



Pressemitteilung
17/2021 – 14. Dezember 2021

KLM launcht Brand-Kampagne mit Nachhaltigkeits-Fokus

Kick-off mit Außenwerbung in vier deutschen Städten



KLM Royal Dutch Airlines hat in Zusammenarbeit mit dentsu ACHTUNG! ihre neue Brand-Kampagne mit Nachhaltigkeits-Fokus in Deutschland gestartet. Sie läuft bis zum 9. Januar 2022 in Online-Medien sowie mit einem Fokus auf Außenwerbung in Berlin, Frankfurt, Hamburg und München. Parallel dazu wird sie auch im niederländischen Heimatmarkt, in Nordischen Ländern, in Großbritannien, USA, Kanada, Brasilien und in China kommuniziert.

Die Kampagne macht deutlich, dass KLM sich der Nachhaltigkeit verpflichtet fühlt und die Dringlichkeit dieses Themas für ihre Kunden und die Luftfahrtindustrie sieht. Die wichtige und herausfordernde Aufgabe lautet: Wir müssen die Art und Weise, wie wir reisen, verändern. Auch wenn wir noch einen langen Weg vor uns haben, werden wir es schaffen, wenn wir zusammenarbeiten. Die Kampagne schließt daher mit dem Abbinder: „Gemeinsam für eine neue Vision des Reisens.“

Der Spot verweist die Zuschauer auf die Plattform „Fly Responsibly“ (klm.de/flyresponsibly) von KLM, auf der sie weitere Informationen über die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Fluggesellschaft, die Maßnahmen der Luftfahrtbranche und Mitmach-Möglichkeiten der Kunden finden.

Zu Beginn dieses Jahres launchte KLM bereits die Branding-Kampagne „We can never replace together“. Die neue Kampagne richtet sich an Kunden, die gerne fliegen, aber zunehmend besorgt sind, wenn es um die Auswirkungen von Flugreisen auf die Umwelt geht. Diese Passagiere suchen die Bestätigung, dass die von ihnen gewählte Fluggesellschaft, KLM, ihre Bedenken teilt und daran arbeitet, die Auswirkungen des Reisens zu verringern.

Konzentration auf unsere kritische und anspruchsvolle Aufgabe auf der Erde

Der Grundgedanke der neuen Kampagne ist, dass Reisen in ferne Welten zwar faszinierend sind, uns aber nicht von der wichtigen Aufgabe auf der Erde ablenken sollten: das Reisen nachhaltiger zu gestalten, während wir unseren eigenen Planeten weiter entdecken. Der Film zeigt verschiedene Destinationen, die jeweils die Schönheit und den sozialen Wert des Reisens symbolisieren: die Natur genießen, andere Kulturen kennen lernen und die Familie besuchen. Er unterstreicht die Notwendigkeit, unseren Planeten nicht nur zu entdecken, sondern ihn auch zu beschützen. Das Fazit: Wir haben zwar noch einen langen Weg vor uns, bis wir dieses Ziel erreichen, aber wir werden es schaffen, wenn wir zusammenarbeiten.

Verantwortungsvoll fliegen

KLM ist sich der Auswirkungen des Fliegens bewusst. Im Jahr 2019 hat sie die Initiative „Fly Responsibly“ gestartet, um eine nachhaltigere Zukunft für die Branche zu erreichen. Gemeinsam mit Air France hat sie sich mit der Initiative Science-Based Targets (SBTi) verpflichtet, Ziele im Einklang mit dem Pariser Abkommen zur Begrenzung der globalen Erwärmung festzulegen. Um diese zu erreichen, gibt es kein Patentrezept. Deshalb investiert KLM in eine Vielzahl von Maßnahmen, unter anderem in neue treibstoffeffiziente Flugzeuge. Eine Schlüsselkomponente ist die Entwicklung des Marktes für nachhaltigen Flugkraftstoff (SAF), da dieser erheblich zur Reduzierung der Kohlenstoffemissionen beitragen kann. SAF ist jedoch nicht ohne weiteres verfügbar und zudem sehr teuer. KLM ergreift Maßnahmen, um dies zu ändern, indem sie sich an globalen Partnerschaften und Koalitionen beteiligt, die darauf abzielen, die Produktion und Verwendung von SAF zu steigern. Im Rahmen der „Clean Skies for Tomorrow Coalition“ des WEF kündigte KLM kürzlich an, den Einsatz von SAF bis 2030 weltweit auf 10 Prozent zu erhöhen.

Pressestelle AIR FRANCE KLM Deutschland: f2kreation, Susanne Freitag, Eberbacher
Straße 61, 65346 Eltville, Tel. 06123 – 60 52 51, s.freitag@f2kreation.de