



# Warum eigentlich Nachhaltigkeit?

## Ziele, Strategien und Maßnahmen der Air France-KLM-Gruppe

Das Thema Nachhaltigkeit ist mittlerweile in aller Munde. Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht über eine neue Nachhaltigkeitsinitiative berichtet wird. Auch Air France und KLM informieren regelmäßig über ihre Strategie der nachhaltigen Entwicklung. Doch was bedeutet Nachhaltigkeit eigentlich, und warum ist nachhaltiges Handeln in unserer Welt überhaupt notwendig?

Im **Leitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)**, den in Deutschland über 1000 Firmen nutzen, um regelmäßig über die nachhaltige Unternehmensentwicklung zu berichten, wird in die Frage, warum eine nachhaltige Entwicklung notwendig ist, wie folgt eingestiegen: „Die Welt steht vor großen ökologischen und sozialen Herausforderungen. Sensibilisiert durch Medienberichte und kritische Nicht-regierungsorganisationen (NGOs) gelangen Themen wie die Achtung von Menschenrechten, die Bekämpfung von Korruption, Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange – auch in Drittstaaten – immer mehr ins öffentliche Bewusstsein.“ Aus dem unternehmerischen Handeln entsteht also eine **Verantwortung**, nicht nur dem eigenen Unternehmen und seinen Mitarbeitenden gegenüber, sondern **gegenüber der gesamten Gesellschaft**, im Heimatmarkt aber auch in den Ländern, in denen man aktiv ist. Dies schließt die gesamte Wertschöpfungskette von der Rohstoff-

beschaffung bis zu Entsorgung und Recycling ein. Daraus ergibt sich die Frage, wie Nachhaltigkeit definiert wird.

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz schreibt hierzu: „Wir sollten mit den begrenzt zur Verfügung stehenden Ressourcen sorgsam umgehen und nicht auf Kosten der Menschen in anderen Regionen der Erde und auf Kosten zukünftiger Generationen leben. Nachhaltigkeit betrifft unsere Umwelt, alle Bereiche unseres Lebens und Wirtschaftens. Nachhaltiges Handeln ist also eine Aufgabe der ganzen Gesellschaft – national und international. Wir müssen unsere Erde für alle und auf Dauer bewohnbar erhalten.“

Gleichzeitig wird durch diese Definition sichtbar, dass es **verschiedene Säulen der Nachhaltigkeit** gibt. Oftmals wird Nachhaltigkeit nur mit ökologisch vernünftigem Handeln gleichgesetzt. Nachhaltigkeit umfasst allerdings auch die soziale und ökonomische Komponente. Daher würde es zu kurz greifen, beispielsweise ausschließlich von „grünem Reisen“ zu sprechen, wenn gleichzeitig von Nachhaltigkeit gesprochen wird. Es geht auch nicht um einzelne Projekte, die angestoßen werden, sondern um eine Art **Inventur des gesamten Handelns** eines Unternehmens.

Der DNK rät daher Unternehmen zu einer Strategie, in die wesentliche Themen und Herausforderungen in puncto Nachhaltigkeit einfließen. Wesentlich sind laut DNK die **Auswirkungen des Kerngeschäfts auf Umwelt und Gesellschaft**. Konkret geht es um Themen, die alle Unternehmen betreffen, wie zum Beispiel der Klimawandel und Menschenrechte, Branchenthemen wie Abfälle, Inhaltsstoffe oder Stoffströme, und spezifische Unternehmensthemen wie Standortfragen oder Fachkräfte.

Mit der „**Destination Sustainability**“ hat die Air France-KLM-Gruppe eine Nachhaltigkeitsstrategie implementiert, die die angesprochenen wesentlichen Bereiche des unternehmerischen Handelns als Fluggesellschaft abdeckt. Die Gruppe möchte ein **Vorreiter in Europa** sein – in einer nachhaltigeren, verantwortungsvollen Luftfahrt.

Die übergeordneten Ziele im Bereich Umwelt sind der Einsatz für einen Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, die Nutzung nachhaltiger Innovationen in der Luftfahrt und „Zero Waste“ an Bord. Im Bereich Gesellschaft möchte die Gruppe sozio-ökonomische Entwicklungen, die Durchführung von Diversitäts- und Inklusionsprogrammen, das Handeln zur Reduzierung der Lärmbelästigung, den Einsatz für Geschäftsethik und den Aufbau von Kund:innenvertrauen erreichen.

In Anlehnung an die vom DNK geforderte Wesentlichkeit gehen wir auf die folgenden Themen im Bereich Umwelt und Gesellschaft ein. Auch in Deutschland arbeiten wir lokal daran, unserem Anspruch gerecht zu werden. Daher stellen Ihnen Mitarbeitende von Air France-KLM Deutschland konkrete Beispiele des nachhaltigen Handelns vor.

## Fliegen mit Verantwortung

Die Strategie der nachhaltigen Entwicklung der Air France-KLM-Gruppe lässt sich durch 13 Piktogramme grafisch einprägsam darstellen. Die betreffenden Piktogramme finden Sie in allen „bonjour goedendag“-Artikeln rund um das Thema Nachhaltigkeit und den Flyern auf [AFKLDocs.info](https://afkldocs.info), unserer Download-Seite für Reiseprofis.

