

Datum: 24 mei 2022

Koninklijke Luchtvaart Maatschappij N.V.
T.a.v. de heer P.J.T. Elbers
Amsterdamseweg 55
1182 GP Amstelveen

ClientEarth
The Joinery
34 Drayton Park
London, N5 1PB
United Kingdom

Fossilvrij NL
Minahassastraat 1
(ruimte 110)
1094 RS Amsterdam
Nederland

Betreft: Stop de misleiding over duurzaam vliegen

Geachte heer Elbers,

1. Fossilvrij NL en ClientEarth nodigen u bij deze uit tot een gesprek over de duurzaamheidsclaims van KLM. Fossilvrij NL en ClientEarth stellen vast dat er een groot verschil bestaat tussen enerzijds de klimaat- en milieu-gerelateerde claims die KLM maakt in haar marketinguitingen en anderzijds de werkelijkheid. Wij zijn van mening dat de marketingpraktijken van KLM die gericht zijn op duurzaamheid, in veel opzichten onjuist en/of misleidend zijn. Met name de meest recente versie van de "*Fly Responsibly*"-campagne en de voortdurende marketing van de "*CO2ZERO*"-producten baren ons grote zorgen.
2. Wij zijn van mening dat het publiek misleid wordt door de marketing- en reclamepraktijken van KLM over de haalbaarheid van "*duurzaam*" vliegen.¹ Er bestaat niet zoiets als 'sustainable' of 'duurzaam' vliegen. Niets duidt er ook op dat vliegen binnen afzienbare tijd alsnog 'duurzaam' kan gebeuren. Zeker niet zodanig op tijd dat de gevaarlijke gevolgen van klimaatverandering voorkomen kunnen worden. Op dit moment levert alleen onmiddellijke krimp (*'degrowth'*) van de luchtvaart een bijdrage aan duurzaamheids- en klimaatdoelstellingen, maar KLM zet niet in op krimp.
3. De marketingactiviteiten van KLM zijn gericht op verdere groei van de luchtvaart en dragen daarmee bij aan de dreigende klimaatramp. Het missen van klimaatdoelstellingen zal leiden tot grote schade aan het milieu en groeiende risico's voor huidige en toekomstige generaties - het zijn hun belangen die Fossilvrij NL en ClientEarth dienen blijkens hun statuten en waarvoor zij opkomen door middel van deze brief.
4. Wij willen dat KLM de hieronder uitgewerkte bezwaren binnen twee weken na vandaag wegneemt. Gebeurt dat niet, dan zullen Fossilvrij NL en ClientEarth zonder nadere

¹ Dergelijke misleidende marketing wordt vaak "*greenwashing*" genoemd. Greenwashing is een veel te vriendelijk

aankondiging een rechtszaak beginnen om in rechte te laten vaststellen dat KLM onrechtmatig handelt, om een verbod te laten uitspreken en KLM te dwingen te rectificeren.

Over Fossilvrij NL en ClientEarth

5. Fossilvrij NL² is een stichting die zich ten doel stelt om sociale, ecologische en economische rechtvaardigheid en gezondheid voor huidige en toekomstige generaties te bevorderen, te ondersteunen en te realiseren, de maatschappelijke legitimiteit van kolen-, olie- en gasbedrijven (de zogenaamde 'fossiele bedrijven') weg te nemen en alternatieve toepassingen van investeringen en middelen te bewerkstelligen om de overgang naar een duurzame economie op basis van hernieuwbare energie te versnellen. Fossilvrij NL tracht haar doel onder meer te bereiken door publieke en private instellingen en organisaties zoals universiteiten, gemeenten, verzekeraars, banken, religieuze organisaties en pensioenfondsen op te roepen hun financiële banden met kolen-, olie- en gasbedrijven te verbreken en 'fossilvrij' te worden en door het aanpakken en voorkomen van misleiding door de fossiele industrie en andere bedrijven en welke misleiding kan leiden tot het accepteren en/of stimuleren van het gebruik van fossiele brandstoffen en daarmee een bijdrage aan de klimaatcrisis.
6. Fossilvrij NL is een burgerbeweging en leider van de fossilvrij beweging in Nederland. In dat verband steunt en begeleidt Fossilvrij NL o.a. campagnegroepen die het bereiken van haar eigen doelen ondersteunen. Reclame Fossilvrij³ is zo'n campagnegroep binnen de fossilvrij beweging die campagne voert voor een wettelijk verbod op fossiele reclame en sponsoring. Dit betreft reclame en sponsoring:
 - a. door de fossiele industrie en de luchtvaartindustrie,
 - b. voor vliegreizen en cruises, en
 - c. voor auto's, motoren en bromfietsen met een fossiele brandstofmotor.
7. Deze 'fossiele reclames' promoten (het gebruik van) fossiele brandstof en de fossiele industrie. Daarmee zijn zij een obstakel voor de hoognodige transitie en dragen ze bij aan het verergeren van de klimaatcrisis. Daarom streeft Reclame Fossilvrij, als onderdeel van de fossilvrij beweging, naar een verbod op fossiele reclame, vergelijkbaar met dat van tabak-gerelateerde reclames.
8. Fossilvrij NL wordt gesteund door duizenden Nederlandse burgers en vele Nederlandse en internationaal opererende belangenorganisaties. De campagne ABP Fossilvrij werd

² <https://gofossilfree.org/nl/>

³ <https://verbiedfossilereclame.nl/>

verkozen tot nummer één in Trouw's Duurzame 100 verkiezing in 2021, voor haar succesvolle campagne om het ABP Pensioenfonds te laten desinvesteren uit fossiele industrieën. De campagne Reclame Fossielvrij werd derde in dezelfde verkiezing, onder meer voor de succesvolle campagne om Amsterdam fossiele reclame te laten weren.

9. ClientEarth is een liefdadigheidsinstelling voor het milieu die de kracht van het recht gebruikt om het leven op aarde te beschermen. ClientEarth begon in 2007 met één advocaat en zijn laptop. Nu telt de organisatie meer dan 200 mensen, met acht kantoren over de hele wereld, die betekenisvolle veranderingen teweegbrengen voor het leven op aarde.
10. ClientEarth UK is gevestigd in het Verenigd Koninkrijk, maar met kantoren in verschillende grote Europese steden, alsmede in China en de Verenigde Staten. De statuten van ClientEarth's UK vestiging zijn beschikbaar op de website van de UK Charity Commission.⁴ De "*Charitable Objects*" van ClientEarth's UK zijn, onder andere, het bevorderen en stimuleren van de verbetering, het herstel, het behoud en de bescherming van het milieu, inclusief de bescherming van de menselijke gezondheid, in het algemeen belang en het bevorderen, bijstaan, ondernemen en opdracht geven tot onderzoek naar het recht, de praktijk en de rechtspraak in verband met het milieu en zaken die daarmee verband houden, inclusief de invloed, direct of indirect, van elke menselijke activiteit op het milieu en het publiceren van de resultaten van dergelijk onderzoek.
11. ClientEarth treedt ook op tegen *greenwashing* door bedrijven. Het is breed aanvaard dat goede consumenteninformatie noodzakelijk is om de bescherming van het milieu te bevorderen, dat wil zeggen: het bereiken van de doelstellingen van het Klimaatakkoord van Parijs. ClientEarth verschijnt regelmatig in de media met betrekking tot *greenwashing* en andere kwesties met betrekking tot de verantwoording van bedrijven over het klimaat. Zo heeft ClientEarth actie ondernomen tegen BP en een uitgebreid en veel geciteerd rapport gepubliceerd over *greenwashing* door negen grote bedrijven met een hoge uitstoot. ClientEarth is verder in gesprek geweest met de Britse Competition and Markets Authority (CMA) over haar richtlijnen en consumentenbescherming, heeft contact gehad met de Britse Advertising Standards Authority in verband met haar Climate Change and Environment Project, heeft contact gehad met de Britse Financial Conduct Authority in verband met haar regelgeving inzake klimaatgerelateerde kwesties, en is betrokken bij een baanbrekende Franse zaak tegen vermeende *greenwashing* praktijken door TotalEnergies in Frankrijk die is aangespannen door Greenpeace France, Friends of the Earth France en Notre Affaire à Tous.

