



DHL baut Engagement im E-Sport als Partner der ESL FACEIT Group aus

- Verlängerung des seit 2018 bestehenden Vertrags als offizieller Logistikpartner
- Erfolgreiche Employer-Branding- und Rekrutierungskampagnen werden fortgesetzt

Bonn/Köln/New York, 16. August 2024: DHL Group, der weltweit führende Anbieter für Logistik, und die ESL FACEIT Group (EFG), das führende Unternehmen für E-Sports- und Videogame-Entertainment, erweitern ihre langjährige Partnerschaft. Ziel ist es, die Sichtbarkeit und Relevanz der Marke DHL in der E-Sports- und Gaming-Community weiter zu erhöhen.

DHL und EFG kooperieren bereits seit sechs Jahren sehr erfolgreich und schaffen durch gemeinsame Kampagnen und Eventlogistik unvergessliche Fan-Erlebnisse bei Counter-Strike 2 und Dota 2-Turnieren. Die Partnerschaft rund um diese angesehenen E-Sports-Events wird jetzt langfristig fortgesetzt. Als offizieller Logistikpartner baut DHL außerdem sein Engagement bei der Snapdragon Pro Series aus – der weltweit größten Mobile E-Sports-Turnierserie. Darüber hinaus wird DHL künftig einige der weltweit stattfindenden DreamHack-Gaming-Festivals unterstützen. Diese Veranstaltungsreihe bietet der Community eine einzigartige Gelegenheit, sich zu vernetzen, hochkarätige E-Sports-Turniere und Live-Music-Acts zu erleben sowie an Cosplay-Wettbewerben teilzunehmen.

Erfolgreiche Rekrutierungskampagnen von DHL in der Gaming- und E-Sports-Community

Bei all diesen EFG-Events bringt DHL seine besondere Expertise in der Logistik für Großveranstaltungen ein, etwa um die Transporte der erforderlichen Bühnen- und Übertragungstechnik zu managen – von Video-Installationen über Monitore bis zu Gaming-Stühlen. Darüber hinaus organisiert DHL Marketingkampagnen für die weltweit renommiertesten Turniere, inklusive der Verleihung von Preisen für die besten Spieler. Durch die optimale Abstimmung auf das Zielpublikum ermöglicht die Partnerschaft auch umfangreiche Employer-Branding- und Rekrutierungskampagnen von DHL in der technikaffinen Gaming- und E-Sports-Community. Seit 2022 haben diese Kampagnen bereits zu mehr als 10.000 Bewerbungen bei DHL Group geführt.

„DHL hat sich als prägende Marke im Bereich E-Sport etabliert. Dank unserer Partnerschaft mit EFG haben wir eine enge Bindung zu Gaming und E-Sport-Fans aufgebaut – und damit zu einem jungen Publikum mit großer Affinität zu Technik und E-Commerce, insbesondere in den Generationen Z und Alpha“, so Arjan Sissing, Head of Group Brand Marketing bei DHL Group. „In dieser Zielgruppe



bereichert DHL mit seinem Engagement nicht nur das Fan-Erlebnis, sondern positioniert sich dort auch als progressives Unternehmen und attraktiver Arbeitgeber. Die große positive Resonanz zeigt: Wir sprechen dabei die richtige Sprache.“

Zahl der E-Sport-Fans weltweit wächst

Schätzungen zufolge wird die Zahl der E-Sport-Fans weltweit im kommenden Jahr auf etwa 640 Millionen anwachsen. EFG-Events bieten die Chance, Fans aus der gesamten E-Sports-Community anzusprechen, die über traditionelle Marketing-Kanäle kaum bis gar nicht mehr zu erreichen sind. Counter-Strike 2- und Dota 2-Turniere gehören mittlerweile zu den meistgesehenen Events im E-Sport. Die beiden Games selbst zählen nach wie vor zu den populärsten Computerspielen auf dem PC. Auch Mobile-E-Sports erlebt einen Boom: Die Snapdragon Pro Series konnte seit ihrem Launch im April 2022 eine Spielerbasis von 4,3 Millionen aufbauen. Zudem sind die Besucherzahlen der DreamHack-Festivals seit deren Gründung in hohem Tempo immer weiter gestiegen – so wurde auf der DreamHack Dallas im Juni 2024 mit 55.000 Besucherinnen und Besuchern ein neuer Rekord verzeichnet.

Enger Kontakt zu begeisterungsfähiger Zielgruppe

„Durch die Partnerschaft mit EFG ist DHL zu einer Marke geworden, die Gaming-Fans wie keine andere inspiriert“, so Rodrigo Samwell, Chief Commercial Officer bei der ESL FACEIT Group. „Wir sehen Tausende von Fans, die DHL bei unseren Live-Events anfeuern, und die Leidenschaft, die die E-Sports-Community der Marke entgegenbringt, ist einfach außergewöhnlich. Diese Unterstützung ist ein Beweis dafür, dass die gemeinsame langfristige Strategie von EFG und DHL bei den wichtigsten Personen Anklang findet: unseren Fans.“

Den engen Austausch mit dieser begeisterungsfähigen Zielgruppe sucht DHL auch im Bereich des Mobile Gamings, unter anderem mit eigenen Produkten wie dem EffiBOT Game, das in diesem Jahr einen Relaunch erhält und in den wichtigsten AppStores downloadbar ist. In dem Jump-and-Run-Spiel sammeln Spielerinnen und Spieler Pakete in DHL-Umgebungen, etwa in einer Lagerhalle oder auf einem Flughafen. Im Vorjahr erreichte DHL mit der App 100.000 Downloads und 2 Millionen gespielte Games.

– Ende –

- Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen.



- Die besten Momente der Partnerschaft zwischen DHL und EFG sind [in diesem Trailer](#) und [hier](#) zusammengefasst.
- [Hier](#) und [hier](#) gibt es weitere Informationen über aktuelle Recruiting- und Marketingkampagnen von DHL Group.
- Weitere Informationen über die ESL FACEIT Group gibt es auf eslfaceitgroup.com und [LinkedIn](#).

Medienkontakte

DHL Group

Media Relations

Mathias Schneider

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

ESL FACEIT Group

Sarah Buric

E-Mail: press@efg.gg

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, dem internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 395.000 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 DHL Group. Die Gruppe erzielte 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.



ESL FACEIT Group

Die ESL FACEIT Group (EFG) ist das führende Unternehmen für E-Sports und Videogame-Entertainment. Angetrieben von der Unternehmensvision „We Create Worlds Beyond Gameplay“, entwickelt und betreibt EFG mit seinen bekannten Marken ESL, FACEIT, DreamHack zahlreiche physische und digitale Erlebnisse, die über das reine Spiel hinausgehen und Spieler, Fans und Creator zu einer Community zusammenwachsen lassen. In Kooperation mit renommierten Spiele-Publishern bietet EFG so Partnern ein einmaliges Portfolio an Live-Events, digitalen Plattformen und Entwickler-Tools, die Millionen von Spielern weltweit erreichen und begeistern. Mehr Informationen unter www.eslfaceitgroup.com.