



GEMEINSAM FÜR
NACHHALTIGERES
WASCHEN



#WirDrehenRunter

Wissenschaftlich begleitete Kampagne zur Verhaltensänderung

Ergebnisse des ersten Kampagnenjahrs der Kooperation zwischen WWF Deutschland und P&G

Kälter
wa

IMPRESSUM

Herausgeber

WWF Deutschland
Procter & Gamble
Collaborating Centre on Sustainable
Consumption and Production (CSCP)

Stand

Juli 2023

Autor:innen

- Dr. Sebastian Öttl (WWF Deutschland)
- Moritz Spielberger (WWF Deutschland)
- Fabian Gassner (Panda Fördergesellschaft für Umwelt mbH)
- Sandra Vartan (Panda Fördergesellschaft für Umwelt mbH)
- Gabriele Hässig (P&G Service GmbH)
- Dr. Johannes Keller (P&G Service GmbH)
- Andreas Onnen (P&G Service GmbH)
- Lena Sellmann (P&G Service GmbH)
- Björn Sievers (P&G Service GmbH)
- Estelle Soulier (P&G Service GmbH)
- Petr Schmied (CSCP)
- Rosa Strube (CSCP)

Wissenschaftlicher Partner



Design

epoqstudio.com

Fotonachweise

Cover: Ulrich Lindenthal-Lazhar;
S. 2: GettyImages; S. 4: Pixabay/Pexels;
S. 8: Ulrich Lindenthal-Lazhar; S. 8: Lukas/
Pexels; S. 10: David Bebber/WWF-UK;
S. 11: Neil Ever Osborne/WWF-US

#WirDrehenRunter

Eine Initiative von



**Kälter
waschen**

Energie sparen

**Klima
schützen**

#WirDrehenRunter ERGEBNISSE AUS DEM ERSTEM KAMPAGNENJAHR

Im Juli 2022 haben der WWF und P&G eine Kampagne für kälteres Waschen gestartet, um die mit dem Waschen von Wäsche verbundenen Treibhausgasemissionen in Deutschland zu verringern. Ziel ist es, die durchschnittliche Waschtemperatur um mindestens 1°C pro Jahr zu senken.

Bis zu
100.000 t CO₂

können in einem Jahr durch die Senkung der durchschnittlichen Waschtemperatur um -1,25°C eingespart werden.

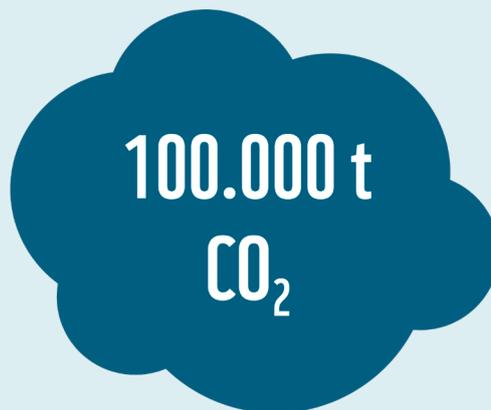
- Die Kampagne umfasst **TV Spots, Artikel in Print und Online Medien, Displays und POS** in Supermärkten, die Zusammenarbeit mit **Influencer:innen** und andere Kommunikationsmaßnahmen.
- **Wissenschaftlich begleitet** wird die Kampagne vom *Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP)* als externem Forschungspartner.
- Zwischen **Mai 2022 und Mai 2023 trug die Kampagne zu einer Reduktion der durchschnittlichen Waschtemperatur in Deutschland um 1,25°C bei**. Jährlich können dadurch nun bis zu 100.000 Tonnen CO₂ eingespart werden.

CO₂-EINSPARUNG DURCH SENKUNG DER DURCHSCHNITTLICHEN WASCHTEMPERATUR



WWF Deutschland und Ariel konnten mit der #WirDrehenRunter Kampagne Konsument:innen dazu bewegen, die Temperatur beim Waschen zu senken. Dies trug zu einer Reduktion der durchschnittlichen Waschtemperatur in Deutschland um 1,25°C bei.

Jährlich können dadurch bis zu 100.000 Tonnen CO₂ eingespart werden.



Dies entspricht mehr als dem CO₂-Ausstoß für den Stromverbrauch der Privathaushalte in der Kölner Altstadt.



#WirDrehenRunter

Quelle: COLLABORATING CENTRE ON SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION (CSCP)

*Berechnung des Einsparpotentials auf Basis der Daten des Statistischen Bundesamtes/Umweltbundesamtes. Details siehe www.wirdrehenrunter.de

WARUM KÄLTER WASCHEN?

