Pressemitteilung

Nach mehr als 50.000 Bewerbungen weltweit: DHL weitet E-Sport-Talentprogramm auf China aus

- Programm startet in China bei der IEM Beijing 2026 gemeinsam mit dem langjährigen Partner ESL FACEIT Group
- Initiative bringt DHL mit der nächsten Generation digital affiner Talente in Kontakt
- Globales Programm hat bereits zu mehr als 50.000 Bewerbungen und über eine Million Besuchen auf Karriere-Websites geführt

Bonn, 2. November 2026: DHL startet seine E-Sport-Employer-Branding-Initiative in China und baut damit gemeinsam mit der ESL FACEIT Group (EFG), einem führenden Unternehmen für E-Sport und Videospiele, die globale Reichweite des Programms weiter aus. Die Kampagne feiert ihre Premiere bei der Intel® Extreme Masters (IEM) Beijing 2026, einer der größten Esports-Veranstaltungen, die jemals in Asien ausgetragen wurden. Damit erreicht DHL eine der weltweit aktivsten Gaming-Communities. Mit fast 220 Millionen E-Sport-Nutzern in China[1] und einem Anteil von mehr als 75 Prozent der chinesischen EFG-Fans im Alter zwischen 18 und 29 Jahren[2] bietet die Initiative DHL Zugang zu einem besonders relevanten Pool digital vernetzter und technologieaffiner Talente.

Die Kampagne hat weltweit bereits mehr als 50.000 Bewerbungen generiert und stellt vielfältige Karrieremöglichkeiten bei DHL vor, darunter Tätigkeiten im operativen Bereich, in IT und Engineering sowie Angebote für Studierende. Gleichzeitig stärkt sie die Arbeitgebermarke DHL bei digital vernetzten Fach- und Nachwuchskräften.

Im Rahmen der Initiative erreicht DHL Gaming-Communities durch E-Sport-spezifische Inhalte und Aktivierungen. Dazu gehören Formate wie „Dispatch“, die Counter-Strike-inspirierte Comedy-Serie von DHL, Social-Media-Storytelling sowie Event-Aktivierungen, die Mitarbeitende, Unternehmenskultur und Karrierechancen bei DHL in den Mittelpunkt stellen. Diese Kontaktpunkte führen Fans zu speziellen DHL-Karriereplattformen, auf denen sie mehr über das Unternehmen erfahren, offene Stellen entdecken und sich direkt bewerben können.

„Um mit den Anforderungen der Logistik von morgen Schritt zu halten, müssen wir künftige Talente auf innovative und bewerberorientierte Weise ansprechen“, sagt Jochen Lampe-Merian, Vice President Employer Branding & Talent Acquisition bei DHL Group. „Unser Employer-Branding-Programm im E-

[1] Statista Market Insights, *Esports - China*, https://www.statista.com/outlook/amo/esports/china/ (Stand: Oktober 2026)
[2] EFG / ESL Post Event Surveys, China audience data, 2025

DHL Group
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Deutschland

Telefon +49 228 182-9944
E-Mail pressestelle@dhl.com
Website dhl.com

Sport-Bereich hat gezeigt, dass wir erfolgreich mit Zielgruppen in Kontakt treten können, die digital geprägt, global vernetzt und offen für neue Karriereperspektiven sind. Die starken Ergebnisse der vergangenen vier Jahre zeigen, wie wirkungsvoll es ist, Menschen dort zu erreichen, wo ihre Interessen liegen. Die Ausweitung der Initiative nach Asien ist daher der nächste logische Schritt."

Aufbau einer nachhaltigen Talent-Pipeline

Seit dem Start im Jahr 2022 umfasst das Programm 21 Recruiting-Hubs in neun Ländern und deckt führende E-Sport-Titel wie Counter-Strike, Dota 2 und Overwatch ab. Bis heute verzeichnet die Initiative mehr als eine Million Besuche auf den speziellen Employer-Branding-Plattformen von DHL, über 400.000 Aufrufe von Stellenangeboten sowie mehr als 50.000 Bewerbungen.

Arjan Sissing, Senior Vice President Global Brand Marketing bei DHL Group, ergänzt: „Diese Zielgruppe ist für uns besonders wertvoll, da sie sowohl Talente als auch Kundinnen und Kunden von morgen repräsentiert. E-Sport-Fans sind Digital Natives, deren Verhalten zunehmend die Zukunft von Handel, Technologie und globaler Wirtschaft prägen. Indem wir unsere Employer-Branding-Aktivitäten auf China ausweiten, stärken wir unsere Verbindung zu einer Community, die für die langfristigen Wachstumsambitionen von DHL in einem unserer wichtigsten Märkte von großer Bedeutung ist."

Die E-Sport-Community spielt auch für die weitergehenden Wachstumsziele von DHL im E-Commerce eine wichtige Rolle. Laut einer Studie der ESL FACEIT Group unter 8.000 E-Sport-Fans der Generation Z in acht Märkten gaben 74 Prozent der Befragten an, dass E-Sport-Sponsoring oder Markenaktivitäten ihr Kaufverhalten beeinflusst haben[3]. Darüber hinaus zeigt der DHL E-Commerce Trends Report 2025, dass sieben von zehn befragten Online-Käufern bereits Produkte über Social-Media-Kanäle gekauft haben[4]. Dies unterstreicht die wachsende Bedeutung digitaler Plattformen und Communities für Kaufentscheidungen.

Die Employer-Branding-Aktivitäten von DHL bauen auf der langjährigen Partnerschaft mit der ESL FACEIT Group auf, für die DHL seit 2018 als offizieller Logistikpartner tätig ist. Neben der Ansprache und Aktivierung von Fans übernimmt DHL eine zentrale Rolle bei der reibungslosen weltweiten

---

[3] Niko Partners, *400 Million Fans: Study Finds How Esports Influences Gen Z and Their Purchasing Behaviours*, available at: https://nikopartners.com/news/400-million-fans-study-finds-how-esports-influences-gen-z-and-their-purchasing-behaviours/ (Stand: Oktober 2026)

[4] DHL eCommerce, *2025 E-Commerce Trends Report: Shopper Edition*, https://www.dhl.com/global-en/microsites/ec/ecommerce-insights/insights/reports/2025-ecommerce-trends-report.html (Stand: Oktober 2026)

Transportlogistik für Turniere. Dazu zählen unter anderem Ausrüstung und Materialien für professionelle E-Sport-Wettbewerbe sowie Broadcast-, Netzwerk-, Kamera-, Licht- und Servertechnik.

– Ende –

Medienkontakt
DHL Group
Media Relations
Joanna Kruszewski
Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/presse

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen.
Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

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 389.000 Beschäftigten 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 2025 einen Umsatz von rund 82,9 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.