

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Startschuss für unsere bundesweite Awareness-Kampagne „Drop It Like E-Schrott“ ist gefallen. Als „Gemeinsame Stelle der Hersteller“ im Sinne des ElektroG und damit stellvertretend für alle Hersteller haben wir es uns zum Ziel gesetzt, die Verbraucher für das Thema der korrekten Altgeräte-Rückgabe zu sensibilisieren und sie zu entsprechendem Handeln zu motivieren.

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit sowie das Umweltbundesamt unterstützen die Aufklärungskampagne, welche u.a. auch vom Deutschen Städtetag, ZVEI, VERE e.V. und Bitkom e.V. befürwortet wird.

„Alte Elektrogeräte sind echte Rohstofflager“, sagt Bundesumweltministerin Svenja Schulze. „[...] Ich begrüße deshalb ausdrücklich die Informationskampagne der „stiftung ear“, die für die Rückgabe alter Elektrogeräte sensibilisiert und einheitlich und wiedererkennbar über Rückgabemöglichkeiten informiert. Die Kampagne leistet so einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zu mehr Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung.“

Wir laden Sie herzlich und mit Nachdruck ein, Teil der Awareness-Kampagne zu werden: Tragen Sie dieses Projekt mit, indem Sie als Multiplikatoren die Informationen und Botschaften weiterstreuen – vor Ort auf Ihren Wertstoff- und Recyclinghöfen, in den Filialen, an Ihren Besucher-Schaltern, in Ihren Geschäftsräumen oder eingebunden in Ihren Online-Auftritt bzw. Webshop!

Die vorliegende INFObrief-Ausgabe widmen wir als Themen-Special der Awareness-Kampagne, sodass Sie alle wichtigen Fakten hierzu gebündelt vor sich sehen.

Ihr Alexander Goldberg

 Vorstand

Legende



für Hersteller /
Bevollmächtigte



für öffentlich-rechtliche
Entsorgungsträger



für Verreiber



für entsorgungs-
pflichtige Besitzer



für Betreiber von Erst-
behandlungsanlagen



für alle

Inhalt

Gebührenverordnung, harmonisierte Meldeformate & mehr: Das ändert sich zum 01.01.2020	2
Wahljahr 2019: Jetzt stehen auch PBAs und Kuratorium fest	2
Das Konzept hinter der Kampagne	3
„Drop It Like E-Schrott“ im Netz . . .	4
So beziehen Sie Ihre Kommunikationsmittel zur Kampagne	5
Jahres-Statistik-Mitteilung 2019 . . .	6

Mehr Infos im Netz



Gebührenverordnung, harmonisierte Meldeformate & mehr: Das ändert sich zum 01.01.2020

Mit dem Neujahrstag ergeben sich einige Änderungen, die insbesondere Hersteller bzw. Bevollmächtigte und öffentlich-rechtliche Entsorgungsträger betreffen. Diese finden Sie hier im Überblick:

Neue Gebührenverordnung zum ElektroG (ElektroG-GeV) in Kraft

Nahezu alle Gebühren für die Gebährentatbestände der stiftung ear konnten für 2020 deutlich gesenkt werden. Grund dafür ist unter anderem die stetige Optimierung unserer Prozesse.

Über die Gebühren für die Bereitstellungs- und Abholanordnung (Gebührentatbestände Ziff. 20 und 21) wird die Awareness-Kampagne ab 2020 zu etwa der Hälfte finanziert. Das jährliche Kampagnen-Budget liegt bei 1 Million Euro. Die andere Hälfte der Kampagnenkosten wird durch Rücklagen der stiftung ear getragen.

Weitere Details zu den Gebührenveränderungen finden Sie [hier](#). Haben Sie sich entschieden, Gebührenbescheide der stiftung ear durch Überweisung zu begleichen, geben Sie bitte stets im Verwendungszweck die Gebührenbescheidnummer sowie die Debitorennummer an, damit wir Ihre Zahlungen korrekt zuordnen können.

EU-weit einheitliche Registrierungs- und Meldeformate

In Sachen Harmonisierung im Zuge der Umsetzung der WEEE-Richtlinie gibt es Neuigkeiten: Wie zuletzt in der [INFO-brief-Ausgabe 3/19](#) angekündigt, greift mit dem 01.01.2020 ein europaweit einheitliches Format bei der Registrierung von Elektro(nik)geräten sowie den Ist-Input-Mitteilungen der in Verkehr gebrachten Geräte. Das neue Datenformat gilt für Registrierungsanträge, die ab dem 01.01.2020 gestellt werden. Alle älteren Anträge sowie bereits erteilte Registrierungen bleiben im alten Format bestehen und müssen nicht angepasst werden.

