

Für DHL und die Formel 1® steht die Rennsaison 2022 im Zeichen der Nachhaltigkeit

- Bahrain Grand Prix am 20. März markierte Auftakt des größten Rennkalenders in der Geschichte der Formel 1
- Mit seinen grünen Logistiklösungen unterstützt DHL weiter die Nachhaltigkeitsziele der Formel 1
- Sowohl DHL als auch F1 haben ehrgeizige Klimaziele für 2030
- DHL-Partnerschaft mit innovativem Modeunternehmen BEEN London fördert Kreislaufwirtschaft

Bonn, 23. März 2022: Zum Auftakt eines neuen Rekordjahres für den Rennkalender der FIA Formel 1-Weltmeisterschaft™ beliefert DHL das am 20. März 2022 in Bahrain stattfindende erste Rennen der Saison. Der Formel 1®-Rennkalender 2022, der größte in der Geschichte der Rennserie, umfasst Rennen auf sechs Kontinenten, darunter mehrere Doppelrennen und Tripleheader – drei Rennen an drei aufeinanderfolgenden Wochenenden – sowie die Premiere des Miami Grand Prix. Mit einem neuen technischen Reglement markiert das Jahr 2022 auch eine neue Ära in der Formel 1: Die neueste Fahrzeuggeneration der Formel 1 ist auf ein engeres Racing sowie mehr Sicherheit und Nachhaltigkeit ausgelegt. Die neuen Autos fahren mit E10-Benzin, einem Gemisch aus 90 Prozent fossilem Kraftstoff und 10 Prozent Ethanol. Damit kommt die Formel 1 ihrem Ziel, bis 2025 einen zu 100 Prozent mit nachhaltigen Kraftstoffen betriebenen Hybridmotor einzusetzen, einen Schritt näher.

DHL wird den enormen logistischen Aufwand hinter den Kulissen der Formel 1 Rennen auch in diesem Jahr wieder unterstützen und bis zu 1.400 Tonnen wertvoller Fracht zu jedem Rennen transportieren, darunter Rennwagen, Reifen, Ersatzteile, Kraftstoff, Übertragungstechnik sowie Marketing- und Hospitality-Ausstattung. Als Logistikpartner trägt DHL dazu bei, das Ziel einer klimaneutralen Formel 1 bis 2030 zu erreichen. Dafür wurde die gesamte Lkw-Flotte, die für die Formel 1 im Einsatz ist, mit einem GPS-System ausgestattet, um den Kraftstoffverbrauch zu überwachen, die effizientesten Routen zu wählen und die CO₂-Emissionen zu senken. Außerdem setzt DHL verbrauchsarme Boeing 777 Frachtflugzeuge ein, die die CO₂-Emissionen im Vergleich zu herkömmlichen Flugzeugen um 18 Prozent reduzieren, und nutzt multimodale Transportlösungen einschließlich Landverkehr und Seefracht.

„Wir kümmern uns seit fast 40 Jahren um die Logistik der Formel 1. Angesichts der stetig wachsenden Popularität des Sports – es werden immer mehr Renntermine und Austragungsorte in den Saisonkalender aufgenommen – bleibt die Logistik ein entscheidender Faktor für das F1-Erlebnis“, sagt Arjan Sissing, Head of Global Brand Marketing bei Deutsche Post DHL Group. „Heute legen wir den

Fokus darauf, der Formel 1 zu helfen, ihren CO₂-Fußabdruck und ihre Umweltauswirkungen insgesamt zu verringern. Als Vorreiter der grünen Logistik haben wir alles, um dieses Versprechen zu erfüllen. Wir sind sehr stolz, die F1 dabei zu unterstützen, neue Maßstäbe in der Automobiltechnologie und Nachhaltigkeit zu setzen. Die Rennserie hat nicht nur das effizienteste Hybridsystem entwickelt, das je gebaut wurde, sondern intensiviert jetzt auch seine Bemühungen, einen zu 100 Prozent nachhaltigen Drop-In-Kraftstoff aus Bioabfällen zu entwickeln – einen Biokraftstoff, der von Autos und Lastwagen auf der ganzen Welt genutzt werden könnte.“

DHL wird seine öffentlichkeitswirksame Partnerschaft mit der Formel 1 im Jahr 2022 erneut nutzen, um auch kleinere Marken und Künstler zu fördern, die sich kreativ für nachhaltige Lösungen einsetzen. Am 9. März, einen Tag vor dem Formel 1 Aramco Testfahren in Bahrain, gab DHL eine neue Kooperation mit BEEN London bekannt, einem preisgekrönten nachhaltigen Mode-Label, das vollständig auf recycelte Materialien setzt. Das von der britischen Vogue als eine der innovativsten Modemarken der Welt bezeichnete Unternehmen entwickelt gemeinsam mit DHL eine limitierte Kollektion „DHL x BEEN London. The Circuit Collection“ nachhaltiger Artikel – hergestellt aus recycelten DHL-Bannern, die bekanntlich Formel-1-Strecken auf der ganzen Welt schmücken.

