

bonjour goedendag

AIRFRANCE 

 KLM 

das expedient:innenmagazin

ausgabe sommer 2024

Warum eigentlich Nachhaltigkeit?

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

Vorteilsnavigator

Für welche Kund:innenprofile sich
Flying Blue besonders lohnt

Happy Birthday „Papierflieger“

„bonjour goedendag“ wird 25 Jahre alt

 DELTA 

virginatlantic  

 中國東方航空
CHINA EASTERN 

 GOL

 transavia

Streckennetz-Ticker

+++ Air France (AF): Bari (BRI) - Paris-CDG 31MRZ24-26OKT24 3 x wö. mit E90; Denver (DEN) - Paris-CDG 31MRZ24-25OKT24 3 x wö. mit 359; Palma de Mallorca (PMI) - Paris-CDG 31MRZ24-25OKT24 2 x wö. mit E90; Tanger (TNG) - Paris-CDG 31MRZ24-23OKT24 3 x wö. mit 319/320; Verona (VRN) - Paris-CDG 02APR24-26OKT24 24 x wö. mit E90; Heraklion (HER) - Paris-CDG 06APR24-26OKT24 sa. mit 320; Malta (MLA) - Paris-CDG 06APR24-26OKT24 sa. mit 321; Tromsø (TOS) - Paris-CDG 1 - 2 x wö. mit 319; Ibiza (IBZ) - Paris-CDG 13APR24-26OKT24 sa. mit E90; Dubrovnik (DBV) - Paris-CDG 27APR24-26OKT24 sa. mit 318; Palermo (PMO) - Paris-CDG 27APR24-26OKT24 sa. mit E90; Split (SPU) - Paris-CDG 28APR24-29SEP24 so. mit 318; Minneapolis/St. Paul (MSP) - Paris-CDG 26MAI24-29SEP24 tgl. mit 359; San Diego (SAN) - Paris-CDG 02JUN24-06JUN24 2 x wö. mit 359; Québec-City - Paris-CDG 14JUN24-23OKT24 3 x wö. mit 77W; Harstad/Narvik (EVE) - Paris-CDG 15JUN24-31AUG24 sa. mit 319; Kalamata (KLX) - Paris-CDG 06JUL24-31AUG24 sa. mit 319; Mykonos (JMK) - Paris-CDG 06JUL24-31AUG24 sa. mit 319; Tirana (TIA) - Paris-CDG 06JUL24-31AUG24 3 x wö. mit 320; Olbia (OLB) - Paris-CDG 07JUL24-01SEP24 2 x wö. mit E90 +++

+++ KLM Royal Dutch Airlines (KL): Salt Lake City (SLC) - Amsterdam (AMS) 31MRZ24-25OKT24 3 x wö. mit 772 +++

+++ Delta Air Lines (DL): Stuttgart (STR) - Atlanta (ATL) 01APR24-26OKT24 4 x wö. mit 76W; München (MUC) - Detroit (DTW) 10APR24-25OKT24 4 x wö. mit 76W; München (MUC) - New York-JFK 11APR24-26OKT24 3 x wö. mit 76W; Berlin (BER) - New York-JFK 10MAI24-26OKT24 tgl. mit 76W +++

+++ Transavia (TO): Berlin (BER) - Paris (ORY) bis zu 14 x wö. mit 73H; Berlin (BER) - Nantes (NTE) 19APR24-24OKT24 2 x wö. mit 73H +++

Streckennetz-News zum Sommerflugplan 2024 finden Sie regelmäßig aktualisiert auf [Air France KLM Business Solutions](http://www.afkl-docs.info) in der Rubrik „Neuigkeiten“ und auf www.afkl-docs.info, der Downloadseite für Reiseprofis, in der Rubrik „Streckennetz“.

Hinweis in eigener Sache ...

Möchten Sie „bonjour goedendag“ als Printerzeugnis abonnieren? In jedes stationäre IATA-Reisebüro verschicken wir bis auf Widerruf ein Exemplar unseres Expi-Magazins per Post.

Sie haben darüber hinaus die Möglichkeit, sich Ihr persönliches Exemplar auf www.afkl-expedienten.info ins Büro oder Home-Office zu bestellen. Übrigens haben wir der per Post verschickten Ausgabe erstmals keinen Beileger hinzugefügt und auf das Sichtfenster im Umschlag verzichtet. Sofern Sie den Umschlag in der Papiertonne entsorgen, wird er komplett dem Recyclingprozess zugeführt. Das Papier für die Produktion dieser Ausgabe besteht komplett aus Recyclingpapier. Es spart im Vergleich zu Frischfaserpapier durchschnittlich 78 Prozent Wasser, 68 Prozent Energie und 15 Prozent CO₂-Emissionen ein.

Die nächste Ausgabe Winter 2024/2025 wird im Oktober 2024 ausgeliefert.



Printversion von „bonjour goedendag“
abonnieren



In dieser Ausgabe

titel

- 4 **Warum eigentlich Nachhaltigkeit?**
Ziele, Strategien und Maßnahmen der Air France-KLM-Gruppe
- 22 **Vorteilsnavigator**
Für welche Kund:innenprofile sich Flying Blue besonders lohnt
- 30 **Happy Birthday „Papierflieger“**
„bonjour goedendag“ wird 25 Jahre alt

unser streckennetz

- 2 **Streckennetz-Ticker**
- 20 **29 Ziele in den USA und Kanada**
Im Sommerflugplan 2024 bauen Air France, KLM und Delta Air Lines ihr Streckennetz weiter aus
- 24 **Intermodalität mit Air France innerhalb Frankreichs**
Acht zusätzliche „Train + Air“-Dienste
- 28 **Sonne nonstop**
Air France bietet im Sommer Flüge nach Nordnorwegen an

blick hinter die kulissen

- 35 **75 Jahre in Stuttgart**
KLM steuert seit einem dreiviertel Jahrhundert die Landeshauptstadt von Baden-Württemberg an
- 38 **Ici Berlin**
Die Air France-Feierlichkeiten zum 90. Geburtstag in der deutschen Hauptstadt

nachhaltigkeit

- 26 **Mit KLM die Zukunft des Fliegens erleben**
Kick-off der Electric Flying Connection Tour
- 32 **„Wir wollen Reisen einen Sinn geben“**
Interview mit socialbnb-Mitgründer Alexander Haufschild

produkt-update

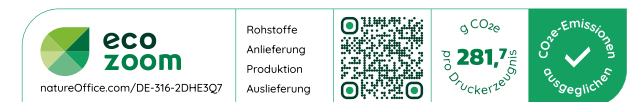
- 18 **Noch mehr Premium Comfort-Strecken verfügbar**
Die neue KLM-Reiseklasse wird im Sommerflugplan auf weiteren Flugzeugtypen eingeführt

wir im web

- 36 **Docs & Download - Updates**
Die Neuerscheinungen auf unserer Downloadseite afkl-docs.info
- 40 **Surfin' AFKL**
Wo wir außerdem für Sie im Netz aktiv sind
- 41 **„Eine bunte Welttournee in Buchform“**
Interview mit Adrian Klie und Christoph Streicher, den Machern des vielfach ausgezeichneten Reisepodcasts „Welttournee“ über ihr zweites Buch „Auf Welttournee“

gewinnspiel

- 44 **Ihre Meinung und Ihre Kreativität sind gefragt!**
Bücher, Sachpreise und Reise mit Air France, KLM und socialbnb nach Kolumbien zu gewinnen



IMPRESSUM

Herausgeber: Air France-KLM, Direktion für Deutschland, De-Saint-Exupéry Straße 10, 60549 Frankfurt
Redaktion: Carl Schelleman, Armelle de Cordoue, Christoph Kessel, Mitarbeit an dieser Ausgabe: Susanne Freitag, f2kreation, Eltville; Alle Informationen sind nach bestem Wissen recherchiert, jedoch ohne Gewähr.
Stand: 25. März 2024 | **Erscheinungsweise:** 2-mal jährlich
Design & Realisation: Mainzer Ring - Die Marketing Zentrale, MZ Ring GmbH & Co. KG, www.mzring.de
Bildmaterial: Air France, Flughafen Stuttgart, Galleries Lafayette, KLM, Marvin Ruppert, socialbnb, Welttournee, privat
Ihr Kontakt zu uns: mail.bonjourgoedendag@airfrance.fr

BUSINESS SOLUTIONS TIPPS!



Tipps und Infos zu unseren Beiträgen finden Sie auf Air France KLM Business Solutions und auf unserer Download-Seite für Reiseprofis. Klicken Sie auf www.afkl.biz bzw. www.afkl-docs.info, und folgen Sie dem Navigationsweg am unteren Seitenrand.



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 Nichtregierungsorganisationen (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 Rohstoffbeschaffung 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.

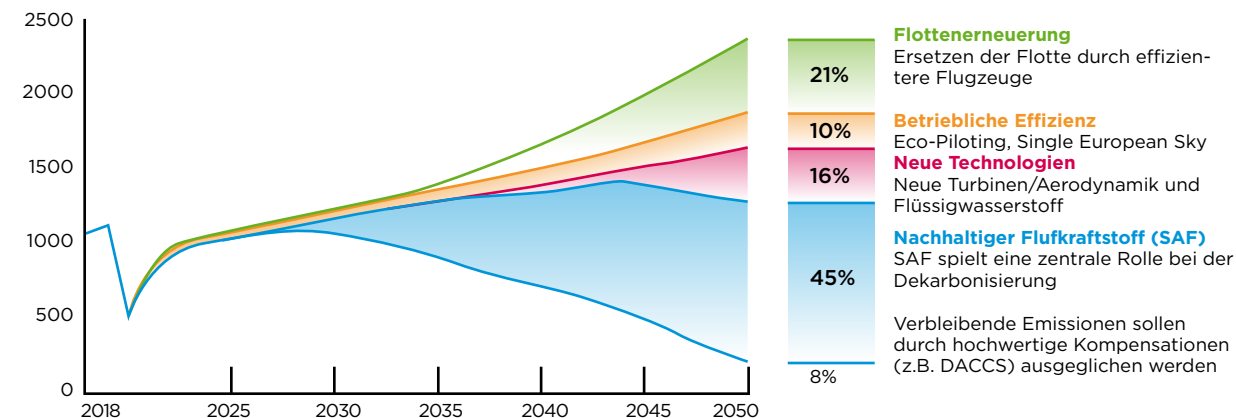
Die übergeordneten Ziele im Bereich Umwelt sind der Einsatz für einen Netto-Null-CO₂-Fußabdruck, die Nutzung nachhaltiger Innovationen in der Luftfahrt und „Zero Waste“ an Bord. Im Bereich Gesellschaft möchte die Gruppe sozioökonomische Entwicklungen, die Durchführung von Diversitäts- und Inklusionsprogrammen, das Handeln zur Reduzierung der Lärmbelastigung, den Einsatz für Geschäftsethik und den Aufbau von Kundenvertrauen 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.

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 CO₂-Emissionen in der Luftfahrt auf Netto-Null gesenkt werden können. Ohne konkrete Maßnahmen würde sich der CO₂-Ausstoß bis 2050 verdoppeln. Rund 8 Prozent CO₂ 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 CO₂ aus der Atmosphäre und die sichere Lagerung im Boden kompensiert werden.



Zielpfad für CO₂-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)**, also nachhaltiger Flugkraftstoff, 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 CO₂ 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.

i GUT zu wissen!