⁴ <https://register-of-charities.charitycommission.gov.uk/charity-search/-/charity-details/1053988/governing-document>

Inleiding

12. Hieronder vatten wij samen waarom Fossielvrij NL en ClientEarth UK overwegen dat:
 - a. KLM een groeistrategie hanteert en daarnaast een politieke lobby voert tegen klimaatgerelateerde regulering van de luchtvaartsector, die beide in strijd zijn met de wereldwijde en Nederlandse duurzaamheidsdoelstellingen; en
 - b. KLM de Fly Responsibly-reclamecampagne en het CO2ZERO-product op een onjuiste en misleidende manier presenteert of presenteerde aan het publiek.
13. Wij zijn van mening dat KLM hiermee in strijd handelt met de wet en dat zij haar zorgplicht schendt.

De groeistrategie en lobbyactiviteiten van KLM zijn niet "duurzaam"

14. Een duurzamere toekomst vereist onmiddellijke en aanzienlijke verminderingen van de broeikasgasemissies in alle sectoren tegen 2030 - d.w.z. in de komende 7,5 jaar.
 - a. Klimaatverandering is niet langer een toekomstig risico. Het is een urgente en gevaarlijke realiteit waarmee mensen en ecosystemen wereldwijd worden geconfronteerd. Door de mens veroorzaakte klimaatverandering heeft nu al gevolgen voor elke regio op aarde,⁵ met mensen die lijden onder ongekende gevolgen in de vorm van extreem weer, verergering van droogte, overstromingen en een verhoogd risico van bosbranden.⁶
 - b. Elke toename van de opwarming verergert de klimaateffecten.⁷ Een opwarming van meer dan 1,5 °C (zelfs tijdelijk) zal resulteren in ernstige en onomkeerbare gevolgen en een verhoogde kans op het overschrijden van klimaat-"*tipping points*".⁸

⁵ Zie de IPCC 6th Assessment Report ('6AR'), Headline Statements, <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/resources/spm-headline-statements/>

⁶ Zie bijv. W. Ripple et al., World Scientists' Warning of a Climate Emergency 2021, BioScience • September 2021 / Vol. 71 No. 9 (894-898).

⁷ "Every tonne of CO₂ emissions adds to global warming", zie ook fig. SPM.10 van de IPCC op <https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/summary-for-policymakers/figspm-10/> en https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_TS.pdf

⁸ Zie ook IPCC 6AR, https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_SPM_final.pdf, C.3.2

- c. Volgens de beste beschikbare wetenschappelijke gegevens vereist het behoud van de kans om de gemiddelde opwarming van de aarde te beperken tot 1,5 °C boven het pre-industriële niveau (de temperatuurdoelstelling op lange termijn van het Klimaatakkoord van Parijs⁹) een onmiddellijke en aanzienlijke vermindering van de CO₂-uitstoot in alle sectoren tot ten minste -48% wereldwijd en een snelle vermindering van het gebruik van fossiele brandstoffen tegen 2030, alvorens in 2050 "netto nul" te bereiken.
- d. Net voordat in December 2021 de reclamecampagne van KLM van start ging, benadrukte het COP26 Glasgow Pact van november 2021 dat: "*limiting global warming to 1.5 °C requires rapid, deep and sustained reductions in global greenhouse gas emissions, including reducing global carbon dioxide emissions by 45 per cent by 2030 relative to the 2010 level and to net zero around mid-century, as well as deep reductions in other greenhouse gases; [...] this requires accelerated action in this critical decade*".¹⁰ (nadruk toegevoegd)
15. De enige haalbare manier om de luchtvaartemissies terug te dringen overeenkomstig de doelstelling van het Klimaatakkoord van Parijs, is het aantal vluchten te verminderen.
- a. Vliegen is gebaseerd op de verbranding van de fossiele brandstof kerosine (diesel) en is een belangrijke en snel toenemende oorzaak van gevaarlijke klimaatverandering.¹¹ Het is een onvergelijkbaar sterk vervuilend product.¹²
- b. De voordelen en de nadelen van vliegen zijn mondiaal zeer ongelijk verdeeld,¹³ en het bereiken van de doelstelling van het Klimaatakkoord van Parijs vereist billijke en rechtvaardige klimaatmaatregelen.¹⁴
- c. Reductie op korte termijn is essentieel wil er een kans zijn om de gevaarlijke gevolgen van klimaatverandering te beperken. Op die termijn bestaan echter geen haalbare manieren om vliegen "duurzaam" te maken. Met name de door KLM bepleite "duurzaamheidsoplossingen" om het gebruik van alternatieve brandstoffen (biobrandstoffen of synthetische "e-fuels") op te voeren, nieuwe vliegtuigtypes te gebruiken (elektrisch, waterstof of radicaal andere vliegtuigrompen) en efficiëntie- en operationele verbeteringen door te voeren, zullen haar emissies tegen 2030 hoogstwaarschijnlijk niet aanzienlijk terugdringen.:

⁹ Het Klimaatakkoord van Parijs, artikel 2, lid 1, onder a).

¹⁰ Glasgow Climate Pact, paragraaf 18

¹¹ "Emissions from shipping and aviation continue to grow rapidly" AR6 Working Group III ("WGIII") ng GTech Summary TS-67

¹² "Someone flying [in a commercial airliner] from Lisbon to New York and back generates roughly the same level of emissions as the average person in the EU does by heating their home for a whole year."

https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/aviation_en

¹³ Zie IPCC AR6 WGIII Full Report, hfdst. 5, 5-26

¹⁴ Het Klimaatakkoord van Parijs, Art. 4.1, Zie ook Art. 2.2. Zie ook IPCC AR6 WGIII Tech Summary TS-111 en 121

