



DHL und ESL verlängern erfolgreiche Esport-Partnerschaft

- **Millionen Fans werden 2020 bei Turnieren auf vier Kontinenten mitfiebern**
- **„ESL Academy – delivered by DHL“ fördert Dota 2-Talente**
- **DHL verantwortet die Transportlogistik und befördert unter anderem Bühnenequipment, Bildschirme und Gaming-Stühle**

Köln/Bonn, 4. März 2020: DHL und ESL haben ihre erfolgreiche Partnerschaft im Rahmen der ESL One verlängert. Damit ist DHL auch 2020 in einer der attraktivsten Esport-Turnierserien weltweit als Sponsor und Logistikpartner aktiv. In dieser Saison ist die ESL One mit vielen erstklassigen Turnieren auf vier Kontinenten vertreten und wird dabei Millionen von Esport-Fans auf der ganzen Welt begeistern. Zudem bietet die „ESL Academy – delivered by DHL“ in diesem Jahr talentierten Dota 2-Amateuren die Chance, in den professionellen Esport einzusteigen.

Mit seinem Engagement im Esport ist DHL auf einem bedeutenden Markt aktiv, der insbesondere bei jungen Menschen hoch im Kurs steht: 78 Prozent der Esport-Begeisterten sind zwischen 10 und 35 Jahre alt. „Mit der Partnerschaft sprechen wir sehr erfolgreich eine junge Zielgruppe an, die über klassische Marketingkanäle kaum zu erreichen ist“, sagt Arjan Sissing, Head of Brand Marketing bei Deutsche Post DHL Group. „Als Digital Natives sind Esport-Fans natürlich äußerst e-Commerce-affin, und e-Commerce ist für uns als Logistiker eine wichtige Säule unseres Geschäfts. Sie sind jedoch nicht nur als Kunden, sondern auch als potenzielle Mitarbeiter für uns interessant“, so Sissing weiter.

Bootcamps für angehende Esport-Profis

Bestandteil der Partnerschaft ist auch die „ESL Academy – delivered by DHL“, die 2019 von DHL, ESL und einer Dota 2-Plattform gemeinsam ins Leben gerufen wurde. Ziel der „ESL Academy – delivered by DHL“ ist es, junge Dota 2-Talente auf ihrem Weg zur Profi-Karriere zu begleiten und zu unterstützen. Beim ESL One-Turnier in Los Angeles vom 20. bis 22. März werden die vier Coaches – ehemalige Profispieler – in einem Live-Draft die Academy-Talente für die erste Saison 2020 aus den Teilnehmern auswählen, die sich vorab online qualifiziert hatten. Die ausgewählten Spieler nehmen in Teams am Online-Training und dem DHL Bootcamp teil, das im Vorfeld der ESL One-Turniere stattfindet und für das DHL die Logistik verantwortet. Am Ende der Saison spielen die Teams im großen Finale der „ESL Academy delivered by DHL“ gegeneinander um ein Preisgeld von 240.000 US-Dollar. „Die Spitzenathleten im Esport können in Sachen Engagement, Leistung und Popularität längst mit den Athleten in traditionellen Sportarten mithalten“, sagt Arjan Sissing. „Wir sind stolz darauf, dass wir mit



der ESL Academy und dem DHL Bootcamp dazu beitragen, aufstrebende Esport-Talente auf ihrem ambitionierten Weg zu unterstützen.“

Die Partnerschaft zwischen ESL und DHL besteht seit 2018. ESL mit Sitz in Köln ist das größte Esport-Unternehmen der Welt. In der ESL One Serie treten Spitzenteams in hochrangigen Esport-Disziplinen gegeneinander an. 2020 werden ESL One Turniere an mehreren Orten auf der ganzen Welt austragen, darunter Los Angeles, Rio de Janeiro, Birmingham und Köln. Vor Ort in den Stadien und Arenen fiebern über das komplette Wochenende weit über 10.000 Zuschauer mit und über Streaming-Plattformen wie Twitch verfolgen zusätzlich mehr als 90 Millionen Fans das Geschehen. „Wir organisieren weltweit Wettbewerbe und bieten Millionen Esport-Fans bei den Turnieren vor Ort und über Live-Streamings erstklassige Unterhaltung“, sagt Ralf Reichert, CEO von ESL. „Die Organisation der Turniere ist sehr komplex und eine große Herausforderung. Daher sind wir froh, dass DHL zu unserem Team gehört. Das Unternehmen bringt die erforderliche logistische Expertise mit und teilt unsere Begeisterung für den Esport.“

DHL ist als offizieller Logistikpartner für die Eventlogistik bei allen ESL One-Turnieren zuständig. Dazu zählt der Transport von rund 660 Tonnen Bühnenequipment, 900 ergonomischen Gaming-Stühlen und rund 3.840 Quadratmeter Bildschirme. Für die Turniere im Jahr 2020 muss insgesamt eine Strecke von über 31.000 Kilometern zurückgelegt werden. Dabei achtet DHL auf größtmögliche Nachhaltigkeit.

Neben der Partnerschaft mit ESL hat DHL eine Reihe von weiteren hochklassigen Partnern aus den Bereichen Sport, Lifestyle und Kultur. Dazu zählen etwa die Formel 1 und die Formel E, Fußballvereine wie Manchester United, mehrere Fashion Weeks und das Gewandhausorchester. DHL ist außerdem seit 2018 offizieller Partner der Formel 1 eSport-Serie.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Christina Neuffer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com



Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Als „family of divisions“ bieten die DHL-Divisionen ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 380.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern, spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Automotive“, „Energy“ und „Retail“ und einer ausgewiesenen Verpflichtung zu unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2018 einen Umsatz von mehr als 61 Milliarden Euro.

ESL ist das weltweit größte Esport-Unternehmen. Seit der Gründung im Jahr 2000, hat ESL die Branche in den beliebtesten Spielen mit zahlreichen Online- und Offline-Turnieren aufgebaut. Die Marke betreibt hochwertige, gebrandete internationale als auch nationale Ligen und Turniere, wie die Intel® Extreme Masters, ESL One, ESL Meisterschaft sowie andere große Turniere in Stadien auf der ganzen Welt. Darüber hinaus veranstaltet ESL auch Cups, Ligen und Matchmaking-Systeme auf der Amateur-Ebene, um den Pfad „From Zero to Hero“ so kurz wie möglich zu gestalten. Mit Büros auf der ganzen Welt treibt ESL die Esport-Branche im globalen Umfang an. ESL ist ein Teil der internationalen Unterhaltungsgruppe Modern Times Group (MTG).