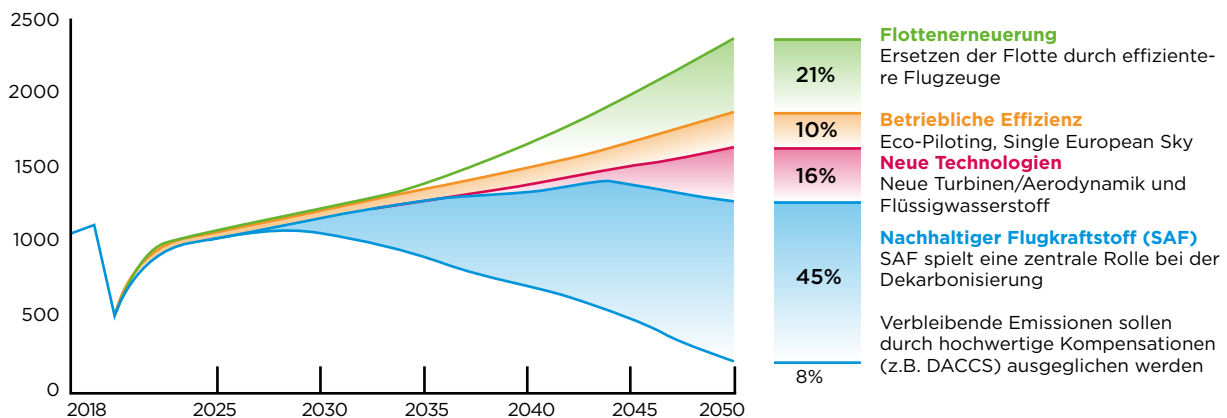
Die 13 Piktogramme im Uhrzeigersinn: Reduzierung von Einwegplastik, Biodiversität, Lärm- und CO<sub>2</sub>-Reduzierung, Recycling und Abfallmanagement, UN-Nachhaltigkeitsziele, Nutzung erneuerbarer Energien und Unterstützung von Innovationen, Intermodalität, Gewichtsreduzierung, Menschenrechte, Eco-Piloting, Vielfalt und Inklusion, „Sustainable Aviation Fuel“, Elektrifizierung



# Umwelt: Klimarelevante Emissionen und der Weg zu Netto-Null

Gemäß Deutschem Nachhaltigkeitskodex ist die Verringerung der Treibhausgasemissionen eines der wichtigsten Nachhaltigkeitsziele unserer Gesellschaft, zu dem Unternehmen beitragen sollen. Fast 200 Staaten unterzeichneten 2015 das Pariser Klimaabkommen, um die Risiken für Natur und Menschheit, die gemäß Weltklimarat bei einer stärkeren Erderwärmung existieren, abzumildern. Die IATA möchte ihren Teil dazu beitragen, um **2050 ein Netto-Null-Ziel** zu erreichen. Der Rat für die französische Luftfahrtforschung CORAC hat einen

konkreten Zielpfad entwickelt, wie bis 2050 die CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Luftfahrt auf Netto-Null gesenkt werden können. Ohne konkrete Maßnahmen würde sich der CO<sub>2</sub>-Ausstoß bis 2050 verdoppeln. Rund 8 Prozent CO<sub>2</sub> würden laut CORAC auch 2050 noch ausgestoßen werden. Diese Emissionen sollten durch hochwertige Kompensationen wie „Direct Air Capture and Storage“ – DACCS), also das Zurückholen von CO<sub>2</sub> aus der Atmosphäre und die sichere Lagerung im Boden kompensiert werden.



Zielpfad für CO<sub>2</sub>-Emissionen (gemäß Rat für die französische Luftfahrtforschung CORAC)







## „Sustainable Aviation Fuel“ (SAF)

Den größten Anteil an der Dekarbonisierung soll mit **45 Prozent „Sustainable Aviation Fuel“ (SAF)** einnehmen.

Aus diesem Grund investiert die Air France-KLM-Gruppe massiv in die Nutzung von SAF.

Es gibt zwei Arten dieser neuen Kraftstoffe:

1. Biokraftstoffe der zweiten Generation, die aus Biomasse - vor allem Altöl und landwirtschaftlichen Abfällen - hergestellt werden und bereits verfügbar sind.
2. Synthetische Kraftstoffe - oder Power-to-Liquid-Produkte, die aus in der Atmosphäre abgeschiedenem CO<sub>2</sub> und in Wasser enthaltenem Wasserstoff hergestellt werden - sind ebenfalls bereits erhältlich.

## 2022 und 2023 war Air France-KLM der größte SAF-Nutzer weltweit

Die Europäische Kommission hat 2023 die Treibstofflieferant:innen verpflichtet, den an die Fluggesellschaften gelieferten Treibstoff ab 2025 mit SAF anzureichern. Die anfangs geforderten 2 Prozent werden 2030 auf 6 Prozent erhöht. Zu diesem Zeitpunkt möchte die Air France-KLM-Gruppe bereits 10 Prozent SAF auf allen ihren Flügen nutzen. Dieses ambitionierte Ziel wurde 2021 in der „Clean Skies for Tomorrow“-Initiative manifestiert. Diese Absichtserklärung wurde von 60 Luftfahrtunternehmen, darunter KLM, unterschrieben. Air France folgte 2023.



## GUT zu wissen!

### „Clean Skies for Tomorrow“-Initiative

Am 22. September 2021 haben 60 Unternehmen der Clean Skies for Tomorrow Coalition des Weltwirtschaftsforums, deren Ziel es ist, den Einsatz nachhaltiger Flugkraftstoffe (SAF) zu beschleunigen, einen Meilenstein auf dem Weg zu Netto-Null-Emissionen bis 2050 erreicht, indem sie zusammenarbeiten, um den weltweiten Flugverkehr bis 2030 mit 10 Prozent SAF zu betreiben.