„Clean Skies for Tomorrow“-Initiative

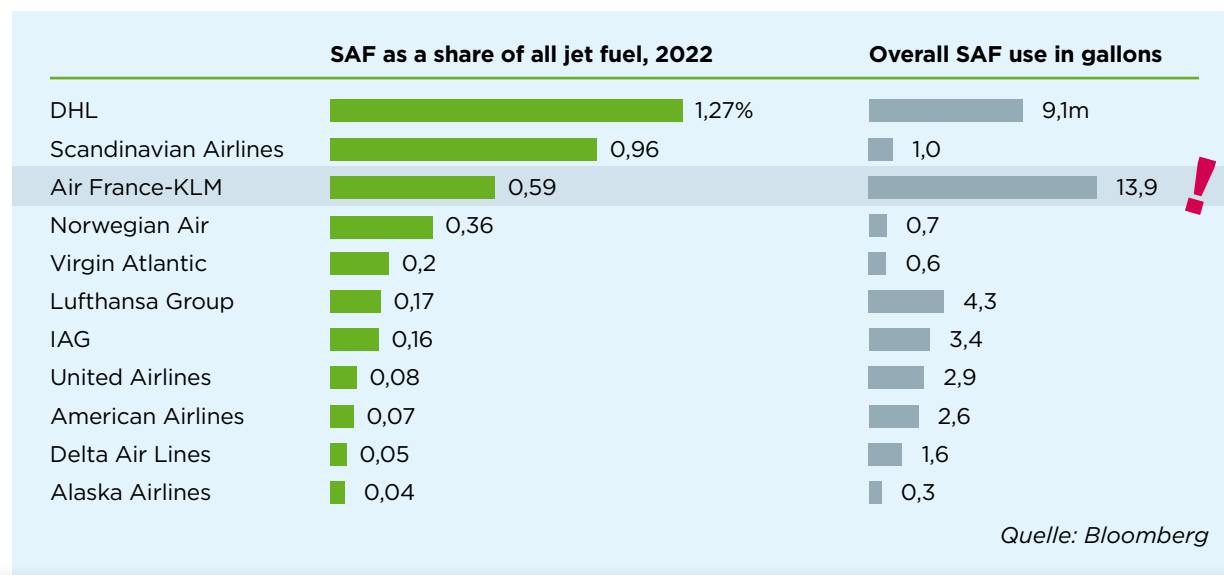
Am 22. September 2021 haben 60 Unternehmen der Clean Skies for Tomorrow Coalition des Weltwirtschaftsforums, deren Ziel es ist, den Einsatz nachhaltiger Flugkraftstoffe (SAF) zu beschleunigen, einen Meilenstein auf dem Weg zu Netto-Null-Emissionen bis 2050 erreicht, indem sie zusammenarbeiten, um den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



[Zur Webseite des Weltwirtschaftsforums](#)

Gemäß einer Bloomberg-Recherche war die Air France-KLM-Gruppe 2022 mit 13,9 Millionen Gallonen (51 776 Tonnen) der größte SAF-Nutzer in der Luftfahrt weltweit. Damit erreichte die Gruppe einen SAF-Anteil von 0,59 Prozent. Im Vergleich liegt die Air France-KLM-Gruppe damit auf Platz 3 aller Airlines weltweit. Im Jahr 2023

haben die Fluggesellschaften der Air France-KLM-Gruppe rund 21,5 Millionen Gallonen (80 000 Tonnen) SAF eingesetzt - fast doppelt so viel 2022. Damit ist die Gruppe das zweite Jahr in Folge der weltweit größte SAF-Nutzer, basierend auf IATA-Daten, die zum 13. Dezember 2023 verfügbar waren.



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 CO₂-Emissionen um mehr als 75 Prozent
- eine minimale Auswirkung auf die biologische Vielfalt
- keine Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion oder zum Zugang zu Nahrungsmitelressourcen
- keine Verwendung von Palmöl, das ein wichtiger Faktor bei der Abholzung von Wäldern ist
- eine positive Auswirkung auf die lokale Entwicklung

i 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](#)

Standardmäßige Betankung von SAF auf allen Flügen ab Amsterdam und Paris

Leider ist der Preis von 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. Im Januar 2022

hat die Air France-KLM-Gruppe damit begonnen, bis zu 1 Prozent SAF für ihre Flüge ab Frankreich (in Übereinstimmung mit der französischen Gesetzgebung) und 1 Prozent SAF für Flüge ab den Niederlanden einzubeziehen. Der SAF-Beitrag ist automatisch und völlig transparent in allen Ticketpreisen enthalten. Er richtet sich nach Reiseklasse und Entfernung - jeweils ab Amsterdam bzw. Paris.

	Kurz- und Mittel-strecke	Langstrecke 1	Langstrecke 2	Langstrecke 3
La Première (First)		24 €	36 €	48 €
Business	3 €	12 €	18 €	24 €
Premium Economy		6 €	9 €	12 €
Economy	2 €	4 €	6 €	8 €

Die 21 Euro aus dem Beispiel unten sind automatisch und transparent als YR-F-Zuschlag im Ticket aufgelistet. Weitere Details hierzu finden Sie auf [Air France](#)

[KLM Business Solutions](#) in der Rubrik „Hilfsmittel“ im Kapitel „Zuschläge und Gebühren“ auf der Seite „YR/YQ-Zuschlag“.

Beispiel für einen Air France-Flug in Business

Standardmäßige Betankung von SAF auf allen Flügen ab Amsterdam und Paris



Ergibt insgesamt einen automatisch im Ticketpreis inkludierten Beitrag für nachhaltigen Kraftstoff von **18 € + 3 € = 21 €**



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 ...

... 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 „bonjour goedendag“ 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?

... und wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere gesamte Flotte auf Elektromobilität umzustellen. Bereits im Jahr 2019 haben wir uns intensiv mit dem Thema „Senkung des CO₂-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 gemeinsamen Kund:innen zufrieden, wenn hier rasch entschieden wird. Somit sorgt nachhaltiges Agieren tatsächlich für eine Win-Win-Situation.

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 regelmäßig auf Air France KLM Business Solutions 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 CO₂ 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 CO₂-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 CO₂-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 Piloten 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 CO₂-Emissionen. Seit 2012 konnten so dank der operativen Maßnahmen der Fluggesellschaften der Gruppe insgesamt 270 000 Tonnen CO₂ vermieden werden.



SBTi bestätigt die Air France-KLM CO₂-Reduktionsziele bis 2030, um Erwärmung deutlich unter 2°C zu begrenzen

Die SBTi ist für die äußerst wichtige Aufgabe verantwortlich, die CO₂-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.

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

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 Büroaktivitäten wie beispielsweise diesem Magazin.



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](#)



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 Integration

Air France-KLM ist der festen Überzeugung, dass eine wirksame Politik der **Vielfalt und Integration** 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 Unterzeichner 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:

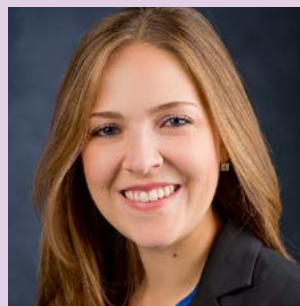
- Gesundheit und Sicherheit von Personen
- Chancengleichheit
- Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben
- Datenschutzverfahren zum Schutz der persönlichen Daten von Kund:innen und Mitarbeitenden

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 Expis und Firmenkund:innen zuständig. Welche Schritte hast du unternommen, um unsere Veranstaltungen nachhaltiger zu organisieren?

Wir haben bereits Anfang 2019 damit begonnen, Stell-

wände, 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 Sachpreise im Rahmen der Gewinnspiele auf Air France KLM Business Solutions verlost werden.

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 CO₂-neutral abgefertigt. Wie kam es dazu?

Im Februar 2021, kurz nach der Inbetriebnahme des BER, startete unser Hand-

lingspartner 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 CO₂-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 CO₂-neutral.

Du hast dir selbst schon einige CO₂-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 CO₂ 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 halb-niederländisches Unternehmen entsprechen wir so auch dem Klischee unseres Nachbarlands, zumal wir ja KLM-Radklingeln als Giveaways auf Lager haben ...

... die es in dieser Ausgabe passenderweise auch als Sachpreis im Rahmen der Umfrage zu gewinnen gibt. 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 diesmal auch das eine oder andere Reisebüro dabei.



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 CO₂-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.

i 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](#)

i 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](#)





Noch mehr Premium Comfort-Strecken verfügbar

Die neue KLM-Reiseklasse wird im Sommerflugplan auf weiteren Flugzeugtypen eingeführt

i GUT zu wissen!

Im Zuge der Modernisierung der Boeing 777-Kabine werden auch Suiten in der KLM World Business Class eingeführt. Eine Schiebetür sorgt für größtmögliche Privatsphäre. Dank der 1-2-1 Konfiguration besteht direkter Zugang zum Gang von jedem Sitzplatz aus, und das fast zwei Meter lange Bett bietet beste Erholung an Bord.

Eingeführt wurde die Premium Comfort Mitte 2022 auf den Boeing 787-10 (781 im GDS) von KLM. Mittlerweile ist die Premium Economy von KLM auch auf den Boeing 787-9 (789) komplett eingebaut. Voraussichtlich im Mai wird sie auf der kompletten Boeing 777-300ER-Flotte (77W) verfügbar sein. Im Laufe des Jahres werden weitere Strecken hinzukommen, wenn auch die Boeing 777-200ER-Flotte (772) von KLM bis voraussichtlich Oktober umgerüstet ist.

Die KLM Premium Comfort Class ist in den Buchungsklassen W, S und A buchbar – genauso wie die Premium Economy von Air France. Es stehen Light-, Standard- und Flex-Tarife mit und ohne Freigepäck zur Auswahl. Unabhängig vom gewählten Tarif können unsere gemeinsamen Kund:innen

zwei Handgepäckstücke und ein Accessoire mit einem Gesamtgewicht von 12 Kilogramm mit an Bord nehmen. Das Erlebnis der Premium Comfort Class beginnt bereits am Flughafen mit dem SkyPriority-Service, mit dem unsere gemeinsamen Kund:innen Priorität beim Check-in, bei der Sicherheits- und Passkontrolle, beim Boarding und bei der Gepäckaushandlung haben. In einer kleinen Kabine mit 21 bis 28 Sitzplätzen bietet die Premium Comfort Class breitere und bequemere Sitze als die Economy Class, mit einem Abstand von 97 Zentimetern, mehr als 17 Zentimetern zusätzlicher Beinfreiheit und einem Neigungswinkel der Rückenlehne von 128 Grad. Flying Blue-Mitglieder erhalten im Vergleich zur Economy Class die doppelte Anzahl an XP gutgeschrieben – davon können Premium-Economy-Reisende bei vergleichbaren Programmen nur träumen.

Das neue „Klassenbuch“ ist da!

Auf afkldocs.info, der Downloadseite für Reiseprofis, steht die neue Ausgabe des „Klassenbuchs“ zur Verfügung. Dort finden Sie alle Details zu den Reiseklassen von Air France, KLM, Delta Air Lines und Virgin Atlantic – natürlich auch zur KLM Premium Comfort.

