



Gemeinsame Vision E-Mobilität: DHL unterstützt die Formel E in Berlin

- **Die ABB FIA Formel E macht am 19. Mai zum vierten Mal in Berlin Station**
- **DHL ist offizieller Logistikpartner der Rennserie und transportiert rund 450 Tonnen Fracht, darunter Rennwagen, Batterien und Übertragungstechnik**
- **Zukunftsthema E-Mobilität verbindet Rennsport und Logistik**

Bonn/ Berlin, 17. Mai 2018: Die ABB FIA Formel E kommt auch in ihrer vierten Saison nach Berlin: Am Samstag, den 19. Mai 2018, dient das Rollfeld des ehemaligen Flughafengeländes Tempelhof zum dritten Mal als Rennstrecke. Zehn Teams werden beim BMW i Berlin E-Prix, dem neunten von zwölf Rennen, um den Sieg in der innovativen, vollelektrischen Rennserie kämpfen.

Das „Rennen hinter dem Rennen“, die hochkomplexe Logistik der Formel E, beginnt schon lange vor dem Start: Als weltweiter offizieller Logistikpartner transportiert DHL pro E-Prix rund 450 Tonnen Fracht, das entspricht etwa dem Frachtvolumen von zwei Boeing-747-Maschinen und 25 Seefrachtcontainern. Transportiert werden neben den 40 Rennwagen auch Batterien, Ladestationen, Übertragungsequipment sowie sonstige Infrastruktur und Ausrüstung der Teams und der Rennserie.

„Wir sind seit über 35 Jahren im Motorsport engagiert und haben daher das nötige Know-how, um eine reibungslose Logistik in der Formel E zu gewährleisten“, sagt Paul Fowler, Vice President Motorsport & Managing Director UK bei DHL Global Forwarding. „Zudem achten wir im Sinne dieser nachhaltigen Rennserie darauf, die Logistikprozesse möglichst umweltverträglich zu gestalten, etwa durch die intelligente Nutzung unseres multimodalen Transportnetzes. Durch den eng getakteten Rennkalender und die teils großen Distanzen zwischen den Rennorten ist das eine große Herausforderung.“

DHL und die Formel E verbindet jedoch weitaus mehr als nur die erfolgreiche Geschäftsbeziehung: Eines der Hauptziele der Formel E ist es, die technische Entwicklung und den Einsatz von Elektromobilität zu fördern – und das ist auch für DHL ein wichtiges Anliegen. Der Konzern ist Vorreiter in Sachen E-Mobilität und produziert in Eigenregie den E-Transporter StreetScooter, von dem bereits mehr als 5.500 Exemplare in der Zustellung im Einsatz sind. Darüber hinaus verkauft der Konzern den StreetScooter erfolgreich an Dritte. Für 2018 sind Produktionskapazitäten von 20.000 Stück geplant. „Durch den verstärkten Einsatz von

Seite 1 von 3

Elektroautos lässt sich die Luftqualität und damit die Lebensqualität in den Städten erheblich verbessern“, so Arjan Sissing, Leiter Corporate Brand Marketing bei Deutsche Post DHL Group. Der Konzern verknüpft mit diesem Ansatz ein konkretes Umweltziel: Bis 2025 will das Unternehmen die eigene Zustellung und Abholung zu 70 Prozent mit umweltfreundlichen Zustell- und Abholkonzepten wie Fahrradzustellung oder Elektromobilität durchführen und damit den Ausstoß lokaler Luftschadstoffe reduzieren. Damit trägt Deutsche Post DHL Group bereits heute zur Reduzierung von Schadstoff- und Lärmemissionen im Transportsektor bei. Langfristig hat sich der Konzern ein noch ehrgeizigeres Ziel gesetzt: Bis zum Jahr 2050 will Deutsche Post DHL Group alle logistikbezogenen Emissionen auf null reduzieren. „Als Partner der Formel E wollen wir nicht nur unser Know-how in der Motorsportlogistik unter Beweis stellen, sondern auch dazu beitragen, die Vorteile der Elektromobilität zu zeigen – und das verbunden mit dem Unterhaltungswert eines hochklassigen Renn-Events“, so Sissing.

Rennsport mit grünem Profil

Mit ihrem grünen Profil ist die Formel E eine hochspannende und anspruchsvolle Motorsportserie: Die elektrisch betriebenen Fahrzeuge beschleunigen in 2,9 Sekunden von 0 auf 100 km/h und sind bei einer Höchstgeschwindigkeit von 225 km/h abgeregelt. Alle Boliden verfügen über einheitliche Chassis, Aerodynamik, Reifen und Batterien. Den Antriebsstrang, bestehend aus Motor, Getriebe und Software, können die Teams selbst entwickeln. Da die Batteriekapazität noch nicht für ein ganzes Rennen ausreicht, gibt es einen Pflichtboxenstopp, bei dem die Fahrer ihren Wagen tauschen. Ab der Saison 2018/2019 wird diese Notwendigkeit durch den Einsatz neuer und leistungsstärkerer Batterien entfallen. Eine weitere Spezialität der Formel E ist der „Fanboost“: Zuschauer können online vor dem Rennen für ihren Favoriten abstimmen. Die drei Fahrer mit den meisten Stimmen erhalten einen zusätzlichen Leistungsschub, den sie in der zweiten Hälfte des Rennens innerhalb eines gewissen Zeitfensters einsetzen können.

Da die Autos emissionsfrei und leise unterwegs sind, können alle Rennen der Saison in den Städten abgehalten werden. In Berlin dient etwa das Gelände des ehemaligen Flughafens Tempelhof als Austragungsort, das seit seiner Stilllegung unter anderem als beliebtes Naherholungsgebiet mitten in der Stadt dient. „In anderen Städten wie New York oder Hongkong führen die Kurse sogar direkt durch die Stadt – das wäre schon aufgrund der Lautstärke der Fahrzeuge in anderen Rennserien undenkbar“, sagt Paul Fowler. Als urbanes und grünes Renn-Event spricht die Formel E auch Zielgruppen an, die der konventionelle Motorsport bislang nicht erreicht hat.



– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter www.dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Heike Meyer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: www.dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: www.twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Als „family of divisions“ bieten die DHL-Divisionen 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 360.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern, spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Automotive“, „Energy“ und „Retail“ und einer ausgewiesenen Verpflichtung zu unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2017 einen Umsatz von mehr als 60 Milliarden Euro.