Die Verringerung der Treibhausgasemissionen (THG) gehört zu den wichtigsten globalen Prioritäten. Sie ist entscheidend für den Schutz des Wohlbefindens der Menschen und der natürlichen Umwelt.

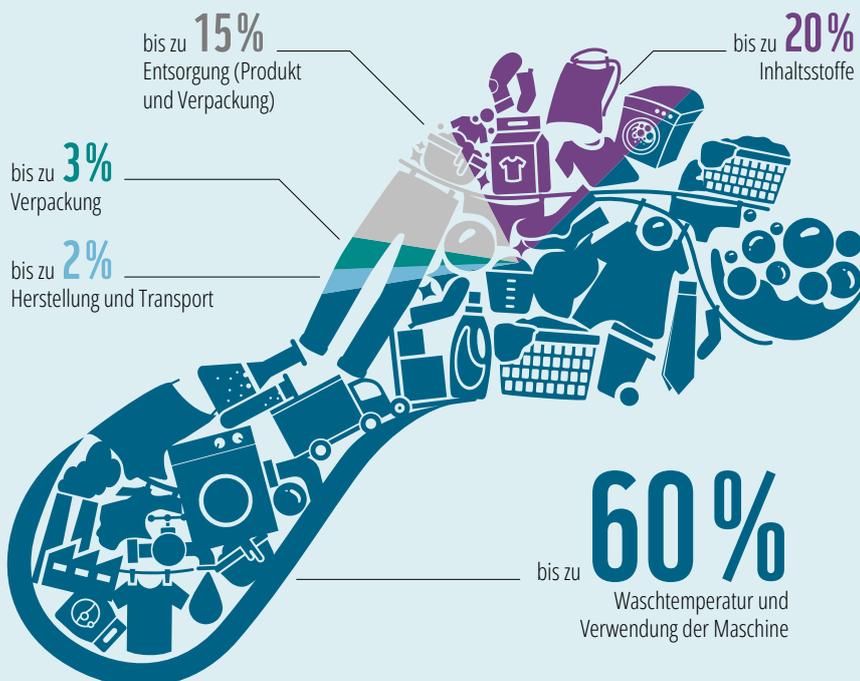
60%

des CO₂-Fußabdrucks des Wäschewaschens in Europa sind im Durchschnitt auf den eigentlichen Waschzyklus in der Maschine zurückzuführen.

*Quelle: P&G

- Als Beitrag zu diesen Reduktionszielen beginnen **Unternehmen auch, Verantwortung für die Emissionen zu übernehmen**, die in der **Nutzungsphase des Produkts** entstehen (Scope 3-Emissionen).
- **60%** des CO₂-Fußabdrucks des Wäschewaschens in Europa sind im Durchschnitt auf den eigentlichen **Waschzyklus** in der Maschine zurückzuführen – hauptsächlich durch die **Erwärmung** des Wassers.*
- Ein Waschgang bei **30°C statt 60°C** spart bis zu **60%** Energie, bezogen auf den Energieverbrauch einer Waschmaschine bei einem normalen Waschprogramm.*
- **Procter & Gamble (P&G)** und der **World Wild Fund for Nature (WWF)** engagieren sich für die **Verringerung der Treibhausgasemissionen** und haben deshalb eine innovative, **mehrfährige Kampagne für kälteres Waschen** in Deutschland gestartet.

CO₂-ABDRUCK DES WÄSCHEWASCHENS



Quelle: P&G; Vereinfachte Aufschlüsselung der Ökobilanz, europäischer Durchschnitt

#WirDrehenRunter

KAMPAGNE FÜR KÄLTERES WASCHEN

Die Kampagne #WirDrehenRunter wurde von P&G und dem WWF mit dem Ziel ins Leben gerufen, die durchschnittliche Waschtemperatur beim Wäschewaschen in Deutschland über einen Zeitraum von drei Jahren von 2022 bis 2025 um mindestens 1°C pro Jahr zu senken.

Die Kampagne startete im **Juli 2022** und umfasst ein breites Spektrum an Kommunikationsmaßnahmen wie TV Spots, Artikel in Print und in Online Medien, Radiobeiträge, TV Berichte, Social Media, Zusammenarbeit mit Influencer:innen und Content Creator:innen, Displays und andere POS Aktivierungen im Handel (Rewe, dm, Rossmann, Müller, Kaufland, Globus), Deutschlands erstem Kaltwaschsalon, Stakeholder Ansprachen und Pressearbeit sowie gemeinsame Präsentationen auf Kongressen und Events.

Insgesamt wurden im ersten Jahr **2 Milliarden Bruttokontakte erreicht**, vermutlich fast alle deutschen Haushalte.

