

Waiblingen, 19. Februar 2018

Innovatives HR-Instrument: STIHL Escape – Der Aufgabe gewachsen

Genmutierte Killerpflanzen haben sich in einem rasanten Tempo ausgebreitet. Es laufen die größten Evakuierungsmaßnahmen der Geschichte. Doch ein Mittel, um die Ausbreitung der Killerpflanzen zu stoppen, konnte bisher nicht gefunden werden. Gerüchte besagen, dass nicht nur die Regierung, sondern auch STIHL an einer Lösung des Problems geforscht hat. Eine kleine Gruppe von Mutigen hat sich auf die Suche nach dem geheimen STIHL Forschungslabor gemacht, in dem angeblich das Gegenmittel lagert. Als sie es endlich gefunden haben, bleiben ihnen noch genau 60 Minuten, bis die Pflanzen auch das Labor erreichen werden...

Das ist die Geschichte hinter dem STIHL Escape Game, das STIHL gemeinsam mit Individual Escape, einem Anbieter für Escape Games, entwickelt hat. Der Name „Escape Game“ geht auf die ursprüngliche Variante dieses Spiels zurück. Dabei lässt sich eine kleine Gruppe freiwillig in einen Raum einsperren und hat anschließend 60 Minuten Zeit, um sich daraus wieder zu befreien. Bei STIHL wird dagegen niemand eingesperrt: Um in der Spielwelt die Katastrophe abzuwenden, müssen Rätsel rund um STIHL Produkte, Virtual Reality, Connected Products und Ultraschall gelöst werden. Das Spielziel ist erreicht, wenn innerhalb einer Stunde gemeinsam ein Weg gefunden wurde, um die Killerpflanzen zu bekämpfen. Gefragt sind Kreativität, Köpfchen und Geduld.

Das Spiel mit dem Titel „STIHL Escape – Der Aufgabe gewachsen“ ist ein innovatives HR-Instrument. Als eines der ersten Unternehmen in Deutschland haben Personalmarketing und Personalentwicklung von STIHL ein Escape Game mit einer speziell auf Marke und Unternehmen zugeschnittenen Geschichte entwickelt. Durch das mobile Spielkonzept lässt sich jedes Besprechungszimmer innerhalb kurzer Zeit zum geheimen STIHL Labor umfunktionieren. So wird die Marke STIHL erlebbar. Gespielt wird in Kleingruppen von fünf bis acht Personen. „Das Escape Game wurde für das STIHL Talentbindungsprogramm SPRINGBOARD konzipiert und ist insbesondere für Studierende technischer Studiengänge gedacht. Die Studierenden erleben die Marke STIHL und wachsen als Team zusammen.“, erklärt Carolin Buchmaier. Mehr als 350 Studenten arbeiten jährlich bei STIHL. Wer durch herausragende Leistungen im Unternehmen auffällt, wird in das STIHL SPRINGBOARD Programm zur Nachwuchsförderung aufgenommen. Das Springboard

ist eine Disziplin in den STIHL TIMBERSPORTS® Wettkämpfen, bei dem die Sportler Trittbretter in den Stamm setzen, um an die Spitze zu gelangen. STIHL SPRINGBOARD Studenten bleiben in engem Kontakt mit dem Unternehmen und erhalten persönliche Beratung und Unterstützung durch einen Mentor.

Unternehmensporträt

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forst- und Landwirtschaft sowie für die Landschaftspflege, die Bauwirtschaft und den anspruchsvollen Privatanwender. Ergänzt wird die Produktpalette durch das Gartengerätesortiment von VIKING. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben – mit 37 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren 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 2016 mit 14.920 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 3,46 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

Badstraße 115 / 71336 Waiblingen

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

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

E-Mail: stefan.caspari@stihl.de