



Junge Talente gesucht: DHL startet Recruiting-Webseite für E-Sport-Community

- DHL geht mit dem Dota 2 Spiel neue Wege des Employer Branding.
- DHL spricht die E-Sport-Community mit entsprechenden Inhalten und Live-Aktivitäten bei ESL Gaming-Events an.
- DHL ist seit 2018 offizieller Logistikpartner von ESL Gaming und stellt die gesamte Event-Logistik bereit.

Bonn, 19. Mai: Angesichts des Wachstums des Mobile-Gaming-Sektors und der Online-Streaming-Plattformen ist DHL das erste Unternehmen, das E-Sport und Employer Branding miteinander verbindet. Dabei baut DHL auf der langjährigen Partnerschaft mit ESL Gaming auf. Gemeinsam mit dem Online-Multiplayerspiel Dota 2 erstellt DHL eine maßgeschneiderte Webseite (<https://inmotion.dhl/esl/dota2-adventures/career>) für eine junge, dynamische Zielgruppe und informiert über offene Stellen bei DHL, insbesondere im IT-Bereich. Die Employer-Branding-Kampagne wird zum ersten Mal durch verschiedene Aktivitäten (Online-Inhalte, Stand und Live-Gespräche) auf dem ESL One Stockholm Dota Major 2022 Event vom 12. bis 22. Mai beworben. DHL ist seit 2018 offizieller Logistikpartner von ESL Gaming, dem weltweit führenden E-Sport-Veranstalter und -Rechteeermarkter, und ist auch für seine Eventlogistik verantwortlich.

Für die diesjährige E-Sport-Saison startet der Logistikexperte eine Employer-Branding-Kampagne mit Hilfe des Markenbotschafters SirActionSlacks. Dieser ist für seine unterhaltsamen Videos rund um das beliebte Spiel Dota 2 bekannt. Auf einer offiziellen DHL Dota-Karriereseite können Dota-Fans mehr über die Arbeit bei DHL erfahren und sich für Jobs im IT-Bereich bewerben. Fans können sich außerdem als Assistent von SirActionSlacks „bewerben“ und haben so die Chance, in einer der Episoden mitzuspielen. Diese Initiative ermöglicht es jungen Talenten aus der Welt des E-Sport, DHL als Arbeitgeber kennenzulernen. „Wir sind immer auf der Suche nach innovativen Ideen im Bereich Recruiting und Employer Branding“, sagt Meredith Wellard, Vice President Group Learning & Talent, Deutsche Post DHL Group. „E-Sport und IT-Jobs haben eine ähnliche Zielgruppe, daher bietet die Kombination beider Welten vielfältige Chancen.“

„DHL ist nicht nur ein vertrauenswürdiger Partner, der den E-Sport schon seit Jahren unterstützt, sondern hat sich auch in den Augen unserer Fans zu einem der angesehensten Partner von ESL Gaming entwickelt“, sagt Artem Bykov, General Manager, Game Management, ESL Gaming. „DHL hat schon immer den engen Kontakt zum Publikum gesucht und dabei sowohl für die Fans vor Ort in den Arenen als auch für die Fans zu Hause einen Mehrwert geboten – so auch dieses Mal.“

Seite 1 von 3



ESL Gaming und DHL haben eine gemeinsame Mission: Sie wollen Menschen inspirieren und verbinden, indem sie einzigartige und emotionale Momente schaffen. Die direkte Zusammenarbeit mit der E-Sport-Branche ist für DHL eine hervorragende Chance, seine Marke neuen Kunden, Verbrauchern und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern näher zu bringen. DHL erreicht eine junge, internet- und E-Commerce-affine Fangemeinde, die aufgrund des veränderten Mediennutzungsverhaltens über traditionelle Kanäle nur schwer zu erreichen ist. DHL intensiviert daher den Kontakt zur E-Sport-Community durch verschiedene Content-Kampagnen und Live-Aktivitäten. So ist beispielsweise die 2018 gestartete DHL Dota Adventures Serie eine Sammlung von Episoden rund um Dota 2, mit SirActionSlacks und seinem treuen DHL-Begleiter EffiBOT. Die Serie wurde schnell zur beliebtesten Content-Serie bei ESL-Turnieren. Darüber hinaus interagiert DHL bei Live-Events durch den DHL DROP direkt mit den Fans. Bei dieser Aktivität können Teilnehmer mit originellen und kreativen Botschaften auf ihrem DHL DROP-Schild Preise gewinnen. Wer nicht in der Arena sein kann, aber das Dota 2-Turnier im Live-Stream verfolgt, kann teilnehmen, indem er „!DHLDROP“ in den Twitch-Chat eingibt.

„DHL wird von der ESL-Fangemeinde gefeiert und geliebt – das ist das größte Kompliment für einen Sponsor“, sagt Arjan Sissing, Head of Brand Marketing, Deutsche Post DHL Group. „Für uns ist diese emotionale Verbindung mit den E-Sportfans weltweit der perfekte Weg, um mit einem riesigen Publikum von Digital Natives mit hoher E-Commerce-Affinität in Kontakt zu treten.“ Die E-Sport-Community ist einer der am schnellsten wachsenden Märkte. Weltweit verfolgen bereits mehr als 500 Millionen Menschen die großen Gaming-Turniere.

In den vergangenen Jahren hat DHL eine erfolgreiche Markenpartnerschaft mit der ESL aufgebaut und den gesamte Transport und die Eventlogistik für Dota 2, Counter-Strike: Global Offensive sowie mobile Turniere und Ligen übernommen. DHL organisiert den Transport des Bühnenequipments und anderer Materialien zu allen weltweiten wichtigen Events von ESL Gaming und steuert die Merchandising-Sendungen.

– Ende –

Hinweis an die Redaktionen:

Weitere Informationen über die DHL Dota Karriereseite finden Sie unter:

<https://inmotion.dhl/esl/dota2-adventures/career>

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group



Media Relations

Joanna Kruszewski

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dphl.com

Im Internet: dphl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir 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 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2021 einen Umsatz von mehr als 81 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.