[Zur Webseite  
des Weltwirtschaftsforums](#)

Die Air France-KLM-Gruppe ist ein führender Akteur in der Beschaffung SAF. Im Jahr 2022 wurden 42 000 Tonnen SAF gekauft, was einer Beimischquote von 0,6 Prozent entspricht. 2023 kam es zu einer Verdoppelung der Käufe auf 87 000 Tonnen. Die Beimischquote erhöhte sich auf 1,1 Prozent. Im Jahr 2024 wurde erstmals die Marke von 100 000 Tonnen überschritten. Die gekauften

103 000 Tonnen entsprechen einer Beimischquote von 1,25 Prozent. Dies zeigt das Engagement von Air France und KLM, die globale SAF-Produktion so schnell wie möglich anzukurbeln, auch wenn wir noch einen langen Weg vor uns haben.

### Die Air France-KLM-Gruppe ist ein führender Akteur in der SAF-Beschaffung

Jahr	Gekauftes SAF in Tonnen	Beimischquote
2022	42 000	0,6 %
2023	87 000	1,1 %
2024	103 000	1,25 %

Air France-KLM wählt nur Kraftstoffe aus, deren Nachhaltigkeit nachgewiesen ist und die von unabhängigen, zuverlässigen Einrichtungen wie ISCC+ oder dem Roundtable on Sustainable Biomaterials (RSB) zertifiziert sind. Air France und KLM gehören mit 14 weiteren Airlines zu den RSB-Mitgliedern. Voraussetzung ist:

- eine Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um mindestens 65 Prozent
- eine minimale Auswirkung auf die biologische Vielfalt
- keine Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion oder zum Zugang zu Nahrungsmittelressourcen
- keine Verwendung von Palmöl, das ein wichtiger Faktor bei der Abholzung von Wäldern ist
- eine positive Auswirkung auf die lokale Entwicklung



**GUT zu wissen!**

## Roundtable on Sustainable Biomaterials (RSB)

Die RSB-Grundsätze und -Kriterien beschreiben, wie Brennstoffe, Biomasse und stoffliche Produkte aus biobasiertem und recyceltem Kohlenstoff, einschließlich fossiler Abfälle, auf ökologisch, sozial und wirtschaftlich verantwortungsvolle Weise hergestellt werden können. Aufgrund der einzigartigen Entscheidungsfindungsstruktur des RSB, die auf dem Konsens aller relevanten Interessengruppen beruht, gelten die RSB-Grundsätze und -Kriterien als die besten ihrer Art, wenn es darum geht, wichtige Fragen der Nachhaltigkeit umfassend zu behandeln.



[Zur RSB-Webseite](#)

## SAF-Beitrag auf allen Flügen von Air France und KLM seit Januar 2025

Leider ist der Preis von „Sustainable Aviation Fuel“ (SAF) immer noch drei- bis sechsmal so hoch wie der von herkömmlichem Kerosin, je nach Ölpreis und Art des SAF. Um den Markt für SAF anzukurbeln, setzen sich Air France und KLM Ziele, die über die EU-Vorschriften hinausgehen. Air France und KLM schließen seit 2022 einen kleinen Beitrag für SAF über einen

den so genannten YR-F-Zuschlag in den Gesamtpreis des Tickets ein. Dieser wurde am 18. Juli 2024 für Abflüge ab dem 1. Januar 2025 aktualisiert. Alle generierten Einnahmen werden transparent verwaltet und ausschließlich für den Einkauf von SAF-Lagerbeständen verwendet. Der Beitrag gilt für alle Vertriebskanäle und für von Air France und KLM vermarktete Flüge. Die Höhe des SAF-Beitrags hängt von der Art der Flugstrecke (kurz, mittel, lang) und der gewählten Kabine ab.

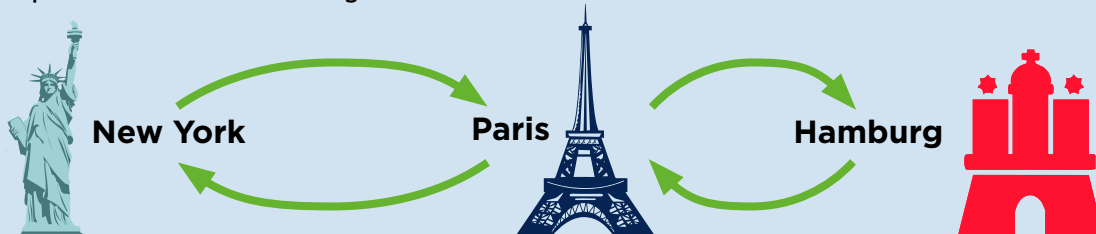
### SAF-Beiträge für einen Hin- und Rückflug

	Innerfranzösisch	Mittelstrecke	Naher Osten*	Langstrecke
La Première (First)			24 €	60 €
Business Class	3 €	4,50 €	12 €	30 €
Premium Economy			6 €	14 €
Economy Class	2 €	3 €	4 €	10 €

\* Israel, Libanon, Ägypten

Die **30 Euro** aus dem Beispiel unten sind automatisch und transparent als YR-F-Zuschlag im Ticket aufgelistet.

### Beispiel für einen Air France-Flug in Business Class





### 3 FRAGEN AN ...

... Jérôme Raquin, Air France-KLM Purchasing, Facilities & IT Executive Germany



Jérôme, wir sitzen gerade in den Büros von Air France-KLM gegenüber vom Frankfurter Flughafen, die 2022 neu bezogen wurden. Wurde dieser Umzug auch aus Gründen der Nachhaltigkeit von euch vorangetrieben?

Auf jeden Fall. Nachhaltigkeit steht mittlerweile im Mittelpunkt unserer Unternehmensstrategie. Sie ist keine Option mehr für uns, sondern eine unumgängliche Notwendigkeit. Durch die Einführung eines „Flex-Offices“, in dem die Mitarbeitenden ihre Arbeitsplätze täglich buchen und zur Hälfte von zu Hause arbeiten können, konnten wir die Bürofläche verkleinern, den Energieverbrauch senken und die Work-Life-Balance erhöhen. Das Gebäude selbst hat die Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen in Gold erhalten.

