

Haier

Neuer Markenbotschafter für ambitionierte Ziele

Donnerstag, 16.09.2021

Haier will in Deutschland aus Konsumentensicht die Nummer 1 werden, wenn es um Smart-Home-Anwendungen geht. Darüber hinaus möchte der Hersteller mit den drei Marken Candy, Hoover und Haier auch in Deutschland weitere Marktanteile gewinnen und zu den führenden Hausgeräteherstellern des Landes aufschließen. Diese ehrgeizigen Ziele formulierte Deutschland-Geschäftsführer Thomas Wittling im Rahmen einer Veranstaltung in München.

Er freute sich, dass sich besonders bei der Marke Haier die Zahlen schon jetzt kontinuierlich „in die richtige Richtung entwickeln“: Von 2018 bis 2020 hat Haier seine Umsatzzahlen nahezu verdreifacht. 2020 wuchs die Marke Haier um 77% und im ersten Halbjahr 2021 betrug das Wachstum trotz des durch die Corona-Pandemie herausfordernden Umfelds ebenfalls um 68%. Im stark wachsenden Multidoor-Segment sei Haier bereits jetzt mit 27,4% Marktanteil Nummer 1.

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 – beispielsweise durch den Bezug der neuen Unternehmenszentrale in München Riem.

Mit Marketingmaßnahmen will Haier Marke und Produkte ins Bewusstsein der Konsumenten bringen: 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 seien erfolgreich gestartet und werden in Zukunft fortgesetzt.

Außerdem konnte der fränkische Starkoch Alexander Herrmann als neuer Markenbotschafter gewonnen werden. „Wir freuen uns sehr, einen so prominenten TV-Koch und Juror, Gastronom und Live-Entertainer als Markenbotschafter bei der weltweiten Nummer 1 für Haushaltsgeräte begrüßen zu können“, freut sich Wittling und führt aus: „Wir versprechen uns von der Zusammenarbeit gegenseitige Inspiration und glauben zugleich, dass wir mit der Prominenz und großen Reichweite von Alexander Herrmann unsere neuen Einbaugeräte medienwirksam in den deutschen und österreichischen Markt einführen können.“

Einen ausführlichen Bericht zur Strategie von Haier, speziell mit Blick auf die Einbaugeräte-Offensive, lesen Sie in der Oktober-Ausgabe des küche&bad forum.

Neuer Markenbotschafter für ambitionierte Ziele

Links

- [Haier](#)