

28.04.2023 – 18:58 Uhr

Hisense engagiert sich dafür, Verbrauchern durch innovative TV-Produkte ein immersives Erlebnis zu bieten

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Die führende globale Marke für Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik Hisense hat heute die Ergebnisse einer Studie über die Sehgewohnheiten von Besitzern von Fernsehern im Vereinigten Königreich im Rahmen ihres Bestrebens veröffentlicht, Verbraucher in einem der wichtigsten internationalen Märkte des Unternehmens besser zu verstehen und diesen besser zu dienen.

„Der Grund für die Existenz von Hisense ist, den Menschen mehr Möglichkeiten zu bieten, um ein hochwertiges Leben zu genießen, mit ihren Liebsten Zeit zu verbringen und gemeinsamen Interessen und Leidenschaften nachzugehen. Während diese Hobbys und Prioritäten von Menschen auf der ganzen Welt geteilt werden, ist uns bei Hisense bewusst, dass ein nuanciertes Verständnis für jedes Land und seine einzigartige TV-Kultur eine wichtige Voraussetzung für internationalen Erfolg ist. Dieses Verständnis zu erwerben, wird es ermöglichen die Zuschauer vor Ort effektiver und authentischer zu betreuen und mit ihnen zu kommunizieren.“

Catherine Fang, Executive Vice President von Hisense Guangzhou International, sagte: „Unsere Technologie wurde entwickelt, um das bestmögliche Hör- und Seherlebnis zu bieten. Mit seinem Engagement für Innovation und Spitzentechnologie wird Hisense den Verbrauchern weiterhin Möglichkeit bieten, freudvolle Momente zu erleben, sei es zusammen mit ihren Liebsten oder in Augenblicken, wenn sie persönlichen Trost brauchen.“

Die Studie konzentrierte sich auf die Einstellung der Briten zu beliebten Fernsehserien – und deren Themenmusik – und die Auswirkungen, die diese Ansichten auf die Entscheidungen beim Kauf eines Fernsehgeräts haben. Die Hälfte (49 %) der Befragten sehen sich ihre Lieblingssendungen an, um sich zu entspannen, und ein Drittel (30 %) tut es als Möglichkeit zum Zusammensein mit der Familie.

In diesem Zusammenhang ist es nicht überraschend, dass so viele britische Haushalte eine Modernisierung ihrer Fernsehgeräte planen (34 %). Bildqualität (73 %), Bildschirmgröße (70 %) und Tonqualität (58 %) waren die größten Prioritäten bei Verbrauchern, die einen Kauf in Erwägung ziehen.

Dem Fernsehen wurde weithin eine wichtige Rolle in der britischen Kultur zuerkannt. Fast ein Drittel (29 %) gab an, dass es sich um eine „nationale Freizeitbeschäftigung“ handele, und dieselbe Anzahl von Befragten behauptete, das Ansehen guter Fernsehsendungen mache sie glücklicher.

Da die bereits angekündigten ULED X und U8 bald ins Vereinigte Königreich kommen werden, hofft Hisense, noch mehr qualitativ hochwertige Produkte anbieten zu können, um sich im Vereinigten Königreich und international noch stärker zu etablieren und das ultimative Erlebnis für das Leben der Verbraucher zu bieten.

Informationen zu Hisense

Hisense ist eine weltweit führende Marke für Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik. Das Geschäft von Hisense umfasst Multimediaprodukte (mit Schwerpunkt auf Smart TVs), Haushaltsgeräte und intelligente IT-Informationen. In jüngster Zeit ist Hisense schnell gewachsen und ist jetzt in mehr als 160 Ländern tätig.

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2065522/Hisense_UX_Lifestyle.jpg

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2065523/Survey_Result.jpg

Logo – https://mma.prnewswire.com/media/2007399/Hisense_Logo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hisense-engagiert-sich-dafur-verbrauchern-durch-innovative-tv-produkte-ein-immersives-erlebnis-zu-bieten-301811069.html>

Pressekontakt:

Patrick Chen,
patrick.chen@bluecurrentgroup.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100906064> abgerufen werden.