



DHL weiterhin groß in Mode auf der Fashion Week in Berlin

- **Maßgeschneiderte Logistikservices für Mercedes-Benz Fashion Week Berlin**
- **Stardesigner Michael Michalsky setzt auf DHL**
- **Michalsky-Show am 22.01.2010 live auf DHL Website**

Bonn, 15. Januar 2010: Als offizieller Logistikpartner sorgt DHL auch in diesem Jahr wieder dafür, dass die aktuellen Modekreationen pünktlich zum Start der Mercedes-Benz Fashion Week Berlin auf dem Laufsteg eintreffen. Vom 20. bis 23. Januar 2010 wird die deutsche Hauptstadt einmal mehr zum internationalen Modemekka und präsentiert zum sechsten Mal aktuelle Kollektionen namhafter Designer. Die Show von Michael Michalsky, einem der erfolgreichsten deutschen Modedesigner, wird erneut als ein Highlight in Berlin gehandelt.

Weltweit gewährleistet DHL seit 2007 nicht nur reibungslose logistische Abläufe rund um diese hochkarätige Modenschau, sondern ist auch seit mehr als zwei Jahren durch eine eigene Tochtergesellschaft für die logistischen Belange des Modellabels von Michael Michalsky verantwortlich. Dies umfasst unter anderem die Lagerung, Kommissionierung und internationale Distribution seiner Kollektionen in die Modeboutiquen. Dieser Tage sorgt DHL auch dafür, dass die Michalsky-Kollektion pünktlich am 22. Januar im Berliner Friedrichstadtpalast bereitsteht. Denn dort präsentiert der Stardesigner seine Mode anlässlich der diesjährigen Fashion Week in einer „StyleNite“.

Diese enge Zusammenarbeit spiegelt sich auch in einer gemeinsamen Werbekampagne wider, für die Michael Michalsky sogar exklusiv eine „DHL Kollektion“ entwarf. Edle Stoffe sucht man hier allerdings vergebens – vielmehr verwendete der Designer Packpapier, Lkw-Planen oder Verpackungsmaterialien für seine Haute Couture à la DHL. „Wir sind stolz darauf, dass wir Michael Michalsky zu der exklusiven DHL Kollektion inspirieren und ihn als Werbepartner gewinnen konnten. Mit dieser Kampagne und unserem erneuten Engagement bei der Modewoche in Berlin unterstreichen wir nicht nur unsere Kompetenz in der Fashionlogistik, sondern außerdem unseren Anspruch, innovative Lösungen und



Konzepte zu entwickeln", erklärt Wolfgang Giehl, Leiter Corporate Brand Marketing bei der Deutschen Post DHL. Als ein Highlight der Werbekooperation wird DHL auf einer eigens eingerichteten Website die diesjährige Michalsky-Show per Livestream ins Internet übertragen.

DHL ist einer der international führenden Logistikdienstleister für die Textil- und Bekleidungsindustrie und deckt die gesamte logistische Wertschöpfungskette für den Fashionsektor aus einer Hand ab – weltweit in 220 Ländern und auf sämtlichen Transportwegen: zu Lande, zu Wasser und in der Luft. Die Services reichen dabei von der Materialbeschaffung über das Mustergeschäft, die Qualitätskontrolle, der Lagerung und der Veredelung von Kleidungsstücken bis hin zur direkten Belieferung der Boutiquen internationaler Modehäuser. In Asien, einem der wichtigsten Beschaffungsmärkte für die Modeindustrie, hat DHL im vergangenen Jahr 9,5 Millionen Euro in ein eigenes Fashion Competence Center investiert. Über 800 DHL Mitarbeiter bieten in Hongkong maßgeschneiderte Lösungen für die Textil- und Bekleidungsbranche an, auf die in Hongkong 2008 14 Prozent des gesamten Exportvolumens fiel – mehr als ein Drittel (36%) der Sendungen davon gehen in die Europäische Union

Verfolgen Sie die Michalsky-Fashion-Show live am 22. Januar 2010:
www.dhl-brandworld.com/michalsky

Weitere Informationen zu MICHALSKY auf: www.michalsky.com

Kontakt für Journalistenfragen:

DHL

Konzernkommunikation – Pressestelle

Claus Korfmacher

Tel.: +49 (0)228 182-9944

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 2008 einen Umsatz von mehr als 54 Milliarden Euro.