

## Haier und Roland-Garros: Ein starkes Trio für Spitzenleistung und Innovation!

Haier und Roland-Garros feiern 2025 drei Jahre Partnerschaft, betonen Werte wie Exzellenz, Innovation und soziale Verantwortung.



**Roland-Garros, Frankreich** - Die strategische Partnerschaft von Haier mit dem prestigeträchtigen Roland-Garros-Turnier hat sich in diesem Jahr als ein bedeutendes Engagement für Exzellenz und Nachhaltigkeit erwiesen. Haier feiert sein drittes Jahr der Zusammenarbeit mit Roland-Garros, die 2023 begonnen hat, während das Turnier in der Endphase ist und für Intensität und Eleganz steht. Laut **OTS** spiegelt die Partnerschaft die gemeinsamen Werte von Spitzenleistungen, Innovation und Belastbarkeit wider, die sowohl auf dem Tennisplatz als auch innerhalb der Marke Haier verankert sind.

Das Turnier selbst erfordert Finesse, Ausdauer und Belastbarkeit, Qualitäten, die auch Haier seit seiner Gründung

1990 verkörpert. Der chinesische Elektrogerätehersteller hat sich im Laufe der Jahre erfolgreich in Europa etabliert und im Jahr 2015 finanzielle Unabhängigkeit erlangt. Haier verfolgt eine 3-in-1-Strategie, die lokale Forschung und Entwicklung, Produktion und Marketing in Europa umfasst. Trotz eines Marktanteils von unter 5 % im Bereich Klimaanlage bietet Haier intelligente Lösungen und plant, die Markenbekanntheit in Europa weiter zu steigern.

## **Erweiterte Partnerschaft mit der ATP Tour**

Zusätzlich zur Kooperation mit Roland-Garros hat Haier seine globale Partnerschaft mit der ATP Tour und der Französischen Tennisföderation (FFT) bis 2025 erneuert, wie **Haier Europe** berichtet. Damit bleibt Haier offizieller Partner für Haushaltsgeräte und Goldpartner der ATP Tour für die Jahre 2024 und 2025. Die Partnerschaft zielt darauf ab, die Markenwahrnehmung zu erhöhen und Haier bei bedeutenden Tennisveranstaltungen – darunter die Nitto ATP Finals und die Rolex Paris Masters – sichtbar zu machen.

Massimo Calvelli, CEO der ATP, äußerte sich positiv über die Zusammenarbeit und deren Beitrag zur Exzellenz und Innovation im Tennis. Der Fokus auf emotionales Engagement und die Ansprache eines leidenschaftlichen Publikums sind dabei entscheidende Aspekte der Partnerschaft. Durch die Nutzung digitaler Plattformen der ATP Tour wird Haier auch die Möglichkeit haben, seine Produkte gezielt zu bewerben und noch mehr Sportfans weltweit zu erreichen.

## **Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung**

In Übereinstimmung mit seinem Engagement für einen gesunden Lebensstil und soziale Verantwortung hat Haier bei Roland-Garros nachhaltige Technologien durch ein spezielles Pop-up-Erlebnis präsentiert. Um das Engagement für die Gemeinschaft zu unterstreichen, wurde zudem der „Haier Fans Cup“ in Zusammenarbeit mit Open Stade Français ins Leben

gerufen. Darüber hinaus erhielt Haier France von Workelo die Gold-Zertifizierung für „Great Onboarding“.

Sportsponsoring in dieser Form hat sich als wertvolle Marketinginvestition erwiesen, die Marken sichtbar macht und emotionale Bindungen zu Verbrauchern aufbaut. Laut **Sportfive** bietet das Sponsoring von Spitzenereignissen wie Roland-Garros nicht nur erhöhte Sichtbarkeit, sondern auch die Möglichkeit, lokale Gemeinschaften zu unterstützen und Markentreue aufzubauen. Dieses nachhaltige Engagement wird zunehmend als notwendig erachtet, um sich im wettbewerbsintensiven Markt von heute abzuheben.

Details	
<b>Vorfall</b>	Sonstiges
<b>Ort</b>	Roland-Garros, Frankreich
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.ots.at">www.ots.at</a></li><li>• <a href="http://corporate.haier-europe.com">corporate.haier-europe.com</a></li><li>• <a href="http://sportfive.de">sportfive.de</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**