Bei der Abgabe der monatlichen Ist-Input-Mitteilung ist nach den europäischen Vorgaben ab sofort eine Wahrheitserklärung mit abzugeben.

Dafür gilt es lediglich, im ear-Portal einen Haken an der dafür vorgesehenen Stelle zu setzen. Bitte beachten Sie: Diese Angabe muss als Pflichtangabe auch bei der Abgabe über die SOAP-Schnittstelle gemacht werden.

Im [ear-Portal](#) finden Sie die aktuelle Dokumentation der Schnittstelle in der Version 2.0.

ear-Portal: Aktualisiertes Verschlüsselungsprotokoll verwenden!

Wie in den vergangenen INFObrief-Ausgaben angekündigt, lassen sich das ear-Portal und die angebundenen Webservices seit dem 01.01.2020 nur noch unter Verwendung des Verschlüsselungsprotokolls TLS 1.2 oder höher nutzen. Dabei sind wir den Empfehlungen des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) gefolgt, um Ihren Datenaustausch bestmöglich zu schützen.

Wahljahr 2019: Jetzt stehen auch PBAs und Kuratorium fest

Dank Ihrer regen Beteiligung konnte das Wahljahr 2019 erfolgreich abgeschlossen werden. Als letzter Schritt sind die Produktbereichsarbeitsgruppen (PBAs) sowie das Kuratorium der stiftung ear neu besetzt worden. Die für jeden Produktbereich gewählten Mitglieder können Sie auf der Homepage der stiftung ear im [Bereich Produktbereiche, Regelsetzung und Regeln](#) einsehen. Die Kuratoriumsmitglieder und -stellvertreter sind ebenfalls auf unserer [Webseite](#) aufgeführt.

Damit sind nun alle Gremien nach den gesetzlichen Änderungen im vorletzten Jahr entsprechend an die neuen sechs Kategorien und Produktbereiche angepasst; die Expertengremien können ihre Arbeit wieder aufnehmen. Das jeweilige Aufgabengebiet kurz dargestellt finden Sie auf unserer [Homepage](#).

Das Konzept hinter der Kampagne



Für das Jahr 2019 gilt eine Sammelquote von 65 %. Es besteht dringender Handlungsbedarf, um sich diesem Ziel zu nähern. Das haben die produktverantwortlichen Hersteller erkannt. Deshalb hat die stiftung ear stellvertretend für sie die bundesweite Awareness-Kampagne „Drop It Like E-Schrott“ ins Leben gerufen.

Damit sich das Entsorgungsverhalten der Verbraucher nachhaltig wandelt, gilt es nicht nur, das nötige Entsorgungswissen in der Bevölkerung aufzubauen. Ebenso muss sich auch die Einstellung der Verbraucher dauerhaft zu mehr Engagement bei der korrekten Altgeräte-Entsorgung verschieben. Das wiederum kann nur gelingen, wenn die Kampagne die Verbraucher auch auf einer emotionalen Ebene erreicht: humorvoll und ohne den sprichwörtlichen erhobenen Zeigefinger.

Musik ist wie kein anderes Medium dafür geeignet. Sie geht ins Ohr, bleibt im Kopf und weckt Gefühle. Der Zuhörer geht im wahrsten Sinne des Wortes mit den Botschaften des Liedes mit. Deshalb steht der Song „Drop It Like E-Schrott“ im Zentrum der Kampagne. Dabei handelt es sich um ein Arrangement des Hits „Drop It Like It’s Hot“ von Snoop Dogg und Pharrell Williams mit neuem Text, der vermittelt, wie richtige Altgeräte-Rückgabe funktioniert. Das dazugehörige Erklärvideo ist im Stil eines Musikclips gehalten.

Die Gesichter der Kampagne stellen die vier fiktiven Charaktere Franzi, Gero, Frauke und Erik dar. Die Figuren spiegeln einen Querschnitt durch die Verbrauchergruppen wider: von der jugendlichen Umweltaktivistin, über den konsumorientierten Besserverdiener und die umtriebige Vertreterin der Silber-Generation, bis hin zum Technik-Fan mit Leib und Seele. Sie erscheinen sympathisch-skurriel überzeichnet und machen es genau darum den Verbrauchern leicht, Gefallen an ihnen zu finden und sich mit ihnen zu identifizieren.