[Zum Klassenbuch](#)



Reiseklassen-Übersicht

Auf afkldocs.info finden Sie in der Rubrik „Flyer & Broschüren“ die komplette Übersicht über die Premium Economy von Air France, KLM und Delta sowie die Übersichten über die besonderen Zonen in der Economy Class bei KLM und Delta Air Lines und über die Business Class von Air France, KLM und Delta.

[Zur Übersicht](#)



Streckennetz-Karten

Auf afkldocs.info finden Sie in der Rubrik Streckennetz eine Übersicht über alle Langstrecken-Ziele von Air France, KLM und ihren Partnern mit Kurzinfo zum Zielgebiet und Frequenzen hinterlegt. Auch das eingesetzte Fluggerät ist in diesen Flyern einzusehen. Damit besteht die Möglichkeit zu prüfen, ob die Premium Comfort Class auf der gewünschten KLM-Langstrecke bereits verfügbar ist.

[Zu den Karten](#)



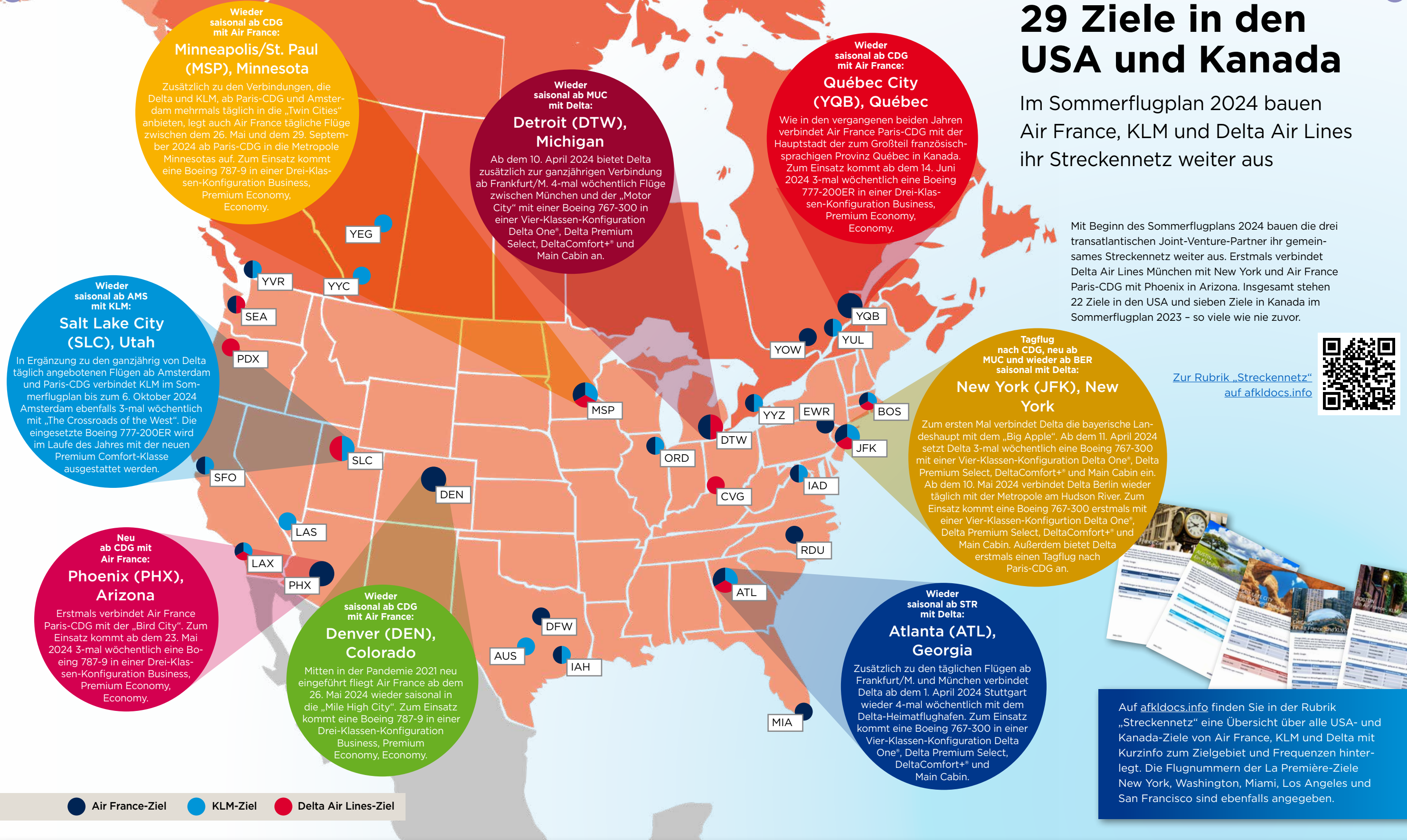
29 Ziele in den USA und Kanada

Im Sommerflugplan 2024 bauen Air France, KLM und Delta Air Lines ihr Streckennetz weiter aus

Mit Beginn des Sommerflugplans 2024 bauen die drei transatlantischen Joint-Venture-Partner ihr gemeinsames Streckennetz weiter aus. Erstmals verbindet Delta Air Lines München mit New York und Air France Paris-CDG mit Phoenix in Arizona. Insgesamt stehen 22 Ziele in den USA und sieben Ziele in Kanada im Sommerflugplan 2023 – so viele wie nie zuvor.



[Zur Rubrik „Streckennetz“ auf afkldocs.info](https://www.afkldocs.info)



Auf [afkldocs.info](https://www.afkldocs.info) finden Sie in der Rubrik „Streckennetz“ eine Übersicht über alle USA- und Kanada-Ziele von Air France, KLM und Delta mit Kurzinfo zum Zielgebiet und Frequenzen hinterlegt. Die Flugnummern der La Première-Ziele New York, Washington, Miami, Los Angeles und San Francisco sind ebenfalls angegeben.



Vorteilsnavigator

Für welche Kund:innenprofile sich Flying Blue besonders lohnt

Selbstverständlich richtet sich Flying Blue, das Treueprogramm von Air France und KLM, an alle Reisenden in Deutschland, die das eine oder andere Mal im Jahr mit dem Flugzeug international unterwegs sind. Für einige Passagiere lohnt sich das Programm jedoch besonders – entweder weil es auf die Bedürfnisse der Reisenden Rabatte gewährt, ihnen einen vergleichsweise schnellen Status-Aufstieg bietet oder ihre Treue besonders belohnt. Doch sehen Sie selbst – vielleicht betreuen Sie ja Kund:innen, die einem der folgenden Profile entsprechen:



Flying Blue für

- Fb Einsteiger:innen, die mit Gepäck reisen:**
Direkt nach der Anmeldung zu Flying Blue erhalten Mitglieder im Basislevel Explorer zehn Prozent Rabatt auf das erste kostenpflichtige Gepäckstück.
- Fb Einsteiger:innen, für die Sie einen Langstreckenflug in der Business Class buchen:**
Nach einem Hin- und Rückflug ab Deutschland an die US-Westküste in Business Class erreichen neue Mitglieder direkt den Silver-Status, der bereits eine prioritäre Behandlung auf der nächsten Reise bietet.
- Fb Reisende in der Premium Economy auf der Langstrecke:**
Für Reisen in der Premium Economy erhalten Mitglieder 100 Prozent mehr statusbestimmende XP im Vergleich zur Reise in der Economy Class. Bei vergleichbaren Programmen liegt der Wert bei 33 Prozent.

Fb Reisende auf Ultra-Langstrecken:
Flying Blue hat Langstreckenverbindungen in drei Kategorien unterteilt, so dass bei Ultra-Langstreckenflügen bis zu 50 Prozent mehr XP gewährt werden als bei den kürzesten Langstreckenflügen. So lassen sich XP in allen vier Reiseklassen von der Economy bis zur First Class insbesondere auf Strecken nach Südamerika und Asien besonders schnell sammeln. Bei vergleichbaren Programmen fehlt diese Differenzierung bei Langstrecken.

Fb Reisen in First Class auf Langstrecken:
Flying Blue wendet die Strategie, je höher die Reiseklasse, desto mehr XP in allen vier Reiseklassen an. Dadurch erhalten Reisende in First Class 67 Prozent mehr XP als Reisende in Business Class. Bei vergleichbaren Programmen fehlt diese Differenzierung zwischen Business und First Class.



Fb Allianzweites Reisen:
Die statusrelevanten XP lassen sich bei Flying Blue auf Flügen aller 19 SkyTeam-Mitglieder sammeln, nicht nur innerhalb der Air France-KLM-Gruppe. Bei vergleichbaren Programmen ist dies nur innerhalb der eigenen Airline-Gruppe, aber nicht innerhalb der zugehörigen Allianz möglich.

Fb Sehr viel Fliegende:
Ist ein Status innerhalb eines Jahres erreicht, können überschüssige XP auf das Folgejahr übertragen werden. So lässt sich der Status im Folgejahr leichter halten oder der nächsthöhere Status schneller erreichen. Diese Großzügigkeit gewähren vergleichbare Programme nicht.

Fb Über Jahre regelmäßig Fliegende:
Wer zehn Jahre lang am Stück den Flying Blue Platinum-Status hält, wird automatisch „Platinum for Life“-Mitglied. Davon profitieren beispielsweise Geschäftsreisende, die nach dem Ausscheiden aus dem Unternehmen nicht mehr regelmäßig fliegen, aber dennoch weiterhin höchste Priorität genießen möchten.



Fb werdende Eltern:
Wer während der Elternzeit wenig oder gar nicht fliegt, hat bei Flying Blue die Möglichkeit, die Mitgliedschaft auszusetzen. Damit ist gewährleistet, dass es zu keinem Statusverlust während der Babypause kommt.



Fb Die jüngsten Mitglieder:
Bei unter 18-Jährigen verfallen die Flying Blue-Meilen nicht. Kinder erhalten zudem einen Rabatt von 25 Prozent auf Prämientickets.

Fb Reisende, die Gutes tun möchten:
Flying Blue-Mitglieder können ihre Meilen spenden und erhalten dafür XP gutgeschrieben.



DIE VON AIR FRANCE AUSGEWÄHLTEN BAHNHÖFE
via Paris-Charles de Gaulle und via Paris-Orly

- Paris-Charles de Gaulle und -Orly
- Paris-Charles de Gaulle
- Paris-Orly

Intermodalität mit Air France innerhalb Frankreichs

Acht zusätzliche „Train + Air“-Dienste



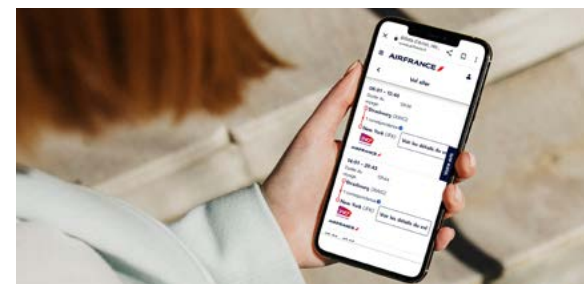
Air France und die französische Bahn SNCF ermöglichen es unseren gemeinsamen Kund:innen in Deutschland, bei ihren Frankreichreisen Zug und Flug in einer einzigen Buchung zu kombinieren. Dieser „Train + Air“-Service, der bisher auf 33 Strecken von/nach Paris-Charles de Gaulle und Paris-Orly (über den TGV-Bahnhof Massy) angeboten wurde, wuchs im Winter um acht weitere Strecken von/nach Aix-en-Provence, Arras, Laval und Lille-Flandres.

