



Der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e. V. (ZVEI) steckt Ende des Jahres 2007 in einem Dilemma. Klimawandel und die ehrgeizigen Klimaziele der Bundesregierung prägen die mediale Diskussion. Das Thema Energieeffizienz ist in der öffentlichen Debatte in Deutschland von starken Absendern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft besetzt. Prägend für die Diskussion, wie die ehrgeizigen Klimaziele erreicht werden können, sind Appelle zum Verzicht sowie zu einem sparsameren Umgang mit Energie. In der öffentlichen Debatte zur Energieeffizienz hat der Verband bis zu diesem Zeitpunkt keine breite öffentliche Sichtbarkeit und Position. Der Verband entschließt sich daher zu einer breit angelegten Kommunikationskampagne mit dem Ziel, den ZVEI stärker medial zu profilieren. Außerdem soll die Kampagne eine Diskussion um politische Anreizprogramme zur Förderung des Kaufs energieeffizienter Produkte und Systeme initiieren.

## EnQ, eine Kampagne des ZVEI

Energie-Intelligenz lohnt sich

AUTOR > **FREDERIC BOLLHORST**

Aus der Analyse im Vorfeld der Kampagne ergeben sich drei strategische Voraussetzungen für den Erfolg:

- Der Meinungsmarkt zum Thema Energieeffizienz ist extrem zersplittert und heterogen. Den bestehenden Kampagnen fehlt eine klare kommunikative Klammer. Die Kampagne darf daher nicht als klassische Markenkampagne des ZVEI ausgelegt sein. Sie muss für die Mitgliedsunternehmen des Verbands wie auch andere Unternehmen und Organisationen anschlussfähig sein.
- Die Kampagne muss als langfristiges Engagement ausgelegt sein und die kommunikative Basis schaffen, um sehr hete-

rogene Zielgruppen anzusprechen: professionelle Branchenentscheider ebenso wie Journalisten, Politik und die Gesellschaft. Denn nur über die Ansprache auch der Gesellschaft lässt sich mittelfristig Relevanz für die politische Diskussion aufbauen.

- Der thematische Fokus muss klar auf dem Bereich der Technologie und dem intelligenten Einsatz von Technologien liegen. Der ZVEI und seine Mitgliedsunternehmen leisten einen maßgeblichen technologischen Beitrag zur Energieeffizienz. Die Kampagne wirbt für den intelligenten Einsatz von energieeffizienten Technologien, um damit einen maßgeb-

lichen Beitrag für den Klimaschutz zu leisten, um Bevölkerung, professionelle Entscheider wie auch Politik aufzuklären. Daher verbieten sich für die Kampagne zunächst auch klassische Elemente der Werbekommunikation (TV-Spots, Plakate, Anzeigen etc.). Die gesamte Kommunikation muss sehr stark auf PR-Elemente, Online-Kommunikation, Direktansprache und Dialogelemente setzen.

Auf der Grundlage dieser Grundüberlegungen entscheidet sich der ZVEI, eine Initiative Energie-Intelligenz zu gründen. Die Struktur einer Initiative stellt eine hohe Anschlussfähigkeit für weitere Partner außerhalb des ZVEI sicher, etwa aus Poli-

tik, Wirtschaft oder Institutionen. Gleichzeitig werden mit der Initiativenstruktur auch mediale Kannibalisierungseffekte vermieden, da die Kommunikation Energieeffizienz stärker auf einen Absender fokussiert ist. Schließlich spielt das Konstrukt auch eine entscheidende Rolle für die (mediale) Glaubwürdigkeit der Initiative, denn auf diese Weise kann der Eindruck eines reinen verbandsinternen Partikularinteresses vermieden werden.

**„INITIATIVE FÜR ENERGIE-INTELLIGENZ – ENQ“**

Der ZVEI initiiert daher gemeinsam mit der Kommunikationsagentur komm.passion die „Initiative für Energie-Intelligenz – EnQ“ und schafft mit dem neu besetzten Begriff Energie-Intelligenz bewusst einen Gegenpol zur aktuellen Debatte. Nun rücken Einsparpotenziale in den Fokus, die allein durch die gezielte, konsequente Nutzung vorhandener energieeffizienter Technologien gehoben werden können. Der Intelligenz-Begriff wird dazu bewusst gewählt. Er beschreibt allgemein die geistige Fähigkeit zum Erkennen von Zusammenhängen und zum Finden von Lösungen. Der Umgang mit Energie ist dann intelligent, wenn er sich nicht auf das Strom-

sparen durch Verzicht beschränkt. Intelligenter Umgang mit Energie holt aus der eingesetzten Primärenergie den größten Nutzen heraus und verbindet das sinnvolle Energiesparen mit Komfortgewinn und nachhaltiger Kostenersparnis. Wenn Energie in diesem Sinne effizienter erzeugt, verteilt und genutzt wird, leisten wir insgesamt einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.