Kund:innen, die uns hier besuchen, sind auch von den Räumlichkeiten angetan. Apropos Kund:innen, meist ist es ja umgekehrt, und sie werden von unseren Mitarbeitenden im Außendienst besucht. Dafür sind Dienstwagen notwendig ...

... und wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere gesamte Flotte auf Elektromobilität umzustellen. Bereits im Jahr 2019 haben wir uns intensiv mit dem Thema „Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes unserer Fahrzeugflotte“ beschäftigt und 2021 beschlossen, dass alle neuen Fahrzeuge mindestens Hybridfahrzeuge sein müssen. Bis zum Jahr 2023 haben wir dann den vollständigen Umstieg auf Elektrofahrzeuge vollzogen, sofern keine Probleme mit der Ladeinfrastruktur vor Ort auftreten.

**Gibt es weitere Bereiche in deinem Arbeitsfeld, in denen so ein Wandel stattfindet?**

Absolut. Das Thema Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Gespräche mit allen Zuliefernden. Bei Ausschreibungen unterzeichnen sie einen Verhaltenskodex, in dem es auch um soziale Aspekte geht, zum Beispiel um die Einhaltung des Mindestlohns. Im Bereich Gepäck-Handlings sprechen wir darüber, Prozesse effizienter zu gestalten. Beschädigtes Gepäck sollte nur noch fotografiert, statt eingeschickt werden. Anhand von Bildern kann schneller entschieden werden, ob sich eine Reparatur lohnt oder nicht. Und am Ende sind auch unsere Kund:innen zufrieden, wenn hier rasch entschieden wird. Somit sorgt nachhaltiges Agieren tatsächlich für eine Win-Win-Situation.

... Angela Hahn-Sommer, Air France-KLM Global Account Manager Military and Government EMEA



Angela, du bestellst bei uns in der Marketingabteilung regelmäßig unsere nachhaltigen Giveaways. Wir nehmen daher an, dass diese bei deinen Kund:innen gut ankommen?

Ganz ehrlich, ich bin erstmal selbst mega stolz, dass wir Werbegeschenke anbieten, die ohne Plastik auskommen, wie zum Beispiel die Einkaufswagenlöser aus FSC-zertifiziertem Holz, die es jetzt auch im Rahmen der aktuellen Umfrage zu „travelforbiz“ zu gewinnen gibt. Diese können wir alle gut gebrauchen. Und wenn sie irgendwann kaputt gehen, kann man sie im Biomüll entsorgen, statt zur Plastikflut beizutragen.

**Haben deine Kund:innen einen Favoriten bei den Giveaways, die du mitbringst?**

Was neben den Einkaufswagenlösern immer sehr gut ankommt, sind die GOTS-zertifizierten Beutel. Somit ist sichergestellt, dass Werbemittel umwelt- und sozialverträglich hergestellt wurden. Bei der verwendeten Bio-Baumwolle kann auf künstliche Bewässerung verzichtet werden, da die Bauern nur alle drei Jahre Baumwolle anpflanzen dürfen und die Humus-Schicht somit den Monsunregen speichert. Und das Endprodukt sorgt dafür, dass wir zum Beispiel beim Bäcker auf die Papiertüten verzichten können.

**Gibt es eigentlich Vorschläge deiner Kund:innen in Bezug auf Giveaways?**

Sie sind da relativ verhalten und freuen sich, dass ich das Thema Nachhaltigkeit mit Hilfe der Giveaways so greifbar in ihren Alltag integrieren kann und damit konkret zeige, welche Ansätze wir verfolgen, um Müll zu vermeiden. Das gilt zum Beispiel auch für die Pflanzenwachstücher, die es in der Umfrage zu dieser Ausgabe zu bestellen gibt und somit Plastik- und Alufolie ersetzen können.





## Flottenerneuerung

Neben SAF, das wie erwähnt laut CORAC 45 Prozent Anteil an der Reduzierung der klimarelevanten Emissionen einnehmen soll, steht die **Flottenerneuerung mit 21 Prozent** an zweiter Stelle:

- 64 Prozent der Flotte der Air France-KLM-Gruppe sollen 2028 aus Flugzeugen der neuesten Generation wie dem Airbus A350 und der Boeing 787 auf Langstrecke bzw. dem Airbus A220 und der Embraer 195-E2 auf der Mittelstrecke bestehen
- Durchschnittlich stößt ein Flugzeug der neuesten Generation 15 Prozent weniger CO<sub>2</sub> aus als ein vergleichbares Vorgängermodell



## Neueste Technologien

**Neueste Technologien sollen zu 16 Prozent** zur Reduzierung der klimarelevanten Emissionen beitragen. Der Einsatz von Winglets hilft zum Beispiel, den Treibstoffverbrauch und damit den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu senken. So hat Transavia seit 2019 in Zusammenarbeit mit GKN Fokker Technik ihre Winglets durch die neuesten Split Scimitar Winglets ersetzt.



Innovationen werden bei Air France-KLM in allen Wartungsbereichen (Triebwerkswäsche, Flugzeugwäsche zur Verbesserung der aerodynamischen Leistung, Triebwerksausbauzyklen, usw.) umgesetzt. Seit 2019 gibt es zusätzlich zur Reinigung im Hangar eine mobile Triebwerkswäsche. Diese Maßnahme ermöglicht eine zusätzliche CO<sub>2</sub>-Reduktion von rund 24 000 Tonnen pro Jahr.



