

## Pressemeldung

### HIRSCHEN für den Energiewechsel

*„Damit wir gut durch den Winter kommen“: Der Hirschen Group Standort Berlin entwickelt mit seinen Töchtern **Zum goldenen Hirschen Berlin** und **ressourcenmangel** die Informations- und Aktivierungskampagne für das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Zum Start der Heizsaison motivieren breite Kommunikationsmaßnahmen die Bürger:innen zum Sparen.*

*Berlin, 03. Novemberr 2022.* Im Oktober geht die Kommunikationskampagne „80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel“ des BMWK in die nächste Phase. Durch die aktuelle Gasknappheit wird das Energie- und Gassparen zur Heizsaison jetzt noch wichtiger und damit die Kommunikation relevanter. Um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, besteht die Kampagne aus verschiedenen Bausteinen, die den Menschen die passenden Informationen am richtigen Ort vermitteln und sie aktivieren ihren Beitrag zu leisten.

Im Zentrum steht der Kino- und TV-Spot, der in Zusammenarbeit mit Nylon Film GmbH entstanden ist. „Authentizität – ein oft genutztes Wort, für uns das Herzstück der Kampagne. Deshalb setzen wir auf echte Menschen, die unsere Botschaften zum Energiewechsel individuell mittragen. Wir hätten uns keinen passenderen Eröffnungspart als unsere 101-jährige Helene vorstellen können. Eine wahre Sympathie-trägerin, die die Herzen für unsere Message öffnet“, sagt Alissia Passia, Kreativdirektorin bei Zum goldenen Hirschen Berlin. „Besonders stolz sind wir darauf, dass die Filmproduktion konsequent nachhaltig umgesetzt wurde“, sagt Felix Franz Vogler, Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen. „denn mit dem Reduzieren von CO2 um mehr als 97% haben wir neue Maßstäbe gesetzt.“

Die Ausspielung des Spots erfolgt neben Kino und TV bei Streaming Diensten sowie in Social Media und wird ergänzt durch Schaltungen von Kampagnenmotiven in Print und Out-of-home. Parallel rufen Funk- und Online-Audiospots zum Energiewechsel auf. „Klares Ziel der Kampagne ist es für uns die Menschen zielgenau zu erreichen. Denn nicht alle sollen alles machen, sondern nur das, was sie können“, erklärt Leonie Mayer, verantwortliche Strategin bei ressourcenmangel. „Gleichzeitig müssen wir den Menschen zeigen, dass auch Wirtschaft und Politik aktiv sind.“ Deshalb werden die Maßnahmen ergänzt von einer Best Practice-Reihe, in der Unternehmer:innen aus ganz Deutschland zeigen, wie sie den Energiewechsel kreativ voranbringen. Und mit der Video-Reihe „Wie funktioniert eigentlich ...“ erklärt, wie jede:r zuhause mit einfachen Mitteln Energie sparen kann.

Alle Inhalte laufen auf der Website [energiewechsel.de](http://energiewechsel.de) zusammen. Hier findet sich auch der Infobaukasten, der die Kampagne für Multiplikator:innen aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft öffnet.

Dafür werden zum einen alle Informationen rund um das Thema Energiewechsel angeboten, um selbst kommunizieren zu können. Zum anderen stehen die Werbemittel in allen gängigen Formaten zur Verfügung. So können sie zum aktiven Teil der Kommunikation werden, denn für den Energiewechsel und die Informationskampagne gilt: Jeder Beitrag zählt. Damit wir gut durch den Winter kommen.

# HIRSCHEN GROUP

Home of the brave

Die **Hirschen Group** wurde 2005 gegründet und gehört zu den drei größten inhabergeführten Agenturgruppen Deutschlands. Aktuell arbeiten rund 900 Mitarbeiter:innen an den Standorten Berlin, Hamburg, Köln, Stuttgart, München, Düsseldorf, Dresden, Wien, Brüssel sowie London und betreuen über 300 Kunden wie OBI, Aida Cruises, Warsteiner, freenet, L'Oréal, McKinsey, Bayer, die Generalzolldirektion, den Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD), die Bank Julius Bär, die KfW, die Bertelsmann-Stiftung sowie diverse Bundes- und Landesministerien mit einem Gesamt-Billingvolumen von über 400 Mio. Euro – in Fragen der Kommunikation, der Digitalisierung und der kreativen Transformation. Die Hirschen Group ist eine unabhängige Agenturgruppe im weltweiten Kommunikationsnetzwerk WPP.

## Weitere Informationen

Hirschen Group

Daniela Ahrens

An der Alster 85

20099 Hamburg

ahrens@hirschen-group.com