



Für eine soziale Wärmewende

Dieser Leitfaden ist im Rahmen des Projektes "[Soziale Wärmewende Jetzt!](#)" entstanden. Ihr setzt euch ein für die energetische Gebäudesanierung, den Gasausstieg, klimagerechtes Wohnen und gegen die steigenden Heiz- und Betriebskosten? Dann helfen euch die folgenden Seiten möglicherweise in eurer Öffentlichkeitsarbeit. (Stand: April 2024)

Mit Mut Geschichten erzählen!

Interviews führen, Social Media Videos drehen und Pressemitteilungen schreiben kann jeder! Vor allem ist wichtig: Der Mut es zu tun zählt und ganz sicher muss das am Anfang nicht perfekt sein – Hauptsache wir machen unsere Stimmen in der Öffentlichkeit laut. Aber nur zusammen sind wir stark, also versucht euch in der Öffentlichkeitsarbeit gegenseitig zu supporten, vor und nach einem Interview, beim Feedback geben einer Pressemitteilung oder bei Hate-Kommentaren auf sozialen Plattformen. Versucht dabei ein Vorbild zu sein, damit sich auch andere trauen Presse zu sprechen!

Framing-Grundlagen

❖ **Starte mit gemeinsamen Werten**

Unzählige Kommunikationsstudien¹ zeigen, dass Botschaften, die mit Werten beginnen, viel wirkungsvoller sind, um das Denken zu verändern. Beginnt eure Botschaft mit einer Aussage, die einen gemeinsamen Wert zum Ausdruck bringt - das schafft eine Verbindung zu eurem Publikum und ist viel überzeugender als eine Aufzählung von Fakten oder Problemen.

❖ **Die Energiekosten sind gestiegen – was soll man machen?**

Stärkt das Denken, dass Veränderung möglich ist, indem ihr erklärt, dass die steigenden Heizkosten und die unsoziale Modernisierung das Ergebnis politischer und staatlicher Entscheidungen gegen erneuerbare Energien und für

¹ U.a.: Maio et al. (2014): Social Values as arguments similar is convincing;
https://www.researchgate.net/publication/264549847_Social_values_as_arguments_similar_is_convincing

Gas sind. Das Wirtschaftssystem wurde von Politikern und Entscheidungsträgern absichtlich so gestaltet.

❖ **Ungerechtigkeit hörbar machen!**

Alle werden die gestiegenen Heizkosten bei der Abrechnung merken. Aber das Heizungsgesetz (GEG) hat ungleiche Auswirkungen auf unsere Gesellschaft. Armutsbetroffene Menschen und Familien werden am Ende den Cent zweimal umdrehen müssen, um die Rechnungen bezahlen zu können. Womöglich drohen Vermieter sogar damit, dass die energetische Sanierung auf dem Rücken der Mieter*innen ausgetragen werden soll. Erzähle, wie sich diese finanzielle Situation anfühlt.

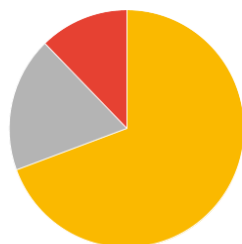
❖ **Erzähle wie die Welt morgen und in 5 Jahren aussieht, wenn eine soziale Wärmewende erkämpft wurde**

Starte mit politisch praktischen Maßnahmen, die sofort ergriffen werden könnten (morgen) wie zum Beispiel eine Übernahme der Modernisierungskosten vom Vermieter und beende deine Botschaft mit einer politischen Vision der sozialen Wärmewende, die ihr gemeinsam erkämpft wollt.

Ein großes Publikum?

Die Leute, die wir erreichen wollen, sind eine sehr große und sehr unterschiedliche Gruppe. Sie haben verschieden viel Geld, sind alt und jung, leben auf dem Land und in der Stadt, sind Mieter*innen, sie lieben den Kiosk in der Nachbarschaft und sind bei Straßenfesten manchmal schüchtern. Sie lieben die Tischtennisplatte um die Ecke, aber sie stören sich am Müll. Sie sind hier geboren und neu in Deutschland, sie wohnen alleine, in WGs, zusammen mit Familie oder Partner. Das Wichtigste: Sie alle können wir davon **überzeugen**, dass es gut ist, zusammen für klimagerechtes Wohnen zu kämpfen.

