



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



BMWi- Energieeffizienzkampagne „Deutschland macht's effizient“

Dr. Roger Worm
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Berlin, 6. Oktober 2016



Die Ziele der Kampagne

1. Energieeffizienz als erste Priorität in der Gesellschaft etablieren

Aufmerksamkeit

2. Menschen motivieren und Handlungen auslösen

Aktivierung

3. Positive Grundstimmung durch Emotionalisierung

Emotionalisierung

4. Wegweiser für Informations-, Beratungs- und Förderprogramme schaffen

5. Verzahnung mit Stakeholdern durch kommunikative Klammern

Zusammenarbeit

6. Negativer öffentlicher Berichterstattung entgegentreten

7. Mehrwert von Maßnahmen unabhängiger von kurzfristiger Wirtschaftlichkeit vermitteln

8. Finanzierungsmodelle transparent und verständlich darstellen

9. Best practice Beispiele innovativer Geschäftsmodelle vorstellen

10. Beratungsmodelle in die Fläche kommunizieren

Aufbau der Kampagne





Kommunikative Klammer: Das Logo

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.



Dachkampagne



- Plakate (OOH)
- Anzeigen in Tageszeitungen und Zeitschriften
- Internet/Soziale Medien (online-Banner)
- Publikumsveranstaltungen (Woche der Umwelt, Tag der offenen Tür der BReg, Tag der Deutschen Einheit).
- Sonderaktionen
 - Dance Cube
 - SelfieBox
 - Kinofilm



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Motiv Astronaut

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.





Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Motiv Bett

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.

**Effizient ist,
die Energie
zu sparen.
Nicht die Wärme.**

Machen Sie Ihr Zuhause energieeffizient und modernisieren Sie Ihre alte Heizungsanlage: Wir fördern das! Alle Informationen und Beratungsangebote unter machts-effizient.de oder 0800 0115 000.

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.

 Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie





Motiv: Galerie





Motiv Goldzähne

**Effizient ist,
an den Leuchten
zu sparen.
Nicht am Strahlen.**

Machen Sie Ihr Zuhause energieeffizient und nutzen Sie energie-
sparende Produkte wie LED-Lampen und A+++Kühlschränke:
Wir fördern das! Alle Informationen und Beratungsangebote unter
machts-effizient.de oder 0800 0115 000.





Motiv: Betriebsklima



**Effizient ist,
an der Heizung
zu sparen.
Nicht am
Betriebsklima.**

Machen Sie Ihr Unternehmen energieeffizient und sparen Sie an den Heizkosten: Wir fördern das! Alle Informationen und Beratungsangebote unter machts-effizient.de/unternehmen oder 0800 0115 000.

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.

 Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

- Zielgruppen
 - Private Haushalte
 - Unternehmen
 - Länder/Kommunen
- Ansprechpartner im BMWi für jede Zielgruppe
- Website (Zielgruppen) und online-shop
- Best-practice
- Beispiele: Wie machen es andere?
- Messekonzept



Kampagnen-Motive für das Ladengeschäft.





KREATION – ANZEIGE

**DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.**

**SOLAR,
SO LA-LA?**

verbraucherzentrale
Energieberatung

Verbessern Sie den Ertrag Ihrer Solaranlage.
Machen Sie den Solarwärme-Check.

SOLARWÄRME-CHECK
40 Euro

Solarwärme-Check
verbraucherzentrale
Energieberatung

- 1. Kollektoren ok?
- 2. Speichergröße angemessen?
- 3. Rohre und Armaturen richtig gedämmt?
- 4. Zirkulations- und Speicherverluste minimiert?

Zusammenspiel Solaranlage und Heizung optimal?

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.