Die Kernaussage der Kampagne: Richtiges Entsorgen ist leicht. Entsprechend klar ist auch die Sprache gehalten. „Mach es einfach: Entsorge deinen E-Schrott jetzt.“ lautet einer der wichtigsten Claims. „Dein E-Schrott ist bei uns genau richtig“ kennzeichnet die Rückgabestellen. Und speziell im Fachhandel wird nach dem Kauf eines Neugeräts auf die Altgeräte-Entsorgung hingewiesen mit „Neukauf?

Entsorge alt!“. Die Kampagne fordert die Verbraucher zur Abgabe der nicht mehr genutzten Geräte auf – ohne eine „Wegwerfgesellschaft“ zu proklamieren.

Damit die Verbraucher nachhaltig die Botschaften verinnerlichen können, ist es entscheidend, dass sie immer wieder – an verschiedenen Stellen und über längere Zeit – mit der Kampagne in Berührung kommen. Darum sind alle Hersteller, Vertrieber, örE, Entsorgungsdienstleister und NGOs aufgerufen, die Kampagneninhalte weiter zu kommunizieren und die dafür von der stiftung ear kostenfrei zur Verfügung gestellten Materialien zu nutzen. Die Awareness-Kampagne ist auf eine Laufzeit von vier bis sechs Jahren angelegt.

Die Verbrauchermarke Plan E

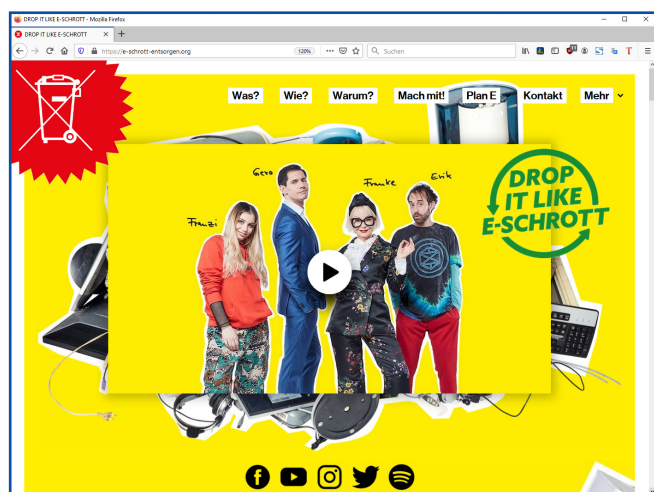
Bereits zu Beginn der Vorbereitungen der Awareness-Kampagne sind wir zu der Entscheidung gekommen, als Absender nicht die stiftung ear, sondern eine eigens kreierte Verbrauchermarke anzugeben. Warum? Weil bei der Kampagne nicht die stiftung ear mit ihren „b2b-Aufgaben“ im Mittelpunkt stehen soll. Denn mit diesen kommen die Verbraucher im Alltag nicht in Berührung.



Stattdessen geht es bei „Drop It Like E-Schrott“ darum, die Verbraucher über korrekte Altgeräte-Rückgabe aufzuklären und ihnen den entsprechenden Plan dafür zu geben. Aus diesem Grund trägt die neue Marke den Namen „Plan E“ – E wie einfach, E wie Elektroschrott, E wie Entsorgung.

„Drop It Like E-Schrott“ im Netz

Damit die Awareness-Kampagne die Verbraucher flächen-deckend erreicht, kommt es auch auf eine starke Präsenz im Netz an. Deshalb ist „Drop It Like E-Schrott“ nicht nur mit einem eigenen Online-Auftritt, sondern ebenso in den sozialen Medien und durch Anzeigen im World Wide Web breit aufgestellt.



Den Dreh- und Angelpunkt der Online-Präsenz stellt die Verbraucher-Webseite unter <https://e-schrott-entsorgen.org/> dar. Übersichtlich strukturiert und verständlich erklärt findet man hier mit nur wenigen Klicks die wichtigsten Informationen zur korrekten Rückgabe von Altgeräten.

Ein Hingucker ist sicherlich das Musik-Video zum Kampagnen-Song „Drop It Like E-Schrott“ auf [YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=...). Neben der Langversion des Liedes sind dort auch eine Mitsing-Version und kürzere Clips von den vier Charakteren eingestellt. Selbstverständlich können Sie gerne in Ihre Webseite eine Verlinkung zu den YouTube-Videos einbauen.