Die zentrale Botschaft der Initiative lautet daher: Energie-Intelligenz lohnt sich. Allein in den drei Kernbereichen des ZVEI elektrische Antriebe, Beleuchtung sowie Kühl- und Gefriergeräte liegt ein Einsparpotenzial von 60 Milliarden Kilowattstunden pro Jahr. Das entspricht 40 Prozent des Stromverbrauchs der deutschen Privathaushalte.



**Titel des EnQ-Magazins**

Die „Initiative Energie-Intelligenz – EnQ“ schafft dazu einen kommunikativen Rahmen für die Mitglieder des ZVEI und bindet sie intensiv in die Kampagnenkommunikation ein. Inhaltlich fußt die Kommunikation der Initiative auf drei zentralen Säulen:



**DER ZENTRALVERBAND ELEKTROTECHNIK- UND ELEKTRONIKINDUSTRIE E.V. (ZVEI)**

Der ZVEI steht mit seinen 1.600 Mitgliedsunternehmen, rund 830.000 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 180 Milliarden Euro für rund 90 Prozent der Elektroindustrie. Er setzt sich für die gemeinsamen wirtschaftlichen, technologischen und umweltpolitischen Interessen dieser zweitgrößten Industriebranche in Deutschland sowie der zugehörigen Dienstleistungsunternehmen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene ein.



Discover a new world of congressing

**click it – use it!**  
[www.congressing.de](http://www.congressing.de)

- ▶ **Das Plus an Kommunikation:**  
 Entdecken Sie unser neues, modernes Kongresszentrum und schlendern Sie beim virtuellen Rundgang durch die Räume des CCN. Ganz einfach von Ihrem Schreibtisch aus.
- ▶ **Noch mehr Informationen?**  
 Ihr direkter Draht: Tel +49 (0) 9 11.86 06-83 11



**www.en-q.de, Weißbuch Energie-Intelligenz**

**ENQ-MAGAZIN**

Das EnQ-Magazin ist das publizistische Leitorgan der Initiative, das sich an Entscheider in Politik und Wirtschaft richtet. Erstmals zur Hannover Messe 2008 erschienen, berichtet das EnQ-Magazin viermal jährlich über herausragende Beispiele für den intelligenten Einsatz von energieeffizienten Technologien; journalistisch professionell aufbereitet und in hochwertiger grafischer Optik. Über redaktionelle Beiträge im EnQ-Magazin sowie relevante Anzeigen erfolgen die Weiterentwicklung des Themas Energie-Intelligenz sowie die Einbindung der ZVEI-Mitglieder. Das Magazin richtet sich an alle, die durch ihr Handeln zu einer Steigerung der Energieeffizienz in Deutschland beitragen können. Zielgruppe des EnQ-Magazins sind Profi-Entscheider in Wirtschaft, Industrie und Forschung sowie der Politik.

**WWW.EN-Q.DE**

Der Internetauftritt www.en-q.de ist die Online-Kommunikationsplattform der Initiative und interaktives Kommunikationselement. Besucher der Webseite erleben eine virtuelle energieeffiziente Stadt. Spektakuläre Kamerafahrten laden zu einer 3-D-Reise durch die drei wesentlichen Bereiche einer virtuellen Stadt ein, die privaten Haushalte, den öffentlichen Sektor und die Industrie. Ohne belehrenden Zeigefinger animiert die Seite Entscheider wie Konsumenten, sich spielerisch mit dem Thema Energie-Intelligenz auseinanderzusetzen. Einem crossmedialen Ansatz entsprechend, finden sich redaktionelle Beiträge aus dem EnQ-Magazin auf der News-Seite von www.en-q.de wieder. Eine integrierte Blog-Funktionalität stellt auch die Möglichkeit für den direkten Dialog sicher.

Mitgliedsunternehmen des ZVEI wie

auch der ENQ-Initiative bietet sich die Möglichkeit, komplette Bereiche, Häuser und Flächen innerhalb der virtuellen Stadt mit eigenen Marken und Produktthemen zu gestalten und so gezielt Unternehmens-themen aus den Bereichen Energieeffizienz und Technologie darzustellen.

**WEISSBUCH ENERGIE-INTELLIGENZ**

Politisch inhaltlich fundiert wird die Initiative durch das Weißbuch Energie-Intelligenz. Das Kompendium listet sämtliche Einspar- und Optimierungspotenziale aller von im ZVEI organisierten Unternehmen entwickelten Technologien auf – von der Energieerzeugung über die Energieverteilung bis hin zur Energienutzung. Mit konkreten Lösungsvorschlägen versteht sich das Weißbuch ausdrücklich auch als Forderungskatalog und Appell an die Politik: „Wenn der Staat also ambitionierte Klimaziele vorgibt, ist es nur konsequent, wenn er dann auch energie-intelligentes Handeln durch gezielte politische Maßnahmen fördert. Mit seinem Weißbuch Energie-Intelligenz legt der ZVEI der Politik konkrete, umsetzbare Vorschläge vor. Am Ende winkt eine doppelte Dividende, die darin besteht, dass die Klimaziele schneller erreicht werden und die Nutzer konkret Stromkosten sparen können.“ (Weißbuch Energie-Intelligenz, S. 9). Das Weißbuch erscheint auf Deutsch und Englisch und wurde unter anderem im Rahmen der Klimakonferenz im polnischen Posen präsentiert.