Gefördert durch:
Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

verbraucherzentrale

Terminvereinbarung kostenfrei unter
0800 – 809 802 400
www.verbraucherzentrale-energieberatung.de

Bsp. Eckfeld-
Anzeige



Website und Hotline



Im Alltag Im Eigenheim In Unternehmen In Kommunen

Mehr ☰



Suchbegriff eingeben

**Effizient ist,
an den Heizkosten zu sparen.
Nicht an den Reisekosten.**

Machen Sie Ihr Zuhause, Ihr Unternehmen oder Ihre Kommune energieeffizient! Ob Heizungsoptimierung, energetisches Sanieren oder energieeffizientes Bauen: Wir fördern das!



MEHR ERFAHREN



Hotline 0800/ 0115 000



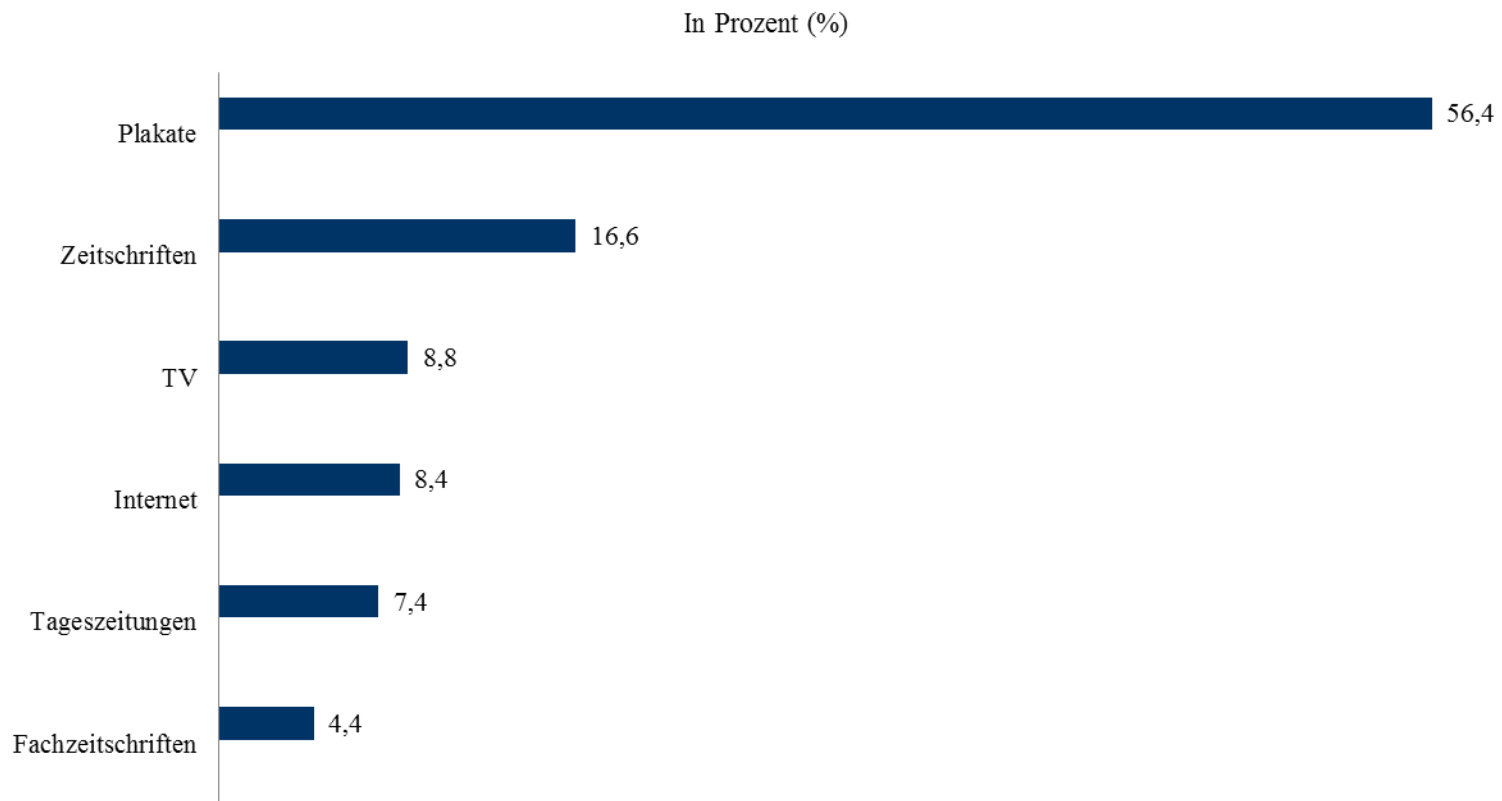
Evaluation/Ausgangslage



- Bereits zum Kampagnenstart gab es ein recht hohes mediales Grundrauschen zum Thema Energieeffizienz.
- Insgesamt 43 % der Befragten konnten sich an irgendwelche Werbung zum Thema Energiewende bzw. Energieeffizienz erinnern. Insofern bestanden schwierige Voraussetzungen, sich von thematisch ähnlichen Kampagnen abzuheben.
- Vor dem ersten Flight meinten 23 % der Befragten, den Satz „Deutschland macht's effizient“ schon einmal irgendwo gesehen, gehört oder gelesen zu haben.



Über diese Kanäle haben wir die Befragten erreicht



Wahrnehmung der Motive - Gesamteindruck

Mittlerer Skalenwert auf einer Skala von 0 (keine Akzeptanz) bis 100 (volle Akzeptanz)

Motiv	Gesamteindruck (n=1005)	Beurteilung der Headline	Passfähigkeit zum Thema
Astronaut	44	46	40
Bett	50	55	47
Goldzähne	34	50	42
Galerie	43	47	38
Betriebsklima	49	58	49



