

**Die Zukunft hat gerade erst begonnen**

## **Haier – Hausgeräte-Marke auf Wachstumskurs**

**München, 15. September – Weltweit ist Haier die Nummer 1<sup>1</sup> der Hausgeräte-Hersteller. Anfang 2021 hat das Unternehmen nun seine europäischen Aktivitäten verstärkt. Neue Werke in Rumänien und der Türkei sorgen für mehr Nähe zu zentraleuropäischen Märkten. Gleichzeitig wurden die Marketingaktivitäten in den Zielmärkten verstärkt. Nach einem knappen halben Jahr sind nun erste Resultate ersichtlich. Und die Zahlen zeigen: Haier startet durch. Der Überblick über die aktuelle Geschäftsentwicklung.**

### **Haier Global: zweistelliges Umsatzwachstum**

Als Nummer 1 der internationalen Hausgeräte-Marken zeigen sich die Stärken von Haier in vier Segmenten: Der weltweite Marktanteil am Verkauf von Kühlschränken beträgt 23 Prozent<sup>1</sup>. Das bedeutet: Fast jeder vierte verkaufte Kühlschrank stammt von Haier. Ein ähnliches Bild zeigen die Zahlen für Waschmaschinen (22,3 Prozent<sup>1</sup>) und Gefriergeräte (22,6 Prozent<sup>1</sup>). Und auch im Segment Weinlagerung punkten die Kühlsysteme von Haier mit 17,9 Prozent<sup>1</sup> Marktanteil.

Bezogen auf die einzelnen Kontinente gehört die Hausgeräte-Sparte Haier Smart Home überall in die Top 5: Nummer 1 in Asien, 2. Platz in den USA, in Australien und Neuseeland, Rang 3 in Südamerika und Platz 5 in Europa und dem mittleren Osten mit Afrika<sup>1</sup>. Analog zum Weltmarktanteil entwickeln sich auch die Umsätze: Sie sind im ersten Halbjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 27,2 Prozent auf 14,5 Milliarden Euro gestiegen.

### **Haier Europa: Aufbruch in die erfolgreiche Zukunft**

Europa steht im Fokus von Haier Smart Home: Mit Werken in der Türkei und Rumänien eröffnete Haier im Jahr 2021 zwei neuen Produktionsstätten, die dicht an den europäischen Zentralmärkten liegen. Auch wenn 2020/21 zwei herausfordernde Jahre waren, bleibt die Vision von Haier unverändert: Bis 2023 will das Unternehmen in Europa zu den Top 3 der Branche aufsteigen. Die Strategie, die zu diesem Ziel führt, steht ebenfalls fest. Mit einem Komplettangebot an vernetzten Services will Haier eine einzigartige Connected-User-Experience bieten – und

so zur ersten Wahl werden, wenn Kunden nach Smart-Home-Lösungen suchen. Bis 2023 werden demnach alle Hausgeräte vernetzt sein.

Die drei Marken Haier, Hoover und Candy decken dabei das gesamte Kundenspektrum ab: Die Marke Haier steht innerhalb der Unternehmensgruppe für innovative Premium-Hausgeräte, die sich perfekt in einen dynamischen, modernen Lebensstil integrieren lassen – ausgestattet mit hochentwickelter Technik für höchste Ansprüche und maßgeschneidert für all jene, die nach Innovation und Qualität suchen, ohne auf eine starke ästhetische Designkomponente verzichten zu wollen.

Hoover ist eine innovationsstarke internationale Marke, die seit über 100 Jahren mit innovativen Hightech-Produkten und einem raffinierten und topaktuellen Design Trends am Markt setzt. Das umfassende Angebot besteht aus kleinen und großen Hausgeräten in freistehender oder Einbauausführung. Auch wenn es um die Umwelt geht, steht Hoover mit an der Spitze der Innovationen: Alle Produkte weisen einen extrem niedrigen Energieverbrauch auf und sind äußerst geräuscharm.

Candy ist eine italienische Marke, die seit über 75 Jahren für Produkte steht, die Innovation und Benutzerfreundlichkeit kombinieren. Heute steht Candy in den Bereichen Waschen, Kochen, Kühlen und Gefrieren für smarte, intelligente und vernetzte sowie einfach zu bedienende Produkte mit italienischem Touch und hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Motto von Candy: simplify your day.