Mit der Erweiterung des Streckennetzes erhöht sich die Zahl der von Air France im Rahmen des „Train + Air“-Service angebotenen Strecken auf 41, die von 22 Bahnhöfen aus bedient werden.

Dank „Train + Air“ erhalten unsere gemeinsamen Kund:innen eine einzige Reservierung für ihre ge-

samte Reise sowie eine kostenlose Sitzplatzgarantie für den nächsten verfügbaren Flug oder TGV IN-OUI-Zug, falls ihr Flug oder Zug Verspätung hat. Die Reise ist nun vollständig digitalisiert: Die Kund:innen können vor dem Abflug online auf airfrance.com ab 30 Stunden vor Reiseantritt für ihre gesamte Reise einchecken, einschließlich der Zugfahrt. Air France-Passagiere in der La Première- oder Business-Kabine reisen auch in den Zügen der SNCF in der ersten Klasse.

Zusätzlich zu dem Streckennetz in Frankreich bieten Air France und KLM auf den Strecken ab Brüssel-Midi (nach Paris-Charles de Gaulle und Amsterdam-Schiphol) und Antwerpen-Central (nur nach Amsterdam-Schiphol) eine kombinierte Zug- und Flugreise an.



In Paris-Charles de Gaulle befindet sich der TGV-Bahnhof Aéroport Charles de Gaulle im Terminal 2. In diesem Terminal werden auch alle Air France-Flüge abgefertigt. Das Gepäck können die Passagiere nach der Bahnfahrt im Abflugterminal an einem Check-in-Schalter ihres Fluges abgeben. Nach der Landung holen sie das Gepäck an der Gepäckausgabe ab und nehmen es mit in den Zug. Mitglieder des Vielfliegerprogramms Flying Blue können auch auf der Bahnfahrt Meilen sammeln.

Die kombinierte Reise „Train + Air“ ist buchbar ab allen internationalen Air France-Flughäfen, inklusive der acht Flughäfen in Deutschland, die von Air France angefliegen werden, und den 22 Bahnhöfen in Frankreich, wenn die Umsteigezeit weniger als 24 Stunden beträgt.





Mit KLM die Zukunft des Fliegens erleben



Kick-off der Electric Flying Connection Tour

Im vergangenen Spätsommer boten KLM Royal Dutch Airlines und der Fachverband Electric Flying Connection (EFC) 18 Gäst:innen eine einzigartige Gelegenheit, die Zukunft des Fliegens zu erleben. Sie erhielten eine Schnupperstunde im elektrischen Fliegen an Bord einer Pipistrel Velis Electro, die von Ausbildern der E-Flight Academy betreut wurde. An zwei Tagen wurden insgesamt 18 Trainingsflüge zwischen dem Flughafen Lelystad und dem Flughafen Amsterdam-Schiphol-Oost absolviert, bei denen die Gäst:innen einen Einblick in das gesamte System der Elektrofluglogistik und die damit verbundenen Herausforderungen erhielten.

Die Veranstaltung zielte darauf ab, allen relevanten Akteur:innen die Möglichkeit zu geben, das elektrische Fliegen zu erleben und zu erfahren, was diese Innovation für sie in der Praxis bedeuten könnte. Als Heimatbasis von KLM war Schiphol ein logischer Ausgangspunkt. Da die Reichweite des Pipistrel begrenzt ist, kamen nur vier Zielflughäfen in Frage. Die Wahl fiel auf den Flughafen Lelystad, weil er leicht erreichbar ist und über ausgezeichnete Aufladeeinrichtungen, erstklassige Start- und Landebahnen sowie ein voll funktionsfähiges Flugsicherungszentrum verfügt.

Einblicke in Logistik und Infrastruktur

KLM hat sich mit EFC und der E-Flight Academy zusammengetan, um Wissen über das elektrische Fliegen zu erlangen und herauszufinden, welche Auswirkungen diese Technologie auf ihre Logistik und den Infrastrukturbedarf haben wird, denn der elektrische Flug wird auch die Flugabfertigung



beeinflussen. KLM arbeitet mit dem Airport Amsterdam-Schiphol und der niederländischen Flugsicherung zusammen, um sicherzustellen, dass diese Art

des Fliegens nicht nur sicher ist, sondern auch mit der richtigen Energie versorgt wird. Um den Luftverkehr nachhaltiger zu gestalten, muss KLM neue Technologien und Innovationen in der Praxis testen. Was heute in kleinem Maßstab mit den aktuell zur Verfügung stehenden Ressourcen gemacht wird, kann sich in Zukunft als wichtiger Faktor für die Skalierbarkeit dieser Anwendungen erweisen.

Zero Emission Aviation: verschiedene Technologien gleichzeitig unterstützen

Das zweisitzige Pipistrel Velis Electro ist das erste und einzige zertifizierte Elektroflugzeug der Welt. Es hat eine Flugreichweite von 50 Minuten (plus zehn Minuten Reserve) und spielt somit keine Rolle im Streckennetz von KLM. KLM erforscht jedoch, wie der elektrische Flug in den zukünftigen Betrieb integriert werden kann. Verschiedene Marktexperten sagen voraus, dass es bis 2035 ein Elektroflugzeug geben könnte, das 50 bis 100 Passagiere befördern kann und eine Reichweite von 90 Minuten (d. h. 400 bis 750 Kilometern) hat. Die für solche Flüge erforderlichen Batterien sind schwer, daher ist es unrealistisch, größere Flugzeuge für längere Strecken, etwa zwischen Amsterdam und New York, zu entwickeln.

Mit Blick auf die Zukunft der emissionsfreien Flüge setzt KLM gleichzeitig auf verschiedene Technologien und Innovationen. Mit Branchenpartnern im In- und Ausland erforscht KLM Flüge mit Strom-, Wasserstoff- und Hybridantrieb und prüft, wie diese Entwicklungen beschleunigt werden können.

Die Klimastrategie von KLM

Die Verantwortung, die mit dem Betrieb einer Fluggesellschaft verbunden ist, ist immens. Um die Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern, muss sie sicherstellen, dass der Betrieb in Zukunft sauberer, leiser und treibstoffeffizienter wird. Der Weg zur emissionsfreien Luftfahrt ist ein wesentlicher Bestandteil der Klimastrategie von KLM. Es gibt noch viel zu tun, um den Erfolg der neuen Technologien zu gewährleisten, und jedes Teil des Puzzles muss an seinen Platz passen. Dazu gehören neue Flugzeuge, eine andere Infrastruktur, eine veränderte Nutzung des Luftraums, Anpassungen im

Flugbetrieb und – als Kernstück – die Verfügbarkeit von erneuerbarer Energie. Die intensive Zusammenarbeit zwischen den Akteur:innen der Wertschöpfungskette ist von entscheidender Bedeutung. Trotz vieler Hindernisse und Unwägbarkeiten setzt die



Air France-KLM-Gruppe alles daran, die CO₂-Emissionen mit den derzeit verfügbaren Maßnahmen zu reduzieren. Dazu gehören die Ausweitung der Produktion und die Verwendung von Sustainable Aviation Fuel (SAF) sowie die Senkung des Treibstoffverbrauchs durch die Erneuerung der Flotte und die Steigerung der betrieblichen Effizienz. Außerdem will die Gruppe die Integration der verschiedenen Verkehrsträger, wie z. B. Luft-Schiene, weiter verbessern.

i GUT zu wissen!

Die Electric Flying Connection

Die Electric Flying Connection (EFC) ist ein Fachverband für elektrisches Fliegen und hat bereits mehr als 50 Mitglieder, die ein breites Spektrum von Unternehmen in der Branche des elektrischen Fliegens repräsentieren, darunter Airlines (wie KLM), Hersteller:innen von Elektroflugzeugen und Flugzeugkomponenten, Flugakademien, Organisationen, die Ladeinfrastruktur entwickeln, Flughäfen und mehr. Das Hauptziel der EFC ist es, Verbindungen zwischen den richtigen, relevanten Akteur:innen innerhalb der Wertschöpfungskette zu schaffen, um die Nachhaltigkeit des Luftverkehrs voranzutreiben.



Sonne nonstop

Air France bietet im Sommer saisonale Flüge nach Nordnorwegen an

Für unsere gemeinsamen Kund:innen, die in diesem Sommer 24 Stunden lang Tageslicht wünschen, hat Air France das passende Angebot parat. Erstmals geht es zwischen dem 15. Juni und dem 31. August 2024 ab acht Flughäfen in Deutschland samstags via Paris-CDG nach Harstad/Narvik (EVE). Der Flughafen liegt in der Gemeinde Evenes, 35 Kilometer westlich von Narvik und 31 Kilometer südlich von

Harstad etwa 300 km nördlich des Polarkreises. Er gilt als das Tor zu den Lofoten-Inseln, die durch ihre dramatischen Felslandschaften, bunten Fischerdörfer und die fast unberührte Natur viele Reisende in ihren Bann ziehen. Die Mitternachtssonne scheint hier vom 25. Mai bis zum 18. Juli.

Noch weiter nördlich befindet sich Tromsø (TOS), das nördlichste Ziel im Air France-Flugplan. Während der beiden letzten Winterflugpläne wurde das „Paris des Nordens“ bereits von Mitte Dezember bis Mitte März ab Paris-CDG angefliegen. In diesem Sommerflugplan wird die Stadt nun ebenfalls bis zu zweimal pro Woche angefliegen. Die Mitternachtssonne kann in der Region Troms vom 18. Mai bis zum 25. Juli erlebt werden.

Air France und KLM fliegen im Sommerflugplan 2024 insgesamt acht Ziele in Norwegen an. Innernorwegisch werden Kooperationsflüge mit Widerøe (WF) angeboten, unter anderem nach Bodø (BOO), einer der Kulturhauptstädte Europas 2024.

i GUT zu wissen!

Mitternachtssonne

Laut visitnorway.de handelt es sich um ein Naturphänomen, das im Sommer oberhalb des nördlichen Polarkreises auftritt, sprich in ganz Nordnorwegen. Die Erde dreht sich in einer geneigten Achse zur Sonne. Hierdurch ist der Nordpol im Sommer der Sonne zugewandt, weshalb die Sonne über dem Polarkreis mehrere Wochen lang nicht untergeht.



Auf afkldocs.info finden Sie in der Rubrik „Streckennetz“ eine Übersicht über alle Skandinavien-Ziele von Air France und KLM mit Kurzinfo zum Zielgebiet und Frequenzen hinterlegt.



Zur Rubrik „Streckennetz“ auf afkldocs.info



bonjour goedendag

Happy Birthday „Papierflieger“

„bonjour goedendag“ wird 25 Jahre alt



Im Frühjahr 1999 erscheint die erste von bisher 57 Ausgaben unter dem Namen „bonjour“ – der Newsletter von Air France-Deutschland.