- d. Om het effect van de luchtvaart op het klimaat te verminderen in lijn met de doelstelling van het Klimaatakkoord van Parijs, moet de groei van de luchtvaartsector worden beperkt.¹⁵
16. KLM en de luchtvaartsector volgen echter het tegenovergestelde pad. Zowel KLM als de sector in het algemeen blijven streven naar een jaar-op-jaar groei van de luchtvaart,¹⁶ waardoor de impact van de luchtvaart op het klimaat verder zal *toenemen* - in tegenstelling tot de snelle *vermindering* van de uitstoot die nodig is voor de doelstelling van het Klimaatakkoord van Parijs.
17. Om deze strategie in stand te houden, lobbyen brancheorganisaties als IATA en de Airlines for Europe, gesteund door bedrijven als KLM en haar groepsmaatschappij Air France-KLM S.A., intensief *tegen* voorstellen voor luchtvaartregelgeving die klimaatdoelstellingen beogen.¹⁷ Dit is in directe tegenspraak met de beweringen dat zij die doelstellingen steunen, en met de indruk die de marketing van KLM wekt.
18. Het lobbyen door bedrijven tegen effectieve klimaatmaatregelen heeft een aanzienlijk negatief effect op het vermogen van de wereld om de doelstellingen van het Klimaatakkoord van Parijs te halen, zoals blijkt uit onafhankelijk onderzoek van InfluenceMap.¹⁸ Climate Action 100+ – de wereldwijde groep van investeerders die zich inzet tegen klimaatverandering – stimuleert beleggers om luchtvaartbedrijven op te roepen om te stoppen met het direct en indirect lobbyen tegen beleidsmaatregelen waarmee juist wordt beoogd de koolstofarme doelstellingen van de sector te bereiken. Beleggers moeten luchtvaartmaatschappijen ook aanmoedigen om ervoor te zorgen dat hun lobbyactiviteiten niet in tegenspraak zijn met hun publieke mededelingen over hun klimaatdoelstellingen.¹⁹

¹⁵ Zie ook IPCC AR6 WGIII Technische samenvatting TS-67, en <https://www.transportenvironment.org/wp-content/uploads/2022/03/TE-aviation-decarbonisation-roadmap-FINAL.pdf>

¹⁶ "The KLM outlook is based on the following underlying assumptions: • Our 10-year network plan. This includes: ◊ Fleet renewal plan (for example introduction A320/A321); ◊ A KLM compound annual growth rate (CAGR) of 1,95% (SBTi is working with an industry CAGR of 2.9%)." https://materials.klm.com/landingpage/Klimaatplan_KLM_120422.pdf

¹⁷ <https://influencemap.org/report/Aviation-Industry-Lobbying-European-Climate-Policy-131378131d9503b4d32b365e54756351>.

¹⁸ <https://influencemap.org/>

¹⁹ https://www.climateaction100.org/wp-content/uploads/2022/03/CA100_Aviation_Sector_Strategy_Final_March2022.pdf en <https://www.iigcc.org/download/investor-expectations-on-corporate-lobbying/?wpdmdl=1830&refresh=627d0f765591f1652363126>.

KLM heeft zich publiekelijk gecommitteerd aan tekortschietende klimaatdoelstellingen die zij bovendien niet eens zal halen

19. In maart 2018 heeft KLM een één pagina tellende "Environmental Policy Statement" opgesteld waarmee KLM haar beleid om haar milieuvoetafdruk te verkleinen heeft verwoord.²⁰ De verklaring luidt als volgt:

Environmental Policy Statement

We are committed to minimize the impact of our activities, by reducing our environmental footprint and protecting the environment beyond regulatory compliance.

We strive to minimize the environmental risks that arise as a result of our operations, by using KLM's Risk Control Strategy, with source control as the preferred measure.

We endeavour to reduce our environmental footprint by implementing the following policies:

- adopt the best available technologies;*
- strive to operate environmental efficient procedures;*
- promote creativity and support innovation among all our employees, suppliers and subcontractors;*
- promote environmental awareness among our employees and customers;*
- request our suppliers and subcontractors to implement measures aimed at reducing the environmental impact of their activities.*

By using the plan-do-check-act methodology and challenging ourselves, we ensure continuous improvement.

We expect our employees, suppliers and subcontractors to endorse the above commitments together with us, in order to implement this policy and pursue it company-wide in all our day-to-day activities.

20. In de Environmental Policy Statement ontbreken met name concrete maatregelen met betrekking tot de totale impact van KLM op het klimaat. In het Duurzaamheidsverslag 2018 werd het onderwerp "Main extra-financial risk" van de "Carbon footprint" omschreven als de "Acceptability of air transport growth (CO2-emissions)", wat een risico beschrijft voor het bedrijfsmodel van KLM, niet een risico voor het milieu.²¹ Het verslag bevat geen maatregelen om de totale impact op het klimaat te verminderen. In plaats daarvan zouden blijkens "Our Climate Action Plan" de "acties" van KLM bestaan uit het nastreven van vlootmodernisering en "aeronautical research", operationele efficiëntieverbeteringen, compensatie ("offsetting")

²⁰ <https://img.static-kl.com/m/1cf94d2a0be01a46/original/Environmental-Policy-Statement.pdf>.

²¹ Pagina 14, <https://csrreport2018.airfranceklm.com/wp-content/uploads/2019/09/Air-France-KLM-Sustainability-Report-2018.pdf>.

21. door dit aan te bieden aan consumenten en gebruik te maken van CORSIA²² en door het gebruik en de ontwikkeling van sustainable aviation fuels (SAF).²³ In april 2022 kondigde KLM's Klimaatactieplan een CO₂-emissiereductiedoelstelling aan die tot doel heeft om 12% reductie te bereiken in 2030 in vergelijking met de niveaus van vóór de coronapandemie, en een voornemen om deze doelstellingen te laten valideren door het Science-Based Targets-initiatief (de SBTi) onder toepassing van een norm met lage ambities en hoge risico's. Op 15 juli 2021 kondigde de SBTi aan dat de toepassing van die lage norm niet meer zou gelden voor aanvragen die de SBTi na 15 juli 2022 zou ontvangen.²⁴
22. Ook in het klimaatactieplan van april 2022 wordt verwezen naar activiteiten op het gebied van vlootmodernisering, operationele verbeteringen, gebruik en ontwikkeling van zogenaamde "duurzame vliegtuigbrandstoffen", nieuw onderzoek naar vliegtuigrompen, compensaties ("economic measures") - en nu ook elektrische en waterstofvliegtuigen.²⁵
23. Het Klimaatactieplan bevestigt dat KLM:
- Er niet in is geslaagd haar klimaatimpact daadwerkelijk te verminderen na 2005, na het Klimaatakkoord van Parijs in 2015 of de publicatie van haar Environmental Policy Statement;²⁶
 - Blijft kiezen voor groei in plaats van een snelle 'decarbonization' die is afgestemd op 1,5°C-trajecten die nodig zijn om ernstige en onomkeerbare klimaatgevolgen te beperken;²⁷
 - Geen haalbare manier heeft gevonden om zelfs maar haar lage ambitieniveau op het gebied van emissiereductie te halen en tegelijkertijd haar vluchten te blijven uitbreiden;²⁸ en
 - Een doelstelling heeft vastgesteld die het grootste deel van de klimaateffecten (de niet-CO₂-klimaateffecten van vliegen via stikstof(oxide)uitstoot, contrails en roetuitstoot) buiten beschouwing laat, die effectief onmiddellijk zouden worden aangepakt door het vliegen te beperken.²⁹

²² Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation

²³ Pagina's 18-19, <https://csrreport2018.airfranceklm.com/wp-content/uploads/2019/09/Air-France-KLM-Sustainability-Report-2018.pdf>.