2020 betrug der Marktanteil von Haier Europa 7,2 Prozent. Über 7.700 Mitarbeiter, davon mehr als 300 Entwickler, beschäftigt das Unternehmen in diesem Markt, verfügt über 54 Tochtergesellschaften, 6 Produktionsstätten sowie 22 Lager und wird von 2.700 Zulieferern unterstützt<sup>1</sup>.

### **Haier Deutschland: Die Zukunft hat gerade erst begonnen**

Die Europa-Strategie findet ihre Fortsetzung auch in Deutschland, das als einer der wichtigsten zentraleuropäischen Märkte im Zentrum der Wachstumsstrategie von Haier steht. Auch hier soll Haier aus Konsumentensicht die Nummer 1 werden, wenn es um Smart-Home-Anwendungen geht. Darüber hinaus möchte Haier mit den drei Marken Candy, Hoover und Haier auch in Deutschland weitere

Marktanteile gewinnen und zu den führenden Hausgeräte-Herstellern des Landes aufschließen.

Und besonders bei der Marke Haier entwickeln sich die Zahlen kontinuierlich in die richtige Richtung: Von 2018 bis 2020 hat Haier seine Umsatzzahlen nahezu verdreifacht. 2020 wuchs die Marke Haier um 77 Prozent<sup>2</sup> und im ersten Halbjahr 2021 betrug das Wachstum trotz des durch die Corona-Pandemie herausfordernden Umfelds ebenfalls um 68 Prozent<sup>2</sup>.

## **Haier Deutschland: Maßnahmen zur Kundengewinnung und -pflege**

Für den Weg zur Spitze hat Haier verschiedene Voraussetzungen definiert: Die Marke wird noch in allen Bereichen im Premium-Segment positioniert. Bezüglich der Produkte bekommt der Einbaumarkt die Priorität 1. Für ein qualitatives Wachstum werden die Kunden über eine Kanalstrategie angesprochen, die vom Fachhandel über den Onlinehandel bis hin zu Kooperationen mit Küchenmöbelherstellern alle Möglichkeiten nutzt. Neben diesen drei Punkten investiert Haier Deutschland auch in Service, Prozesse und Mitarbeiter. Mit dem Bezug der neuen Unternehmenszentrale in München Riem wurde ein Zeichen gesetzt.

Mit starken Marketingmaßnahmen bringt Haier Marke und Produkte ins Bewusstsein der Konsumenten: Während Anzeigenkampagnen in der „Sport Bild“ und Brand-Marketing zum Supercup 2021 die Endkunden ansprechen, wird gleichzeitig verstärkt in der Fachpresse kommuniziert. Auch Handelsaktionen wie Shop-in-Shop-Systeme oder Cashback-Aktionen sind erfolgreich gestartet und werden in Zukunft fortgesetzt.

Dass all diese Maßnahmen gebündelt einen Effekt haben, zeigen die Auszeichnungen, die Haier im Jahr 2020 erhalten hat: Im YouGov-BrandIndex wurde Haier zum „Aufsteiger des Jahres“ gewählt, während der „DEUTSCHLAND TEST“ von Focus Haier attestiert, dass das Unternehmen im Verbraucherurteil „Höchstes Vertrauen“ genießt.

## Produktoffensive bei Candy, Hoover und Haier

Diesen Weg wird Haier weitergehen – und dazu mit neuen Produkten die Kunden begeistern: **Candy** wird seinen Weg der smarten Modelle mit seinem hervorragenden Preis-Leitungs-Verhältnis weiter erfolgreich fortführen. **Hoover** bringt mit der H-WASH 550 eine neue Waschmaschine-Reihe auf den Markt, die ausgezeichnete Ergebnisse und eine sorgfältige Desinfektion der Kleidungsstücke sicherstellt. Darüber hinaus ist es dank der hOn App möglich, auf die Funktion „Scan to Care“ zuzugreifen: Ausgehend von einem Foto der Wäsche ist die App in der Lage, die Symbole der Waschetiketten zu entschlüsseln und schlägt – mittels eines Algorithmus – das richtige Waschprogramm vor. Eine weitere Funktion ist Sync, die einen Datenaustausch zwischen der Waschmaschine und dem Trockner herstellt und es dem Benutzer ermöglicht, den Wasch- und Trockenvorgang zu programmieren und zu beschleunigen.