Ich befürworte die Energiewende in Deutschland.
(Bertelsmann, 2023)

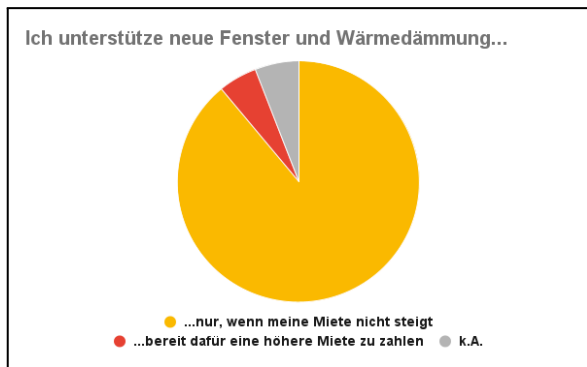


● Stimme zu ● Weder noch ● Stimme nicht zu

Eine Mehrheit für die Energiewende!

Die Mehrheit der Gesellschaft befürwortet die Energiewende, laut Bertelsmann- Studie² (2023). Nur ein kleiner Teil (~12%) stellt sich aktiv dagegen. Gleichzeitig gibt es aber große Bedenken bei den Auswirkungen des

²<https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/klimapolitik-und-soziale-gerechtigkeit>



Klimaschutzes auf die Bezahlbarkeit von Maßnahmen.

Dämmung für alle!

In 150 Interviews an Haustüren von Mieter*innen, wurde herausgefunden, dass eine Mehrheit neue Fenster und Wärmedämmung unterstützt, sofern sie nicht die Miete belastet. Mehr als die Hälfte der

Befragten gab zudem an, nicht viel über eine soziale Wärmewende zu wissen.

Was ist der Zweck?

Die folgenden Kernbotschaften könnt ihr zu unterschiedlichen Zwecken nutzen und abwandeln – daher nennt man sie auch das Herzstück der Öffentlichkeitsarbeit. Überlegt euch bevor ihr die Botschaft nutzt, welches Publikum gerade vor euch sitzt:

❖ An der Haustür:

Mit der Methode der [Haustürinterviews](#) könnt ihr Menschen zu Botschaften befragen, nach ihrem Mietverhältnis und Heizkosten erkundigen und sie versuchen zu organisieren. Wenn ihr Mieter*innen an der Haustür organisieren wollt, kann euch die Kernbotschaft eine **inhaltliche Leitlinie** sein. Ganz wichtig ist aber, nur 30% zu reden und 70% zuzuhören. Schließlich wollt ihr die Probleme, das Alltagsleben und die Ideen eures Publikums erfahren.

❖ Auf der Mieterversammlung

Ihr ladet mehrere Mieter*innen aus der Nachbarschaft zur ersten Mieterversammlung ein. Den ersten Schritt Richtung politische Organisation haben die Mieter*innen dabei bereits gemacht, jetzt gilt es, sie auch strategisch auf einen Gegner einzustellen und gleichzeitig unterschiedliche Lebensrealitäten und Probleme deutlich zu benennen. Die Kernbotschaft kann euch dabei eine **schematische Hilfe** sein, um beispielsweise ein Eröffnungsstatement zu schreiben.

❖ Für eine Pressemitteilung

Mithilfe einer Pressemitteilung könnt ihr Journalist*innen erreichen. Was dabei zu beachten ist, erfahrt ihr in diesem [Handout](#). Die Kernbotschaft könnt ihr

dafür nutzen, ein **Zitat zu füllen**. Überlegt dabei, welche Punkte die Person authentisch vertreten kann und wie ihr damit eine schlüssige Geschichte erzählt.

❖ Für's Interview

Legt euch für eure Interviews die drei Grundpfeiler der Kernbotschaft zusammen. Bestenfalls bringt ihr **alle Teile der Kernbotschaft** in eurem Interview unter. Tipps für gemeine Fragen sind am Ende des Leitfadens zu finden.

❖ Auf Social Media

Für [Videobotschaften](#) lohnt es sich ein [Hook-Up](#) einzubauen, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu bekommen. Überlegt, wie ihr die Kernbotschaft nicht nur sprachlich, sondern auch **bildlich umsetzen** könnt. [Hier](#) ein gutes Beispiel.

Kernbotschaften

Die folgenden Botschaften wurden an 150 Türen getestet und als verständlich sowie überzeugbar bewertet.

Sanierung ohne steigende Mieten

Großes Wir: Unsere Eltern kommen aus Bottrop, Damaskus, Berlin oder Kiew – aber wir haben gemeinsam, dass wir alle Wohnungen brauchen, die uns im Sommer vor Hitze schützen und in denen wir es im Winter warm haben, ohne Energie zu verschwenden.

Gegner und Auswirkung: Doch leider sind unsere Häuser in schlechtem Zustand. Die Fenster sind kaputt, die Wände nicht gut gedämmt und die Fassade bröckelt. Wir heizen zum Fenster raus. Aber wenn wir fordern, dass sie modernisiert werden, riskieren wir eine dauerhafte Mieterhöhung. Warum? Weil die Gesetze das erlauben. Bundeskanzler Friedrich Merz könnte die Gesetze ändern, aber er stellt sich auf die Seite der Wohnungskonzerne.