360° KOMMUNIKATION



TV

Zusätzliche und eigenständige TV-Werbung inklusive Händlerauslobung



Waschmaschinenhersteller Broschüren



DAS EVALUIERUNGSKONZEPT



SCHRITT #1

Das Evaluationsdesign wurde gemeinsam vom Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) als externem wissenschaftlichen Partner, dem WWF Deutschland und P&G entwickelt. Vier externe Experten gaben zudem Feedback zum Evaluationsdesign, und die Änderungswünsche wurden in die endgültige Version des Prozesses aufgenommen.



SCHRITT #2

Die Evaluation besteht aus verschiedenen quantitativen und qualitativen Bewertungselementen und wurde durch einen Ansatz zur Berechnung der Emissionsreduzierung aufgrund der Änderungen der Waschtemperatur ergänzt.



SCHRITT #3

Die Ergebnisse der verschiedenen Bewertungsschritte werden vom CSCP als unabhängige Partei überprüft und zusammengestellt. Das CSCP fügte eine Analyse und Vorschläge zur Verbesserung sowohl der Kampagne als auch des Bewertungsprozesses hinzu.



SCHRITT #4

Die Ergebnisse der Evaluierung werden nun der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Sie werden auch für eine iterative Verbesserung der Kampagne genutzt.

DER EVALUIERUNGSPROZESS – WAS HABEN WIR UNS ANGESEHEN?



ZIEL DER BEWERTUNG

A.

Veränderung der
Waschtemperatur und
der damit verbundenen
Emissionen anzeigen

B.

Zusätzliche Einblicke
gewähren



FORSCHUNGSFRAGEN

A1.

Wie hat sich die durchschnittliche
Waschtemperatur in den
Haushalten in Deutschland nach
der Kampagne verändert?
(inkl. Kontrollgruppe in Österreich)

A2.

Welche Emissionsminderungen
können auf die Senkung der
durchschnittlichen Waschtemperatur
zurückgeführt werden?

B1.

Was waren die Hauptgründe für
die Ergebnisse der Kampagne?

B2.

Inwieweit hat die Kampagne die
Haupthindernisse für kälteres
Waschen abgebaut und die
fördernden Faktoren gestärkt?

B3.

Welche Teile der Kampagne
könnten verbessert werden und wie?

B4.

Hat die Kampagne zu indirekten
Verhaltensänderungen oder
Rebound-Effekten geführt?

WIE HABEN WIR GEMESSEN?



Vor Beginn der Kampagne und ein Jahr nach der ersten Erhebung wurde unter **1.000 Verbraucher:innen** in Deutschland eine **quantitative Umfrage zur Messung** der durchschnittlichen Temperatur von Wäsche durchgeführt. Eine vergleichbare Erhebung wurde in Österreich durchgeführt (Kontrollgruppe).



Durch **monatliche Umfragen bei 300 Verbraucher:innen** wurde ermittelt, inwieweit die **Kampagne die Gründe beeinflussen konnte**, die die Menschen davon abhalten oder dazu ermutigen, **ihre Wäsche bei niedrigeren Temperaturen zu waschen**.



Gleichzeitig wurden **qualitative Untersuchungen** durchgeführt, um **die Wahrnehmung der Kampagne durch die Verbraucher:innen zu verstehen** und **tiefer Einblicke** in die Faktoren zu **gewinnen**, die ihre Waschtemperatur beeinflussen.



Anhand der Veränderungen der Waschtemperaturen **wurden die Energieeinsparungen und die Verringerung der Treibhausgasemissionen berechnet**.



WAS HAT DIE KAMPAGNE ERREICHT

Die Kampagne ist erfolgreich! Die Waschtemperatur in Deutschland ist bereits um 1,25°C gesunken.

(Mai 2022 – Mai 2023)