²⁴ In de aankondiging van het SBTi staat dat aanvragen onder de norm met een laag ambitieniveau ("well below 2 °C"), die geen kans biedt om de opwarming tot 1,5 °C te beperken, pas in juli 2022 zullen worden toegestaan, wat de timing van de aanvraag van KLM kan verklaren. <https://sciencebasedtargets.org/news/sbti-raises-the-bar-to-1-5-c>.

²⁵ https://materials.klm.com/landingpage/Klimaatactieplan_KLM_120422.pdf.

²⁶ Ongeacht KLM's duurzaamheidsacties daalden KLM's bekendgemaakte CO₂ Scope 1-emissies met de COVID-19-pandemie, maar deze zullen tegen 2024 weer toenemen. Figures 3 en 8, https://materials.klm.com/landingpage/Klimaatactieplan_KLM_120422.pdf.

²⁷ "a fundamental tension in corporate target setting: that rapid decarbonisation is incongruent with industry growth." And: "The KLM outlook is based on the following underlying assumptions: • Our 10-year network plan. This includes: [...] ∅ A KLM compound annual growth rate (CAGR) of 1,95%."

https://materials.klm.com/landingpage/Klimaatactieplan_KLM_120422.pdf

²⁸ "the options to be evaluated are whether more SAF can be purchased, or whether SAF with a higher sustainability level than 75% is opted for [...] we need to push the boundaries of the market and go beyond the limits that we see to source the percentage of SAF that we need." https://materials.klm.com/landingpage/Klimaatactieplan_KLM_120422.pdf

²⁹ "Taking other greenhouse gases and warming effects into account, including non-CO₂ effects, the impact of aviation to global warming is more than two times as large" https://materials.klm.com/landingpage/Klimaatactieplan_KLM_120422.pdf

24. Feit is dat KLM en de luchtvaartsector 'business as usual'-plannen hebben voor een voortdurende toename van het aantal vluchten, daarbij op de koop toe nemend dat dit betekent dat de luchtvaart de opdoemende klimaatcatastrofe alleen maar verder aanwakkert.³⁰ In plaats van bij te dragen aan het bereiken van de doelstelling van het Klimaatakkoord van Parijs, dragen KLM en de bredere luchtvaartsector bij aan de status quo - het huidige catastrofale pad naar een geschatte gemiddelde opwarming van de aarde van 3,2 °C boven de pre-industriële temperaturen.³¹
25. Noch de luchtvaartindustrie, noch KLM creëert een meer "sustainable future" (zie hierna). In plaats daarvan belemmert het streven van de luchtvaart naar groei de strijd om de doelstelling van het Klimaatakkoord van Parijs te halen.
26. De intensieve marketing- en lobbyinspanningen van KLM belemmeren de energietransitie door een fictie te verkondigen dat de luchtvaart de klimaatdoelstellingen kan bereiken met verschillende 'oplossingen' (duurzame brandstoffen en nieuwe technologieën), zonder significante beperkingen op het vliegen, en door het blokkeren, vertragen en verzwakken van de luchtvaartklimaatregelgeving.³²

KLM's 2021 'Fly Responsibly' reclamecampagne is misleidend

27. Begin december 2021 vernieuwde KLM haar reclamecampagne Fly Responsibly, die al sinds 2019 loopt. In de recente campagne informeert KLM het Nederlandse publiek in vage maar geruststellende bewoordingen dat KLM (en de passagiersluchtvaart) op weg is naar "a more sustainable future".³³ Zo treffen we onder meer de volgende specifieke bewoordingen aan:

³⁰ "In some cases, notably with respect to aviation and shipping, sectoral agreements have adopted climate mitigation goals that fall far short of what would be required to achieve the long-term temperature goal of the Paris Agreement" IPCC AR6 WGIII Tech Summary, TS-120.

³¹ IPCC AR6 WGIII SPM, C.1.

³² IPCC AR6 WGIII Technische samenvatting, TS-98, 106.

³³ Travel Professional News Article, KLM Launches New Sustainability Branding Campaign, [hier](#) te lezen; Adformatie Article, KLM kiest met dentusu voor een geïntegreerd bureau voor creatie en media, <https://www.adformatie.nl/bureaus/klm-kiest-met-dentsu-voor-een-geintegreerd-bureau-voor-creat>,

- a. *"Gelukkig is de manier waarop we reizen aan het veranderen / En gaan we samen op weg naar een duurzamere toekomst / Want duurzamer reizen is ons grootste avontuur ooit / Samen onderweg naar duurzamer reizen".*³⁴
 - b. *"Join us in creating a more sustainable future".*³⁵
 - c. *"Samen onderweg naar duurzamer reizen"*³⁶
 - d. *"Met Fly Responsibly neemt KLM het voortouw om een duurzamere toekomst voor de luchtvaart te realiseren. Wij erkennen dat de opwarming van de aarde dringend moet worden beperkt. Daarom hebben we ons verbonden aan de doelstellingen van het klimaatakkoord van Parijs. Maar we kunnen alleen slagen als we allemaal samenwerken. Sluit u dus vandaag nog bij ons aan voor een duurzamere toekomst"*³⁷
 - e. *"De luchtvaartindustrie heeft de ambitie om tegen 2050 netto nul CO₂-uitstoot te realiseren en om deze belofte te onderstrepen, ontwikkelen we ons eigen pad gebaseerd op het Science Based Targets-initiatief. Dit pad bestaat uit verschillende maatregelen, die stuk voor stuk zullen bijdragen aan de vermindering van onze CO₂-uitstoot. Zoals vlootvernieuwing, operationele verbeteringen en koolstofcompensatie. Maar verreweg de grootste bijdrage zal worden geleverd door de vervanging van fossiele vliegtuigbrandstof door duurzame vliegtuigbrandstof oftewel: SAF (Sustainable Aviation Fuels)."*³⁸
28. Er zijn nog veel meer voorbeelden te geven en wij verwijzen daarvoor naar de Bijlage bij deze brief.
29. Deze teksten gingen vergezeld van beelden en vormgeving waarin (onder meer) werd verwezen naar de belangen van jongere generaties, de natuur en toekomstige vliegtuigontwerpen. Per de datum van deze brief voert KLM deze reclame-uitingen nog altijd op haar website en op verschillende fysieke locaties op (in ieder geval) Schiphol Airport.³⁹
30. Al deze reclames zijn zeer misleidend want KLM is verre van op weg naar *"a more sustainable future"*. Zoals hierboven uiteengezet, is het immers duidelijk dat KLM niet van plan is de emissiereducties te verwezenlijken die nodig zijn om zich te conformeren aan de internationale en nationale klimaatdoelstellingen, en dat haar groeiplannen in de komende kritieke jaren hoogstwaarschijnlijk *niet* leiden tot een substantiële reductie van haar klimaatimpact. De reclame is gericht op het behoud van de *"license to grow"* van KLM en de luchtvaartindustrie,⁴⁰ en staat duidelijk haaks op de klimaatdoelstellingen.

³⁴ Screenshot of Facebook Ad Library Record.

³⁵ Foto van billboard in Amsterdam Schiphol

³⁶ KLM.nl website startpagina, nieuws website 'banner' advertentie

³⁷ KLM Fly Responsibly-pagina. Screenshot gemaakt op 20 december 2021.

