

EURO-Zwischenbilanz: Zufriedenheit und Zuversicht bei Hisense Gorenje Austria

Sportfan Andreas Kuzmits glaubt an ÖFB-Team – EM-Engagement unterstreicht europäische Ausrichtung des Unternehmens

Hisense war in den vergangenen Wochen als Hauptsponsor der Fußball-EM im Fan-Fokus. Die Zwischenbilanz fällt auch aus Sicht von Hisense Gorenje Austria sehr positiv aus. Der TV- und Haushaltsgeräte-Hersteller unterstreicht mit dem EURO-Engagement seine europäische Ausrichtung: Unter dem Dach der Hisense Europe Group betreibt er hier Produktionsstätten, Forschungszentren sowie zahlreiche nationale Niederlassungen. Der Konzern ist in vielen Ländern ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber, auch in Österreich.

Wien, 26. Juni 2024 – Sport-Sponsoring wirkt, das zeigt Hisense bei der UEFA EURO 2024™ mehr als deutlich. Hisense ist mit Bandenwerbungen präsent, stellt den VAR-Screen zur Verfügung und setzt mit seiner Beyond-Glory-Kampagne auch rund um die Stadien Akzente. Die Medienpräsenz der Marke ist dadurch ebenso deutlich gestiegen wie das Interesse auf Social Media.

Hisense Gorenje Austria zeigt ebenfalls starke Präsenz, aktuell unter anderem bei den großen Public-Viewing-Events im Wiener Prater und bei der Strandbar Herrmann. Darüber hinaus wurden Informationskampagnen im Fach- und Großhandel gestartet. „Bis zum EM-Ende sollte jeder in Österreich wissen, wer wir sind und was wir tun. Wir sind auf einem guten Weg, dieses Ziel zu erreichen“, zieht Geschäftsführer Andreas Kuzmits eine zufriedene Zwischenbilanz.

ÖFB-Erfolge heizen das Interesse an

Schon jetzt ist Hisense der drittgrößte Anbieter von TV-Geräten in Österreich, bezogen auf die verkaufte Stückzahl und mittlerweile auch auf den Umsatz. Mit Gorenje nimmt man eine führende Rolle am Haushaltsmarkt ein, insbesondere bei Waschmaschinen, Waschtrocknern und freistehenden Kühlgeräten ist Hisense Gorenje Austria an der Spitze.

Die Chancen, die Marktposition weiter zu verbessern, stehen nicht zuletzt dank der Erfolge des ÖFB-Teams ausgezeichnet. Die Achtelfinal-Qualifikation der Rangnick-Elf freut Andreas Kuzmits als Sponsor-Vertreter, aber auch als Sportfan: „Wir haben bei den Österreich-Spielen natürlich mitgefiebert. In der augenblicklichen Form bin ich überzeugt, dass wir auch in den K.o.-Spielen hervorragende Chancen haben.“

Starke Präsenz in Europa

Insgesamt sieht Kuzmits mit dem EURO-Engagement die Position von Hisense als international tätigem Konzern mit asiatischen Wurzeln und einer starken Ausrichtung auf Europa gefestigt. Die Hisense Europe Group betreibt gemäß dem Motto „Made in Europe“ drei Produktionsstätten und vier Forschungs- und Entwicklungszentren – von Velenje in Slowenien bis Lidköping in Schweden. Mit 27 nationalen Niederlassungen wurde 2023 ein Gesamtumsatz von 3,8 Milliarden Euro erzielt. In Österreich erreichte man rund 39 Millionen Euro und ein deutliches Umsatzplus.

Globale Nummer 2 am TV-Markt

Auch auf globaler Ebene schreibt Hisense schwarze Zahlen. Laut aktuellen Zahlen festigte das Unternehmen im ersten Quartal 2024 seine Position als Nummer zwei am weltweiten TV-Markt – der Marktanteil in Bezug auf die Stückzahl beträgt 13,6 Prozent. Im Großbildschirm-Segment (100 Zoll) liegt Hisense auf der Spitzenposition.

„Unsere Präsenz bei der EURO wird uns sicher helfen, Hisense weltweit noch erfolgreicher zu machen. Denn eine Fußball-Europameisterschaft ist längst kein auf den Kontinent beschränktes Ereignis mehr, sondern zieht die Aufmerksamkeit von Fußballfans rund um den Globus auf sich“, bilanziert Andreas Kuzmits.

Über Hisense Gorenje Austria

Gorenje ist einer der größten Hersteller von Haushaltsgeräten in Europa. Die österreichische Niederlassung – seit Jänner 2023 offiziell die „Hisense Gorenje Austria GmbH“ – besteht mit eigenem Standort seit 1975, die Zentrale befindet sich in Wien. Hisense Gorenje Austria verzeichnete im Jahr 2023 inklusive des Unterhaltungselektronik-Segments 39,0 Millionen Euro Umsatz. Das Produktsortiment umfasst Kühl-/Gefriergeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner und Wäschetrockner, Geschirrspüler, Küchengeräte, Küchen- und Haushaltskleingeräte, Warmwasserspeicher sowie Klimageräte.

Gorenje ist außerdem ein verlässlicher Partner im Einbaubereich (Backöfen bzw. Herde, Kochfelder, Dunstabzugshauben, Mikrowellen) und somit ein Vollsortiment-Anbieter für den Haushalt.

2018 wurde das Unternehmen ein Teil der Hisense Europe Group und profitiert somit vom Zugang zu den Ergebnissen umfangreicher F&E-Aktivitäten des Mutterkonzerns. Hisense, in China beheimatet und einer der weltweit führenden Hersteller von Unterhaltungselektronik, betreibt 16 Zentren für Forschung und Entwicklung. Rund fünf Prozent des Gesamtumsatzes von 27 Milliarden US-Dollar werden investiert, um in allen Produktsegmenten ein Vorreiter für technologische Innovationen zu bleiben.



Bildinformation



Abb. 1: Sport-Sponsoring wirkt!

Andreas Kuzmits, Geschäftsführer von Hisense Gorenje Austria, zieht gegen Ende der EURO-Vorrunde eine zufriedene Zwischenbilanz. Das Interesse am Hauptsponsor ist europaweit und – nicht zuletzt dank der rot-weiß-roten Erfolge – auch in Österreich deutlich gestiegen.

© Hisense Gorenje Austria



Abb. 2: Nummer 2 am globalen TV-Markt

Hisense war auch im ersten Quartal 2024 die zweitbeliebteste TV-Marke weltweit.

© Hisense Gorenje Austria

Ihre Ansprechpartner:innen

Kontakt:

Nicole Madaras
Hisense Gorenje Austria GmbH
T: +43 660 9293866
nicole.madaras@gorenje.com

Kontakt für Presseanfragen:

Daniel Holzbauer
plenos – Agentur für Kommunikation
T: +43 676 83786277
daniel.holzbauer@plenos.at