

19.06.2025 – 21:22 Uhr

Haier steht auf der Liste „Top 50 2025 Chinese Global Brand Builders“ an erster Stelle in der Branche und hält die Top-10-Position seit 9 Jahren in Folge

Lingshui, China (ots/PRNewswire) -

Haier hat sich erneut die Spitzenposition in der Kategorie Haushaltsgeräte auf der prestigeträchtigen Liste „Top 50 2025 Chinese Global Brand Builders“ gesichert, die gemeinsam von Google und Kantar BrandZ veröffentlicht wurde. Dies ist das dritte Jahr in Folge, in dem Haier in dieser Kategorie führend ist, und das neunte Jahr in Folge, in dem das Unternehmen unter den Top 10 der globalen chinesischen Marken bleibt, was den Einfluss der Marke weltweit weiter stärkt.

Die Liste „Top 50 2025 Chinese Global Brand Builders“, die als eines der zuverlässigsten globalen Markenbewertungssysteme anerkannt ist, deckt 11 wichtige globale Märkte ab, darunter die USA, das Vereinigte Königreich, Frankreich, Japan sowie Indien, und bewertet Marken in 15 Schlüsselkategorien wie Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik und Automobile. Das Ranking basiert auf einer robusten Methodik, die Google Surveys, den Google Search Index und die BrandZ-Datenbank von Kantar, die weltweit größte Markenanalyseplattform, kombiniert.

Der weltweite Erfolg von Haier ist das Ergebnis eines jahrzehntelangen strategischen Einsatzes für langfristiges Wachstum und eine unabhängige Markenführung. In den 1990er Jahren schlug Haier einen anderen Weg ein: Statt wie andere Hersteller als OEM zu exportieren, setzte das Unternehmen auf die Entwicklung seiner eigenen Marke sowie den Eintritt in reife Märkte wie Europa und die USA, bevor es in Entwicklungsregionen wie Südostasien, den Nahen Osten sowie Afrika expandierte. Dieser Weg, der auf Reinvestitionen und nachhaltigem Wachstum basiert, hat es Haier ermöglicht, bis 2016 auf den Überseemärkten finanziell autark zu sein.

Zu diesem Zweck hat Haier eine weltweit integrierte 3-in-1-Strategie (lokalisierte Forschung und Entwicklung, Herstellung sowie Marketing) entwickelt, um die unterschiedlichen Bedürfnisse von Nutzern in den verschiedenen Regionen genau zu erfüllen. Im Hinblick auf die Energieknappheit sowie die hohen Preise in Europa wurde beispielsweise die Haier X11-Waschmaschine mit ihren umweltfreundlichen technologischen Merkmalen und verbesserten Energiesparfunktionen auf den Markt gebracht, die eine Energieeinsparung von 60 % im Vergleich zu den strengen europäischen A-Klasse-Standards bietet.

Im Laufe seiner Globalisierung ist Haier auch aktiv Partnerschaften mit prestigeträchtigen Tennisturnieren eingegangen, darunter Roland-Garros, ATP Tour, Australian Open und China Open, wobei das Unternehmen die erstklassigen Sport-IPs genutzt hat, die bei globalen Sportfans und hochwertigen Verbrauchern großen Anklang finden. Diese Kooperationen stärken das Markenimage von Haier, das für „Spitzeninnovation“ und „Premium-Lifestyle“ steht, in den Köpfen der Verbraucher weltweit.

Im Jahr 2024 meldete die Haier Group einen weltweiten Umsatz von 55,9 Mrd. USD, was einem Anstieg von 8 % gegenüber dem Vorjahr entspricht, und einen weltweiten Gesamtgewinn von 4,2 Mrd. USD, was einem Anstieg von 13 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Auslandsumsatz von Haier Smart Home macht inzwischen über 50 % des Gesamtgeschäfts aus, was die solide globale Positionierung des Unternehmens widerspiegelt. Als eines der ersten chinesischen Unternehmen, das eine globale Markenpräsenz aufgebaut hat, ist Haier laut Euromonitor seit 16 Jahren in Folge die Nummer 1 unter den großen Haushaltsgerätemarken und verfügt damit über einen nachhaltigen sowie starken globalen Wettbewerbsvorteil.

Bis heute ist Haier in über 200 Ländern und Regionen der Welt vertreten und hat in wichtigen Ländern wie China, den Vereinigten Staaten sowie Neuseeland eine führende Marktposition erreicht.

In Europa ist Haier weiterhin führend auf mehreren Kernmärkten. In Japan ist der gemeinsame Marktanteil der Marken Haier und AQUA die Nummer 1 in der Kategorie Kühlgeräte. In Südostasien ist Haier die Nr. 1 auf dem Gesamtmarkt. In Thailand steht das Unternehmen auf Platz 1 bei Haushaltsgeräten, Gefriertruhen und Klimaanlage. In Vietnam ist Haier die Nummer 1 bei Kühlschränken und Waschmaschinen, während es in Malaysia sowohl bei Klimageräten als auch bei Gefriertruhen führend ist. Die Marke ist in neun wichtigen Märkten wie Indien sowie Italien in die Top 3 aufgestiegen und gehört in Ländern wie dem Vereinigten Königreich sowie den Philippinen zu den Top 5.

Mit dem langfristigen und unerschütterlichen Einsatz für die „3-in-1“-Strategie von Haier, die einen starken lokalen Ansatz sowie kontinuierliche Produktinnovationen umfasst, möchte die Marke ein besseres Leben für Nutzer auf der ganzen Welt schaffen.

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2714674/Haier_BrandZ_en_photo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/haier-steht-auf-der-liste-top-50-2025-chinese-global-brand-builders-an-erster-stelle-in-der-branche-und-halt-die-top-10-position-seit-9-jahren-in-folge-302486584.html>

Pressekontakt:

huangwenlei@haier.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018696/100932737> abgerufen werden.