Im Frühjahr 1999 verschickte Air France erstmals einen „Newsletter“ an Reisebüro-Mitarbeitende per Post. Im Grußwort der Erstausgabe von „bonjour“ erklärt der damalige Deutschland-Direktor Christopher Korenke das Ziel des neuen Druck-erzeugnisses: „Er („bonjour“) soll nicht nur Ihren sicherlich großen Papierstapel

auf dem Schreibtisch weiter vergrößern, sondern Ihnen ein praktischer Wegweiser über Air France Deutschland sein. Sie finden in ihm Informationen über unsere Produkte, unsere Strecken, unsere Tarife sowie weitere Neuigkeiten, die Ihre tägliche Arbeit erleichtern.“

An diesem Ziel hat sich bis heute nichts geändert. Das Problem mit dem Papierstapel hatten wir zwischenzeitlich mit Hilfe der legendären Ordner gelöst, in denen Sie die Ausgaben ablegen konnten. Mittlerweile gibt es bei vielen von uns das papierlose Büro und unser Magazin steht auf afkl-expedienten.info zum Herunterladen zur Verfügung.

Natürlich hat sich unsere Printausgabe im Laufe der Jahre stark verändert: Im Format kamen vom

riesigen DIN A3 bis zum Quadrat fast alle Varianten zur Verwendung. Nur in der Seitenzahl ist ganz eindeutig ein Trend zu verzeichnen: Seitdem aus „bonjour“ 2008 „bonjour goedendag“ wurde und Air France gemeinsam mit KLM die Druckerpresse anwirft, reden wir nicht mehr von einem Newsletter sondern von einem Magazin mit mittlerweile bis zu 44 Seiten, das halbjährlich auf Recyclingpapier gedruckt erscheint.

Auch vom Inhalt her hat sich einiges getan. Wir kommunizieren nicht mehr in D-Mark, sondern in Euro, und so mancher Artikel klingt inzwischen, als stamme er tatsächlich aus einer anderen Zeit: „Bestellen Sie sich den neuen **Air France-Sommerflugplan**“ (z.B. Ausgabe 1/1999) oder „Air France bietet ab sofort ein **Reisedokument der Zukunft** an – das **elektronische Ticket**“ (Ausgabe 2/2001).

Erinnern Sie sich noch an „**L'Espace 180**“ oder „**L'Espace 127**“ (Ausgabe 3/1999)? Die Zahlen der heutigen „La Première“ und „Business“ von Air France standen damals für die Verstellbarkeit der Rückenlehne. Von „**Flat-Beds**“ oder „**Suiten**“ in der Business Class (und in der First Class) sprach damals allerdings noch niemand in der Branche. Und über Delta Air Lines haben wir vor 25 Jahren auch noch nicht berichtet.

Das Thema **Nachhaltigkeit** schaffte es bei uns bereits 2011 auf den Titel. Die Pandemie hat unsere Branche ziemlich durcheinandergewirbelt. Unser Magazin war allerdings immun gegen Streichungen,

denn wir möchten Sie auch weiterhin bestens über unsere Produkte informieren. Gerade das Thema Nachhaltigkeit lässt sich nicht in einem Newsletter-Beitrag kurz abhandeln, wenn man es ernst meint.

Der Abschied der **Concorde** (Ausgabe 3/2003) wurde mit einem Poster des Flugzeuges, von dem nur 16 Stück weltweit (5 davon an Air France) ausgeliefert wurden, gewürdigt. **AirFrance.biz**, unsere erste Extranet-Seite (Ausgabe 2/2005) schaffte es seinerzeit noch gar nicht auf die Titelseite, da damals die neuen Uniformen, von **Christian Lacroix** entworfen, doch so viel schicker waren. Im WM-Jahr 2006 kürten wir uns sicherlich nicht zu Unrecht zum Weltmeister im Streckennetz (Ausgabe 2/2006). Dies war auf jeden Fall der Startschuss, Ihnen detailliert unser engmaschiges Netzwerk vorzustellen, was u.a. auch darin mündete, dass Sie bei uns 2011 Weltkarten bestellen konnten.

Überhaupt Geschenke! Angefangen vom **Concorde-Poster** 2003 über die Gewinnspiele in den bisherigen 79 Ausgaben bis zu den beliebten Geschenkaktionen wie z.B. aktuell zum 90-jährigen Jubiläum von Air France wollten wir Ihnen auch von Anfang an etwas zurückgeben. Denn wie bemerkte Christopher Korenke weiter „Jährlich fliegen Millionen deutsche Passagiere mit uns. An diesem Erfolg haben Sie einen sehr großen Anteil.“ Auch das hat sich bis heute nicht geändert, und dafür bedanken wir uns genauso wie für Ihre Kritiken und Ihr Lob, das uns seit nunmehr einem **Vierteljahrhundert** erreicht.



Sonderausgabe zur Gründung von SkyTeam im Jahr 2000



Das Zusammengehen von Air France und KLM in 2004



2006 – vielleicht das schönste Cover? Die französischen Übersee-Départements wie z.B. Französisch-Guayana.



„bonjour goedendag“ erscheint erstmals in 2008 – im Quadrat.



„bonjour goedendag“ gewinnt 2011 an Format – auf das bis heute verwendete.



Auch in der Pandemie begleitete „bonjour goedendag“ seine Lesenden, hier die Winterausgabe 2020/2021 im neuen Design.



Auch im letzten Jahr erhielt „bonjour goedendag“ nochmal einen neuen Anstrich.



„Wir wollen Reisen einen Sinn geben“

Interview mit socialbnb-Mitgründer Alexander Haufschild



Hallo Alex, wie fing das mit dem Reisen bei dir privat eigentlich an?

Meine erste größere Reise ging mit meinen Großeltern nach Island und später nach Kanada, weil mein Opa dort Familie hatte. Da habe ich zum ersten Mal

gemerkt, wie spannend und verschieden die Erde ist und was für ein unverbrauchter Schatz darin liegt, andere Winkel der Welt kennenzulernen.

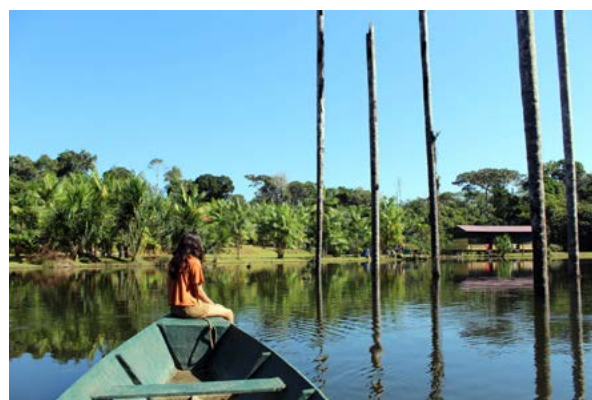
Wie kamt ihr schließlich auf die Idee, socialbnb zu gründen und euer Berufsleben diesem Projekt zu widmen?

Wir hatten nicht geplant, beruflich im Tourismus zu arbeiten oder zu gründen. Wir haben beide einen unterschiedlichen Hintergrund. Ich habe Geografie und Medienwissenschaft studiert. Nils, mein Mitgründer, kommt aus dem betriebswirtschaftlichen Bereich. Als Erwachsene sind wir beide aber privat gerne gereist und fanden es immer schon spannend, mit den Leuten vor Ort in Kontakt zu kommen und das Gastland kennenzulernen. Uns ist mit der Zeit immer mehr aufgefallen, dass viele Einheimische aus der Tourismusindustrie ausgeschlossen werden, weil eben viele Unterkünfte in internationaler Hand sind. Oft können die Einheimischen nicht mitbestimmen, was mit den Einnahmen aus dem Tourismus passiert. Die Idee mit socialbnb ist uns während des Studiums gekommen, als wir in Kambodscha unterwegs waren und mit einem Tuktuk-Fahrer in sein Dorf vor die Tore der Hauptstadt gefahren sind. Das Dorf liegt abseits der Touristenpfade, und so kommt von dem Geld, das der Tourismus generiert, dort nichts an. Aufgrund von Perspektivlosigkeit ziehen

viele Menschen weg in die Hauptstadt. Seng Chanty, der Tuktuk-Fahrer, wollte eine Schule bauen, um kostenfreien Englischunterricht für Kinder anzubieten, weil er in lokalen Schulen nicht angeboten wurde. Allerdings fehlte ihm das Geld dafür. Das hat uns zum Nachdenken gebracht. Zurück in Köln haben wir eine Idee entwickelt, wie man das Ganze langfristig umsetzen kann. Glücklicherweise gab es in dem Dorf freie Räumlichkeiten, und wir stellten uns die Frage, ob man diese nicht an Reisende vermieten kann, um aus diesen Einnahmen Geld zu generieren, um einen Englischlehrer vorzufinanzieren. Dieses Hobbyprojekt hat so gut funktioniert, dass nach drei Monaten genügend Geld zusammengekommen ist, um den Lehrer einzustellen. So erhielten dort um die 200 Kinder nach der Schule noch Englischunterricht. Die Problematik, dass touristische Gelder nicht wirklich der lokalen Bevölkerung zugutekommen, existiert leider an vielen Orten der Welt. Genau da wollen wir mit socialbnb ansetzen, indem wir solche sozialen, ökologischen Projekte mit der Industrie verbinden, um Reisen auch einen gewissen Sinn zu geben.

Wieviel Übernachtungsmöglichkeiten in wie viel Ländern bietet ihr denn mittlerweile an?

2018 starteten wir mit einer Unterkunft, und 2020, nach dem Abschluss unseres Studiums, haben wir uns entschieden, das Ganze zu professionalisieren und als



eigenständiges Unternehmen aufzubauen. Mittlerweile bieten wir in 45 Ländern über 350 Projekte an, die auf der socialbnb-Plattform buchbar sind.

Wie findet ihr diese Projekte, oder findet die Projektleitung euch?

Gerade am Anfang sind wir aktiv auf die Menschen zugegangen. Wir haben recherchiert, und wir haben über Freunde Kontakte erhalten, die wir angeschrieben haben. Wichtig für uns ist immer das Auswahlgespräch, in dem wir klären, welchen Mehrwert das jeweilige Projekt bietet, inwieweit die Organisation lokal verankert ist, wie transparent mit Einnahmen und Ausgaben umgegangen wird und natürlich, wie sinnvoll Tourismus an dem jeweiligen Ort ist.

Was meinst du damit?

Natürlich ist Reisen nicht zu jedem Projekt sinnvoll. Gerade wenn es um Projekte mit Kindern geht oder bei Gesundheitsprojekten macht es keinen Sinn, Touristen hinzuschicken. Daher schauen wir da genau hin und gehen in den Gesprächen die Kriterien



durch, die wir aufgestellt haben, um im Anschluss daran zu entscheiden, ob das Projekt zu socialbnb passt. Mittlerweile haben wir ein großes Netzwerk in den verschiedenen Regionen aufgebaut und sind zum Beispiel in Kontakt mit größeren NGOs, so dass die potenziellen Partner nun auf uns zukommen.

Prima, und wie kann ich eure Angebote buchen?

Auf socialbnb.org siehst du alle verfügbaren Destinationen weltweit und kannst zum Beispiel nach Themen wie Bildung, Natur- oder Tierschutz, Sport und Gleichberechtigung filtern.

Gibt es auch Kooperationen mit Reisebüros?

In der Tat, das ist ganz neu. Wir bieten Reisebüros und Veranstaltern die Möglichkeit, Unterkünfte exklusiv für ihre Rundreisen einzubuchen, zum Beispiel in Ecuador, das KLM ja auch täglich anfliegt. Interessierte kontaktieren uns da am besten direkt, damit wir die beste Lösung finden.

Ihr wurdet 2023 im Nachwuchswettbewerb „Top unter 30“ von der Fachzeitschrift fww ausgezeichnet. Hat euch diese Auszeichnung einen Buchungsschub eingebracht?