Auch auf [Facebook](https://www.facebook.com/e-schrott-entsorgen), [Instagram](https://www.instagram.com/e-schrott-entsorgen) und [Twitter](https://twitter.com/e-schrott-entsorgen) ist die Kampagne prominent vertreten. Immer topaktuell gibt es hier Wissenswertes für Verbraucher – unterhaltsam und mit einem ironischen Augenzwinkern serviert.

Um eine möglichst breite Streuung der Awareness-Kampagne zu gewährleisten, laufen in den sozialen Medien, auf YouTube, aber auch auf verschiedensten Online-Zeitungen und -Zeitschriften Anzeigen, die „Drop It Like E-Schrott“ bewerben. Diese tragen dazu bei, die User gezielt auf die Verbraucher-Webseite und die Social Media-Profile der Kampagne zu lenken.

Mit Plakaten und Werbeclips im Stadtbild präsent

„Drop It Like E-Schrott“ ist mittlerweile auch Bestandteil des Stadtbilds quer durch ganz Deutschland. An zahlreichen Orten hängen großflächige Plakate. Zudem laufen z.B. in Bahnhöfen und U-Bahn-Stationen kurze Werbeclips.

Auch schon vor dem Start der Kampagne konnte man in ausgewählten Großstädten übrigens einen ersten kleinen Teaser entdecken: In den letzten beiden Wochen vor dem Rollout kündigten Poster den Release an.



So beziehen Sie Ihre Kommunikationsmittel

Ob im Fachhandel, auf Wertstoff- bzw. Recyclinghöfen oder beim Onlinesurfen auf Homepages und Webshops: Für die Verbraucher ergibt sich zu der Kampagne dann ein stimmiges Bild, wenn sie diese überall wieder antreffen. Darum stellen wir Sie – unsere Stakeholder – kostenfrei mit den passenden Kommunikationsmitteln aus.

Zeigen Sie bei sich vor Ort Flagge für das Thema Altgeräte-Rückgabe: Von uns bekommen Sie die Print-Materialien dafür. Lebensgroße Aufsteller – für Indoor oder Outdoor – ebenso wie Thekenaufsteller, Regal-Wobbler, Flyer sowie Poster von DIN A 1 bis 4 stehen bereit. Im [Downloadbereich](#) haben wir Produktbögen der verschiedenen Materialien zur Ansicht hinterlegt.

Ebenfalls im [Downloadbereich](#) finden Sie das Bestellformular. Bitte füllen Sie dieses aus und senden es an presse@stiftung-ear.de. Sie erhalten dann Ihre gewünschten Materialien. Oder möchten Sie die Print-Kommunikationsmittel lieber über Ihre Hausdruckerei selbst herstellen lassen? Dann laden Sie die Druckvorlagen einfach aus dem Unterordner „Werbemittel“ im [Downloadbereich](#) herunter.

Sie möchten das Thema in Ihren Webauftritt oder Ihre eigenen Kommunikationsmittel einbinden? Kein Problem: Die Grafik-Elemente zur Kampagne stehen für Sie parat. Im [Downloadbereich](#) finden Sie eine Auswahl an Elementen, die Sie kostenfrei herunterladen können. Neben Logos, Schriftzügen der verschiedenen Claims und Bildern der vier Charaktere haben wir z.B. auch einen Online-Flyer gestaltet.

Für alle, die sich noch detaillierter zu den Kommunikationsmitteln informieren möchten, bieten wir Anfang 2020 ein ca. 40-minütiges Webinar an. Die Termine geben wir rechtzeitig vorab auf unserer [Webseite](#) bekannt.

Sollten Sie Rückfragen zu den Kommunikationsmitteln haben, kontaktieren Sie uns bitte jederzeit gerne per Mail an presse@stiftung-ear.de oder unter der Telefonnummer 0911 76665-50.



MACH ES EINFACH: ENTSORGE DEINEN E-SCHROTT JETZT.

Egal ob Rasierer, Akkuschauber, Fernsehgerät oder Kühlschrank: Werde Deinen E-Schrott ganz einfach und kostenfrei beim Fachhändler* oder auf dem Wertstoffhof los.

