



Bilder: TCL Electronics



Hochtechnisierte TV-Produktion in Shenzhen: TCL hält alle Produktionsschritte im Konzern und kann daher auch spezielle Sondermodelle anbieten

Partnerschaft mit Euronics

TCL greift nach den Sternen

TCL Electronics mag hierzulande noch nicht sehr bekannt sein, doch weltweit ist der chinesische Konzern eine Macht. Durch die enge Partnerschaft mit **Euronics** finden die TCL-Fernseher jetzt ihren Weg in den Fachhandel. Bei einem Besuch der Produktionsstätten am Headquarter in Shenzhen konnten sich Euronics-Händler von der Innovationskraft von TCL überzeugen

Die Metropole Shenzhen ist geradezu beispielhaft für den kometenhaften Aufstieg Chinas in den letzten Jahrzehnten. Vor rund 40 Jahren als Sonderwirtschaftszone an der Grenze zu Hongkong gegründet, legte die Stadt seitdem ein rasantes Wachstum hin. Heute gilt Shenzhen mit seinen mehr als 12 Millionen Einwohnern als »Werkbank der Welt« und pulsierendes Technologiezentrum Chinas. Führende Tech-Konzerne haben hier ihren Sitz, darunter der TV-Hersteller TCL.

Die TCL Group begann 1981 als Produzent von Magnetbändern und erweiterte sukzessive ihre Geschäftsfelder in die Bereiche Telefone / Smartphones, TV-Geräte, Elektrohaushaltsgeräte und smarte Produkte bis hin zu Finanzdienstleistungen, Internet- und Logistikservices. Weltweit arbeiten 75.000 Mitarbeiter für TCL. Der Elektronikkonzern ist in 160 Ländern aktiv und unterhält 22 Fertigungsstätten sowie 28 Forschungseinrichtungen, darunter das kürzlich eröffnete R&D-Zentrum für Künstliche Intelligenz in Warschau, Polen.

Führend in der TV-Produktion, hohe Ausgaben für Forschung

TCL ist führend in der LCD-Panel-Produktion und hält als einer der wenigen TV-Hersteller noch alle Produktionsschritte unter einem Dach. Dadurch kann das Unternehmen modernste Panel-Technologien wie QLED mit Quantum Dot produzieren, für die Kunden lassen sich auch spezielle Wünsche in maßgeschneiderten TV-Modellen umsetzen. Dank der hohen Ausga-

ben für Forschung & Entwicklung agiert TCL technologisch auf der Höhe der Zeit: Smarte Features wie Sprachsteuerung (Google/Alexa) und Android TV, aber auch fortschrittliche UHD-HDR-Bildtechnologien (4K/8K) kombiniert mit exzellenter Soundperformance von JBL (und in 2019 on top mit integriertem Onkyo Dolby-Atmos-System) sowie das edle Design verdeutlichen die Innovationskraft von TCL.

TCL ist weltweit drittgrößter TV-Hersteller

Diese hohe Qualität wirkt sich auf die Marktposition aus. Aktuell ist TCL mit 11,8 Prozent Marktanteil die Nummer 3 im globalen TV-Markt, nur 0,2 Prozent hinter dem Zweitplatzierten. TCL verbucht ein stetiges Wachstum und konnte innerhalb eines Jahres rund 2,3 Prozent Marktanteil hinzugewinnen. 2017 hat TCL weltweit über 23 Millionen TV-Geräte verkauft, drei Millionen mehr als im Vorjahr.

»Der TV-Abverkauf in den ersten zwei Quartalen 2018 war der größte Zuwachs für TCL innerhalb der letzten fünf Jahre«, betont **Sandy Zhou**, Country Managerin TCL Germany. »Diesen Erfolg verdanken wir nicht nur unseren hochmodernen und innovativen Fertigungskapazitäten, sondern auch unserer stetig steigenden Brand Awareness.«

Fußballstar Neymar Jr. ist weltweiter Markenbotschafter, zudem unterhält TCL Sponsoring-Partnerschaften mit Basketballstar Kobe Bryant, bekannten Sportvereinen und Blockbustern wie Mission

Impossible und X-Men. Darüber hinaus tritt TCL als Hauptsponsor der FIBA Basketball-Weltmeisterschaft auf, die nächstes Jahr in China stattfindet.

