media-Briefing in Berlin stellte Hans Wienands, Senior Vice President von Hisense Germany, die Leistungsfähigkeit des 1969 in China gegründeten Hightech-Unternehmens dar. Zwar erwirtschaftet Hisense (noch) etwa drei Viertel seines Umsatzes von umgerechnet 15 Milliarden US \$ auf dem Heimatmarkt, erzielt aber weltweit beeindruckende Wachstumsraten. Fünf Prozent des Umsatzes werden in Forschung und

Entwicklung investiert. Mit 17 Produktionsstandorten und 14 Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen rund um den Globus ist das Unternehmen bereits global aufgestellt, regionale Vertretungen gibt es in Europa, Nord-Amerika, Australien, Afrika und Südost-Asien. In 130 Ländern sind die Produkte des Konzerns verfügbar.

Stark in China

In China ist Hisense die klare Nr. 1 (Quelle: CMM Januar-April 2017) im

TV-Geschäft; weltweit liegt das Unternehmen auf dem 3. Platz (Quelle: IHS Januar bis Dezember 2016). Die starke Position auf dem Heimatmarkt, der bei Fernsehern 21 Prozent des Weltmarktvolumens repräsentiert, sagt einiges über die Innovationskraft von Hisense aus. Denn der chinesische Technikmarkt läuft nicht etwa den Vorlieben der europäischen oder nordamerikanischen Konsumenten hinterher, sondern setzt seit Jahren die Trends für





Hans Wienands, Senior Vice President von Hisense Germany, stellte auf dem IFA-Innovations-Media-Briefing in Berlin dar, was die starke Position des Unternehmens auf dem chinesischen Markt über die Innovationskraft von Hisense aussagt.

die Zukunft. So liegt die durchschnittliche Bildschirmgröße in China bei über 50 Zoll, deutlich vor den USA mit 48,7 oder Europa mit knapp 43 Zoll. Auch bei den Hausgeräten gehören längst Produkte zum Mainstream, die in Deutschland erst mit dem Wachstum angefangen haben.

80 Prozent aller weltweit verkauften Multidoor-Kühlgeräte stehen in China, und Hisense ist dort der zweitstärkste Anbieter. Das bedeutet in Zahlen, dass 2016 16 Millionen der weltweit verkauften 20 Millionen Multidoor-Kühlgeräte in China verkauft wurden, während es Europa im selben Jahr auf einen Absatz von 227.000 Stück brachte. Auch beim Thema Vernetzung ist das Reich der Mitte vorn. Während in Europa erst ein Prozent aller Kühlgeräte mit WLAN ausgestattet sind, findet sich dieses Feature in China bereits bei fünf Prozent der verkauften Produkte. Dabei war die Wachstumsrate nach Stück mit 313 Prozent im Jahr 2016 doppelt so hoch wie in der EU (168 Prozent), der Wert legte um 223 Prozent zu (Europa 97 Prozent). Diese Zahlen zeigen: Chinesische Verbraucher sind anspruchsvoll und legen Wert auf Innovationen. Und Hisense wird diesen Ansprüchen aus eigener Kraft gerecht.

Premium TVs

Mit dem 70 Zoll großen 70NU9700

sowie dem 65 Zoll-Gerät 65NU8700 stellt Hisense auf der IFA große Premium-Fernseher in den Mittelpunkt. Die TVs sind mit der besten Bildschirmtechnologie des Unternehmens ausgestattet: Ihre ULED-Displays bieten dank HDR Supreme einen sehr großen Farbraum und erzielen mit Helligkeiten von bis zu 1.000 Nits besonders dynamische Kontraste. Möglich wird das mit 240-Zonen-Local-Dimming, bei dem die LEDs einzeln angesteuert und bei Bedarf nicht nur gedimmt, sondern auch komplett ausgeschaltet werden können. Damit erfüllen beide Geräte die Richtlinien der UHD-Alliance und dürfen das Ultra HD-Premium Siegel tragen. Für den guten Klang hat Hisense in die Geräte professionelle Audioprocessing-Technologien des amerikanischen Spezialisten dpx, Inc. eingebaut.

Neben der Bildqualität ist auch die Bedienerfreundlichkeit ein wichtiges Verkaufsargument für die neuen Hisense Fernseher. Die personalisierbare Oberfläche Vidaa U ist nicht nur äußerst übersichtlich und intuitiv



Die neuen Premium-TVs 70NU9700 und 65NU8700 können mit allen Qualitätsmerkmalen aufwarten, die man in dieser Klasse erwartet.

zu bedienen, sondern auch extrem schnell. Innerhalb von 3 Sekunden sind die Fernseher gestartet und mit dem Internet verbunden, so dass alle Sender, Video-on-demand-Angebote und Apps sofort zur Verfügung stehen. Dabei erledigen die Hisense Smart-TVs auch die Sendersuche um 20 Prozent schneller als herkömmliche Geräte, und die am häufigsten genutzten Dienste, Programme und Angebote können im Menü einfach in eine individuelle Reihenfolge gebracht werden.

Die Hisense Premium TVs sind sofort lieferbar und kosten 3.999 Euro (UVP H70NU9700) beziehungsweise 2.499 Euro (UVP H65U8700).