## Betriebliche Effizienz

Das **Eco-Piloting soll mit 10 Prozent** zum Netto-Null-Ziel 2050 beitragen. Wann immer es möglich ist, wenden die Pilot:innen die energieeffizientesten Verfahren an: detaillierte Flugpläne, Anpassung der Geschwindigkeit und Optimierung der Flugbahn, Landekonfigurationen und am Boden das Rollen mit nur einem Motor, das zum Beispiel bei einer Boeing 777 bis zu 700 kg Treibstoff einspart. Um diese Aufgabe zu erleichtern, setzt die Gruppe in Zusammenarbeit mit innovativen Start-ups auf künstlicher Intelligenz basierende Leistungsinstrumente ein. So ermöglicht beispielsweise das SkyBreathe-Tool eine hochpräzise Überwachung der Anwendung der besten Treibstoffeinsparungspraktiken auf jedem Flug. Transavia war die erste Fluggesellschaft, die dieses System in Frankreich eingeführt hat, und setzt wie auch die anderen Gesellschaften der Gruppe ihre

Bemühungen im Bereich des Eco-Pilotings fort. Andere Tools wie Optidirect, das während des Fluges Alternativrouten vorschlägt, ermöglichen eine Reduzierung des Treibstoffverbrauchs von 4 bis 5 Prozent und damit der CO<sub>2</sub>-Emissionen. Seit 2012 konnten so dank der operativen Maßnahmen der Fluggesellschaften der Gruppe insgesamt 270 000 Tonnen CO<sub>2</sub> vermieden werden.



## **i** GUT zu wissen!

### Science-Based Targets initiative (SBTi)

SBTi ist eine vom WWF, den Vereinten Nationen und anderen gegründete Zielsetzungsorganisation. SBTi hilft Unternehmen zu verstehen, wie stark und wie schnell sie die Treibhausgasemissionen reduzieren müssen, um das Ziel des Pariser Abkommens zu erreichen – also die Erwärmung auf deutlich unter 2 °C über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen. Dieses Ziel basiert auf den Berichten des Weltklimarats.



[Zur SBTi-Website](https://www.sbtigroup.com/)

### SBTi bestätigt die Air France-KLM CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele bis 2030, um Erwärmung deutlich unter 2°C zu begrenzen

Die SBTi ist für die äußerst wichtige Aufgabe verantwortlich, die CO<sub>2</sub>-Emissionsziele auf globaler Ebene (im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen) nach Wirtschaftszweigen aufzuteilen. Im Jahr 2021 hat die SBTi daher ein Emissionsminderungsziel für die Luftfahrtindustrie festgelegt. Für sechs Airlines weltweit hat sie bisher die Ziele für 2030 genehmigt, um die Erwärmung deutlich unter 2 °C über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen, darunter für Air France und KLM.





## Umwelt: Ressourceneffizienz

Eine Fluggesellschaft benötigt verschiedene **natürliche Ressourcen**, um den Flugbetrieb durchzuführen. Im Deutschen Nachhaltigkeitskodex werden „Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen“ genannt. Unter Ressourceneffizienz versteht man das Verhältnis eines bestimmten Nutzens oder Ergebnisses zum dafür nötigen Ressourceneinsatz.

### Abfallreduzierung

Air France-KLM ist bestrebt, ihre Abfallproduktion zu minimieren und den Anteil der recycelten oder wiederaufbereiteten Abfälle zu erhöhen:

- Halbierung der nicht recycelten Abfälle bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2011
- -48 Prozent – Air France hat bereits 1424 Tonnen Einweg-Plastikartikel (SUP) aus dem Verkehr gezogen.
- 80 Prozent eines Flugzeugs vom Typ Airbus A340 können aufbereitet, wiederverwendet oder recycelt werden.

Etwa 85 Prozent der Abfälle stammen aus der Bordverpflegung und der Kabinenreinigung. Die restlichen 15 Prozent stammen aus eigener Produktion, z. B. in den Bereichen Fracht und Wartung. Nur ein geringer Prozentsatz stammt aus unseren Bürotätigkeiten.

Um Lösungen zu finden und Hindernisse für die Entsorgung von Bordverpflegung und Flugabfällen zu beseitigen, die beide strengen internationalen Vorschriften unterliegen, arbeiten wir aktiv mit den Behörden und unserer Lieferkette zusammen.

### Die wichtigsten Pfeiler

- Grundsätze der Kreislaufwirtschaft an Bord unserer Flugzeuge
- Verbesserung des Abfallmanagements über den gesamten Lebenszyklus
- Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung
- Abschaffung von Einwegplastik
- Anwendung der Grundsätze der Kreislaufwirtschaft auf unsere Bodenaktivitäten
- Cradle-to-Cradle und kontrolliertes Ende des Lebenszyklus





## Lärmreduzierung

Eine der höchsten Prioritäten der Air France-KLM-Gruppe ist es, dem gestiegenen Mobilitätsbedürfnis ihrer Kund:innen gerecht zu werden und gleichzeitig die Lärmbelastung durch den Betrieb ihrer Flugzeuge auf einem für die Menschen in der Nähe von Flughäfen akzeptablen Niveau zu halten. Dies stellt eine große Herausforderung für Fluggesellschaften

dar und erklärt, warum die Gruppe ihr Engagement für die Lärminderung formalisiert hat, indem sie es in den Air France-KLM-Grundsätzen verankert hat. So wurde die soziale und ethische Charta 2020 überarbeitet, um das Thema Menschenrechte einzubeziehen.