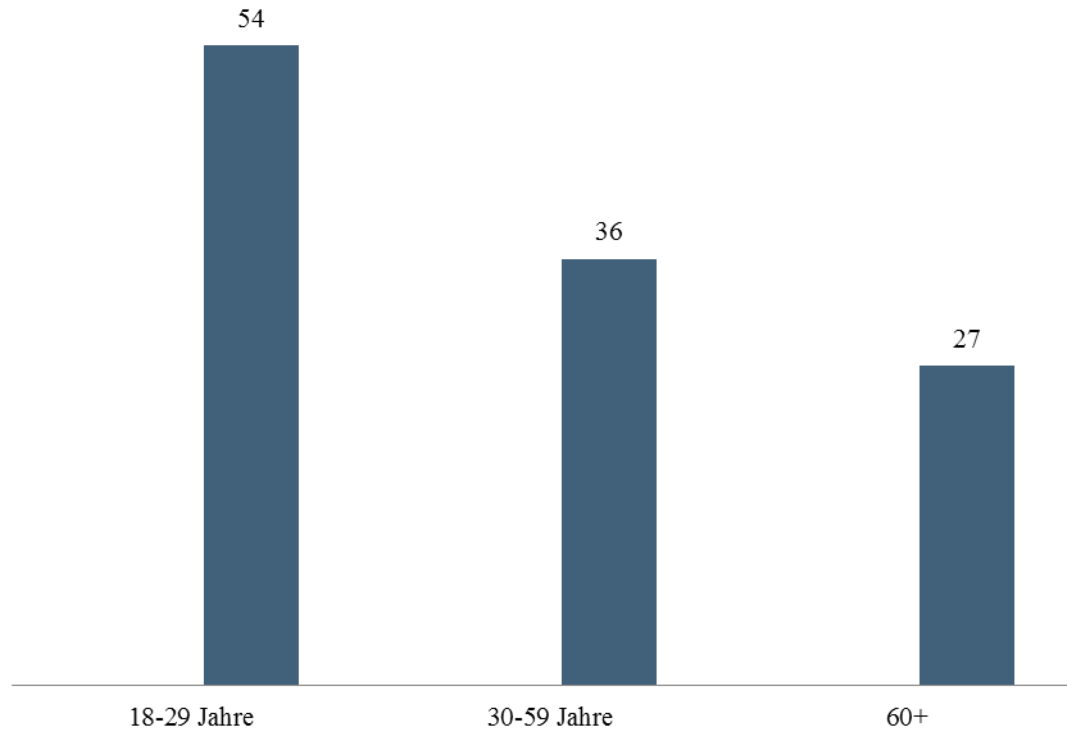
Reichweite der Motive

Frage: Können Sie sich erinnern, dieses Motiv vorher schon einmal irgendwo gesehen zu haben?

- „Galerie“ (18%)
- „Drei im Bett“ (17 %)
- „Astronaut“ (11 %)
- „Goldzähne“ (8 %)



Reichweite nach Altersgruppe





Evaluation: Kernaussagen



1. Fast **jeder zweite** Befragte ist der Meinung, dass die Kampagne auf das Thema Energieeffizienz **aufmerksam macht**.
2. Besonders hoch ist die Bekanntheit des Slogans „Deutschland macht's effizient“ bei **jüngeren Befragten** (Anstieg von 34 auf 38 %) und bei Befragten mit **geringer Bildung** (Anstieg von 26 auf 30 %).
3. Das Thema **Energieeinsparung** hat in der Bevölkerung ebenfalls nach wie vor einen **hohen Stellenwert**. 55 % stuften das Thema in der Nullmessung als „sehr wichtig“ ein, inzwischen sind es 62 %.
4. Obwohl dem Thema eine so große Bedeutung beigemessen wird, fühlt sich **nur jeder Zweite zu diesem Thema sehr gut oder gut informiert** (Anstieg von 47 auf 52 %). Ein Informationsdefizit nehmen nach wie vor v.a. die Jüngeren und die Frauen wahr.
5. **Kosteneinsparungen** gelten als Treiber für die Umsetzung von Energiesparmaßnahmen.



Schlußfolgerungen

- 1. Anpassung des Mediamix**
Die Zielgruppe 30-59 muss noch besser erreicht werden.
- 2. Weniger Motive mit klaren Botschaften**
Reduzierung der Anzahl der eingesetzten Motive und Ansprache mit noch deutlicheren Botschaften (Störer).
