

08.06.2025 – 20:46 Uhr

## Über das Spiel hinaus: Haier Vision für Jugend und Nachhaltigkeit

Paris (ots/PRNewswire) -

In einem mutigen Schritt zur Förderung eines integrativen Wachstums und zur Einbindung der jüngeren Generation hat Haier, die weltweit führende Marke für Haushaltsgroßgeräte, in Paris offiziell den Haier Fans Cup ins Leben gerufen. Damit markiert Haier einen strategischen Meilenstein in der Weiterentwicklung seiner globalen Sportmarketing-Vision.

Der Haier Fans Cup fand während der zweiwöchigen Dauer des weltberühmten Tennisturniers Roland Garros (French Open) statt und brachte vielversprechende Tennisspieler unter 14 Jahren aus ganz Frankreich zu einem Tag voller spannender Wettkämpfe und kultureller Highlights zusammen. Diese Initiative war mehr als nur ein Jugendturnier: Sie verdeutlichte die Vision von Haier, Sport als Brücke zwischen Generationen, Regionen und gemeinsamen Zielen zu nutzen.

Der Höhepunkt der Veranstaltung war eine exklusive Gelegenheit für die Gewinner, die ehemalige WTA-Nummer-1-Spielerin Ana Ivanovic im Haier Roland-Garros-Fan-Dorf zu treffen, um Träume zu inspirieren und junge Sportler mit globalen Vorbildern zusammenzubringen.

### Ein strategisches Sponsoring, das auf einem klaren Ziel basiert

Der Haier Fans Cup, der gemeinsam von Haier und Open Stade Français veranstaltet wurde, setzt die Tradition eines der renommiertesten Junioren-Tennisturniere Frankreichs fort. Der 1983 gegründete Open Stade Français ist Teil des ITF Junior Circuit und dient seit langem als Wettkampf- und Entwicklungsplattform für aufstrebende Tennistalente.

Die Partnerschaft fördert junge Sportler mit unterschiedlichem Hintergrund, indem sie ihnen Möglichkeiten zur Ranglistenplatzierung, zum kulturellen Austausch und zur persönlichen Weiterentwicklung bietet. Die Zusammenarbeit spiegelt die zunehmende Bedeutung wider, die globale Marken der Schaffung einer nachhaltigen sozialen Wirkung durch jugendorientierte Initiativen beimessen.

### ESG in Aktion: Aus Absichten greifbare Ergebnisse machen

Der Haier Fans Cup beruht auf der Überzeugung, dass Sport als Brücke dienen kann, um Menschen miteinander zu verbinden und gemeinsame Ziele über Generationen hinweg zu fördern. Diese Philosophie steht im Einklang mit der umfassenderen ESG-Vision von Haier, in der Sport nicht nur als Möglichkeit zur Markenbildung, sondern als Instrument für eine integrative Entwicklung betrachtet wird.

In Europa engagiert sich Haier über das eigentliche Geschäft hinaus für soziale und ökologische Belange. Beim Mailänder Staffelmaraathon war Haier Europe einer der erfolgreichsten Fundraiser der Veranstaltung und hat die Erweiterung der beiden Spazi Donna-Zentren in Mailand unterstützt, um Frauen in schwierigen Situationen eine sicherere und bessere Zukunft zu ermöglichen.

Im Bereich Umwelt hat sich Haier Europe auf Abfallreduzierung und Kreislaufwirtschaft konzentriert. Im Jahr 2025 erreichte das Produktionszentrum in Eskişehir, Türkei, eine Recyclingquote von 99 % und erhielt die Zertifizierung „Zero Waste to Landfill“ gemäß der Norm DIN SPEC 91436. In der gesamten Region hat Haier Europe eine durchschnittliche Abfallverwertungsquote von 98 % erreicht, ein Ergebnis, das das operative Engagement des Unternehmens für Nachhaltigkeit unterstreicht. Um die Kreislaufwirtschaft und die Kultur des Recyclings und der Wiederverwendung zu fördern und zu unterstützen, hat Haier eine Partnerschaft mit Esosport geschlossen, einem gemeinnützigen Unternehmen, das im Bereich Abfallwirtschaft tätig ist. Im Rahmen dieser Partnerschaft können Mitarbeiter ihre alten Schuhe und Tennisbälle abgeben. Diese Schuhe und Tennisbälle werden dann zu neuen Spielplätzen für Kinder und Laufbahnen für Sportler.

Das soziale Engagement der Marke erstreckt sich auch auf den Arbeitsplatz. Im Jahr 2025 wurde Haier Europe als Top-Arbeitgeber in Großbritannien und Irland ausgezeichnet und erhielt den von der Radar Academy organisierten Preis „Company for Generation Z“, der das Engagement des Unternehmens für die Förderung eines integrativen und motivierenden Arbeitsumfelds würdigt.

Haier ist der Überzeugung, dass Sport eine wichtige Brücke zwischen dem Einzelnen, der Gesellschaft und der Umwelt darstellt. Diese Philosophie ist tief in der DNA der Marke Haier verankert, wo ESG keine Zusatzleistungen sind, sondern integrale Kräfte, die jeden Schritt über das Spiel hinaus vorantreiben.

### **Sport und Zweck: Bedeutungsvolle Verbindungen aufbauen**

Das langjährige Engagement von Haier im globalen Sport spiegelt eine strategische Herangehensweise an den Markenaufbau wider. Der Schwerpunkt liegt dabei auf kultureller Relevanz, Auswirkungen auf die Gemeinschaft und nachhaltigem Wachstum.

Durch Partnerschaften im Tennis, Basketball, Marathon und in aufstrebenden Bereichen wie E-Sport nutzt Haier den Sport nicht nur als Kommunikationskanal, sondern auch als Plattform zur Förderung von Innovation, Jugendförderung und verantwortungsvoller Entwicklung.

Die Sportstrategie von Haier geht über reine Sichtbarkeit hinaus. Von umweltfreundlichen Geräten bei internationalen Veranstaltungen bis hin zu inklusiven Jugendturnieren wie dem Haier Fans Cup trägt jede Maßnahme zu umfassenderen ESG-Zielen bei und positioniert den Sport als Mittel für Inklusion, Wohlbefinden und Umweltbewusstsein.

### **Blick in die Zukunft: Ein Vermächtnis der Inspiration und des Wachstums aufbauen**

Für die Zukunft strebt Haier an, seine Rolle an der Schnittstelle von Sport, Innovation und sozialem Wert weiter auszubauen. Durch Investitionen in Plattformen, die sich für Ausdauer, Gerechtigkeit und langfristigen Fortschritt einsetzen, strebt die Marke danach, eine Präsenz aufzubauen, die sowohl weltweit geschätzt wird als auch gesellschaftlich Einfluss nimmt.

Foto - [https://mma.prnewswire.com/media/2705730/haier\\_-\\_fans.jpg](https://mma.prnewswire.com/media/2705730/haier_-_fans.jpg)

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/uber-das-spiel-hinaus-haier-vision-fur-jugend-und-nachhaltigkeit-302476001.html>

Pressekontakt:

huangwenlei@haier.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018696/100932401> abgerufen werden.