„Die Formel 1 konzentriert ihre Innovationskraft immer mehr auf nachhaltige Transporttechnologien und leistet damit einen enormen Beitrag zu den weltweiten Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit. Wir wollen die Aufmerksamkeit aber auch auf die ‚kleineren‘ positiven Auswirkungen neuer Denkansätze und Ideen von jungen Unternehmen wie BEEN London lenken“, so Sissing. „Als Teil unserer umfassenderen Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit legt die Kooperation mit BEEN London den Fokus auf die Förderung der Vielfalt und die Unterstützung von Menschen, die im Nachhaltigkeitssektor etwas bewegen, indem wir ihnen eine Plattform bieten, auf der sie ihre Arbeit vorstellen können.“

Alle Artikel von BEEN London werden in einer der letzten Lederwerkstätten des Londoner East Ends vollständig von Hand gefertigt und von lernbehinderten Londonern verpackt. Der CO₂-Fußabdruck der Artikel ist im Schnitt zehn Mal geringer als der eines entsprechenden konventionellen Produktes.

Bei der Bekanntgabe der Partnerschaft auf der DHL Luxury and Fashion Forum in Dubai am 9. März erläuterte BEEN-Gründerin Genia Mineeva die große Botschaft, die ihr kleines Unternehmen transportieren soll: „Jedes Mitglied unseres BEEN London Teams hat die Absicht, einen echten, messbaren Einfluss auf die Modeindustrie auszuüben, indem es beweist, dass aus Abfall etwas Schönes werden kann. Wir begrüßen diese Initiative von DHL als eine öffentlichkeitswirksame Gelegenheit, genau das zu tun – der Welt zu zeigen, was man mit recycelten Abfällen machen kann,

indem aus alter Streckenwerbung für einen sehr guten Zweck eine limitierte Kollektion wunderschöner Reisesets geschaffen wird.“

Die Reisesets werden auf der Website von BEEN London als limitierte Kollektion verkauft. Der Erlös geht an Plastic Bank, ein Sozialunternehmen, das der Welt hilft, das Plastikproblem in den Ozeanen einzudämmen, und gleichzeitig die Lebensqualität von Wertstoffsammlern verbessert. Plastic Bank baut ethische Recycling-Ökosysteme in Küstengemeinden auf und sorgt für die Wiederaufbereitung und Wiedereinführung der Materialien in die globale Produktionskette. Für die gesammelten Materialien erhalten die Sammler ein Entgelt, das ihnen hilft, die Grundbedürfnisse ihrer Familien zu decken, beispielsweise Lebensmittel, Brennstoff zum Kochen, Schulgeld und Krankenversicherung. „Plastic Bank ist der perfekte Partner für unsere Recycling-Kampagne mit BEEN London – ein großartiges Beispiel für soziales Unternehmertum, das den Wert von Kunststoffabfällen nutzt, um eine wachsende Bedrohung für unsere Ozeane zu mindern“, sagt Sissing.

Um den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft in den nächsten zehn Jahren zu beschleunigen, wird Deutsche Post DHL Group im Rahmen seines Nachhaltigkeitsfahrplans bis 2030 insgesamt sieben Milliarden Euro in saubere Logistikprozesse investieren. Ziel ist es, die CO₂-Emissionen von 33 Tonnen im Jahr 2020 auf unter 29 Tonnen im Jahr 2030 zu senken – trotz des erwarteten weiteren Wachstums der globalen Logistikaktivitäten des Konzerns. Um sein Ziel zu erreichen, wird der Konzern den Anteil nachhaltiger Kraftstoffe bei Linientransporten auf über 30 Prozent erhöhen, die Beimischung von nachhaltigem Flugzeugkraftstoff (SAF) auf über 30 Prozent steigern, für 100 Prozent aller Kernprodukte und -lösungen grüne Alternativen anbieten und 100 Prozent aller neuen Gebäude klimaneutral gestalten. Außerdem sollen 60 Prozent der weltweiten Lieferfahrzeuge für die letzte Meile bis 2030 auf Elektroantriebe umgestellt werden. Damit wird die Elektro-Flotte von Deutsche Post DHL Group auf mehr als 80.000 Fahrzeuge anwachsen.