³⁸ https://flyresponsibly.klm.com/nl_nl#keypoints?article=whatWeDo

³⁹ Vandaag toegankelijk op de startpagina van KLM, via het tabblad "Informatie":

https://flyresponsibly.klm.com/nl_nl#home.

⁴⁰ Bladzijde 151, Jaarverslag 2021, <https://www.airfranceklm.com/en/finance/publications>

31. De reclame wekt de algehele misleidende indruk dat KLM en de luchtvaartindustrie vliegen duurzaam maken.

De marketing rond CO2ZERO is misleidend

32. Naast reclamecampagnes over haar voorgewende verantwoord duurzaamheidsbeleid, biedt KLM elke potentiële klant een 'compensatie'-product aan onder de naam "CO2ZERO", te weten de mogelijkheid om "*uw impact te verkleinen*" via "*duurzame vliegtuigbrandstof*" of "*herbebossing*".⁴¹
33. Deze producten bieden echter schijnoplossingen voor het schadelijke klimaateffect van vliegen. KLM beweert dat ze de klimaatimpact van vluchten compenseren (of verminderen of absorberen) maar dat doet noch het product "*Duurzame Vliegtuigbrandstof*", noch het product "*Herbebossing*".
- a. Het "*Herbebossing*"-product wordt gevormd door de aankoop van carbon credits door KLM. Die carbon credits worden door een bepaald bosbouwproject verkocht. Er zijn verschillende problemen met het beweerde compenserende effect op het klimaateffect van de luchtvaart. Bijvoorbeeld:
 - i. Carbon credits uit bosbouw vormen geen compensatie voor het effect van de luchtvaart op het klimaat, omdat beide zaken niet gelijkwaardig zijn.⁴²
 - ii. De toegevoegde waarde van de financiering van herbebossing is per definitie onzeker (de 'additionaliteit' kan niet worden gegarandeerd), terwijl de uitstoot van fossiele brandstoffen wél zeker is.
 - iii. Fossiele brandstoffen en bomen zijn fundamenteel onvergelijkbare opslagbronnen voor CO₂ (de levensduur van bomen is veel korter dan de duur van het effect van uit fossiele brandstoffen vrijgekomen CO₂ op het klimaat).
 - b. Het product 'Sustainable Aviation Fuel' lijkt een bijdrage te vormen in de kosten van KLM's aankopen van biobrandstof die een verwaarloosbaar deel van haar brandstofverbruik uitmaakt. Dat rechtvaardigt niet de stelling dat sprake is van compensatie van vluchtemissies, tenzij KLM extra biobrandstof daadwerkelijk

⁴¹ KLM.nl web reserveringspagina's.

⁴² https://newclimate.org/wp-content/uploads/2020/10/NewClimate_NetZeroReport_October2020.pdf.

aankoopt waarvan zij kan garanderen dat zij deze anders niet zou hebben aangekocht ('additionaliteit'). Het ziet er niet naar uit dat KLM dit doet of kan garanderen.

34. Deze producten maken de CO₂-emissie niet "nul" en ook is geen sprake van "Verklein uw impact". Deze producten vormen slechts een bijdrage aan herbebossing en aan het bedrijf van KLM, maar maken de luchtvaartemissies niet goed en kunnen deze ook niet compenseren. De marketing door KLM van deze producten als werkelijke "compensaties" ondermijnt andere, dringende maatregelen die gevaarlijke klimaatverandering wél beperken.
35. Het effect van al deze reclame-uitingen is dat mensen worden aangemoedigd om met KLM te vliegen, op basis van de verkeerde veronderstelling dat zij aldus duurzaam handelen in overeenstemming met de klimaatdoelstellingen.
36. Mensen uitnodigen om te vliegen is ook het doel van de recente "KLM Real Deal Dagen"- een campagne die op 17 mei 2022 is gelanceerd binnen de Fly Responsibly-campagne.⁴³ Deze promotiecampagne nodigt mensen uit om gedurende twee weken met korting vluchten te kopen naar meer dan vijftig bestemmingen en ervoor te kiezen om bij het boeken het CO₂ZERO 'Sustainable Aviation Fuel' product te kopen. Indien men daarvoor kiest zal KLM elke euro van de consument aan dit product 'verdubbelen' (een 'Duurzame Brandstof Bonus').⁴⁴
37. KLM verkoopt de vliegreizen onder "De Real Deal Dagen"-aanbieding met de aanprijzing dat *"als we bewuster reizen, zijn alle momenten nog mooier. KLM investeert volop in duurzame brandstof en wij nodigen je uit om ons hierbij te helpen."* En de aanprijzing: *"KLM neemt het voortouw voor een duurzamere toekomst voor de luchtvaart. Daarom investeren we volop in duurzame brandstof (...). En jij kunt helpen!"*
38. Onlangs, op 8 april 2022, heeft de Reclame Code Commissie (RCC) KLM al berispt voor het beweren dat het herbebossingscompensatieproduct de milieu-impact van vliegen volledig neutraliseert. De RCC lijkt echter (zonder over het volledige bewijs te beschikken) ruimte te laten voor KLM om door te gaan met het maken van misleidende beweringen dat compensatie wel mogelijk is. KLM heeft zich tegen de klacht verweerd en is kennelijk van plan in de toekomst dergelijke claims te handhaven, en zo het publiek te blijven voorhouden dat een kleine betaling de klimaatimpact van de luchtvaart daadwerkelijk vermindert.⁴⁵ Zoals hierboven uiteengezet, zijn deze beweringen onjuist.
39. Uit het voorgaande blijkt duidelijk dat de reclame voor de CO₂ZERO-producten ten onrechte de gehele misleidende indruk wekt dat vliegen duurzaam kan worden gemaakt.

⁴³ <https://www.adformatie.nl/campagnes/klm-real-deal-dagen-campagne-stimuleert-duurzamere-brandstof>

⁴⁴ <https://campaigns.klm.nl/nl/realdealdagen>

⁴⁵ <https://www.bnnvara.nl/kassa/artikelen/alles-wat-je-moet-weten-over-co2-compensatie-van-vluchten>.