Kein Fast Follower, sondern Technologieführer

»TCL ist kein Fast Follower am Markt, sondern Technologieführer«, erklärt Sandy Zhou. »Unseren weltweiten Erfolg möchten wir nun auch nach Deutschland tragen und die hiesigen Verbraucher von der hohen Qualität der TCL TVs überzeugen. Mit dem Sponsoring des Berlin Marathons und anderen Marketingaktivitäten sind wir bereits auf einem guten Weg, die Marke TCL bekannter zu machen. Daneben unterstützen wir den Handel proaktiv mit attraktiven POS-Systemen. Momentan liegt unser Marktanteil in Deutschland noch bei 2,5 Prozent, in den nächsten Jahren wollen wir den Anteil verdoppeln. Unser Ziel ist, mittelfristig unter die Top 5 im deutschen Markt zu kommen.«

Partnerschaft mit Euronics: Auf Nachhaltigkeit ausgelegt

Um diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen, ist TCL eine enge Vertriebspartnerschaft mit Euronics eingegangen. »Dank unserer Partnerschaft mit Euronics bewegt sich TCL in die richtige Richtung, und zwar Richtung Fachhandel«, so Sandy Zhou. »Mit unserer wertorientierten und nachhaltigen Vertriebsstrategie beweisen wir, dass der Fachhandel mit TCL gutes Geld verdienen kann. Trotz gutem Preis-Leistungsverhältnis sind unsere Fernseher margenstark und sehr attraktiv in der Ausstattung. Nachhaltigkeit bedeutet für uns auch: Wir haben einen lückenlosen Service und begleiten den Kunden im After Sales. Nicht zuletzt profitieren unsere Partner bei Euronics durch die Schlagkraft unseres deutschen Vertriebsteams.«

Damit sich der Euronics-Fachhandel selber einen Eindruck vom Unternehmen und den Produktionsbedingungen machen kann, hatte TCL Anfang November eine Gruppe von acht Euronics-Händlern und Einkäufern nach China eingeladen,

um sich direkt mit dem TCL-Management austauschen zu können. Besucht wurde die TV-Panel-Fabrik in Shenzhen, wo in hochtechnisierten Produktionsverfahren moderne Quantum-Dot-Displays bis 75 Zoll hergestellt werden. Im 1,3 Millionen Quadratmeter großen Industriepark in der benachbarten Stadt Huizhou konnte die Euronics-Delegation zudem die TV-Produktion begutachten. Die heute schon hochtechnisierte TV-Produktion wird im März 2019 in eine noch modernere Fertigungsstätte umziehen. Mit einer Investitionssumme von 6,7 Milliarden US-Dollar wird die neue Produktionslinie größere Bildschirme wie 65-Zoll- und 75-Zoll-LCD-TV's produzieren.

»Herausragende Bildqualität, sehr guter Klang und wertiges Design«

Euronics-Aufsichtsratsvorsitzender Dirk Wittmer

»Für uns ist es beeindruckend zu sehen, wie ein Lieferant noch alle Produktionsschritte von der Panel-Produktion bis zum fertigen Gerät selber im Konzern hält und dadurch äußerst flexibel auf die Nachfrage in den jeweiligen Zielmärkten reagieren kann«, beschreibt Euronics-Aufsichtsratsvorsitzender **Dirk Wittmer** seine Eindrücke. »TCL bietet mit seinen Fernsehern nicht nur eine herausragende Bildqualität, sondern auch einen sehr guten Klang und ein wertiges, zeitgemäßes Design. Ebenso interessant zu sehen: Die Entwicklung im Weltmarkt und wie sich die gesamte Markenlandschaft verschiebt. Insofern war es wichtig, hier in Shenzhen zu sein und ein aktuelles Bild von China zu bekommen, aber auch von der Stärke von TCL.«