Im Jahr 2022 erfüllten bereits 75 Prozent der Flotte der Gruppe die Kriterien der ICAO-Zertifizierung nach Kapitel 4 oder 14, den bisher strengsten Normen für den Lärmpegel von Düsenflugzeugen auf dem Markt. Die Modernisierung der Flotte und die Verbesserung der Betriebsabläufe sind die beiden Säulen unserer Strategie zur Lärmreduzierung. Aus diesem Grund hat sich Air France-KLM im Rahmen ihres aktuellen Flottenerneuerungsprogramms für Flugzeuge entschieden, die eine deutliche Reduzierung der Lärmbelastung ermöglichen:

- 50 Prozent Verringerung der Lärmbelastung durch den Airbus A320neo
- 34 Prozent Verringerung der Lärmbelastung durch den Airbus A220
- 40 Prozent Verringerung der Lärmbelastung durch den Airbus A350
- 63 Prozent Verringerung der Lärmbelastung durch die Embraer 195-E2

Auch für die Verringerung der Lärmemissionen von Flugzeugen werden spezifische Lösungen gesucht. Wann immer es möglich ist, setzt Air France-KLM kontinuierliche Sinkflug- oder NADP-Verfahren (Noise Abatement Departure Procedure) ein, die die Lärmbelastung erheblich reduzieren.







## Gesellschaft: Vielfalt und Inklusion

Air France-KLM ist der festen Überzeugung, dass eine wirksame Politik der **Vielfalt und Inklusion** der Schlüssel zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden innerhalb des Unternehmens ist und sich positiv auf die Leistung des Unternehmens auswirkt. Die Gruppe hat sich daher verpflichtet, alle Formen der Diskriminierung zu bekämpfen und die Chancengleichheit zu fördern. Die berufliche Integration junger Menschen und die Einstellung von Menschen mit Behinderungen gehören ebenfalls zu unseren Prioritäten.

Air France-KLM hat sich als langfristiges Ziel gesetzt, die Gleichstellung von Frauen und Männern im Group Executive Committee und in den obersten

10 Prozent der höchsten Managementebenen zu erreichen. Als mittelfristiges Ziel hat der Verwaltungsrat von Air France-KLM im Jahr 2020 festgelegt, dass bis zum Jahr 2030:

- mindestens 40 Prozent der Positionen im Executive Committee der Gruppe und
- 40 Prozent der obersten 10 Prozent des Managements

mit Frauen besetzt werden sollen.

Konkret werden bei der Rekrutierung und/oder Ernennung neuer Mitglieder mit gleichen Kompetenzen, Fachkenntnissen und Führungsqualitäten Kandidatinnen bevorzugt.

## Gesellschaft: Menschenrechte

Als internationaler Konzern, der weltweit tätig ist und eine große Anzahl von Mitarbeitenden beschäftigt, ist Air France-KLM verpflichtet, sowohl **ethische Werte** als auch die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften zu beachten.

Dazu gehören insbesondere

- die Achtung der Menschenrechte,
- die Bekämpfung der Korruption und aller Formen von Kinder- und Zwangsarbeit
- der Kampf gegen Steuerbetrug und Steuerhinterziehung.

Diese Grundprinzipien basieren auf den internationalen Standards für Unternehmen, insbesondere dem Global Compact der Vereinten Nationen, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, den Kernkonventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und den UNICEF-Grundsätzen für Kinderrechte und Unternehmen. Als Unterzeichnerin des Global Compact der Vereinten Nationen (UN) unterstützt die Gruppe seit 2003 dessen zehn Prinzipien und fördert sie aktiv bei Partner:innen und Lieferant:innen. Im Jahr 2020 entwickelte Air France-KLM eine Charta der sozialen Rechte und der Ethik, die in der Folge zu einem integralen Bestandteil der Air France-KLM-Grundsätze wurde.



Mit den Air France-KLM Grundsätzen bekräftigt die Gruppe ihr Engagement für ein Klima des gegenseitigen Vertrauens, des Respekts, der Transparenz, der Vertraulichkeit sowie für die Förderung eines Arbeitsumfelds, in dem Gesundheit, Sicherheit und Lebensqualität einen hohen Stellenwert haben und in dem es keine Kompromisse geben darf.

Die Grundsätze dienen als gemeinsame Grundlage für alle Unternehmen der Gruppe und unterstützen neue Initiativen, Verfahren, Regeln und Verhaltenskodizes.

Die Menschenrechte sind die Grundlage für den sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Zusammenhalt in jedem Unternehmen und in der gesamten Gruppe. Jede:r Mitarbeitende der Air France-KLM-Gruppe hat das Recht auf Arbeitsbedingungen, die die Gesundheit, Sicherheit und Würde respektieren und einen sozialen Dialog gewährleisten.

Im Rahmen ihrer Aktivitäten hat die Gruppe die Risikofaktoren im Zusammenhang mit den Menschenrechten ermittelt. Die Maßnahmen, die ergriffen wurden, um diese Risiken zu mindern, fallen in verschiedene Bereiche:

- Gesundheit und Sicherheit von Personen
- Chancengleichheit
- Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben
- Datenschutzverfahren zum Schutz der persönlichen Daten von Kund:innen und Mitarbeitenden

In ihren Beziehungen zu den Lieferant:innen setzt sich die Gruppe dafür ein, dass die grundlegenden Prinzipien und sozialen Rechte überall auf der Welt geachtet werden. Die Lieferant:innen werden aufgefordert, einen entsprechenden Verhaltenskodex zu unterzeichnen, der auf den Grundsätzen des Global Compact der Vereinten Nationen beruht.



### **3 FRAGEN AN ...**

**... Stefanie Oehrlein, Air France-KLM Marketing Communication Executive**



**Steffi, du bist bei Air France-KLM in Deutschland für die großen Events mit Mitarbeitenden in den Reisebüros und Firmenkund:innen zuständig. Welche Schritte hast du unternommen, um unsere Veranstaltungen nachhaltiger zu organisieren?**

Wir haben bereits Anfang 2019 damit begonnen, Stellwände, die wir damals eigens für unsere Event-Konzepte haben anfertigen lassen, nach der Eventreihe weiter zu verwenden, statt sie zu entsorgen. In einem Betrieb für Teilhabe und Inklusion wurden daraus Tablett-Hüllen, Mäppchen, Obstbeutel und Strandtaschen hergestellt, die als Kund:innengeschenke unserem Verkaufsteam zur Verfügung gestellt wurden.

