



13.10.2022 PRESSEMITTEILUNG

Damit wir gut durch den Winter kommen

Kampagne des BMWK für die Bundesregierung zu Beginn der Heizperiode

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz intensiviert für die Bundesregierung seine **Informations- und Aktivierungskampagne** „80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel“ zu Beginn der Heizperiode deutlich. Die Kommunikation richtet sich sowohl an Verbraucherinnen und Verbraucher als auch an Wirtschaft, Kommunen und gemeinnützige Einrichtungen. Hintergrund ist die schwere Energiekrise, die Putin mit dem Angriff auf die Ukraine ausgelöst hat. Insbesondere steht aufgrund der von Russland künstlich geschaffenen Knappheit wesentlich weniger Erdgas dem deutschen und europäischen Markt zur Verfügung. Gas ist entsprechend ein knappes und teures Gut.

Bundesminister [Robert Habeck](#) erklärte dazu: „Putin nutzt Energie als Waffe. Er hat nach dem Überfall auf die Ukraine willkürlich die Gaslieferungen eingestellt, so das Gasangebot verknappt und die Preise in die Höhe getrieben. Davon lassen wir uns aber nicht einschüchtern. Dank der guten Vorsorge sind die Gasspeicher gut gefüllt, Gaslieferungen aus Nachbarländern wurden gesteigert. Wir stampfen in Rekordtempo eine eigene Infrastruktur für Flüssiggas aus dem Boden, die nötigen Gaslieferungen dafür sind gesichert. Die Erzeugungskapazitäten aus Kohle und Erneuerbaren Energien werden erhöht. Und wir dämpfen die Preise, um den größten Kostendruck zu mildern. Aber auch der Verbrauch muss gegenüber den Vorjahren sinken, denn Gas ist ein knappes Gut und es ist wichtig, damit sorgsam umzugehen. Hier sind alle Bereiche gefragt: Wirtschaft, öffentliche Hand und auch die privaten Haushalte. Etliche sind schon dabei und sparen ein. Betriebe, Kommunen und auch die meisten Menschen sind bereit sind zu handeln. Das ist viel Wert. Unsere Kampagne soll hier aber noch mal ermutigen, informieren und ein Ansporn sein. Jeder Beitrag zählt, damit wir gut zusammen durch den Winter kommen.“

Umfragen zufolge gibt es eine hohe Bereitschaft Energie zu sparen. Doch viele unterschätzen die Relevanz ihrer eigenen Möglichkeiten, insbesondere wird auch der Anteil der Heizkosten und des Warmwassers an den Energiekosten im Haushalt unterschätzt. Unter anderem setzt die Kampagne hier an: Sie motiviert weiter zu Einsparung, zeigt Handlungsmöglichkeiten auf und stellt die Bedeutung des gemeinsamen Handelns in den Fokus zu stellen.

Dabei gibt die Kampagne **praktische Tipps**, zeigt mit Hilfe von authentischen Stimmen der Gesellschaft, wie andere es machen. Es gibt eine **passgenaue Information** bei einer gleichzeitig breit angelegten Kommunikation, die zielgruppenspezifisch zum Einsatz kommt. Die Breite der Bevölkerung wird mit **unterschiedlichen Mitteln** angesprochen. Die Kommunikation zum Heizen wird bis ins kommende Jahr fortgeführt.

Herzstück ist der Kino-, TV- und Online-Spot „Der Winter kommt“. Er zeigt, wie sich Akteure aus der Breite der Gesellschaft versammeln und zum Energiesparen motivieren. Die im Spot gezeigten Menschen sind dabei keine professionellen Schauspieler*innen, sondern stellen sich selbst dar, zum Teil auch in ihrem eigenen Lebensumfeld.

Darüber arbeitet die Kampagne mit einer Varianz von Formaten und Kanälen, um die Menschen an vielen Stellen mit unterschiedlichen Kommunikationsmitteln, Ansprachen und inhaltlichen Tiefen zu erreichen. So werden die Motive der Kampagne in **Print und auf (digitalen) Außenflächen** gezeigt. Es gibt eine **Erklärvideo-Reihe** „Wie funktioniert eigentlich ...“, die ganz konkret zeigt, wie jede und jeder Zuhause Energiesparen kann.

Best Practice-Filme werden erarbeitet und zeigen auf der Website Unternehmerinnen und Unternehmer, die mit dem Energiewechsel vorangehen und mit kreativen Lösungen ihren Beitrag leisten.

Auf der **Webseite energiewechsel.de** sind alle Informationen der Kampagne gebündelt. Dazu gehören Energiespartipps für Haushalte, Energiespartipps am Arbeitsplatz und für die Industrie. Zudem wird mit **Funkspots und Online Audio -Spots** gearbeitet.

Eine Vielzahl von Materialien und Kampagneninhalten werden zudem Landesregierungen und weiteren Unterstützer*innen der Kampagne (Verbände, Unternehmen, Kommunen, Privatpersonen) zur Verbreitung zur Verfügung gestellt. Ein Teil der Tipps für private Haushalte ist in andere Sprachen übersetzt.

Nachfolgend finden Sie die Links zu den einzelnen Social Media Kanälen des BMWK: [YouTube](#), [Twitter](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#).

Downloads

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin

Internet: www.bmwk.de
E-Mail: info@bmwk.bund.de
Telefon: +49 30 186150

Über den folgenden Link können Sie den Newsletter wieder abmelden. [Newsletter abbestellen](#)