



DHL mit deutlicher Präsenz auf der Expo 2010 in Shanghai

- **Im Mittelpunkt: Innovationen und nachhaltige Lösungen**
- **Partnerschaft mit chinesischem „Urban Planet“ Pavillon**

Bonn, 6. Mai 2010: DHL präsentiert auf der Expo 2010 in Shanghai Lösungen zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz. Das weltweit führende Logistikunternehmen ist Kooperationspartner beim zentralen chinesischen Themenpavillon „Urban Planet“, der das Gesamtmotto der Expo „Better City, Better Life“ vorstellt. Mit erwarteten 70 Millionen Besuchern wird die vom 1. Mai bis zum 31. Oktober dauernde Expo 2010 voraussichtlich zur größten Weltausstellung aller Zeiten. Das Engagement der Deutschen Post DHL basiert unter anderem auf der Tatsache, dass es das erste Unternehmen der Logistikindustrie ist, das sich ein quantitatives Klimaschutzziel gesetzt hat – danach wird der Konzern seine CO₂-Effizienz bis zum Jahr 2020 gegenüber 2007 um 30 Prozent verbessern.

„Als weltweit größter Logistikanbieter übernehmen wir Verantwortung und nutzen unsere Kernkompetenzen, um den Einfluss auf die Umwelt zu minimieren und der Gesellschaft etwas zurückzugeben“, sagte Frank Appel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post DHL. „Wir werden weiterhin konsequent in grüne Technologien investieren und wollen auf der Expo zeigen, was wir unter innovativer und nachhaltiger Logistik verstehen.“

DHL zeigt auf der Weltausstellung Beispiele für CO₂-neutrale Versandservices und umweltfreundliche Transporttechnologien sowie neue Konzepte für eine leistungsfähige Stadtlogistik. Bei der Deutschen Post DHL werden derartige Lösungen für die Logistik der Zukunft besonders durch den Geschäftsbereich DHL Solutions & Innovations sowie das Konzernprogramm GoGreen vorangetrieben – der Umweltaspekt steht dabei im Mittelpunkt der Geschäftsprozesse.

Auf der Expo 2010 in Shanghai präsentieren sich 240 Länder, Organisationen und Unternehmen auf einer Gesamtfläche von rund 5,4 Quadratkilometern. Herzstück dieser internationalen Leistungsschau ist der chinesische „Urban Planet“ Pavillon. Im ersten Teil



des Pavillons veranschaulicht die ansteigende „Road of Crisis“ die Zerstörung des Planeten. Im zweiten Teil stellt die absteigende „Road of Solutions“ Entwürfe für eine bessere und umweltfreundlichere Zukunft vor. In diesen Bereich sind auch die zehn Beispiele von DHL für die Umsetzung CO₂-neutraler und CO₂-effizienter Konzepte, Produkte und Dienstleistungen integriert.

Die Innovationen

Auf der „Road of Solutions“ berechnet der DHL Smart Truck den effizientesten Lieferweg. Das intelligente Management von Abhol- und Zustellaufträgen unter Berücksichtigung von Verkehrsstaus und Umleitungen verringert hierbei Transportstrecken und reduziert CO₂-Emissionen. Ein weiteres Beispiel für eine „sauberere“ Stadtlogistik ist das „Bring Buddy“-Projekt. In Zusammenarbeit mit Universitäten und inspiriert von der Idee, Pakete in Städten ohne die Nutzung von Autos zu befördern, prüft DHL alternative Konzepte zur Vermeidung innerstädtischer Verkehre. So könnten Personen, die bereits in der Stadt unterwegs sind, Pakete mitnehmen. Mobiltelefone würden dabei als Informations- und Dokumentationsinstrumente dienen und soziale Netzwerke zu echten Netzwerken werden. Ein drittes Exponat zeigt umweltfreundliche Gebäude, die einen wichtigen Beitrag zur Einsparung von Ressourcen und Emissionen leisten. Beim Bau neuer Anlagen erfüllt DHL die neuesten Umweltstandards, unter anderem durch die Installation von Solarmodulen oder das Sammeln von Regenwasser. Derartige Maßnahmen helfen dabei, das Klima zu schützen und Betriebskosten zu senken.

Die „Road of Solutions“ fördert die Diskussion über erneuerbare Energien und Maßnahmen zur Reduzierung von Emissionen und regt zum Nachdenken über die intelligente Wiederverwertung von Rohstoffen und die Integration von Naturräumen in Städten an. DHL ergreift diese Gelegenheit und lädt Kunden zur Expo ein, um ihnen einen lebendigen Eindruck von den „grünen“ Aktivitäten des Konzerns zu vermitteln. Außerdem organisiert DHL eine Reihe von eigenen Symposien und Diskussionsrunden.

Mehr Informationen zu DHL auf der Expo finden Sie unter: www.DHL-brandworld.com

Fotos zum Download stehen zur Verfügung unter: <http://www.dp-dhl.de/mediathek>.



Kontakt für Journalistenfragen:

DHL

Media Relations

Claus Korfmacher

Tel.: +49 (0)228 182-99 44

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

DHL – The Logistics company for the world

DHL ist Marktführer in der internationalen Logistikindustrie und „The Logistics company for the world". Grundlage bildet die Kompetenz von DHL im grenzüberschreitenden Expressgeschäft, bei Luft- und Seefracht, im Straßen- und Schienentransport, in der Kontraktlogistik und beim internationalen Briefverkehr. Mit einem globalen Netzwerk und lokalem Know-how sowie dem Bekenntnis zu Serviceorientierung und Qualität bieten rund 300.000 DHL-Mitarbeiter in über 220 Ländern und Territorien einzigartige, innovative und auf Kundenbedürfnisse zugeschnittene Lösungen. Das Unternehmen übernimmt gesellschaftliche Verantwortung durch seine Programme zum Klimaschutz, beim Katastrophenmanagement und in der Bildungsförderung.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von mehr als 46 Milliarden Euro.