MEDIENINFORMATION

Krefeld, 30. Oktober 2026

SWK sorgt mit einem Stromtarif für Gamer für Aufsehen

Krefeld steht im Fokus der internationalen Gaming-Szene: Der von der SWK ENERGIE aufgelegte Stromtarif meinGAMING wird derzeit von Fachmedien, Tech-Portalen und Gaming-Plattformen aufgegriffen und diskutiert.

Strom ist ein austauschbares Produkt? Nicht zwingend. Mit der Marke meinGAMING (meingaming.de) will die SWK zeigen, wie ein kommunaler Energieversorger durch konsequente Zielgruppenorientierung neue Märkte erschließen kann. Dies überraschend erfolgreich. „Wir adressieren gezielt die Gaming-Community“, erklärt SWK ENERGIE-Geschäftsführer Smail Zarouali. „Wir wussten schon, dass die Idee gut ist, aber mit einer derartigen Resonanz und Aufmerksamkeit haben wir wirklich nicht gerechnet.“ Der Tarif richtet sich an Haushalte mit einem vergleichsweise hohen Stromverbrauch, wie er durch Gaming-PCs, Homeoffice, Streaming oder eine Vielzahl digitaler Geräte entstehen kann. Gleichzeitig verknüpft er das Leistungsversprechen eines etablierten Stadtwerks mit Sprache, Design und Kommunikationskanälen einer digitalen Zielgruppe.

Die Folge: In den vergangenen Wochen wurde meinGAMING von verschiedenen Gaming- und Technikmedien redaktionell aufgegriffen. In Deutschland unter anderem von ComputerBase, GameStar und PC Games Hardware, international beschäftigte sich die renommierte Online-Publikation Tom’s Hardware mit dem neuartigen Tarif, ebenso andere etablierte Medien wie FandomWire, latestintech und sogar spanisch-sprachige Medien wie El Chapuzas InformÃ¡tico oder HardZone. Auch die polnische Seite PCFormat berichtete.

Man habe nicht versucht, Strom neu zu erfinden, erklärt Zarouali, sondern die Art, wie er an den Kunden gebracht wird. „Statt einen weiteren Tarif für alle anzubieten, haben wir ein Produkt konsequent aus der Perspektive einer bestimmten Zielgruppe gedacht. Und die Resonanz gibt uns Recht“, führt Zarouali aus. meinGAMING soll an Lebenswelten, Communitys und digitale Gewohnheiten der Nutzer anknüpfen. So unterteilt es die Interessenten in Casual Gamer, Pro Gamer und Gaming Haushalte statt in klassische Haushaltsgrößen und bedient sich unaufdringlich, aber konsequent der Sprache der Gamer.

Diese Positionierung ist erfolgreich: Nach der Berichterstattung über das neue Produkt der

TEAM MEDIENSERVICE

Michael Paßon (Leitung)
02151 98-1904

Anke Friedrichs
- 4255

Dirk Höstermann
- 2583

Denise Matthijsse
- 1968

SWK STADTWERKE KREFELD AG St. Töniser Str. 124 | 47804 Krefeld | medienservice@swk.de | swk.de

MEDIENINFORMATION

SWK in den Fachmedien und Kanälen der Gaming-Szene schoss die Zahl der Abschlüsse im Oktober um mehr als das Zehnfache nach oben. Zuletzt gab es rund 130 neue Kunden pro Tag. Die SWK beweist damit, wie man durch entsprechende Zielgruppenfokussierung und Innovation neue Wachstumspotenziale erschließen kann.

TEAM MEDIENSERVICE

Michael Paßon (Leitung)
02151 98-1904

Anke Friedrichs
- 4255

Dirk Höstermann
- 2583

Denise Matthijsse
- 1968

SWK STADTWERKE KREFELD AG St. Töniser Str. 124 | 47804 Krefeld | medienservice@swk.de | swk.de