Call to Action & Vision: So kann es nicht weitergehen. Wir tun uns zusammen, damit die Regierung bessere Gesetze erlässt. Die Vermieter müssen unsere Häuser sinnvoll modernisieren, ohne dass die Miete steigt. Damit wir alle warm und gesund wohnen können.

Bezahlbares Heizen ohne Gas

Großes Wir: Ganz gleich, ob wir Atwa, Müller oder Mankowski heißen, wir alle brauchen ein warmes Zuhause. Wir wollen uns darauf verlassen können, dass unsere Heizkosten bezahlbar sind.

Gegner und Auswirkung: Die Realität ist: Egal wie viel wir sparen, Heizen mit Gas wird immer teurer. Viele von uns können es sich nicht mehr leisten, ihre Wohnung richtig zu heizen. Wirtschaftsminister Carsten Linnemann sollte seinen Job machen und uns allen vernünftige Heizungen und bezahlbare Wohnungen geben, aber lieber tun sie so, als wäre Migration das Problem.

Call to Action & Vision: Schluss damit! Wir Mieter:innen setzen die Kommune und die Bundesregierung unter Druck, damit sie verlässliches und bezahlbares Heizen möglich machen. Für ein Leben ohne Sorgen um die Heizkosten.

Verantwortung von Vermietungskonzernen

Großes Wir: Egal, ob wir hier schon 30 Jahre leben, zugezogen sind oder in [Stadt einfügen] Schutz gefunden haben, wir alle verdienen für die Miete, die wir zahlen, guten Service und gut sanierte Wohnungen.

Gegner und Auswirkung: Doch die Realität ist: Die Vermieter kümmern sich nicht um unsere Wohnungen. Sie schicken uns stattdessen komplizierte Rechnungen. Wenn etwas nicht funktioniert, müssen wir ständig in Warteschleifen hängen. Es gibt keine echten Ansprechpartner mehr und gleichzeitig machen Mietkonzerne, wie Vonovia [lokalen Kontrahenten einfügen] mit unserem Geld Milliarden Gewinne. Und dann wollen die Konzerne auch noch, dass wir für den Klimaschutz in unseren Häusern zahlen. Das finden wir frech.

Call to Action & Vision: Wir Mieter organisieren uns, damit die Mietkonzerne mit ihren Gewinnen für klimafeste Gebäude zahlen, damit es im Winter warm und im Sommer kühl ist!

Wörter, die funktionieren

Sagt nicht so	Sagt lieber so	Warum?
Menschen, die zur Miete wohnen.	Mieter*innen	Das ist einfacher zu verstehen und schafft Identifikation.
Es braucht jetzt eine soziale Wärmewende für alle.	Wir Mieter*innen, Familien, Rentner*innen, Studierende und Berufstätige tun uns zusammen für eine soziale Wärmewende für alle.	Schreibe und spreche aus, wer dein WIR ist. Damit machst du deutlich, wie breit dein Interesse geteilt wird und lässt nicht zu, dass ihr vom politischen Gegner gespalten werdet.
Deswegen protestieren wir hier im Viertel.	Deshalb haben wir uns als Nachbarschaft zu einer Kundgebung versammelt.	Das Wort "Protest" wird weit negativer als Demonstration/ Kundgebung wahrgenommen. Das Wort Nachbarschaft wird nahbarer & persönlicher als "Viertel" wahrgenommen.
Die Mieten sind über die Jahre angestiegen	Die Mieten wurden von den Vermietern über die letzten Jahre erhöht.	Erklärt aktiv, warum sich die Miete verändert und wer dafür verantwortlich ist.
...der Klimawandel	die Klimakrise	Ein Wandel wird als etwas positives konnotiert, das ohne unseren Einfluss passiert

Wir wollen kein Heizhammer, sondern eine soziale Wärmewende.	Dem Gebäude-Energie-Gesetz fehlt eine soziale Absicherung, deswegen stehen wir hier für eine soziale Wärmewende.	Das Wort "Heizhammer" wurde von Bild, AfD und Co. genutzt, um den ökologischen Fortschritt zurückzudrängen. Wiederholt niemals das Framing deines Gegners. Das stärkt lediglich seine Position.
Wärmewende	Grüne Heizungen und gedämmte Wohnungen	Wiederholt nicht zu oft komplizierte Wörter, sondern füllt die Wärmewende, wenn es passt mit Inhalt und Bildern!
Soziale Wärmewende	Eine Wärmewende, die für Mieter*innen gemacht ist	Das "sozial" in Wärmewende könnt ihr bei Bedarf auch ausschreiben.