KLM handelt onwettig door valse en misleidende beweringen te doen

40. KLM zegt het één, maar doet het ander: KLM's reclamemateriaal suggereert dat het KLM en de luchtvaartindustrie ernst is met milieu- en klimaatdoelstellingen, maar in feite geven KLM en de bredere industrie prioriteit aan voortdurende groei en lobbyen ze intensief tegen klimaatregulering. Alleen al om die reden zijn de duurzaamheidsreclames van KLM onjuist en misleidend. Deze misleidende advertenties zijn schadelijk voor het milieu, omdat zij mensen niet ontmoedigen om te vliegen en minder uitstoot te bereiken, maar mensen ten onrechte laten geloven dat zij door te vliegen met KLM bijdragen aan een koolstofarme economie.
41. Bovendien zijn de reclame-uitingen van KLM in directe strijd met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken (2005/29/EG) van het Europees Comité ("**OHP**"), zoals opgenomen in het Burgerlijk Wetboek (BW) lid 3A (art. 6:193a t/m j), in het bijzonder art. 6:193b en c BW. Deze reclame-uitingen miskennen ook de Richtlijnen van de Nederlandse Consumentenautoriteit inzake duurzaamheidsclaims ("**ACM-richtlijnen**") en de bijbehorende branchebrieven, uitgegeven in januari 2021.⁴⁶ Deze richtsnoeren weerspiegelen de bijgewerkte richtsnoeren van de Europese Commissie over de interpretatie en toepassing van de UBD.⁴⁷
42. De marketing van KLM geeft het publiek ten onrechte het beeld van een bedrijf dat 'op weg is naar een duurzamere toekomst', terwijl KLM geen realistisch plan heeft om haar totale emissies daadwerkelijk en substantieel te laten dalen, terwijl die daling dringend nodig is om de kans te behouden dat we de klimaatverandering kunnen stabiliseren op een (relatief) veilig niveau – van een daadwerkelijke bijdrage door KLM aan die duurzame toekomst is dus geen sprake (zie par. 30). KLM vermijdt om de acties te ondernemen die noodzakelijk zijn om vliegen in lijn te brengen met de klimaatdoelen; KLM weigert immers haar '*business as usual*'-groeiplannen te staken. Verder presenteert KLM ten onrechte compensatieproducten en 'Sustainable Aviation Fuels' als oplossing voor de impact van vliegen, terwijl compensatieproducten die enorme negatieve impact simpelweg niet kunnen verminderen, KLM geen gegarandeerde 'additionele' biobrandstoffen inkoop en het gebruik van deze biobrandstoffen verwaarloosbaar is (zie par. 33).
43. De wet bepaalt dat het onrechtmatig is als een bedrijf met dergelijke gedragingen het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen aantast, in

⁴⁶ ACM-richtlijnen betreffende duurzaamheidsclaims, januari 2021, <https://www.acm.nl/nl/publicaties/leidraad-duurzaamheidsclaims>

⁴⁷ De UCPD-richtlijnen zijn in januari 2021 nog niet vastgesteld, maar de ACM-richtlijnen zijn gebaseerd op het werkdokument Richtlijnen voor de tenuitvoerlegging/toepassing van Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken (2016), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/LSU/?uri=celex:32005L0029>

die zin dat dit het vermogen van de consument merkbaar beperkt of kan beperken, om daarmee de consument een besluit over een transactie te laten nemen dat hij anders niet zou hebben genomen. Dit geldt ook voor onjuiste, onware of onvoldoende wetenschappelijk onderbouwde beweringen over het effect van een product op het milieu en/of de klimaatverandering.

44. Ook de "Green Deal" en het "antigreenwashing"-voorstel van de Europese Commissie⁴⁸ maken duidelijk dat, in het belang van een duurzame toekomst, de maatschappelijke norm bestaat dat beweringen die verband houden met (de impact op) het klimaat niet mogen worden gedaan tenzij die beweringen juist zijn en gebaseerd zijn op wetenschappelijke bewijzen. De "greenwashing" van luchtvaart schaadt niet alleen de consument die op deze beweringen vertrouwt, maar belemmert ook een bredere gedragsverandering en (verergerd door lobbyen) het beleid. Aldus worden ook het milieu en klimaat geschaad.
45. Fossielvrij NL en ClientEarth zijn van mening dat KLM met deze marketingclaims in strijd handelt met de wet en met haar zorgplicht jegens alle Nederlandse burgers, zowel de huidige als de toekomstige generaties.

Uitnodiging tot overleg om een procedure te voorkomen

46. Wij nodigen u uit om binnen twee weken na de datum van deze brief met ons bijeen te komen om het bovenstaande te bespreken. Wij zouden met name graag vernemen of u van mening bent dat onze argumenten feitelijk onjuist zijn of dat u bereid bent deze beweringen onverwijld te schrappen en u ertoe te verbinden deze of soortgelijke beweringen in de toekomst niet meer te doen.
47. Als de bespreking niet tot een bevredigend resultaat leidt, overwegen Fossielvrij NL en ClientEarth de rechter te vragen KLM te bevelen de kloof te dichten tussen haar marketing en haar huidige strategie van groei en lobbywerk, die duidelijk in strijd zijn met die marketing.
48. In het bijzonder zouden Fossielvrij NL en ClientEarth KLM willen laten veroordelen om, op straffe van verbeurte van een aanzienlijke dwangsom:
 - a. De in de Bijlage opgenomen verklaringen, of soortgelijke verklaringen, niet langer op haar website, in haar advertenties, marketinguitingen en andere publicaties te vermelden.

⁴⁸ Voorstel voor een richtlijn betreffende het mondig maken van consumenten voor de groene overgang, 22 maart 2022.

- b. Te stoppen met het maken van reclame waarin wordt beweerd en/of gesuggereerd dat vliegen "duurzaam" is of kan worden gemaakt of dat de aankoop van een "compensatie"-product daadwerkelijk een deel van het klimaatteffect van luchtvaartemissies vermindert, absorbeert of compenseert (of een vergelijkbaar effect heeft).
- c. De onder I. a. en I. b. genoemde onrechtmatige gedragingen ongedaan te maken door de gewraakte onrechtmatige beweringen te rectificeren door: (i) het verzenden van brieven per post en e-mail met een door Fossilvrij NL en ClientEarth vooraf goedgekeurde rectificatie aan alle personen aan wie KLM tickets heeft uitgegeven tussen 1 december 2021 en 23 mei 2022, (ii) het plaatsen van een duidelijke en goed leesbare, met Fossilvrij NL en ClientEarth af te stemmen rectificerende advertentie van een halve pagina in vijf landelijke dagbladen (Trouw, AD, Telegraaf, Volkskrant en NRC), en (iii) het plaatsen van een duidelijke en goed leesbare, met Fossilvrij NL en ClientEarth af te stemmen rectificerende tekst op al haar online marketinguitingen, waaronder banners en alle social media accounts (Instagram, Twitter, LinkedIn etc.).
- d. De negatieve klimaatimpact van vliegen aan consumenten te verduidelijken door een prominente waarschuwingstekst die door Fossilvrij NL en ClientEarth is goedgekeurd, toe te voegen aan de homepage van KLM's website, de website-bookingtool en tickets.
49. Indien u in beginsel bereid bent aan deze eisen te voldoen, zijn wij graag bereid de passende specifieke formulering van de brieven en andere rectificaties met u te bespreken. Mocht het voorgaande voor u nog niet (voldoende) duidelijk zijn, dan zijn wij uiteraard bereid dit in een nader gesprek verder toe te lichten.
50. Wij zien uit naar uw antwoord en zijn in het algemeen beschikbaar voor een ontmoeting met u in de komende twee weken.

Hoogachtend,

Liset Meddens

CEO, Fossilvrij NL



James Thornton

CEO, ClientEarth

BIJLAGE

In deze bijlage worden *voorbeelden* gegeven van de misleidende verklaringen van KLM. De onderstaande teksten zijn publiek en worden gegeven binnen een context die voor de beoordeling ook relevant is, zoals de begeleidende afbeeldingen en beeldmateriaal. Wij behouden ons het recht voor ons te beklagen over elk aspect van de presentatie van deze en soortgelijke verklaringen.