»In der gesamten Handelslandschaft wird deutlich, dass wir uns mit chinesi-

schen Herstellern befassen müssen«, ergänzt Dirk Wittmer. »Daher ist es unsere Pflicht zu schauen, welche Schwerpunkte ein Unternehmen bei Entwicklung und Produktion setzt. Und das ist bei TCL eindeutig: Sie legen Wert auf modernes Design, sprechen junge Zielgruppen an und liefern sehr gute Qualität ab. Wir empfehlen daher dem deutschen Euronics



Fachhandel eindringlich, die chinesischen Unternehmen ernst zu nehmen und nicht zu unterschätzen.«

Auch **Thomas Oertel**, Einkaufsleiter CE bei Euronics, zeigt sich zufrieden: »Wir haben ein junges, modernes Management erlebt, das genau weiß, wie der Markt in Europa tickt. Uns wurde vermittelt, welch wertvoller Partner Euronics für TCL sein kann. Beide Seiten haben nun die Aufgabe, sich gut zuzuhören und Anknüpfungspunkte für gemeinsame Geschäfte zu finden. Wir müssen jetzt unsere Informationen und Erfahrungen an alle Mitglieder

weitergeben und bestimmen, wie die Produkte ins Sortiment eingebunden werden. Und TCL muss festlegen, wie werthaltig sie sich am Markt positionieren wollen.«

Über Euronics vermarktet TCL drei speziell an den Fachhandelskanal angepasste TV-Geräte-Serien: Im Einstiegsbereich die UHD-TV's der Serie DP603 ab 43 Zoll, in der Mittelklasse die DP663-Serie mit Aluminium-Rahmen in 49 bis 65 Zoll, und in der gehobenen Mittelklasse die DC762-Serie mit integrierter JBL-Soundbar.

»Eine der Stärken von TCL liegt im Customizing, dass wir die TV-Panels individuell auf die Zielgruppe zuschneiden können«, sagt **Dieter Kreisle**, Key Account Manager TCL Germany. »Somit können wir den Buying Groups spezielle Sondertypen anbieten, die exakt den Marktwünschen entsprechen. Weiterer Vorteil: Mit TCL kann der Fachhändler neue Zielgruppen erschließen und den jungen Kunden von morgen ansprechen, etwa wenn es um Streaming, Netflix und Sprachsteuerung geht. Durch die Verwendung des JBL-Soundsystems in einigen TCL TV-Geräten kann der Händler auch einen Imagetransfer hin zu innovativem Sound vollziehen.

TV-Sondermodelle für den Euronics Fachhandel

»Dank unserer Partnerschaft mit Euronics haben wir nun eine deutschlandweite Abdeckung für alle wertorientierten und nachhaltig positionierten Fachhändler und Fachmärkte«, so Dieter Kreisle. Er sieht die Partnerschaft mit Euronics als deutliches Signal an den Fachhandel, dass TCL großen Wert auf eine nachhaltige Geschäftsbeziehung legt: »Wir bieten das komplette Paket an: von der Beratung über die Platzierung am POS bis hin zum After-Sales-Bereich. Bei uns ist der Kunde auch nach dem Kauf König.«



Besuch der TV-Produktion von TCL in China Andre Seidel (Euronics Husum), Sandy Zhou (TCL Country Managerin Germany), Ernst Schmid (HiFi Profis Frankfurt), Thomas Dieker (Euronics Ahaus), Dirk Wittmer (Euronics Aufsichtsratsvorsitzender, Ratingen), Martin Mayer (Euronics Leiter UE), Christoph Lux (Euronics Köthen), Sandy Schönfeld (Euronics Einkauf UE), Thomas Oertel (Euronics Einkaufsleiter CE), Dieter Kreisle (TCL Key Account Manager)