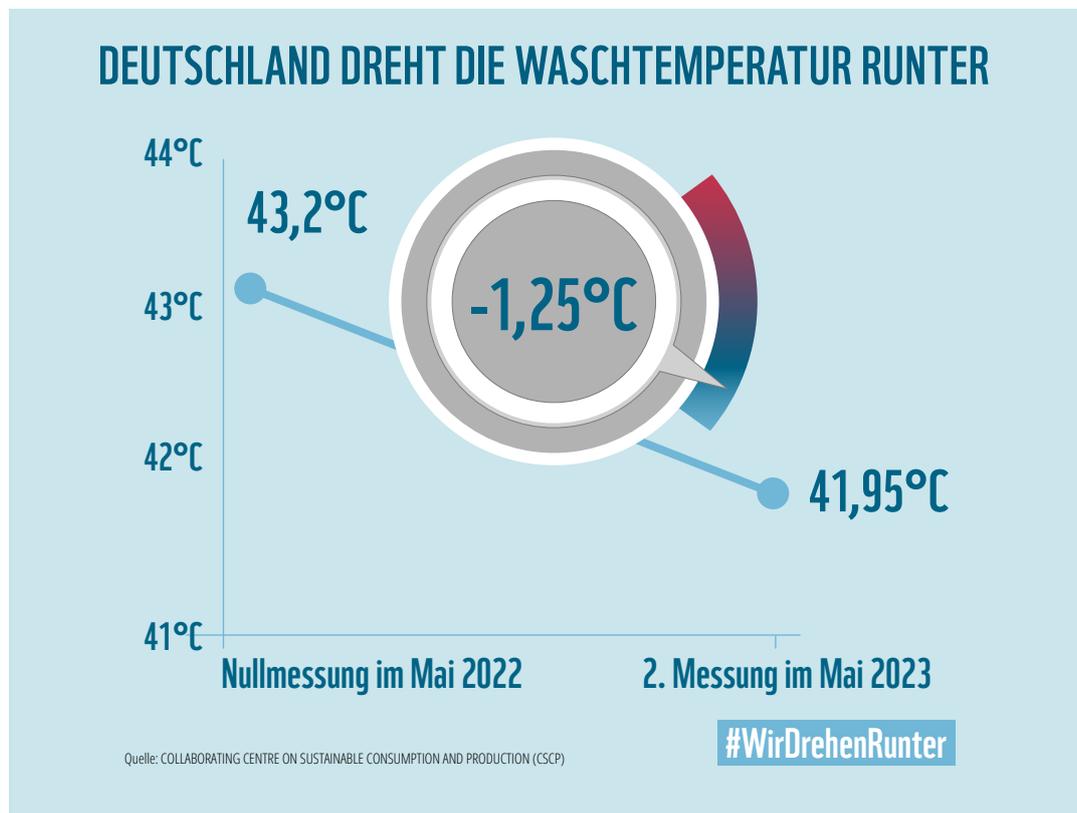
*Berechnung des Einsparpotenzials auf der Grundlage von Daten des Statistischen Bundesamtes/ Umweltbundesamtes.

Für Details siehe wirdrehenrunter.de.

Dies trug zu einer Einsparung von **bis zu 100.000 Tonnen CO₂** bei.

Zur Veranschaulichung:

Dies entspricht den CO₂ Emissionen des Stromverbrauchs von etwa 72.000 Haushalten*, mehr als die Emissionen des Stromverbrauchs der Privathaushalte in der Kölner Altstadt.



Quelle:
POSpulse und P&G;
bearbeitet von CSCP

Der Rückgang kann sowohl durch die **Kampagne als auch durch externe Faktoren** (Ukraine Krieg, steigende Energiekosten, Aufrufe zum Stromsparen) beeinflusst worden sein. Die externen Faktoren waren jedoch auch in Österreich vorhanden, wo die Kampagne nicht stattfand und wo keine statistisch relevante Veränderung der durchschnittlichen Waschtemperatur beobachtet werden konnte. Es ist deshalb wahrscheinlich, dass der **Rückgang in Deutschland auf die #WirDrehenRunter Kampagne zurückgeführt werden kann.**

WAS KOMMT ALS NÄCHSTES?



Die Kampagne wird in den kommenden Jahren fortgesetzt, um eine noch stärkere Reduzierung der durchschnittlichen Waschtemperatur in Deutschland und der damit verbundenen Treibhausgasemissionen zu erreichen.



Die nächste Phase der Kampagne wird sich systematisch auf die ‚Hindernisse‘ und ‚Motivatoren‘ konzentrieren, die den größten Einfluss darauf haben, ob die Menschen anfangen, ihre Wäsche bei niedrigeren Temperaturen zu waschen. Ziel ist es, über die Absicht, die Temperatur zu senken, hinauszugehen und die Menschen in die Lage zu versetzen, aktiv zu werden.



Die Kampagne wird sich auch die Macht sozialer Normen zunutze machen und kälteres Waschen als neues "normalen" Verhalten vermitteln, das bereits von vielen Menschen praktiziert wird, und andere dazu ermutigen, dasselbe zu tun.





Mehr WWF-Wissen
in unserer App.
Jetzt herunterladen!

wirdreherunter.de 



iOS



Android



Auch zugänglich
über einen Browser

Unterstützen Sie den WWF

IBAN: DE06 5502 0500 0222 2222 22



Unser Ziel

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

WWF Deutschland

Reinhardtstr. 18 | 10117 Berlin

Tel.: +49 30 311777-700

E-Mail: info@wwf.de | wwf.de