Auf jeden Fall. Als wir 2018 angefangen haben, uns für einen nachhaltigen Tourismus einzusetzen, war dies wirklich noch eine klassische Nische, und wir waren da einer der wenigen Vorreiter. Die Auszeichnung sehen wir als Bestätigung unserer Arbeit. Jetzt



haben wir wirklich das Gefühl, dass wir etwas anbieten, was die Reisebranche in Zukunft braucht. Das motiviert uns enorm, da dranzubleiben und weitere Projekte verfügbar zu machen, die auch größeren Playern die Möglichkeit gibt, kleine lokale Angebote bei sich zu integrieren. Die Auszeichnung hat auf jeden Fall auch unsere Glaubwürdigkeit gesteigert. Die Buchenden sehen, dass das sinnvolle Produkte sind, die gut im Markt ankommen, und wir sind in der Branche wesentlich sichtbarer.

Habt ihr bei so viel Erfolg noch die Zeit, auch mal selbst ein Projekt zu besuchen, oder ist das im Moment völlig ausgeschlossen?

Ja, aber das kennst du sicherlich selbst am besten. Es ist sicherlich so ein bisschen Fluch und Segen, wenn man in unserer Branche arbeitet. Urlaub ist



dann immer auch nah dran an Arbeit. Wenn wir Konferenzen oder Events besuchen und da Projekte in der Nähe sind, dann besuchen wir sie alleine schon deshalb, um Feedback zu bekommen. Was brauchen sie auf der Buchungsplattform für zusätzliche Funktionen? Haben sie sonst irgendwelche Wünsche oder Ideen?

Gibt es noch Länder, in denen ihr in Zukunft Unterkünfte anbieten möchtet?

Gegenwärtig sind wir mehr oder weniger auf allen Kontinenten vertreten. Allerdings fehlen bisher die USA und Kanada. Es ist uns wichtig, nicht nur im



globalen Süden vertreten zu sein, sondern auch in den Industrieländern. Schließlich gibt es auch dort sinnvolle Ideen, die Unterstützung benötigen. Wir möchten auch nicht nur ein Projekt für Menschen aus Europa sein. Auch Leuten aus anderen Teilen der Welt möchten wir nachhaltiges Reisen in ihren Heimatländern anbieten.

Arbeitet ihr auch an neuen Produkten?

Impact Rundreisen ist hier das Stichwort. In Kooperation mit Veranstaltern möchten wir unser Angebot einer weiteren Zielgruppe verfügbar machen und generell Angebote besser paktieren. Gemeinsam mit dem Veranstalter arbeiten wir eine Rundreise aus, die socialbnb-Angebote integriert. Wir bieten damit

die Möglichkeit, neue spannende Erlebnisse anzubieten und neben der Unterkunft auch Aktivitäten mit Impact, wie Beach Clean Ups, Aufforstungsworkshops oder lokale Kochkurse hinzuzufügen.

Bekommt man denn als Übernachtungsgast etwas von den Projekten mit, die mit dem Geld unterstützt werden?

Auf jeden Fall. Man lernt das Projekt vor Ort kennen. Es wird eine Führung angeboten, auf der man erfährt, was man da konkret unterstützt. Gegebenfalls kann man dann auch eine Aktivität dazu buchen, zum Beispiel bei Meerschutprojekten die Aufforstung von Korralen oder das Monitoring von Tieren, die man dort sehen kann. Diese Erfahrungen runden das Erlebnis sicherlich in positiver Art und Weise ab.

Transparenz bei der Projektauswahl hast du bereits angesprochen. Gibt es auch eine Transparenz, was mit dem eingenommenen Geld passiert, abzüglich der Service-Gebühr, mit der ihr euch finanziert?

Das ist ein Punkt, der uns sehr wichtig ist. Jedes Jahr erstellen wir einen Impact Report, den wir auch auf der Webseite einstellen. Dort ist aufgelistet, wie viel Geld bei welchem Projekt gelandet ist und was mit dem Geld gemacht wurde. So können wir auch sehen, dass unsere Arbeit wirklich einen Mehrwert vor Ort hat.

Alex, vielen Dank für diese Eindrücke.

*Das Interview führte „bonjour goedendag“-Redakteur **Christoph Kessel**.*



Das Kölner Startup **socialbnb** wurde 2021 von Alexander Haufschild und Nils Lohmann gegründet. Auf der Buchungsplattform können Übernachtungen bei sozialen und/oder ökologischen Projekten gebucht werden, bei denen die Bevölkerung vor Ort und die Region von den Einnahmen profitieren. Seit kurzem ist es auch möglich, als Reisebüro Pakete und Rundreisen anzubieten.

www.socialbnb.org



75 Jahre in Stuttgart

KLM steuert seit einem dreiviertel Jahrhundert die Landeshauptstadt von Baden-Württemberg an

Am 1. November 1948 landete erstmals eine DC-3 Propellermaschine mit Platz für bis zu 28 Passagiere der KLM auf dem Flughafen Stuttgart. Die Aufnahme der Strecke war allerdings eher praktischer Natur: Da auf dem Frankfurter Flughafen wegen der Luftbrücke nach Berlin kein Platz mehr für Passagiermaschinen war, leitete KLM ihre Flugzeuge nach Stuttgart um und flog von dort weiter nach München.

Heute ist Stuttgart neben acht weiteren Flughäfen in Deutschland ein fester Bestandteil des Streckennetzes von KLM in Deutschland. Selbst während der Pandemie wurde die Verbindung fortgeführt. Bis zu 5-mal täglich verbindet KLM im aktuellen Sommerflugplan 2024 Stuttgart mit Amsterdam – inklusive beliebter Tagesrandverbindungen. KLM Cityhopper führt die Flüge mit Embraer 175 und 190 durch.

In der „Airport Lounge“ im Terminal 3, Ebene 4 können die Fluggäste von Air France und KLM entspannt auf ihren Abflug warten. Die moderne Retro-Lounge sorgt mit Bildern und Gegenständen aus knapp 100 Jahren Stuttgart Airport für historisches

Flair. Sie ist rund 150 Quadratmeter groß, bietet kostenloses WLAN und hat Platz für 42 Reisende, die direkt auf das Vorfeld blicken können. Das Speisenangebot im Bistro ist der Tageszeit angepasst und umfasst vorzugsweise regionale Produkte und Spe-



zialitäten von ansässigen Lieferant:innen. Reisende in der Business Class (Ausnahme Business Light Tarif) sowie SkyTeam Elite-Plus-Mitglieder und Flying Blue Platinum- und Gold-Mitglieder können die Lounge kostenlos nutzen. Am Drehkreuz Amsterdam-Schiphol haben unsere gemeinsamen Kund:innen aus der Region Stuttgart Anschluss an Verbindungen zu mehr als 160 Destinationen rund um den Globus.



Docs & Download - Updates

Die Neuerscheinungen auf unserer Downloadseite AFKldocs.info

NEU

● Lounge-Guide

[Wo? Flyer & Broschüren – Air France-KLM](#)

Erfahren Sie alles zu den Lounges an den jeweiligen Heimatflughäfen von Air France und KLM. Der Lounge-Guide weist Details zu den sechs Lounges in Paris-CDG, den zwei Lounges in Paris-ORY und den zwei Lounges in Amsterdam auf. Der Guide ist auch mit der SkyTeam-Webseite verlinkt, auf der Sie Informationen zu den 200 Partner-Lounges weltweit finden, die zugangsberechtigten Kund:innen offen stehen.



UPDATE

● Klassenbuch

[Wo? Flyer & Broschüren – Air France-KLM-Delta](#)

Das übersichtlich tabellarisch gestaltetes Sammelwerk über die Reiseklassen der vier Airlines Air France, KLM, Delta Air Lines und Virgin Atlantic wurde jüngst aktualisiert. Die Änderungen betreffen unter anderem die Air France Business Class auf den Airbus A350-900 und Boeing 777-300ER mit einer 48J-Version, also mit 48 Sitzplätzen in der Business Class.

● Übersicht Business Class und Premium

[WO? Flyer & Broschüren – Air France-KLM-Delta](#)

In diesen zwei Dokumenten finden Sie die Air France Business, KLM World Business Class und Delta One® auf der Langstrecke sowie die Air France Premium Economy, KLM Premium Comfort und Delta Premium Select in einer Tabelle zusammengefasst. In diesen beiden Übersichten haben wir die Art des USB-Anschlusses (A und/oder C) bei allen drei Airlines konkretisiert.

Business Class

Booking classes: L, C, D, Z

	Boeing 737 MAX, Boeing 737 MAX, Boeing 737 MAX	Embraer 175	Embraer 175	Embraer 175-2
2-2	2-2	2-2	2-2	2-2
44 cm	44 cm	44 cm	44 cm	44 cm
38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm
190 (324)	190	190	190	190
Partial	Yes	Partial	Yes	Partial
Partial	Yes	Yes	Partial	Yes
Partial	Yes	Yes	Yes	Yes

Personal space and more
On KLM's Europe Business Class, you are always seated by the window or along the aisle as we know it's more comfortable.

Excellent food service
On board and in our lounges, we serve a selection of sandwiches, soups, salads, fruit and yogurt as a variety of hot dishes, irrespective of the menu of departing on the right time and time of day.



1 Erhöhte Freigepäckgrenzen – Packen war noch nie so einfach
Reisende in der Premium Economy und der Business Class haben die Möglichkeit, zwei Gepäckstücke à 23 kg (Premium Economy) bzw. 32 kg (Business Class) aufzugeben.

2 Das Ticket beinhaltet den SkyPriority-Service, um am Flughafen Zeit zu sparen
Reisende in der Premium Economy und der Business Class erhalten Priorität beim Check-in, der Gepäckaufgabe, soweit möglich der Pass- und Sicherheitskontrolle, und beim Boarding. Auf dem Reisepass und Bordkarten ist dieser Service am roten SkyPriority-Logo erkennbar.

3 Mehr Handgepäck in der Kabine
Reisende bei Air France und KLM können zwei Handgepäckstücke plus ein Accessoire mit in die Kabine mitnehmen, unabhängig davon, ob sie in der Premium Economy oder Business Class reisen.

● Tarif-Optionen Europa & Langstrecke

[Wo? Flyer & Broschüren – Air France-KLM-Delta](#)

Die Merkmale der Light-, Standard- und Flex-Tarife von Air France und KLM auf Europa- und Langstrecken in der Economy, Premium Economy und Business Class finden Sie in diesem Flyer hinterlegt. Aktualisiert wurden jüngst die Umbuchungsrichtlinien für Light- und Standard-Tarife. Neu hinzugekommen ist der Semi-Flex-Tarif in der Business Class auf Langstrecken, Delta wurde in die Übersicht für die USA, Kanada und Mexiko aufgenommen. Ferner wurden die Produktmerkmale „SkyPriority“ und „Lounge-Zutritt“ für die Langstrecken hinzugefügt.

