

Haier an der Spitze: Führender Haushaltsgeräte-Hersteller 2025!

Haier behauptet 2025 den ersten Platz bei chinesischen Marken im Haushaltsgeräte-Sektor und bleibt in den Top 10 global.



China - Am 19. Juni 2025 wurde bekannt gegeben, dass Haier erneut an der Spitze der Kategorie Haushaltsgeräte steht. Laut **OTS** führt das Unternehmen die Liste „Top 50 2025 Chinese Global Brand Builders“ von Google und Kantar BrandZ an, und das zum dritten Jahr in Folge. Seit nunmehr neun Jahren gehört Haier zu den Top 10 der globalen chinesischen Marken, und die Bewertung erfolgt auf Basis einer Methodik, die Google Surveys, den Google Search Index sowie die BrandZ-Datenbank von Kantar kombiniert.

Haier hat sich erfolgreich von einem OEM-Hersteller zu einer eigenständigen Marke entwickelt und verfolgt eine langfristige Wachstumsstrategie. In den 1990er Jahren expandierte das

Unternehmen in reife Märkte wie Europa und die USA, bevor es sich auf die Entwicklungsmärkte Südostasien, den Nahen Osten und Afrika konzentrierte. Mit der Einführung der 3-in-1-Strategie, die lokale Forschung und Entwicklung, Herstellung und Marketing umfasst, kann Haier regionale Bedürfnisse gezielt bedienen.

Globale Marktposition

Die weltweite Marktbeherrschung des Unternehmens ist beeindruckend. Im Jahr 2024 meldete Haier einen Umsatz von 55,9 Milliarden USD, was einem Anstieg von 8 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auch der Gesamtgewinn stieg um 13 % auf 4,2 Milliarden USD. Interessanterweise entfällt mehr als 50 % des Umsatzes von Haier Smart Home auf das Ausland. Laut **Haier** ist das Unternehmen seit 16 Jahren die Nummer 1 unter großen Haushaltsgerätemarken und hat in Schlüsselregionen wie China, den USA und Neuseeland eine führende Stellung inne.

In Europa ist Haier ebenfalls in mehreren Kernmärkten führend. In Japan beispielsweise teilen sich Haier und AQUA den größten Marktanteil bei Kühlgeräten, während das Unternehmen in Südostasien als Nummer 1 auf dem Gesamtmarkt gilt. In Thailand, Vietnam und Malaysia führt Haier in verschiedenen Produktkategorien, wie Haushaltsgeräten und Klimaanlage. Diese Marktstrategien sind Teil des kontinuierlichen Engagements von Haier, lokale Bedürfnisse durch innovative Produkte zu bedienen.

Innovationen und Zukunftspläne

Ein herausragendes Produkt ist die Haier X11-Waschmaschine, die eine Energieeinsparung von 60 % im Vergleich zu europäischen A-Klasse-Standards verspricht. Um das Markenimage zu stärken, hat Haier Partnerschaften mit großen Tennisturnieren wie Roland-Garros und den Australian Open geschlossen. Haier verfolgt auch eine ökosystemgetriebene

Strategie, die den Fokus auf intelligente Lebenslösungen legt, welche durch **digitale Technologien** gestärkt werden.

Mit einem Markenwert von 47,6 Milliarden USD, was einem Anstieg von 47,1 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht, steht Haier auf Platz 54 der Kantar BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2025. Haier zeichnet sich zudem als das einzige IoT-Ökosystem-Markenunternehmen aus, das seit sieben Jahren in der globalen Rangliste vertreten ist. Der Gesamtwert der Marken im Global Top 100 belief sich auf 10,7 Billionen USD und ist im Vergleich zum Vorjahr um 29 % gewachsen.

In den kommenden Jahren plant Haier umfassende KI-Anwendungen zur Steigerung der Produktivität und Innovationskraft. Das Unternehmen hat eine Proprietäre KI-Modelle entwickelt, um die Interaktion mit den Nutzern zu optimieren und die Bedürfnisse des Marktes noch besser zu erfassen.

Details	
Ort	China
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.ots.at• www.haier.com• journals.plos.org

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at