Als offizieller Logistikpartner der Formel 1 seit 2004 und ältester globaler Partner der Rennserie beschäftigt DHL ein Team von 35 Motorsportlogistik-Spezialisten, die sich ausschließlich darum kümmern, die Formel 1 so effizient wie möglich um die Welt zu bringen. „Es ist eine echte Partnerschaft, die auf Schnelligkeit, Präzision und – immer mehr – auf Nachhaltigkeit aufbaut“, sagt Sissing.

– Ende –

Hinweis an die Redaktionen:

Bildunterschriften:

Formula 1: Beim 2022 Bahrain Grand Prix.

BEEN London: BEEN London Gründerin Genia Mineeva zwischen zwei Models, die die "DHL x BEEN. The Circuit Collection" präsentieren.

Pressekontakt:

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Joanna Kruszewski

Telefonnummer: +49 228 182 9944

E-mail: pressestelle@dphl.com

Im Internet: dphl.com/press

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir 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 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2021 einen Umsatz von mehr als 81 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem 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.

Über die Formel 1

Die Formel 1® wurde 1950 ins Leben gerufen. Die Formelserie ist der hochrangigste Motorsportwettbewerb der Welt sowie die weltweit beliebteste jährlich stattfindende Rennserie. Die Formula One World Championship Limited ist Teil der Formel 1 und hält die exklusiven kommerziellen Rechte an der FIA Formula One World Championship™. Bei der Formel 1 handelt es sich um eine Tochtergesellschaft der Liberty Media Corporation (NASDAQ: LSXMA, LSXMB, LSXMK, BATRA, BARTK, FWONA, FWONK), die dem Formula One Group Tracking Stock zugeordnet ist. Das F1-Logo, das Logo F1 FORMULA 1, F1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX, Paddock Club und verwandte Marken sind Markenzeichen von Formula One Licensing BV, einem Formel-1-Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

Über BEEN London

BEEN London ist ein preisgekröntes Mode-Label, das vollständig aus recycelten Materialien gefertigte Modeaccessoires vertreibt. Alle Produkte des Unternehmens, das von der britischen Vogue als „eine der innovativsten Modemarken der Welt“ bezeichnet wurde, werden seit 2018 im Londoner East End von Hand gearbeitet. Das Team, das hinter der Marke steht, legt großen Wert auf soziale Aspekte und Nachhaltigkeit. Es verbindet Innovationsstärke mit lokalem Know-how und Tradition, um durchdachte Produkte zu entwickeln, die auf Funktionalität und Langlebigkeit ausgerichtet sind. Alle Artikel werden in einer der letzten Lederwerkstätten des Londoner East Ends vollständig von Hand gefertigt. Der CO₂-Fußabdruck der Artikel ist im Schnitt zehn Mal geringer als der eines entsprechenden konventionellen Produktes. BEEN London wurde von der ehemaligen BBC-Journalistin Genia Mineeva gegründet und hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Wahrnehmung von Dingen zu verändern, die normalerweise auf der Mülldeponie landen würden.

Über Plastic Bank

Plastic Bank fördert eine regenerative Gesellschaft. Das Sozialunternehmen hilft der Welt, das Plastikproblem in den Ozeanen einzudämmen, und verbessert gleichzeitig die Lebensqualität von Wertstoffsammlern. Plastic Bank baut ethische Recycling-Ökosysteme in Küstengemeinden auf und sorgt für die Wiederaufbereitung und Wiedereinführung der Materialien in die globale Produktionskette. Für die gesammelten Materialien erhalten die Sammler ein Entgelt, das ihnen hilft, die Grundbedürfnisse ihrer Familien zu decken, beispielsweise Lebensmittel, Brennstoff zum Kochen, Schulgeld und Krankenversicherung. Die Blockchain-Plattform Alchemy™ von Plastic Bank sichert die gesamte Transaktion ab und ermöglicht eine Datenvisualisierung in Echtzeit – auf diese Weise werden

Transparenz, Rückverfolgbarkeit und schnelle Skalierbarkeit gewährleistet. Das gesammelte Material wird als Social Plastic™ bereitgestellt, das im Rahmen der Kreislaufwirtschaft für Produkte und Verpackungen erneut verwendet werden kann. Mehr erfahren Sie unter plasticbank.com.