Verantwoord vliegen reclame

Reclame in de sociale media:

*Gelukkig is de manier waarop we reizen aan het veranderen
En gaan we samen op weg naar een duurzamere toekomst
Want duurzamer reizen is ons grootste avontuur ooit
Samen onderweg naar duurzamer reizen*

Fysieke reclame:

Join us in creating a more sustainable future

KLM.nl website, 'Vlieg Verantwoord' webpagina:⁴⁹

Met Fly Responsibly neemt KLM het voortouw om een duurzamere toekomst voor de luchtvaart te realiseren. Wij erkennen dat de opwarming van de aarde dringend moet worden beperkt. Daarom hebben we ons verbonden aan de doelstellingen van het klimaatakkoord van Parijs. Maar we kunnen alleen slagen als we allemaal samenwerken. Sluit u dus vandaag nog bij ons aan voor een duurzamere toekomst.

KLM.nl website, 'Wat wij doen' webpagina:⁵⁰

De luchtvaartindustrie heeft de ambitie om tegen 2050 netto nul CO₂ -uitstoot te realiseren en om deze belofte te onderstrepen, ontwikkelen we ons eigen pad gebaseerd op het Science Based Targets-initiatief.

Dit pad bestaat uit verschillende maatregelen, die stuk voor stuk zullen bijdragen aan de vermindering van onze CO₂ -uitstoot. Zoals vlootvernieuwing, operationele verbeteringen en koolstofcompensatie. Maar verreweg de grootste bijdrage zal worden geleverd door de vervanging van fossiele vliegtuigbrandstof door duurzame vliegtuigbrandstof oftewel: SAF (Sustainable Aviation Fuels).

De CO₂-uitstoot van de KLM Groep is gestaag gedaald

Duurzame vliegtuigbrandstof: een veelbelovende oplossing

[...] Dus waarom stapt KLM niet gewoon over op SAF? Helaas is het niet zo eenvoudig. De wereldwijde productie van SAF dekt slechts ongeveer 0,1% van het totale brandstofverbruik van de luchtvaartindustrie en wordt geremd door een status quo:

⁴⁹ https://flyresponsibly.klm.com/nl_nl#home

⁵⁰ https://flyresponsibly.klm.com/nl_nl#keypoints?article=whatWeDo

er is wereldwijd zeer weinig productiecapaciteit beschikbaar

daardoor is SAF ten minste 2 tot 3 keer duurder dan gewone kerosine

vanwege de hoge prijzen zijn slechts zeer weinig luchtvaartmaatschappijen bereid - en in staat - om SAF te kopen

en omdat er zo weinig vraag is, wordt productiecapaciteit niet opgeschaald

Om deze impasse te doorbreken, is er een krachtig signaal nodig vanuit de luchtvaartindustrie om de SAF-productie op te voeren en een impuls te geven, en uiteindelijk de prijzen te doen dalen. SAF is een cruciale component van het traject van de luchtvaartindustrie om tegen 2050 een CO₂-uitstoot van nul te bereiken. Het is dus belangrijk dat we slagen.

Daarom heeft KLM besloten als industrieleider op te treden in het creëren van dit vraaggestuurde signaal. KLM heeft momenteel een aanzienlijk aandeel in de wereldwijde SAF-markt, maar dit dekt nog steeds minder dan 1% van ons volledige brandstofverbruik. Om onze klimaatambities te halen, willen we in 2030 10% SAF gebruiken. Daarvoor werken we samen met SkyNRG om de grootste SAF-fabriek van Europa te bouwen. Bovendien mengen wij sinds januari 2022 een klein percentage SAF bij op KLM-vluchten die vertrekken vanaf Amsterdam.

Ja, we hebben het nu nog over kleine hoeveelheden SAF, die slechts geringe verminderingen in CO₂-uitstoot opleveren. We kunnen deze markt niet alleen creëren, maar we kunnen - en zullen - de weg wijzen.

Eerste passagiersvlucht op duurzame synthetische kerosine.

[...] Deze eerste vlucht is een belangrijke mijlpaal in de ontwikkeling van duurzame synthetische kerosine als haalbaar alternatief voor fossiele brandstoffen. Daarnaast is het een grote stap richting een duurzame toekomst voor de luchtvaartindustrie.

Kleinere CO₂-voetafdruk, meer bossen

Al tien jaar lang bieden wij u een simpele service waarmee u uw persoonlijke aandeel in de CO₂-uitstoot van uw vlucht kunt compenseren. Met onze CO₂ZERO-service kunt u de impact van uw vlucht op het milieu te verkleinen.

Samen kunnen we uw zakenreis duurzamer maken

KLM staat niet alleen in haar wens duurzamer zaken te doen. Veel andere bedrijven, in allerlei branches, denken er ook zo over. Wij gaan met zulke bedrijven een partnerschap aan om de beschikbaarheid van duurzame vliegtuigbrandstof op grote schaal te stimuleren en om die brandstof economisch concurrerender te maken met fossiele kerosine.

STAP VOOR STAP NAAR EEN DUURZAME TOEKOMST

DUURZAAMHEID BEVORDEREN KAN IN BIJNA ALLE ASPECTEN VAN ONZE BEDRIJFSVOERING. ZO HEEFT EEN KLEINE AFNAME VAN HET VLIEGGEWICHT AL EEN MERKBAAR EFFECT.

KLM.nl website, 'Wat u kunt doen' webpagina:⁵¹

Wat u kunt doen

[...] Als u besluit om toch te vliegen, zijn er altijd manieren om uw impact op het milieu te verminderen.

CO2ZERO

[...] Als u de milieu-effecten van uw vlucht nog verder wilt verminderen, kunt u in ons CO2ZERO-aanbod naast het herbebossingsprogramma nu ook kiezen voor een aantal andere opties voor duurzame vliegtuigbrandstof.

Herbebossing kan de CO2-uitstoot van de luchtvaartindustrie op natuurlijke wijze compenseren. Met herbebossing betaalt u een kleine bijdrage om (een deel van) de impact van uw vlucht op het milieu te compenseren. Dit heeft geen invloed op de directe uitstoot van de vlucht zelf, maar u helpt mee door bomen te planten die de CO2 van uw vlucht weer opnemen

De nieuwe op SAF gebaseerde opties in CO2ZERO hebben een dubbel voordeel voor het milieu. Ten eerste vermindert u direct de netto CO2-uitstoot van een vlucht. Ten tweede helpt u de SAF-markt te laten groeien.

Met deze initiatieven wil KLM vliegen op een volledig transparante manier duurzamer maken. [...] Van de SAF-inkomsten die via de ticketprijzen en het uitgebreide CO2ZERO-programma worden ontvangen zal 100% rechtstreeks, transparant en uitsluitend worden gebruikt om nieuwe SAF aan te kopen en de productie van SAF wereldwijd te bevorderen.

KLM.nl website, 'Wat de industrie kan doen' webpagina:⁵²

Samen kunnen we een groter verschil maken

Alleen als we allemaal samenwerken, kunnen we echt een verschil maken. Alle belanghebbenden in de luchtvaartindustrie, alle luchtvaartmaatschappijen, alle fabrikanten - het hele bedrijfsleven. Samen kunnen we de productie van duurzame vliegtuigbrandstof bevorderen, onze vloot versneld vernieuwen en sneller en beter meer bereiken. Daarom hebben we dit initiatief genomen waarin we iedereen oproepen om verantwoord te vliegen: 'Fly Responsibly'. We nodigen u vriendelijk uit om samen met ons de luchtvaart duurzamer te maken.