- 3. Verstärkung der Medienarbeit**
Verstärkung der Presse und Medienarbeit, um noch mehr zielgruppengerechte Informationen zu liefern.



Motiv 1: Astronaut (neu)

**Effizient ist,
an den Heizkosten
zu sparen.**

**Nicht an den
Reisekosten.**

Machen Sie Ihr Zuhause energieeffizient und modernisieren Sie Ihre alte Heizungsanlage. Wir fördern das.
machts-effizient.de | Hotline: 0800 0115 000

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Jetzt Haus modernisieren und sparen!

The advertisement features a woman with red hair dressed as an astronaut, sitting on a grey sofa. She is holding a white and gold astronaut helmet. A space-themed map or poster is spread out on the sofa next to her. The background is a plain, light-colored wall.



Ausblick

1. Website

- Integration BINE Datenbank
- Kooperation mit Bundesländern

2. Sonderaktionen

- Dance Cube
- SelfieBox

3. Kinospot (zur 2. Schaltung Oktober)

4. Evaluation

- Nullmessung vor 1. Schaltung
- Zwischenmessung nach 1. und 2. Schaltung

5. Stakeholder-Prozess

- Best-practice
- Beispiele: Wie machen es andere?
- Messekonzept



Dance Cube





Selfie Box





Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Kinospot

DEUTSCHLAND
MACHT'S
EFFIZIENT.





Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat IIB5 – Kommunikation Energieeffizienz und Energieberatung
Dr. Roger Worm
Scharnhorststraße 34-37
D-10115 Berlin
www.bmwi.de