* Ist das Gerät max. 25 cm groß? Dann kannst Du es unabhängig von einem Neukauf abgeben. Ist das Gerät über 25 cm groß? Dann kannst Du es beim Kauf eines entsprechenden Neugeräts abgeben.

PLAN^E
E-Schrott
wird richtig entsorgt

www.e-schrott-entsorgen.org



Aktualisierter EWRN-Leitfaden zur Definition der sechs Kategorien

Seit der Einführung des offenen Anwendungsbereichs lässt sich jedes Elektro(nik)gerät nach dem ElektroG einer der sechs Kategorien zuweisen. Eine hilfreiche Handreichung dafür ist das Guidance Paper des European WEEE Registers Networks (EWRN). Dieses gibt es nun in aktualisierter Version auf der [EWRN-Homepage](#) zum Download.

Neben einem Entscheidungsbaum für die Kategorie-Zuordnung sind darin Definitionen der sechs Kategorien angeführt. Wie in der [INFObrief-Ausgabe 3/19](#) berichtet, hat das EWRN zusammen mit Herstellervertretern der Lichtindustrie, LightingEurope und EucoLight, vergangenes Jahr EU-weit einheitliche Konkretisierungen der Definitionen für Lampen und Leuchten erarbeitet. In der aktualisierten Version des Guidance Papers wurden diese Definitionen entsprechend angepasst.

Aktuelle Infos für örE im Überblick

Der INFObrief liefert Ihnen jedes Quartal die wichtigsten Neuigkeiten für Hersteller/Bevollmächtigte, Vertrieber, öffentlich-rechtliche Entsorgungsträger, entsorgungspflichtige Besitzer und Betreiber von Erstbehandlungsanlagen. Allen örE legen wir zudem unser Rundschreiben für öffentlich-rechtliche Entsorgungsträger ans Herz, das sie gezielt mit zusätzlichen, speziell auf sie zugeschnittenen Informationen versorgt.

U.a. finden Sie darin Entwicklungen rund um das ElektroG, die stiftung ear und das ear-Portal. Darüber hinaus werden im Rundschreiben häufig gestellte Fragen der örE beantwortet.

Das örE-Rundschreiben erscheint als reine Online-Publikation jeweils am 15. Tag des ersten Monats im Quartal. Die nächste Ausgabe gibt es also ab dem 15.01.2020. Alle Ausgaben können Sie auf unserer [Homepage](#) abrufen.

Mitteilungspflichten der Hersteller

Jeder Hersteller bzw. Bevollmächtigter muss nach einer Abholung die abgeholte Menge unverzüglich der stiftung ear mitteilen. Eine entsprechende Aufgabe finden Sie im ear-Portal. Sofern keine Altgeräte abgeholt und die Abholanordnung nach Prüfung des Sachverhalts durch die stiftung ear nicht aufgehoben wurde, ist eine Nullmeldung durch die stiftung ear zu vermerken.

Setzen Sie sich diesbezüglich bitte per E-Mail an system@stiftung-ear.de mit uns in Verbindung und schildern uns kurz den Sachverhalt. Der Antrag auf Hinterlegung einer Nullmenge kann ausschließlich durch den Meldepflichtigen, d.h. den Hersteller bzw. Bevollmächtigten, gestellt werden.

Garantienachweis 2020

Denken Sie jetzt an Ihren Garantienachweis für das Kalenderjahr 2020. Diesen können Sie bequem über die entsprechende Aufgabe im ear-Portal anlegen. Die zur Berechnung des erforderlichen Garantiebetrages für das Kalenderjahr 2020 relevanten Faktoren sind mit denen des vergangenen Kalenderjahres identisch. Die Faktoren finden Sie an gewohnter Stelle auf unserer Homepage.

Jahres-Statistik-Mitteilung 2019

Die Jahres-Statistik-Mitteilung für das Kalenderjahr 2019 steht vor der Tür. Ab Februar 2020 bis einschließlich 30.04. können Sie Ihre Mitteilung bequem über das ear-Portal erfassen. In unserem [YouTube-Kanal](#) stehen Ihnen Lernvideos zur Verfügung, die Ihnen die einzelnen Schritte der Mitteilungsabgabe detailliert erläutern. Darüber hinaus können Sie bei Fragen das ear-Team gerne auch unter der Telefonnummer 0911 76665-0 oder per Mail an system@stiftung-ear.de kontaktieren.

Impressum

<https://www.stiftung-ear.de/de/impressum>