

Ständig besser werden mit System: Deutsche Post DHL Group gewinnt zwei Gold Stevie Awards für die „First Choice Week“

- Aktion zum konzernweiten Verbesserungsprogramm First Choice wird in zwei Kategorien ausgezeichnet
- An der Aktionswoche nahmen mehr als 110 Länderorganisationen des Unternehmens teil
- Die Instrumente von First Choice bewähren sich auch in Zeiten von Corona

Bonn, 24.06.2020: Deutsche Post DHL Group ist bei den German Stevie Awards 2020 für die „First Choice Week“, eine weltweite Aktionswoche im Rahmen des konzernweiten Verbesserungsprogramms First Choice, mit zwei Gold Stevie Awards ausgezeichnet worden. Der renommierte Wirtschaftspreis wurde dem weltweit führenden Logistik-Konzern in den Kategorien „Bestes Community-Engagement-Event“ und „Kommunikations- oder PR-Kampagne / PR-Programm des Jahres – Community Engagement“ verliehen. Auch in Zeiten der Corona-Pandemie zeigt die First Choice Methodik ihre Stärken.

„Die weltweit riesige Beteiligung an der ‚First Choice Week‘ hat uns darin bestätigt, dass wir mit First Choice ein hervorragendes Programm zur kontinuierlichen Verbesserung unserer Leistungen und unserer Servicequalität entwickelt haben“, sagt Pablo Ciano, Leiter der Konzernentwicklung bei Deutsche Post DHL Group. „Umso mehr freut es uns natürlich, dass wir dafür nun mit gleich zwei Gold Stevie Awards auch externe Anerkennung erhalten“, so Pablo Ciano weiter. Deutsche Post DHL Group wurde bei den German Stevie Awards sowohl für das weltweite Event als auch für die begleitende Kommunikationskampagne jeweils mit dem Gold Stevie Award ausgezeichnet.

„Aktuell setzen etliche Länderorganisationen First-Choice-Tools sehr erfolgreich ein, um die Sicherheit unserer Mitarbeiter während der Corona Pandemie zu gewährleisten, die Betriebsabläufe unter veränderten Bedingungen zu optimieren und Kunden erstklassigen Service zu bieten“, sagt Iris Kaib, Vice President Corporate First Choice bei Deutsche Post DHL Group. „Das zeigt uns, dass insbesondere in Zeiten der Unsicherheit die First Choice-Tools einfach implementiert werden können, um den Weg zum Erfolg zu weisen“. So führte DHL Global Forwarding in Indien nach Inkrafttreten der landesweiten Ausgangssperre umgehend virtuelle Performance Dialoge ein, in denen sich die Kollegen täglich untereinander abstimmen konnten. In den USA entwarfen Mitarbeiter von DHL Supply Chain eine maßgeschneiderte Sicherheits-Checkliste auf Basis der Methodik der GEMBA-Walks. Das sind strukturierte "Rundgänge" von Vorgesetzten, um einen Prozess in Aktion zu sehen, Abweichungen zu beobachten und Engpässe zu identifizieren. Anschließend lässt sich mit Hilfe der Checkliste einfach

und systematisch überwachen, ob die nötigen Maßnahmen zur Bekämpfung der Virusausbreitung eingehalten werden. In China erstellten Kollegen von DHL Express Checklisten zur Epidemie-Bekämpfung nach dem Prinzip der 5S-Arbeitsplatzorganisation. Die ursprünglich in Japan entwickelte 5S-Arbeitsplatzorganisation gehört ebenfalls zum First-Choice-Werkzeugkasten und ist ein Instrument, um Arbeitsplätze und dessen Umfeld sicher, sauber und übersichtlich zu gestalten.

Ziel der „First Choice Week“, die jährlich seit 2019 durchgeführt wird, ist es, möglichst viele der rund 550.000 Mitarbeiter weltweit anzusprechen, über First Choice zu informieren und sie in die Anwendung der First-Choice-Werkzeuge einzubinden. Dafür wurden ein Kommunikationspaket mit Materialien und Aktionsideen und ein breites Angebot an Giveaways entwickelt. Die Kampagne war überaus erfolgreich: An der „First Choice Week“ beteiligten sich mehr als 110 Länderorganisationen weltweit aus allen Geschäftsbereichen mit eigenen Events und Aktionen. Auch die Konzernzentrale in Bonn beteiligt sich mit einem umfangreichen Programm, an dem üblicherweise mehr als 500 Mitarbeiter teilnehmen.

First Choice wurde 2006 ins Leben gerufen und ist ein konzernweites, internes Programm von Deutsche Post DHL Group zur kontinuierlichen und nachhaltigen Verbesserung von Serviceleistungen und Prozessen. Seither wurden mehr als 38.000 Mitarbeiter weltweit in der Methodik trainiert, die unter anderem auf den Prinzipien von Six Sigma, Change Management und Lean basiert und über 31.000 Verbesserungsinitiativen durchgeführt. Darüber hinaus sind über 180.000 Mitarbeiter in tägliche Performance Dialoge eingebunden, im Rahmen derer ebenfalls Verbesserungspotentiale besprochen werden.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter dpdhl.de/presse

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Hannah Braselmann

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

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

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Deutsche Post DHL Group ist der weltweit führende Logistikanbieter. Der Konzern verbindet Menschen und Märkte und ermöglicht den globalen Handel. Er verfolgt die strategischen Ziele, weltweit erste Wahl für Kunden, Arbeitnehmer und Investoren zu sein. Dazu konzentriert sich Deutsche Post DHL Group auf Wachstum in seinen profitablen Logistik-Kerngeschäften und die Beschleunigung der digitalen Transformation in allen Unternehmensbereichen. Mit nachhaltigem, unternehmerischen Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

Der Konzern vereint zwei starke Marken: DHL bietet ein umfangreiches Serviceportfolio aus Paketversand, internationalem Expressversand, Frachttransport, Supply-Chain-Management und E-Commerce-Lösungen; Deutsche Post ist Europas führender Post- und Paketdienstleister. Deutsche Post DHL Group beschäftigt rund 550.000 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien der Welt. Im Jahr 2019 erzielte der Konzern einen Umsatz von mehr als 63 Milliarden Euro.

The logistics company for the world.