Zahlen, die Überzeugen

1. **Wärme-Contracting:** "Deutschlandweit seien hunderttausende Mieterinnen und Mieter von überhöhten Kosten durch [Wärme]-Contracting betroffen, schätzt die Verbraucherzentrale Bundesverband." Insgesamt werden vier Millionen Wohnungen durch Contracting-Verträge versorgt, laut Lobbyverband Vedec. ([Correctiv](#), 2024)
2. **Abhängigkeit:** Über 80% der Haushalte mit niedrigem Einkommen leben in Mehrfamilienhäusern, fast ausschließlich zur Miete. Das bedeutet, dass Mieter/innen im Vergleich zu Eigenheimbesitzer/innen in hohem Maße von den Entscheidungen ihrer Vermieter/innen abhängig sind und sich die Art der Sanierung nicht aussuchen können. ([RLS](#), 2023)
3. **Vermieter zocken Mieter mit Heizkosten ab:** Über den Heizkostencheck der Linken haben Mieter*innen rund 3.700 Dokumente eingereicht. Unter den prüfbaren Abrechnungen, sei jede vierte Rechnung fehlerhaft. Insgesamt habe man so 500 fehlerhafte Rechnungen entlarvt. ([Zeit](#), 2025)
4. **Wohnungsnot:** Laut dem Bündnis "Soziales Wohnen" fehlen in Deutschland um die 900.000 Sozial-Wohnungen. Das sind so viele Wohnungen, wie Menschen in Köln leben. ([Merkur](#), 2024)

5. **Modernisierung:** Durch die Modernisierungsumlage dürfen Vermieter aktuell 8% der Investitionskosten auf die Miete pro Jahr umlegen. Das kann zu einer starken Kostensteigerung bei Mieter*innen führen: Bei einer 70 qm Wohnung können das pro Monat 160 Euro mehr Warmmiete sein. In einer neuen Studie des BUND, Mieterbund und ifeu-Instituts wird gezeigt, wie energetische Modernisierung von Mietwohnungen sozialverträglich gelingen kann. ([BUND](#), 2024)
6. **Eine soziale Wärmewende ist ein wichtiger Beitrag gegen die Klimakrise:** Fast ein Drittel der CO₂-Emissionen entstehen im Gebäudesektor. Doch noch immer werden 79 Prozent der knapp 20 Millionen Wohngebäude mit Öl und Gas beheizt. ([UBA](#), 2024 ; [Dena](#), 2025)

Gute Antworten auf Gegenargumente

Im Vorhinein eines Interviews ist es hilfreich, sich zu überlegen, welche (teils auch gemeinen) Fragen Reporter stellen könnten. Grundsätzlich ist es hilfreich, sich mit der **ABC-Taktik** auseinanderzusetzen. Die Taktik schlägt vor, ganz kurz auf die Frage zu antworten (**A**cknowledge), eine Brücke zu bauen (**B**ridge) und abschließend den eigenen Punkt (**C**ontent) zu machen.

Es gibt kein Geld, um die Gebäude zu modernisieren.

Jahrelang haben Politiker*innen es versäumt, die Wohnungswirtschaft in die Verantwortung zu nehmen, um unsere Wohnungen zu sanieren. Dabei sind es die Wohnungskonzerne, die stärker besteuert werden müssen, damit es im Sommer angenehm kühl und im Winter warm bleibt.

Wärmepumpen sind doch viel zu teuer!?

Damit wir auf lange Sicht bezahlbare und warme Wohnungen haben, ist jetzt günstiger mit dem Umbau zu starten. Weil die Investitionskosten jetzt am Anfang erstmal hoch sind, unterstützt der Staat, um unsere Häuser und Wohnungen klimafest zu machen.

Ihr wollt mir doch meine Gasheizung verbieten?

Damit unsere Kinder auch in Zukunft an Flüssen baden, in Wäldern spielen und in Schulen lernen können, müssen Politiker*innen jetzt die Weichen für ein bezahlbares und klimafestes Leben einstellen. Neben der Sanierung von unseren Wohnungen, gehört auch dazu langfristig den Einbau von Wärmepumpen zu ermöglichen.

Aber sollten sich Mieter und Vermieter nicht gleichmäßig an den Kosten beteiligen?

Während Vermieter mit unseren Mieten Gewinne einfahren und meist nach 3 Jahren auch noch um 15% die Miete erhöhen, sollen wir bezahlen für die Sanierung? Da machen wir nicht länger mit! Wir schließen uns als Nachbarschaft gegen große Wohnungskonzerne, wie Vonovia zusammen, damit alle Menschen, ob zugezogen, seit Generationen hier oder gerade erst hier Schutz gefunden, ein warmes und bezahlbares Zuhause haben. Dabei sollen faire Vermieter warmmietenneutral vom Staat unterstützt werden.