**Roll-ups sind ja auch bei uns beliebte Werbemittel. Werden die auch einem Upcycling-Prozess unterzogen?**

Exakt. Allerdings war es früher nicht möglich, das Gestell wiederzuverwerten, so dass trotz Upcycling des

aufrollbaren Motivs viel Müll übrigblieb. Hier gehen wir aber jetzt auch neue Wege. Sobald ein Motiv nicht mehr nutzbar ist, weil der Inhalt nicht mehr aktuell oder es verschlissen ist, lassen wir ein neues produzieren und tauschen es selbst aus. So wird viel Abfall vermieden. Das Material für das Motiv besteht jetzt komplett aus recyceltem Plastik. Zwar ist das Roll-up in der Anschaffung etwas teurer, aber durch seine Langlebigkeit und die Austauschmöglichkeit ist es am Ende sogar günstiger, als regelmäßig neue Roll-ups produzieren zu lassen.

**Hast du denn das Event-Konzept in den letzten Jahren auch verändert?**

Allerdings. Nach einem Brainstorming mit unserem Verkaufsteam habe ich die Ideen gesammelt und mit unserer Agentur ein Stand-Konzept entwickelt, das zum Großteil online-basiert ist. So können wir Inhalte schnell austauschen und anpassen. Auf die Produktion von extra angefertigtem Material verzichten wir nach Möglichkeit. Die produzierten Roll-ups lassen sich auf Vorder- und Rückseite bedrucken, so dass die benötigte Anzahl reduziert werden konnte. Durch die Abfallvermeidung und den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft können wir unseren Kund:innen tatsächlich ein nachhaltiges Event-Erlebnis bieten.



## Gesellschaft: Unternehmerische Verantwortung

Die Geschäftstätigkeit der Gruppe bringt Menschen, Volkswirtschaften und Kulturen zusammen und fördert wirtschaftliches Wachstum und sozialen Fortschritt. Das übergreifende Ziel der Air France-KLM-Gruppe ist es, ein Champion der Luftfahrt in Europa zu werden und gleichzeitig eine Vorreiterrolle in einer nachhaltigeren Luftfahrt einzunehmen. Die Gruppe nimmt ihre **Verantwortung als Arbeitgeberin, Airline-Gruppe und Corporate Citizen** wahr.

Air France-KLM hat daher kürzlich ihren Unternehmenszweck in der Satzung des Unternehmens festgelegt und veröffentlicht. Darin wird ein Ziel von allgemeinem Interesse genannt, das wir verfolgen wollen.

„Als Vorreiter einer verantwortungsvolleren europäischen Luftfahrt bringen wir Menschen für die Welt von morgen zusammen.“

Im September 2015 hat die Generalversammlung der Vereinten Nationen die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verabschiedet. Die Agenda 2030 besteht aus 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) und ist ein universeller Aufruf zum Handeln, um die Armut zu beenden, den Planeten zu schützen und sicherzustellen, dass bis 2030 alle Menschen in Frieden und Wohlstand leben.

Indem die Gruppe die nachhaltige Entwicklung zu einem integralen Bestandteil ihrer Aktivitäten und Tätigkeiten macht, bemüht sie sich, die SDGs in ihrem Einflussbereich zu unterstützen.

Air France-KLM ist Unterzeichnerin des „Global Compact“ der Vereinten Nationen und hat sich acht Zielen verschrieben:



### GUT zu wissen!

#### UN Global Compact

Auf der Grundlage zehn universeller Prinzipien und der Sustainable Development Goals verfolgt der UN Global Compact die Vision einer inklusiveren und nachhaltigen Wirtschaft zum Nutzen aller Menschen, Gemeinschaften und Märkte, heute und in Zukunft.



[Zur UN Global Compact Netzwerk Deutschland-Webseite:](#)







### **3 FRAGEN AN ...**

**... Sabine Begue, Air France-KLM Station Manager Berlin**



**Sabine, am Flughafen Berlin Brandenburg werden jetzt Air France- und KLM-Flugzeuge teilweise CO<sub>2</sub>-neutral abgefertigt. Wie kam es dazu?**

Im Februar 2021, kurz nach der Inbetriebnahme des BER, startete

unser Handlingspartner WISAG seine Nachhaltigkeitsinitiative „Ready for green“. Ziel dieser Initiative ist, die Emissionen bei Flugzeugabfertigungen durch die Umstellung auf elektrische Vorfeldgeräte signifikant zu reduzieren. Da ich mich im regelmäßigen Austausch mit der WISAG befinde, war den Kolleg:innen bewusst, dass sich Air France und KLM das Thema Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben haben. Sie fragten mich, ob wir Interesse haben, an diesem Projekt teilzunehmen, was ich natürlich bejahte.

**Wann gilt denn eine Abfertigung als CO<sub>2</sub>-neutral?**

Für die Abfertigung eines Flugzeugs am Flughafen

werden verschiedene Fahrzeuge und Geräte benötigt. Wenn Gepäckbänder, Fluggasttreppen, Flugzeugschlepper und Bodenstromaggregate keine direkten Emissionen mehr erzeugen, weil sie elektrisch betrieben werden, gilt die Abfertigung als CO<sub>2</sub>-neutral.

