

ZTE auf dem Weg zur eigenen Marke

16.12.2011, 10:15 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: ZTE

Düsseldorf, 15. Dezember 2011 - Der chinesische Telekommunikationsanbieter ZTE ist im dritten Quartal des Jahres 2011 – gemessen an den Verkaufszahlen – zum viertgrößten Handyanbieter der Welt aufgestiegen. Das Unternehmen hat sich in einigen Ländern Europas bereits unter der eigenen Handymarke „ZTE“ einen Namen gemacht und seinen wachsenden Bekanntheitsgrad durch eine Reihe von Sponsoring-Aktivitäten unterstützt.

Wie aus Analysen der Marktforscher ABI Research, IDC und Strategy Analytics zur Telekommunikationsbranche für das dritte Quartal 2011 hervorgeht, übernahm ZTE von Apple die Position des viertgrößten Handy-Herstellers weltweit. ZTE lieferte in den ersten drei Quartalen 19,1 Millionen Mobiltelefone aus, was einem Anstieg von 57,9 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des vergangenen Jahres entspricht. Insgesamt vergrößerte ZTE seinen Marktanteil auf 4,9 Prozent. Der Umsatz an mobilen Endgeräten insgesamt stieg in diesem Zeitraum im Jahresvergleich um 53,4 Prozent.

Um seine Position im Bereich mobiler Terminals und Handys weiter zu stärken und die Markenwahrnehmung sowie seinen Marktanteil auszubauen, wird ZTE im kommenden Jahr verstärkt in Marketing- und Brandingmaßnahmen investieren. Bereits in diesem Jahr unterstrich das Unternehmen seine Produkt-Präsentationen mit einer Reihe von Sponsoring-Engagements.

Im April dieses Jahres wurde in Zusammenarbeit mit dem Sänger und Komponisten Huang Yida aus Singapur der Song „Light Your Smart World“ vorgestellt, der den neuen Slogan von ZTE aufgreift. Der Künstler hatte ihn eigens für ZTE erschaffen. Die Vorstellung des Songs fand in Peking anlässlich der Präsentation der neuen ZTE-Strategie für Smart Terminals statt.

Im Mai wurde zur Mutua Madrid Open - einem der Tennisturniere im Rahmen der ATP World Master 1000 - mit Hilfe der spanischen PR-Agentur Perception & Image der neue Light Pro-Tablet PC vorgestellt. Das Gerät wurde speziell für das Turnier mit einer Applikation ausgestattet, die offizielle Statistiken, Spielerinformationen und das Veranstaltungsprogramm in Echtzeit bot. Zudem wurde der zeitweilige Weltranglistenerte im Tennis, Carles Moyà Llompart, eingeladen, die Smart Terminal-Produkte von ZTE auszuprobieren.

Anlässlich der Madrid Fashion Week im September 2011 brachte ZTE sein Flagship-Smartphone „ZTE Skate“ unter eigenem Label auf den spanischen Markt. Auf der Veranstaltung präsentierte Jon Kortajarena, eines der erfolgreichsten europäischen Männermodels, Produkte des Unternehmens und förderte damit die Wahrnehmung der Marke. Die Präsentation des Skate in Hongkong erhielt verstärkte Aufmerksamkeit durch die Teilnahme des lokalen Popstars Kandy Wong mit Unterstützung der Hongkonger Niederlassung der PR-Agentur Edelman.

Im Oktober gab ZTE eine exklusive Sponsoring-Vereinbarung mit EMI Music/Virgin Records für die 18-tägige Tour des britischen Rappers Professor Green bekannt, die das Unternehmen mit Unterstützung der europäischen PR-Agentur AxiCom fördert. Die Kampagne beinhaltet die Teilnahme an einem längerfristigen Wettbewerb über Twitter, @ZTE_UK, für den Gewinn eines Skate-Handys, das ohne SIM-Karte funktioniert, sowie - mit Beteiligung der regionalen Medien - einer Eintrittskarte für ein regionales Konzert. Im Rahmen der Kampagne können Fans von Professor Green zudem Karten für einen exklusiven Auftritt in London oder sogar ein persönliches Zusammentreffen mit dem Künstler gewinnen.

Ebenfalls im Oktober kündigte ZTE ein exklusives Sponsoring der Tour „Acustico“ des spanischen Künstlers David Bisbal an, die ihn im Verlauf der kommenden Monate durch Spanien führt. Die Tour startete am ersten November mit einem speziellen Konzert im Teatro Real in Madrid. Dieses Sponsoring-Engagement ist Teil der Marketingkampagne für die Einführung des „ZTE Skate“ in Spanien.

In Deutschland startet ZTE im Januar 2012 mit der Einführung von ZTE gebrandeten Smartphones und Tablet PC's, die von Marketingmaßnahmen begleitet werden, auf die man gespannt sein darf.

„In den letzten 12 Monaten trat ZTE mit einer Reihe von Marketingkampagnen an die Öffentlichkeit, die von Prominenten aus verschiedenen Bereichen der Unterhaltungsbranche unterstützt wurden. Sie markieren das Jahr 2011 als Wendepunkt für das Unternehmen und den Wechsel vom Original Design Manufacturer (ODM) ohne eigenes Label zu

einem Anbieter einer eigenständigen Marke“, erklärt He Shiyu, Leiter des Mobile Terminal Business von ZTE. „Die Aussichten für das nächste Jahr sind sogar noch vielversprechender, da wir an unsere Strategie anknüpfen, bis 2015 zu einem der drei Top-Handset-Anbieter aufzusteigen.“

Portrait

Über ZTE

ZTE ist einer der weltweit führenden Entwickler, Hersteller und Anbieter von modernster Telekommunikationstechnik und Netzwerklösungen. Mit seiner umfassenden Produktpalette und seinem breiten Dienstleistungsangebot deckt das Unternehmen nahezu alle Bereiche des Telekommunikationsmarktes – Wireline, Wireless, Service und Terminals - ab. ZTE liefert anwenderoptimierte innovative Produkte für feste und mobile Netze an über 500 Netzbetreiber in über 140 Ländern und unterstützt sie dabei, die sich ständig verändernden Anforderungen ihrer Kunden zu erfüllen und gleichzeitig ihr Geschäftsergebnis zu optimieren. ZTEs Umsatzvolumen verzeichnete für das Jahr 2010 einen branchenführenden Anstieg um 21 Prozent auf 10,609 Milliarden US-Dollar. Das Unternehmen investiert zehn Prozent seines Umsatzes in Forschung und Entwicklung und spielt eine wichtige Rolle in einer Reihe internationaler Gremien zur Entwicklung neuer Telekommunikationsstandards. Als Unternehmen, das der Corporate Social Responsibility (CSR) große Bedeutung beimisst, ist ZTE Mitglied des UN-Netzwerkes Global Compact. ZTE ist der größte chinesische Telekommunikationsausrüster, der an der Börse notiert ist; die Aktien des Unternehmens werden an den Börsen in Hongkong und Shenzhen gehandelt. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.zte-deutschland.de/>.

News-ID: 594734 • Views: 1049 (Stand: 07.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/594734/ZTE-auf-dem-Weg-zur-eigenen-Marke.html>