CO2ZERO-product

KLM.nl website, boekingspagina's, 'Extra Opties' webpagina:⁵³

CO2ZERO

Verklein uw impact

KLM.nl website, boekingspagina's, CO2ZERO webpagina:⁵⁴

CO2ZERO

Bij KLM investeren we in een reeks initiatieven om onze voetafdruk te verkleinen. Ook kunt u uw steentje bijdragen om van de luchtvaart een duurzamere sector te maken. Laten we samen de toekomst veranderen!

⁵¹ https://flyresponsibly.klm.com/nl_nl#keypoints?article=WhatYoudo

⁵² https://flyresponsibly.klm.com/nl_nl#keypoints?article=WhatIndustryDo

⁵³ <https://www.klm.nl/checkout/ancillaries>

⁵⁴ <https://www.klm.nl/ancillaries/f791ee8d-552c-4a37-a3c7-d31d05bba614/checkout/341cd33d-16b4-43d0-9d63-45370fa962e9/environmental/saf>

Met ons herbebossingsprogramma compenseert u (een deel van) de impact van uw vlucht op het milieu. Het heeft geen invloed op de directe uitstoot van de vlucht zelf, maar uw bijdrage helpt wel bij het herstel van bossen die CO₂ absorberen.

Hoe u kunt helpen [...] En, u kunt meer doen: doe mee door bij te dragen aan een (of beide!) van onze duurzame programma's, zodat we samen een betere toekomst kunnen creëren. Herbebossing is een bijdrage vanuit de natuur die de CO₂-uitstoot buiten de luchtvaartindustrie vermindert, maar SAF heeft een directe invloed op het verduurzamen van vluchten.

Herstel bossen om [x] kg van uw CO₂-uitstoot te absorberen

Draag bij aan duurzame vliegtuigbrandstof en verminder uw CO₂-uitstoot met [x] kg

Uw CO₂ geabsorbeerd door herbebossing 0 kg CO₂

Uw CO₂ verminderd door SAF 0 kg CO₂

KLM Real Deal Dagen (website):⁵⁵

De Real Deal Dagen draaien om reizen voor de momenten die er écht toe doen. Want als we bewuster reizen, zijn alle momenten nog mooier.

KLM investeert volop in duurzame brandstof en wij nodigen je uit om ons hierbij te helpen. Kies je tijdens de Real Deal Dagen voor deze optie dan verdubbelt KLM dit bedrag met de Duurzame Brandstof Bonus.

Duurzame Brandstof Bonus

KLM neemt het voortouw voor een duurzamere toekomst voor de luchtvaart. Daarom investeren we volop in duurzame brandstof (ook wel Sustainable Aviation Fuel of kortweg SAF genoemd). En jij kunt helpen! Kies je tijdens de Real Deal Dagen voor een bijdrage aan ons duurzame brandstof programma dan verdubbelt KLM dit bedrag met de Duurzame Brandstof Bonus.

PS. Heb je al eerder een boeking gemaakt of boek je via een reisagent? Dan kun je inloggen via MijnReis en daar je bijdrage selecteren.

En onder Veelgestelde vragen:

Wat zijn de KLM Real Deal Dagen?

KLM Real Deal Dagen is een prijsactie van KLM die 2 weken duurt. Deze actie biedt korting op meer dan 50 bestemmingen wereldwijd. Tijdens de actie geldt tevens de Duurzame Brandstof Bonus: als u een ticket boekt tijdens de Real Deal Dagen en kiest voor een investering in duurzame brandstof, dan investeert KLM met u mee en verdubbelt uw bijdrage. Want als we bewuster reizen, zijn alle momenten nog mooier.

Wat is de Duurzame Brandstof Bonus?

⁵⁵ <https://campaigns.klm.nl/nl/realdealdagen>

KLM neemt het voortouw voor een duurzamere toekomst voor de luchtvaart. Daarom investeren we volop in duurzame brandstof (ook wel Sustainable Aviation Fuel of kortweg SAF genoemd). Kiest u tijdens de Real Deal Dagen voor een bijdrage aan ons duurzame brandstofprogramma dan verdubbelt KLM dit bedrag met de Duurzame Brandstof Bonus. Selecteer één van de drie opties waar Sustainable Aviation Fuel onderdeel van is en verminder uw verwachte CO2-uitstoot. KLM verdubbelt elke euro die u bijdraagt aan SAF.

Verdubbelt KLM ook uw bijdrage aan herbebossing?

Fantastisch als u ervoor kiest om een bijdrage te doen aan herbebossing, alleen geldt hier de Duurzame Brandstof Bonus niet. Die geldt tijdens de Real Deal Dagen actie alleen voor duurzame vliegtuigbrandstof (Sustainable Aviation Fuel of kortweg SAF). Geldt de Duurzame Brandstof Bonus ook op KLM Holidays pakketreizen? De Bonus is alleen van toepassing op boekingen van vliegtickets. Pakketreizen vallen buiten de Duurzame Brandstof Bonus, want op KLM Holidays boekingen geldt een andere duurzaamheidspropositie. Boekt u een complete pakketreis via KLM Holidays? KLM neemt standaard de verwachte CO2-impact van uw aandeel in de vlucht voor haar rekening. Alle bedragen worden door ons rechtstreeks geïnvesteerd in het CO2OL Tropical Mix herbebossingsproject in Panama.

Waarom neemt KLM dit initiatief?

We vinden het belangrijk dat onze klanten bewust kiezen om te vliegen. We begrijpen dat mensen zich zorgen maken over klimaatverandering en nemen onze verantwoordelijkheid om de impact van onze operatie op onze leefomgeving te reduceren. Naast vlootvernieuwing en het verbeteren van de operationele innovatie en efficiency willen we uitstoot verminderen door de productie van duurzame brandstof te stimuleren. Daarom hebben we ervoor gekozen om standaard 0,5% SAF bij te mengen op vluchten vanaf Amsterdam. Klanten die iets extra's willen doen, kunnen via CO2ZERO een bijdrage doen aan de aanschaf van nog meer duurzame brandstof.

Hoe verkleint KLM haar CO2-voetafdruk?

Een belangrijke bijdrage aan de duurzaamheidsstrategie is de grote investering van KLM in vlootvernieuwing, met de introductie van zuinigere en stillere vliegtuigen. Daarnaast bespaart KLM brandstof door operationele efficiëntie, waaronder de optimalisatie en vermindering van het gewicht aan boord. Het gebruik van elektrische grondapparatuur is essentieel voor het verminderen van de CO2-uitstoot van grondprocessen. KLM is ook een pionier op het gebied van duurzame vliegtuigbrandstof, die de CO2-uitstoot met ten minste 75% vermindert ten opzichte van de standaard fossiele brandstof. Daarnaast werken we samen met veel verschillende partijen om de toekomst van het vliegen vorm te geven, bijvoorbeeld door de ontwikkeling van nieuwe, energiezuinige toestellen, het gebruik van 100% duurzame energie; klimaat neutrale logistieke operaties van de luchtvaart en de gevolgen van duurzame luchtvaart voor de passagier. Ook het stimuleren van ondernemerschap en het opleiden van nieuw talent is een belangrijke pijler.

Wat doet KLM nog meer op het gebied van duurzaamheid?

Kijk verder op [Fly Responsibly](https://www.klm.com/fly-responsibly) | [KLM.com](https://www.klm.com)