



DHL verlängert erfolgreiche Kooperation mit Bob- und Schlittenverband Deutschland

- **Premium-Partner: DHL-Brand auf Bobs und Sportbekleidung präsent**
- **Logistik-Partner: DHL steuert globalen Transport von Sportgeräten und Equipment**
- **Vertrag umfasst unter anderem Heim-WM 2020 in Altenberg und Olympische Winterspiele 2022 in Peking**

Bonn / Dresden, 19. November 2019: DHL und der Bob- und Schlittenverband Deutschland (BSD) verlängern ihre erfolgreiche Partnerschaft. Beide Partner einigten sich auf eine weitere, langfristig angelegte Zusammenarbeit. Der Zeitraum der neuen Kooperation umfasst unter anderem die Heim-WM 2020 im Bob und Skeleton in Altenberg sowie die Olympischen Winterspiele 2022 in Peking. „Wir sind mit der Partnerschaft sehr zufrieden und freuen uns auf die Fortsetzung der erfolgreichen Kooperation mit dem BSD. Die ‚Formel 1 des Wintersports‘ zeichnet sich in besonderem Maße durch sehr gute Aufmerksamkeitswerte und eine hohe Emotionalisierung aus. Das wollen wir diesmal für unsere Marke ‚DHL‘ nutzen“, sagt Arjan Sissing, Head of Brand Marketing bei Deutsche Post DHL Group. Als Premium-Partner wird der Konzern mit dem DHL-Logo auf den Sportgeräten sowie auf der Bekleidung der Bob- und Skeleton-Athletinnen und -Athleten der Damen- und Herrenteams des BSD präsent sein.

Darüber hinaus unterstützt DHL den BSD weltweit als exklusiver Logistik-Partner und steuert den globalen Transport der Sportgeräte und des Equipments sämtlicher BSD-Teams. Ergänzend zum Status als „Premium-Partner des BSD“, kann der Logistiker so seine Kernkompetenzen direkt in die Kooperation einbringen: „Dies ist für uns besonders wichtig. Denn als exklusiver Logistikpartner sorgen wir für den reibungslosen Transport der hochsensiblen Sportgeräte und gewährleisten die zeitgenaue Bereitstellung während der Weltcup-Saison. Attribute wie ‚Geschwindigkeit‘, ‚Dynamik‘, ‚Präzision‘, ‚Teamwork‘ und ‚Innovation‘ stehen sowohl für den Bob- und Skeletonsport als auch für uns als Logistiker. Das beweisen unsere Mitarbeiter täglich aufs Neue. Dass wir über eine langjährige, globale Expertise in der Sport- und Eventlogistik verfügen, haben wir auch bei der Formel 1, bei der Formel E, im Rugbysport und im Fußball seit vielen Jahren erfolgreich nachgewiesen. Von diesem Know-how profitiert auch der BSD“, so Sissing.

„Wir freuen uns sehr, dass wir unsere Partnerschaft, die 2014 nach dem Debakel von Sotschi begann, bis zu den nächsten Olympischen Winterspielen 2022 in Peking weiterführen können. Unsere Athletinnen und Athleten haben das Vertrauen, das seitens DHL in sie gesetzt wurde, mit vielen Weltcup- und Gesamtweltcupsiegen sowie zahlreichen WM-Titeln zurückgezahlt“, erklärt Alexander Resch, Vorstand Leistungssport-Management des BSD. „Als Premium-Partner des BSD sorgt DHL nicht nur für

Seite 1 von 3



den Transport unserer hochsensiblen Sportgeräte, sondern ist als internationale Marke dank der umfangreichen TV- und Medienberichterstattung zum Bob- und Skeleton-Weltcup weltweit präsent.“

Die Bob- und Skeletonathleten des BSD um Deutschlands Bob-Olympiasieger Mariama Jamanka und Francesco Friedrich sowie Skeleton-Weltmeisterin Tina Hermann und die Olympia-Zweite Jaqueline Lölling starten am 7. Dezember 2019 beim Bob- und Skelton-Weltcup in Lake Placid (USA) in die neue Saison. Der erste Weltcup in Europa wird Anfang Januar in Winterberg ausgetragen. Die diesjährigen Europameisterschaften werden parallel zum Weltcup-Finale in Sigulda (LAT) ausgefahren. Saisonhöhepunkt sind die Bob- und Skeleton-Weltmeisterschaften, die ab 17. Februar 2020 in Altenberg stattfinden. Rekord-Weltmeister Francesco Friedrich peilt dort im Zweierbob seinen sechsten Sieg in Serie an. Die Skeleton WM-Entscheidungen fallen in der zweiten WM-Woche ab dem 27. Februar 2020. Erstmals wird dann auch das Sekeleton Mixed Team Event ausgetragen.

Die Kooperation zwischen DHL und BSD besteht bereits seit der Wintersaison 2014/2015. Während die Deutsche Post DHL Group ihren werblichen Fokus zunächst auf ihre Marke „Deutsche Post“ legte, steht nun die Marke „DHL“ im Vordergrund. „Wir wollen in diesem Jahr besonders unsere Kompetenz in der Paketzustellung sowie unser Know-how in der Speziallogistik betonen. Deshalb wird diesmal das DHL-Logo auf den Sportgeräten, der Sportbekleidung der Athletinnen und Athleten sowie über Social Media zu sehen sein“, erläutert Arjan Sissing.

– Ende –

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

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Stefan Heß

Tel.: +49 69 97 51 - 10 11

E-Mail: s.hess@dpdhl.com

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

Im Internet: www.dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: 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 380.000 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 2018 einen Umsatz von mehr als 61 Milliarden Euro.