

DHL bringt die Formel 1 an den Hockenheimring

- **Endspurt vor der Sommerpause**
- **Fünf Rennen in sieben Wochen: Eng getakteter Rennkalender stellt besondere Herausforderungen an die Logistik**
- **Fanwettbewerb aus Anlass des 1.000. Rennens der Formel 1: Gewinner reist mit DHL als Fan-Reporter zu einem Grand Prix**

Bonn, 25.07.2019: DHL bringt als offizieller Logistikpartner die Formel 1 zum Großen Preis von Deutschland, der vom 26. bis 28. Juli am Hockenheimring stattfindet. Mit fünf Rennen in nur sieben Wochen ist der Rennkalender in diesem Sommer besonders eng getaktet: Die Rennen in Frankreich und Österreich fanden an zwei aufeinanderfolgenden Wochenenden statt, der Große Preis von Großbritannien und das Rennen am Hockenheimring folgten mit jeweils zwei Wochen Abstand. Nach dem Großen Preis von Deutschland bleibt wiederum nur eine Woche Pause bis zum Rennen in Ungarn. Insbesondere die Back-to-Back-Rennen an zwei aufeinanderfolgenden Wochenenden stellen eine große Herausforderung dar – nicht nur für Teams und Fahrer, sondern auch logistisch, da zwischen Abbau und Aufbau jeweils nur wenige Tage liegen: In Hockenheim muss am Montag abgebaut, am Hungaroring bereits am Donnerstag wieder aufgebaut werden, gerade einmal 48 Stunden bleiben für den Transport. Entsprechend anspruchsvoll ist der eng getaktete Rennkalender für DHL als Logistikpartner.

„Ein derart dichter Rennkalender ist natürlich eine große logistische Herausforderung, der zusätzliche Aufwand im Vorfeld ist erheblich“, so Volker Oesau, Head of DHL Event Logistic.

„Mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung in der Motorsportlogistik sind wir auf solche Aufgaben aber bestens vorbereitet und wir sind stolz, dass wir unsere Leistungsfähigkeit auch unter diesen Anforderungen beweisen können“, so Oesau weiter.

DHL ist seit mehr als 35 Jahren in der Formel 1 aktiv, seit 2004 als offizieller Logistikpartner. Einige Mitarbeiter des DHL-Motorsportteams haben bereits weit über 500 Rennen betreut.

„Die Formel 1 steht wie keine andere Rennserie für Geschwindigkeit, Präzision und Höchstleistungen“, sagt Markus Reckling, Managing Director bei DHL Express Deutschland. „Diese Eigenschaften sind auch die Grundlage unseres Geschäfts und die Basis für unseren weltweiten Erfolg.“

Seite 1 von 3

Aus Anlass des 1.000. Rennens in Shanghai im April veranstaltet DHL noch bis zum 18. August 2019 den Fanwettbewerb #MyF1Moment, bei dem Fans aufgerufen sind, ihre persönlichen Höhepunkte aus 1.000 Rennen zu teilen. Der Gewinner wird als Fan-Reporter zu einem Formel-1-Grand Prix reisen.

In der laufenden Saison sorgt eine Regeländerung für zusätzliche Spannung und strategische Tiefe: Der Fahrer mit der schnellsten Rennrunde erhält jeweils einen zusätzlichen Punkt, sofern er unter den ersten Zehn ins Ziel kommt. Dieser Punkt geht sowohl in die Fahrer- als auch in die Konstrukteurswertung ein. Eine ähnliche Regelung hatte es in der Formel 1 zuletzt von 1950 bis 1959 gegeben. DHL zeichnet herausragende Rundenzeiten schon seit der Saison 2007 mit dem DHL Fastest Lap Award aus, den der Fahrer mit den meisten schnellsten Runden am Ende der Saison erhält.

Zudem vergibt DHL seit 2015 den DHL Fastest Pit Stop Award, mit dem das Team mit den konstant besten Leistungen in der Boxengasse ausgezeichnet wird. Neben der Formel 1 ist DHL Partner etlicher anderer Motorsport-Meisterschaften, darunter die Formel E, zu deren Gründungsmitgliedern DHL zählt.

– Ende –

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Tim Rehkopf

Tel.: (0228) 182 9944

E-Mail: tim.rehkopf@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

50 Jahre DHL

Dieses Jahr feiert DHL sein 50-jähriges Bestehen seit Gründung des Unternehmens in 1969 durch drei Unternehmer in San Francisco. Damals hatte DHL die traditionelle Zustellbranche mit einem innovativen neuen Service revolutioniert, indem aufwändige bürokratische Prozesse

vereinfacht und Dokumente über Nacht per Flugzeug zugestellt wurden. Seitdem hat sich DHL zu einer weltweit agierenden Marke mit rund 380.000 Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien entwickelt, die das gesamte Spektrum der Logistik und Supply Chain Services abdeckt. Die Kundenorientierung und die „can do“-Kultur von DHL haben fünf Jahrzehnte lang Innovationen hervorgebracht – von der Entwicklung des DHL 1000, einem der ersten Textverarbeitungscomputer der Welt, bis hin zum Einsatz des StreetScooters, dem umweltfreundlichen, elektrisch angetriebenen und von Deutsche Post DHL Group produzierten Lieferfahrzeug. Darüber hinaus hat DHL sich mit dem neuen Klimaschutzziel Mission 2050 verpflichtet, bis 2050 alle logistikbezogenen Emissionen auf null zu reduzieren – auch damit ist DHL weiterhin ein Vorreiter in der Logistikbranche.

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.