● Streckennetz-Flyer

[WO? Streckennetz](#)

Mittlerweile finden Sie in elf Flyern Details zum Streckennetz von Air France, KLM und ihren Partnern pro Zielgebiet aufgelistet. Pro Ziel werden die wöchentlichen Frequenzen pro Flughafen inklusive Fluggerät angegeben. Die La Première-Ziele werden mit den jeweiligen Air France-Flugnummern aufgelistet. Auch auf die Codeshare-Vereinbarung mit den zahlreichen Partnern wird eingegangen. Die Flyer werden regelmäßig aktualisiert, so dass Sie immer auf dem neuesten Stand sind. Hinweise zu den Aktualisierungen nehmen wir auf Air France KLM Business Solutions vor. Zusätzlich nehmen wir sie auch in den monatlichen Newsletter auf.

Tarif-Optionen Europa - Economy Class

Umbuchung	Light	Economy	Flex
Wiederanmeldung	Nicht zulässig	Ca. 200 €	Kostenlos
Handgepäck	10 kg	10 kg	10 kg
Aufgabegrenze	10 kg	10 kg	10 kg
Wiederanmeldung am Ziel	Nicht zulässig	Ca. 200 €	Kostenlos
Wiederanmeldung	Nicht zulässig	Ca. 200 €	Kostenlos

● Übersicht Lounges von Air France, KLM und Delta Air Lines in Deutschland

[WO? Flyer & Broschüren – Air France-KLM-Delta](#)

Details zu den Lounges an den neun Abflughäfen in Deutschland finden Sie in diesem Flyer. Das jüngste Update umfasst eine Änderung der Lounge für Delta in FRA, Änderungen der Öffnungszeiten in BRE und HAM, Änderungen der Zugangsgebühren in DUS für Kund:innen, die nicht aufgrund ihres Tarifs oder ihres Flying Blue-Status gratis Zutritt haben.

Natürlich finden Sie auf [afkldocs.info](#) auch die tagesaktuellen Pressemitteilungen von Air France und KLM sowie einen Link zu den deutschen Pressemitteilungen von Delta Air Lines. In derselben Rubrik finden Sie auch Podcasts, in denen Air France-KLM zu Gast war, und „travelforbiz“, das Firmenkund:innen-Magazin von Air France und KLM.

[Auf afkldocs.info zugreifen](#)



Übersicht Lounges von Air France, KLM und Delta Air Lines in Deutschland

Flughafen	Airline	Lounge	Öffnungszeiten	Einlass gegen Bezahlung	Online-Reservierung
BER	Air France-KLM	Sambelhof-Lounge	05.00-21.30 Uhr	48 €	ja
	Delta Air Lines	Yigal-Lounge	8.00-18.00 Mo.-Fr., So.	36 €	ja
BRE	KLM	The Lounge	05.00-20.30 Uhr	26 €	nein
DUS	Air France-KLM	Hugo Junkers-Lounge	05.15-21.00 Uhr	ab 29,90 € Kinder 13 €	ja
DRE	KLM	Airport Lounge Dresden	4.30-19.30 Uhr	ab 19 €	ja
FRA	Air France-KLM	Air France-Lounge	05.45-20.00 Uhr	nein	nein
FRA	Delta Air Lines	Priority Lounge	06.30-21.00 Uhr	nein	nein



Ici Berlin

Die Air France-Feierlichkeiten zum 90. Geburtstag in der deutschen Hauptstadt

Am 7. Oktober 2023 feierte Air France ihren 90. Geburtstag. 90 Jahre Air France bedeuten aber nicht nur 90 Jahre Eleganz, Technologie, Innovation und Komfort an Bord ihrer Flugzeuge, sondern auch 90 Jahre Reisen, Gastronomie, Design, Haute Couture, Kunst und Architektur. Seit ihrer Gründung verkörpert Air France die französische Exzellenz, ein „je-ne-sais-quoi“, mit dem die Welt Frankreich verbindet, dank eines außergewöhnlichen Reiseerlebnisses, das die Eleganz auf ein neues Niveau hebt.

Xavier Ronze, der Leiter der Kostümwerkstätten des Balletts der Pariser Oper, hat speziell für das Jubiläum eine Originalkleidervollektion entworfen, die die legendäre Geschichte der Airline widerspiegelt. Im letzten Herbst waren diese fünf Kleider auf Riesenpostern an der Fassade der Galeries Lafayette in Berlin zu bestaunen. Sie interpretieren die verschiedenen Markenzeichen von Air France: Flugzeuge und Technik, Uniformen und Mode, ihre ikonischen Plakate, die für das ausgedehnte Streckennetz werben, edle Speisen und Geschirr, Design und Architektur. Ferner präsentierte das große Berliner Kaufhaus zwei Original-Modelle historischer



Uniformen: Georgette de Tréze aus dem Jahr 1951 und Christian Dior von 1963. Die aktuelle Kollektion konnte im Erdgeschoss von Galeries Lafayette auf zwei Podien bewundert werden, und auch ein Kleid von Nina Ricci aus dem Jahr 1997 wurde ausgestellt. Im Rahmen einer Modenschau wurden von Air France-KLM-Mitarbeitenden weitere historische Modelle geladenen Gäst:innen präsentiert.

Die Besuchenden der Galeries Lafayette konnten ferner in einem Pop-Up-Store von Air France Artikel erwerben, die speziell für das Jubiläum geschaffen oder neu aufgelegt wurden. Die Einnahmen sind zu 100 Prozent an BILD hilft e. V. „Ein Herz für Kinder“ gegangen. Diese Artikel konnten und können Sie im Laufe dieses Jahres auch im Rahmen der zahlreichen Gewinnspiele auf Air France KLM Business Solutions gewinnen.



3 FRAGEN AN ...

... **Tamara Palomo Trillo, Marketing Communication Executive**



Tamara, warum habt ihr euch für Berlin als zentralen Ort der 90-Jahre-Air France-Feierlichkeiten entschieden?

Air France ist seit ihrer Gründung eng mit Berlin verbunden. Das erste

Flugzeug von Air France landete bereits 1939 auf dem Flughafen Tempelhof. Im Januar 1976 stellte Air France als erste Airline das Überschallverkehrsflugzeug „Concorde“ in Berlin vor. Air France war außerdem die erste zivile Fluggesellschaft, die am Flughafen Tegel landete. 60 Jahre später, am 8. November 2020, sagte AF1235 nach Paris-Charles de Gaulle Tegel als letzter Flug Au Revoir.

Wie bist du auf die Idee der Kooperation mit Galeries Lafayette und die Modenschau gekommen?

Meine Hauptaufgabe ist es, die Marke Air France in Deutschland weiter zu stärken und eine Steigerung des Bewusstseins bei den Kund:innen zu erreichen, indem wir uns auf unsere Stärken konzentrieren.

Dies gelingt mit einem Partner natürlich noch besser. Als traditionsreiches französisches Unternehmen mit einer ähnlichen Zielgruppe war Galeries Lafayette die ideale Besetzung. Außerdem habe ich mir die Frage gestellt, was unsere gemeinsamen Kund:innen anspricht. Die Puppen im Kaufhaus waren somit Frankreich-Botschafter:innen und die Schaufenster mit den verschiedenen Air France-Destinationen sollten das Gefühl verkörpern, aus dem Flugzeug auf die verschiedenen Reiseziele zu schauen.

Und wie ist die Idee mit der Spendenaktion für „Ein Herz für Kinder“ entstanden?

Die Projekte der Organisation haben mich überzeugt. Und soziale Nachhaltigkeit ist Air France ein besonderes Anliegen. Natürlich wollten wir nicht nur Spenden sammeln, sondern den Kaufenden im Air France-Pop-Up-Store bei Galeries Lafayette auch die Möglichkeit geben, ein schönes Produkt zu erwerben, das an das 90-jährige Jubiläum erinnert. Die Spendenaktion konnten wir auch auf der Modenschau während des Kund:innen-Events aufgreifen, und wir sind sehr glücklich, dass sich Galeries Lafayette an der Spendenaktion beteiligt hat, so dass am Ende 10 000 Euro für einen guten Zweck übergeben werden konnten.

Surfin' AFKL

Wo wir außerdem für Sie im Netz aktiv sind

Sicherlich kennen Sie mittlerweile Air France KLM Business Solutions. Gleiches gilt für afkldocs.info. Aber wir sind im Netz auch auf weiteren Plattformen für Sie unterwegs. Schauen Sie selbst:



afkl-expedienten.info

Mit afkl-expedienten.info gelingt der (Wieder-)Einstieg in die Welt von Air France, KLM und ihren Partnern. Hier haben Sie die Möglichkeit, sich für die beiden Newsletter von Air France-KLM und von Delta Air Lines speziell für Mitarbeitende in den Reisebüros anzumelden und uns Ihr Feedback mitzuteilen. Die Checkliste zum Arbeiten mit Air France KLM Business Solutions können Sie sich dort ebenfalls herunterladen. Ein Link zu Air France KLM Business Solutions findet sich dort genauso wie die Möglichkeit, sich den „Things to do today“-Notizblock gratis zu bestellen.



[Zu afkl-expedienten.info](https://afkl-expedienten.info)



Der offizielle Instagram-Account des deutschen Air France KLM Business Solutions-Teams

Sachpreise, Catering und Flugzeugbilder im täglichen Flugbetrieb – die kostenlose Online-Bildplattform Instagram bietet die perfekte Möglichkeit, unsere Gewinne zu präsentieren, die Sie im Rahmen unseres Gewinnspiels alternativ zu einem Flug auf Air France KLM Business Solutions selbst auswählen können. Außerdem finden Sie Schnappschüsse, die das Team von Air France und KLM auf Reisen rund um den Globus von unseren Flugzeugen und Flughäfen macht. In den Instagram-Stories finden Sie ab sofort tagesaktuelle News mit Links zu den Artikeln auf Air France KLM Business Solutions. Schauen Sie doch bei Interesse mal in unsere Highlights hinein.



[Zum Air France KLM Business Solutions-Account auf Instagram](https://www.instagram.com/afkl_business_solutions)

„Eine bunte Welttournee in Buchform“

Interview mit **Adrian Klie** und **Christoph Streicher**, den Machern des vielfach ausgezeichneten Reisepodcasts „Welttournee“ über ihr zweites Buch „Auf Welttournee“



Hallo Adrian, hallo Christoph, wie fing das mit dem Reisen eigentlich bei euch an?

Adrian: Ich glaube, wir sind aufeinander zugereist. In unserer Jugend, die

wir gemeinsam im südlichen Niedersachsen verbracht haben, hätten unsere Reisen nicht unterschiedlicher sein können. Christoph war mit dem Interrail-Ticket eher in Europa unterwegs, wohingegen ich schon als Kind mit meinen Eltern in Tunesien war und auch Amerika entdeckte. Irgendwann sind wir dann gemeinsam gereist und haben die Art des Reisens des jeweils anderen kennen und schätzen gelernt. Heute kann uns das Vogtland genauso wie Kalifornien begeistern.

Wie kamt ihr schließlich auf die Idee, den Welttournee-Reisepodcast zu starten?

Christoph: In unserer Heimatstadt Holzminden haben wir auf Partys Geschichten von unseren Reisen erzählt. Ein Kumpel meinte, dass wir diese skurrilen Erlebnisse aufnehmen sollten, damit er sie sich auch zu Hause anhören kann. Wir haben gesagt, wenn uns 50 Leute die Woche zuhören, dann machen wir weiter. Relativ schnell hat uns die Süddeutsche Zeitung als Podcast-Tipp des Monats empfohlen. Und 2019 hat uns Apple als Podcast Show des Jahres ausgezeichnet. Mittlerweile haben wir 20 000 Hörer:innen die Woche.