Die neue Waschmaschine von **Haier** – die I-Pro Serie 5 (959) – knüpft an die Erfolgsgeschichte der I-Pro Serie 7 (979) an: mit klaren Linien und Kanten, dem innovativsten Direct-Motion-Motor, der Refresh-Dampffunktion und zusätzlich vernetztem Komfort. Dank hOn App kann die I-Pro Serie 5 über das Smartphone auch von unterwegs bedient werden. Die unglaublich stilvollen French-Door-Kühlschränke der Cube 90 der Produktreihe 5 von Haier bieten Kühlung im XXL-Format und einen einfachen Zugriff auf das Kühlgut, während der Auszug der unteren Schubladen eine gute Übersicht über das Gefriergut bietet. Die neuen, vernetzten Weinklimaschränke der Serie 7 von Haier ermöglichen auch Hobby-Sommeliers die optimale Lagerung von Weinen. Dank exklusiver Technologien und smarter Steuerung per hOn App genügt das heimische Weinlager selbst Profi-Ansprüchen.

<sup>1</sup> 2020 Euromonitor International

<sup>2</sup> Basis wertmäßige Entwicklung Elektrogroßgeräte - Source: ZVEI Statistik

## Über Haier Smart Home

Haier ist die weltweite Nummer 1\* aller Hausgeräte-Marken. Mit seinem Bekenntnis zu qualitativ hochwertigen und zuverlässigen Produkten bringt Haier das inspirierte Wohnenerlebnis in über 160 Ländern weltweit zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Die Haier Gruppe verfügt insgesamt über 122 Produktionsstätten, 14 Forschungs- und Entwicklungszentren, 25 Industrieparks und beschäftigt weltweit etwa 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der weltweite Umsatz der Haier Gruppe belief sich im Jahr 2020 auf 26,5 Mrd. Euro.

Die Haier Electronics Group Co. Ltd. ist eine Tochtergesellschaft der Haier Gruppe und im Main Board der Börse von Hongkong gelistet. Qingdao Haier Co. (SHA: 600690), ebenfalls eine Tochtergesellschaft von Haier, ist an der Shanghai Stock Exchange notiert.

Haier Smart Home war das erste chinesische Unternehmen, das im Oktober 2018 in den D-Aktienmarkt der China Europe International Exchange (CEINEX D-Aktienmarkt) in Frankfurt eintrat. Ziel ist es, die Marke zu fördern und das Unternehmenswachstum international und in Europa zu unterstützen, wo das Unternehmen Produkte der Marken Candy, Hoover, Haier, Rosières, GE Appliances und Fisher&Paykel vermarktet. Haier Europe hat seinen Hauptsitz in Brugherio (MB), Italien.

Weitere Informationen finden Sie auf: [www.haier.de](http://www.haier.de)

\* Quelle: Euromonitor International Limited; Consumer Appliances 2021, % share of units, 2020 volume sales data

## **Weitere Informationen / Pressekontakt:**

Für weitere Fragen, Informationen oder Bilddaten stehen Ihnen die Haier Deutschland GmbH oder unsere Kommunikationsagentur zur Verfügung:

Haier Deutschland GmbH  
Presseabteilung, Konrad-Zuse-Platz 6, 81829 München  
E-Mail: [presse@haier.de](mailto:presse@haier.de)

GOOS COMMUNICATION GmbH & Co. KG  
Frau Susanne Jung, Geibelstraße 46a, 22303 Hamburg  
Telefon 040 284178-45, Mobil +49 (151) 42018860  
E-Mail: [haier@goos-communication.com](mailto:haier@goos-communication.com)

## Bildunterschrift/Shortcut

Weltweit ist Haier die Nummer 1<sup>1</sup> der Hausgeräte-Hersteller. Anfang 2021 hat das Unternehmen nun seine europäischen Aktivitäten verstärkt. Nach einem knappen halben Jahr sind nun erste Resultate ersichtlich. Und die Zahlen zeigen: Haier startet durch.

## Bildübersicht



Haier\_Witting



Haier\_Logo



210915\_Haier\_Chart\_WeltweiteNummer1



210915\_Haier\_Chart\_GlobalLeadership



210915\_Haier\_Chart\_MarktanteilEuropa



210915\_Haier\_Chart\_MarktportfolioEuropa



210915\_Haier\_Chart\_Auszeichnungen