

Waiblingen, 23. Mai 2018

### **STIHL gewinnt Preis für Employer Branding Innovation des Jahres**

Für die innovative [Recruiting-Plakatkampagne „Undercover“](#) wurde STIHL mit dem Sonderpreis „Employer Branding Innovation des Jahres“ ausgezeichnet. Die Auszeichnung wurde vom Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Trendence im Rahmen der „Employer Branding Awards“ in Berlin verliehen. Carolin Buchmaier, Referentin Personalmarketing bei STIHL, und die Agentur Superbold, mit der die Kampagne entwickelt wurde, präsentierten das Projekt in einem Elevator Pitch und konnten das Publikum in einem Live-Voting von sich überzeugen. Insgesamt hat Trendence 25 Unternehmen in zehn Kategorien ausgezeichnet.

Die Plakatkampagne von STIHL besticht mit doppeldeutigen Headlines, die mit E-Technik-Fachjargon gezielt Ingenieure aus der Elektrotechnik ansprechen, und einem Design, das neugierig macht. „Die Motive verraten nichts über den Absender. Es wird nur auf die Kampagnen-Website [www.den-stecker-ziehen.de](http://www.den-stecker-ziehen.de) verwiesen. Das weckt Neugier und motiviert die Zielgruppe dazu, die weiterführende Microsite zu besuchen“, erklärt Carolin Buchmaier, die das Projekt verantwortete. Bereits im vergangenen Jahr gewann STIHL für das Projekt den Employer Branding Award in der Kategorie Beste Arbeitgebermarke 2017.

### **360° Recruiting-Film bei den Internationalen Wirtschaftsfilmtagen ausgezeichnet**

Der bereits mehrfach prämierte [STIHL 360° Recruiting-Film](#) wurde im Rahmen der Internationalen Wirtschaftsfilmtage in Wien mit der „Silbernen Viktoria“ ausgezeichnet. Dennis Blöcher, Leiter HR Services und Recruiting bei STIHL, präsentierte das Projekt in der Kategorie Human Resources und überzeugte die Experten-Jury. Insgesamt wurden 363 Wirtschaftsfilme aus dem deutschsprachigen Raum bei den Internationalen Wirtschaftsfilmtagen eingereicht. Für den 360° Recruiting-Film erhielt STIHL bereits den HR Excellence Award in der Kategorie „Innovation des Jahres“ und den European Excellence Award in Human Resources.

### **Unternehmensporträt**

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forst- und Landwirtschaft sowie für die Landschaftspflege, die Bauwirtschaft und private Gartenbesitzer. Ergänzt wird die Produktpalette durch ein Gartengerätesortiment, das bisher unter der Marke VIKING und ab 2019 vollständig unter der Marke STIHL vertrieben wird. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben – mit 38 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Im-

porteuern und mehr als 45.000 Fachhändlern in über 160 Ländern. STIHL produziert weltweit in sieben Ländern: Deutschland, USA, Brasilien, Schweiz, Österreich, China und auf den Philippinen. Seit 1971 ist STIHL die meistverkaufte Motorsägenmarke weltweit. Das Unternehmen wurde 1926 gegründet und hat seinen Stammsitz in Waiblingen bei Stuttgart. STIHL erzielte 2017 mit 15.875 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 3,8 Mrd. Euro.

Die Presseinformation sowie Fotos stehen auf der STIHL Homepage unter <http://www.stihl.de/tages-wirtschaftspresse.aspx> zum Download zur Verfügung.

Ihr Ansprechpartner für die Tages- und Wirtschaftspresse:

ANDREAS STIHL AG & Co. KG

Dr. Stefan Caspari

Leiter Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Andreas-Stihl-Straße 4 / 71336 Waiblingen

Tel.: +49 - (0) 7151/26-1402

Fax: +49 - (0) 7151/26-81402

E-Mail: stefan.caspari@stihl.de