Das klingt nach einem perfekten Start, doch dann kam die Pandemie. Wie ging es für euch mit dem Podcast weiter?

Adrian: Uns ist es da im Kleinen so gegangen wie euch und der ganzen Reisebranche im Großen. Wir wussten erstmal nicht mehr weiter. Die Leute konnten ja zunächst nicht mehr reisen. Wir haben am Anfang Lagerfeuerfolgen eingespielt, bei denen wir Geschichten erzählt haben, warum uns Reisen Spaß macht, was uns auf Reisen froh macht. Das kam sehr gut an. Die Leute haben sich gefreut, über die Ohren wegzureisen. Als es dann im Sommer 2020 wieder losging, hatten wir ja auch Air France an Bord, als du in einer Folge die neue Normalität beim Fliegen in der Pandemie erklärt hast.

Vor zwei Jahren habt ihr euer erstes Buch herausgebracht. Worum geht in dem Buch?

Christoph: Das erste Buch ist Teil einer Serie. Es geht um Reisehacks, wie man auf Neudeutsch so sagt. In der Serie gibt es die unterschiedlichsten Arten, wie Reisehacks für Hundemenschen, für frischgebackene Eltern.

Für welche Hacks habt ihr euch entschieden?

Christoph: Wir versuchen unsere Reiseziele laufend zu entdecken. Daher dreht sich unser erstes Buch um Reisehacks für Laufbegeisterte. Wie kann ich was sehen vor Ort? Schnell viel sehen klappt nur mit schnell viel gehen. Zum Beispiel fährst du in Tokio nicht mit der Metro direkt zum Tempel, sondern steigst zwei Stationen vorher aus und läuft durch die Seitengassen einfach dahin. Packtipps runden das Buch ab.

Adrian: Das war auch die Verbindung zu der Art wie wir reisen. Wir reisen immer sehr leicht nur mit Handgepäck. Und Laufen geht halt immer. Wenn man fast schon joggend die Gegend entdeckt, kann



man mehr erleben, als wenn man gemütlich spazieren geht. Und ein Rad eignet sich halt auch nur bedingt zur Stadtbesichtigung. Denn bei 28 km/h sieht man natürlich deutlich weniger. Für uns ist Joggen die perfekte Sightseeing-Geschwindigkeit.

Nun ist euer neues Buch „Auf Welttournee“ erschienen. Welchen Schwerpunkt setzt ihr da?

Christoph: Da geht es mehr um die Geschichten, die wir auf unseren Reisen erleben. Denn unser gleichnamiger Podcast lebt von unseren Erlebnissen. Wir erzählen, was uns passiert ist. Oft sind es Begegnungen mit Menschen, skurrile Personen, ganz verrückte Transportmittel, die halt nicht das KLM-Flugzeug sind. Schließlich haben wir zusammen schon fast 130 Länder bereist und damit genug erlebt, um daraus ein Best-of zu erstellen, einmal quer durch die Welt. Wir haben das wie ein Videospiel konzipiert: Asien für Beginner, für Fortgeschrittene und für Profis. Eine bunte Welttournee in Buchform sozusagen.



Adrian: Aber auch in diesem Buch finden sich Tipps, wie wir reisen, was schauen wir an, was lassen wir weg. Es gibt auch Geschichten des Scheiterns. Welche Fehler muss man nicht nochmal machen? Wir reisen in dem Buch um die ganze Welt und möchten inspirieren. Ich hätte zum Beispiel diese Klassifikation für Asien gebraucht: Asien für Einsteiger, denn dann hätte ich nicht in Myanmar begonnen, den Kontinent zu erkunden. Das ist so, wie wenn ich in einem Freizeitpark mit der größten Achterbahn starte. Dabei wären die kleineren Achterbahnen schon Wow gewesen. Taiwan zum Beispiel sollte man am Anfang machen. Da gibt es noch keinen Kulturschock. Es ist alles ausgedehnt. Das Essen kommt auf dem Porzellanteller und irgendwann landet man in Myanmar und isst aus der hohlen Hand mit Maiskolben, weil es nichts anderes gibt. Man bewahrt sich also ein paar Kulturschocks auf.

Was euch besonders macht, ist sicherlich die Tatsache, dass ihr keine Vollzeitreisenden seid, sondern mit 30 Tagen Urlaub eure Reisen hinbekommt.

Christoph: Genau. Das Internet ist voll von Tipps, wie man seinen Job hinschmeißt und nach Bali geht. Aber wer macht das am Ende? Wir beide mögen unsere Jobs. Für uns stellte sich die Frage nie, alles hier aufzugeben. Mit ein bisschen Planung kann man es auch mit 30 Urlaubstagen schaffen, richtig zu reisen. Und jede:r kann das nachmachen bzw. nachreisen.



Adrian: Der Duktus ist ja immer: Du bist ein Arbeitstier, dann machst du alles falsch, oder du bist Vollzeitreisender und du machst etwas, was für niemanden erreichbar ist. Dazwischen gibt es aber ein großes Feld an Menschen, die ein erfülltes Arbeitsleben, aber auch ein sehr erfülltes Freizeitleben haben und gar nicht diese beiden Extreme brauchen. So kann man die Welt entdecken und trotzdem eine gute Karriere hinlegen. So haben Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen etwas davon. Die Arbeitgeber:innen möchten Fachkräfte behalten, die Mitarbeitenden sollen nicht ins Sabbatical, aber gleichzeitig möchten sie ja, dass sie glücklich und zufrieden sind und mit einem Lächeln wieder kommen. Und Reisen bildet halt ungemein. Jemandem, der gereist ist, hilft es im Tagesgeschäft bei Problemlösungen enorm. Wenn das einzige Boot am Tag nicht kommt, kann man sich nirgends beschweren. Man lernt eine Gelassenheit, die auch im Arbeitsleben nützlich ist. Das erzeugt viel Ruhe und Kreativität, wenn man auf Reisen mal in solche Situationen gerät, und hilft bei Problemlösungen nach der Rückkehr aus dem Urlaub.

Ich denke, dieses Thema ist tatsächlich für viele Unternehmen interessant.

Adrian: Daher bieten wir auch Speeches bei Firmenfeiern oder mittags in der Kantine an.

Kommen wir nochmals auf das Thema Handgepäck zurück. Habt ihr für unsere Lesenden noch ein paar Tipps auf Lager?

Adrian: Weglassen! Also wirklich nur das Nötigste mitnehmen. Mit der Kreditkarte lässt sich ja mit Ausnahme von Medikamenten heute fast alles nachkaufen.

Christoph: Und die Kunst der Handwäsche plus Klamotten rollen. Ich habe in Physik nicht richtig aufgepasst, aber irgendwie passt da so immer ein Tick mehr ins Handgepäck rein.

Adrian: Wir kommen ja mit einem Paar Laufschuhen aus und vielleicht ein paar Flip-Flops. Und natürlich ist es einfacher, so durch Süd-Ost-Asien als durch die USA zu reisen. Wir reizen die großzügigen 12 Kilogramm Handgepäck, die es bei Euch gibt, gar nicht mehr aus. Wir veranstalten mittlerweile einen Battle, wer mit dem kleineren Rucksack unterwegs ist. Allerdings sehen wir auch ziemlich gleich aus, denn wir tragen fast immer schwarze T-Shirts und schwarze Hosen. Da kann man auch mal eine Thai-Suppe drüber kippen, da sieht man die Flecken garantiert nicht.

Nachhaltigkeit ist für uns eine absolute Notwendigkeit, um als Airline-Gruppe weiterhin aktiv zu sein. Ihr kombiniert ähnlich wie wir in Frankreich und den Niederlanden ja auch die Verkehrsträger, um interkontinental zu reisen. Habt ihr weitere Tipps zum nachhaltigeren Reisen auf Lager?

Christoph: Wir nennen es immer fair Reisen, und nachhaltig zu agieren, betrifft ja auch den Alltag. So können wir zum Beispiel den Fleischkonsum in der Woche reduzieren. Und auf Reisen geht man halt eben nicht in die große Kaffeekeule und holt sich da seinen Cappuccino am Morgen, sondern man geht zum Beispiel drüber zum kleinen Café, das gerade aufgemacht hat, das vielleicht von einer Familie betrieben wird. Genauso versuchen wir eben nicht immer in den Hotels der großen Ketten zu übernachten, was natürlich sehr bequem ist, sondern versuchen, vor Ort bei den Einheimischen unterzukommen.

Adrian: Und das Zusammenlegen ist wichtig. Wenn man zwei Wochen nach Thailand will, vielleicht überlegt man dann, ob man nicht drei Wochen daraus macht und noch Vietnam mitnimmt. Und nach Amerika empfehlen wir jedem, sein eigenes Besteck und seinen eigenen Teller mitzunehmen. Da wird immer noch so viel weggeschmissen. Vielleicht sollte man auch das Whale Watching unterlassen, wenn da sieben oder acht Boote unterwegs sind. Man lässt dann vielleicht lieber dieses Ökosystem in Ruhe. Aus vielen kleinen Schritten wird dann irgendwann einmal auch ein großer. Vielleicht schaffen wir es, mit unseren Geschichten den einen oder die andere zum Nachdenken zu bewegen und auch mal für kürzere Strecken den Zug oder den Bus zu nehmen, so wie ihr es ja auch auf der KLM-Homepage zum nachhaltigeren Reisen propagiert.

Das Interview führte „bonjour goedendag“-Redakteur Christoph Kessel.



Auf Welttournee – zwei Freunde, 120 Länder, ein Buch voller Erlebnisse

Mit 30 Urlaubstagen die Welt entdecken – das Buch zum Reisepodcast Welttournee von Adrian Klie und Christoph Streicher, Oktober 2023 (1. Auflage), Premium-Paperback mit Einbandklappen, 288 Seiten, ISBN: 978-3-95889-459-4, 16,95 Euro.



der-reisepodcast.de





www.afkl.biz

Ihre Meinung und Ihre Kreativität sind gefragt!

Bücher, Sachpreise und Reise mit Air France, KLM und socialbnb nach Kolumbien zu gewinnen

Teilen Sie uns im Rahmen unserer Umfrage Ihre Meinung zu dieser Ausgabe mit, und gewinnen Sie mit etwas Glück ein Exemplar des Buchs „**Auf Welttournee**“ von Adrian Klie und Christoph Streicher sowie attraktive Sachpreise. Ferner haben Sie die Möglichkeit, eine Reise ins kolumbianische Reserva Caoba zu gewinnen, das über **socialbnb** buchbar ist. Nennen Sie uns in der Umfrage ein Thema, das im Mittelpunkt ihrer Berichterstattung über dieses Projekt stehen soll. Unter allen Teilnehmenden wählen die „bonjour goedendag“-Redaktion und socialbnb eine Idee aus.

Das Reserva Caoba ist ein Wiederaufforstungs- und Naturschutzprojekt, das sich auf die biologische Vielfalt des Gebietes um Santa Marta durch Renaturierung und Beobachtung der Tierwelt konzentriert. Durch Ihren Besuch helfen Sie, das Reservat und seine Projekte zu erhalten. Das langfristige Ziel ist es, den Schutz der Natur und der Umwelt auf eine verantwortungsvollere Art und Weise zu verbinden, indem das Projekt den bewussten Tourismus und die lokale Gemeinschaft einbezieht.



 socialbnb