**Vorstellung der EnQ-Initiative auf der Hannover Messe 2008.**



## INTENSIVE MEDIENARBEIT

Im ersten Jahr setzt die Kampagne neben diesen drei inhaltlichen Säulen zusätzlich auf intensive Medienarbeit und veranstaltet verschiedene Hintergrundgespräche wie Journalisten-Roundtables.

Der ZVEI stellt die Initiative im Rahmen der Hannover Messe 2008 im April vor. Unter Teilnahme von Bundeskanzlerin Angela Merkel und Wirtschaftsminister Michael Glos nutzt die Initiative die Plattform der Messe für einen umfangreichen und nachhaltigen Kampagnenauftritt. Energieeffizienz ist das zentrale Messe- und Medienthema. Gemeinsam mit dem VDMA präsentiert sich der ZVEI mit seiner EnQ-Initiative in einem eigens gestalteten Energie-Effizienztunnel. Anhand einer nachgebauten Schokoladenkeks-Produktion werden hier die Energie- und Einsparpotenziale intelligenter Technologien veranschaulicht.

Print-, Hörfunk-, TV-, Wirtschafts- und Meinungsführermedien berichten umfangreich über die Initiative EnQ des ZVEI. Unter anderem berichten Tagesschau, Frankfurter Allgemeine, Die Welt, das Handelsblatt und die VDI Nachrichten. Zahlreiche Hörfunkstationen (RPR1, NRJ, antenne, FFN) greifen das Thema Energie-Intelligenz im Alltag auf und berichten über die Vorteile neuer Technologien. Der Tenor der Berichterstattung ist durchgängig positiv. Insgesamt kann die Initiative in den ersten neun Mona-

ten seit dem Start allein eine mediale Reichweite von mehr als 22,5 Millionen Kontakten erzielen.

Der vom ZVEI neu besetzte Begriff der Energie-Intelligenz findet seinen Weg in die öffentliche Debatte. Die Politik greift mit dem Anreizprogramm zum Kauf energieeffizienter Kühlschränke eine der zentralen Forderungen des ZVEI auf. Diese Forderung wird in das Energiepolitische Programm des Bundeswirtschaftsministeriums aufgenommen. Auch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit integriert die Forderung in den Energieeffizienzplan.

Im medialen Umfeld wird der ZVEI als kompetenter Ansprechpartner in der Klimadiskussion wahrgenommen, der für eine technologiegetriebene, optimierte Energienutzung steht. Insgesamt hat der Verband sein Profil in diesem Umfeld deutlich geschärft. Das belegen auch Umfragen unter den Mitgliedern des Verbandes.

Die Kommunikations-Kampagne ist unter anderem ausgezeichnet mit dem PR Report Award in der Kategorie Public Affairs sowie dem Internationalen Deutschen PR Preis und einem Sabre Excellence Award 2009. ■

### ■ WEITERE INFOS

→ [www.zvei.org](http://www.zvei.org)

→ [www.verbaende.com/kommunikation](http://www.verbaende.com/kommunikation)

## AUTOR



**FREDERIC BOLLHORST** ist Geschäftsführer der Kommunikationsagentur komm.passion. Schwerpunkte des gelernten Wirtschaftsjournalisten sind Innovations- und Technologiekommunikation sowie Social Media Strategien.



Manager sind in der heutigen Zeit zunehmend dem Risiko einer persönlichen Inanspruchnahme ausgesetzt. Hier hilft eine D&O-Versicherung.

### Was bedeutet D&O?

Versicherungsschutz für Vermögensschäden, die auf einem Organverschulden beruhen.

### Was bietet die D&O?

- Persönlicher Schutz
- Schutz des Privatvermögens
- Unternehmensschutz
- Schutz des Firmenvermögens vor Schäden aus fehlerhaftem Managementverhalten
- Rechtsschutzfunktion
- Prüfung der Haftpflichtfrage und Abwehr unberechtigter Ansprüche
- Zahlungsfunktion
- Entschädigungsleistung im Rahmen der vereinbarten Versicherungssumme

# D&O-Versicherung

Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Organe von Vereinen und Verbänden



Wir beraten Sie gerne

**BUSINESS PROTECTION**

Versicherungsmakler für beratende Berufe und Management

Telefon +49 (0)40 413 45 32 -0

Telefax +49 (0)40 413 45 32 -16

[ppb@pp-business.de](mailto:ppb@pp-business.de) [www.pp-business.de](http://www.pp-business.de)

Ein Unternehmen der Ecclesia Gruppe.