**Du hast dir selbst schon einige CO<sub>2</sub>-neutrale Abfertigungen von Air France- und KLM-Flugzeugen auf dem Vorfeld angeschaut. Was ist dir da besonders aufgefallen?**

Ganz klar das Fehlen von Geräuschen und Gerüchen. Ich war echt erstaunt, wie leise und geruchlos die Abfertigung abläuft. Es gab keinen schwarzen Rauch beim Anlassen der Geräte, und ich konnte mich mit meinen WISAG-Kolleg:innen problemlos unterhalten. Bei einer konventionellen Abfertigung ist das unmöglich. Die Arbeit auf dem Vorfeld wird so für alle Beteiligten wesentlich angenehmer. Und dass pro Abfertigung etwa 33 Kilogramm CO<sub>2</sub> eingespart werden, ist aufs Jahr gerechnet natürlich auch eine ganze Menge.

**... Dietmar Rüder, Air France-KLM Account Manager Leisure Sales**



**Dietmar, du hast die Initiative ergriffen, Air France-KLM zum Stadtradeln anzumelden. Wie bist du auf die Idee gekommen, dass wir als Unternehmen bei einem Wettbewerb mitmachen, bei dem es darum geht, 21 Tage lang möglichst viele Alltagswege klimafreundlich mit dem Fahrrad zurückzulegen?**

Ich habe das über meine Kinder mitbekommen, da bei uns in der Region Hamburg viele lokale Aktionen in den Schulen initiiert werden. Ich konnte mich aber im Team meiner Kinder nicht registrieren, weil diese als Schule am Stadtradeln teilnehmen. Daher habe ich weiter recherchiert und erfahren, dass man sich als Firma ebenfalls anmelden kann und da radelt, wo man sich gerade befindet. Das kommt unserer dezentral aufgestellten Organisation sehr entgegen, da wir ja ein Verkaufs- und Flughafenteam haben, das über das gesamte Bundesgebiet verstreut ist und mittlerweile auch die Frankfurter Kolleg:innen die Hälfte ihrer Zeit von zu Hause arbeiten können.

**Worum geht es genau beim Stadtradeln?**

Sinn der Aktion ist weniger, für drei Wochen extra viel in die Pedale zu treten, sondern sich einfach bewusst zu machen, dass man zum Beispiel den Einkauf mit dem Rad statt mit dem Auto erledigen oder das Rad mit in die Bahn nehmen kann. Die Kombination der Verkehrsträger bieten wir insbesondere bei Air France auf Frankreich-Reisen an, wenn es innerfranzösisch mit dem TGV weitergeht. Und als halbniederländisches Unternehmen entsprechen wir so auch ein wenig dem Klischee unseres Nachbarlands.

**Wie wird denn das Stadtradeln intern aufgenommen?**

Wir haben uns vor drei Jahren erstmals als „Air France-KLM“ beim Stadtradeln Frankfurt am Main angemeldet – übrigens als bisher einzige Airline überhaupt. Das steht vielleicht symbolisch ein bisschen für unseren Pioniergeist. Letztes Jahr haben zehn Kolleg:innen mehr als 2000 Kilometer mit dem Rad zurückgelegt. Unsere Mannschaft ist bunt gemischt und stammt aus allen Unternehmensbereichen. Das stärkt den Teamgedanken ungemein, und ich hoffe, dass wir 2024 mit noch mehr Teilnehmenden unter die Top 100 Teams in Frankfurt radeln werden – vielleicht ist ja bereits die eine oder andere Firma dabei, mit der wir uns messen können.





## Fazit und Ausblick

Alle zwei Jahre führt Air France-KLM eine Wesentlichkeitsanalyse mit Firmenkund:innen, nationalen und internationalen Einzelkund:innen, Mitarbeitenden der Gruppe, Aktionär:innen, Investor:innen, Lieferant:innen, Nichtregierungsorganisationen, Regierungsorganisationen, Abgeordneten und CSR-Expert:innen durch, um die für die Tätigkeit der Gruppe wichtigsten Prioritäten neu zu bewerten und die Ergebnisse mit denen früherer Wesentlichkeitsanalysen zu vergleichen. Diese neue Wesentlichkeitsanalyse zeigt, dass die Themen, die für die Gruppe im Jahr 2022 als am wichtigsten erachtet

werden, hauptsächlich mit der Kundenzufriedenheit, der Entwicklung der Flotte, den CO<sub>2</sub>-Emissionen, der finanziellen Leistung und der Sicherheit und Innovation zusammenhängen. In Übereinstimmung mit dem Referenzrahmen der Global Reporting Initiative aktualisiert Air France-KLM ihre Wesentlichkeitsmatrix, um die Prioritäten zu bestätigen, die für die Gruppe am wichtigsten sind. Die detaillierten Ergebnisse zeigen, dass wir uns in der Wahrnehmung der Priorität dieser Themen einig sind, weshalb die Air France-KLM-Gruppe die Nachhaltigkeit auch in Zukunft in den Mittelpunkt ihrer industriellen Strategie stellt.

### **GUT zu wissen!**

#### **UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals – SDG)**

Bei den UN-SDGs handelt es sich um 17 Ziele für 2030, die einen globalen, nachhaltigen Übergang erreichen sollen. Sie wurden vom „Global Compact“ der Vereinten Nationen (einem unverbindlichen UN-Pakt, der Organisationen dazu ermutigt, nachhaltige und sozial verantwortliche Richtlinien zu übernehmen) vorgeschlagen und 2015 verabschiedet. Unternehmen werden aufgefordert, die UN-SDGs zu identifizieren, auf die sie Einfluss haben, und an ihnen zu arbeiten.



[Zur UNRIC-Webseite](#)

### **GUT zu wissen!**

#### **Global Reporting Initiative (GRI)**

Die Global Reporting Initiative (GRI)-Standards repräsentieren die globale beste Praxis für die öffentliche Berichterstattung zu verschiedenen ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen. Eine auf den Standards basierende Nachhaltigkeitsberichterstattung informiert über die positiven oder negativen Beiträge einer Organisation zu einer nachhaltigen Entwicklung.



[Zur GRI-Webseite](#)