Mit der weiter entwickelten Variante des bereits auf der IFA 2016 gezeigten Dual-Color 4K Laser TV wird Hisense auf der diesjährigen IFA ein zukunftsweisendes Produkt demonstrieren, das ab Januar 2018 in die Geschäfte kommen soll. Der Kurzstanz-Projektor projiziert aus einem Abstand von nur 51 cm UHD-Bilder mit einer Diagonalen von 100 Zoll (254 Meter). Zwei Lichtquellen (Laser) sorgen nicht nur für intensive, natürliche Farben, sondern erzielen auch eine maximale Leuchtdichte von 360 CD/pro Quadratmeter, die nach Herstellerangaben durchaus mit der Helligkeit moderner LCD-TVs vergleichbar ist. Auch der große Farbraum (110 Prozent NTSC) soll den kompakten Projektor als Alternative zu großformatigen Flachbildfernsehern qualifizieren. Auf der CES wurde die Lasercast-Technologie von Hisense von „Global Top Brands“ mit dem „Golden Display Tech Gold Award of the Year“ ausgezeichnet. Ein großer Vorteil ist auch der Energieverbrauch der Laser TVs, der deutlich geringer ausfällt als bei den LCD-TVs in gleicher Bildschirmgröße.



Die neue Kühl-/Gefrierkombination RB640N4BC3 mit A+++ Energiesiegel bietet ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis.

Berührungsempfindliche Displays auf den Türen der Kühlgeräte informieren die Anwender über die wichtigsten Daten, die mit einem einfachen Fingertipp angepasst werden können.

Kühle Energiesparer

Im Hausgeräte-Segment legt Hisense auf der IFA den Schwerpunkt auf besonders energieeffiziente No Frost Kühl-/Gefrierkombinationen. Sowohl das Standgerät RB400N4BC3 als auch die Side-by-Side-Kombi RS670N4BC3 tragen das Energiesiegel A+++; damit sind die Geräte um bis zu 47 Prozent sparsamer als ihre Pendanten der A+ Klasse. Zusätzlich zeichnen sie sich durch besonderen Bedienkomfort und intelligente Ausstattung aus. So informieren die berührungsempfindlichen Displays auf den Türen die Anwender auf einen Blick über die wichtigsten Daten, die mit einem einfachen Fingertipp angepasst werden

können. Für frische Lebensmittel sorgt unter anderem das 0°C Cooling Plus Fach; in diesem separaten Bereich werden die Temperatur und die Feuchtigkeit so präzise gesteuert, dass Fleisch und Fisch besonders lange haltbar bleiben. Die Geräte haben zwei getrennte Kreisläufe für das Kühl- und Gefrierfach; das verhindert nicht nur eine gegenseitige Beeinflussung und Geruchsübertragung, sondern gewährleistet auch ideale Feuchtigkeit und Temperatur-Bedingungen.

Mit Fast Freeze lassen sich größere Mengen von Lebensmitteln in besonders kurzer Zeit auf die Tiefgefrier-Temperatur von -18°C herunterkühlen. Dieser schnelle Einfrierprozess ist wichtig, um Vitamine und den frischen Geschmack bestmöglich zu konservieren. Mit der No-Frost Funktion bleiben

die Geräte praktisch eisfrei und kommen praktisch ohne Abtauen aus. Nicht zuletzt arbeiten die Hisense Kühl-/Gefrierkombinationen ausge-



In separaten Fächern werden die Temperatur und die Feuchtigkeit so präzise gesteuert, dass empfindliche Lebensmittel wie Fleisch und Fisch besonders lange haltbar bleiben.

sprochen leise. Die eingebauten Inverter-Kompressoren sorgen mit Lautstärkewerten ab 37 Dezibel für ruhigen Betrieb, der sich besonders in kleinen Wohnungen angenehm auswirkt. Zudem ermöglicht die Inverter-Technologie eine Lebensdauer, die deutlich über der von herkömmlichen Kompressoren liegt. Hisense unterstreicht diesen Qualitätsanspruch mit einer 10-Jahres Garantie.

Die Kühl-/Gefrierkombi RB640N4BC3 kostet 699 Euro (UVP), das Side-by-Side Geräte RS670N4BC3 1.099 Euro (UVP).

Start der WM Aktivitäten Der Hauptsponsor



Nach dem erfolgreichen Verlauf des Confederation Cups 2017 markiert die IFA den Start der Aktivitäten von Hisense zur Fifa-WM. Als erste chinesische Consumer-Marke hat sich der Technologie-Konzern in die exklusive Liste der Hauptsponsoren eingetragen. Mit diesem Engagement will Hisense seine weltweite Bekanntheit weiter steigern und natürlich auch in Deutschland Akzente setzen, wo das Unternehmen bereits mit dem FC Schalke 04 in der Fußball-Bundesliga zusammenarbeitet hat. Neben Werbeaktivitäten sind rund um die WM auch technologische Projekte geplant. So will sich Hisense unter anderem in einer gemeinsamen Forschungs- und Entwicklungsinitiative mit der Fifa engagieren, um Display-Technologien weiter voran zu treiben.