

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wir freuen uns sehr, Ihnen unsere neue bundesweite Kampagne zur richtigen Entsorgung von Elektro-Altgeräten vorzustellen. Gemeinsam mit der **Sesamstraße** zeigen wir, wie einfach Umweltschutz im Alltag funktioniert.



Mit **Elmo, Grobi und Oskar** haben wir drei Figuren gewonnen, die Generationen verbinden und mit Witz und Charme erklären, was nicht in die Tonne gehört.

Die Idee dahinter ist klar und wirksam. Richtige Entsorgung braucht Reichweite und Sympathie.



Wenn bekannte und beliebte Figuren wie Elmo, Grobi und Oskar über E-Schrott sprechen, erreichen wir viele Menschen auf ganz neue Weise.

Das Thema wird so greifbar, verständlich und positiv besetzt, **für Kinder und Erwachsene gleichermaßen**.

In diesem INFObrief werfen wir einen Blick hinter die Kulissen der Produktion und zeigen, wo und wie die neue **360°-Kampagne** überall zu sehen ist. Sie macht deutlich, dass Verbraucheraufklärung Spaß machen kann und Nachhaltigkeit auch unterhalten darf.

Herzliche Grüße, Ihre **Dr. Andrea Menz**



Elmo, Grobi und Oskar klären über E-Schrott auf

stiftung ear und die Sesamstraße starten bundesweite Kampagne zur richtigen Entsorgung von Elektro-Altgeräten

Seit über 50 Jahren ist die Sesamstraße fester Bestandteil der deutschen Fernseh- und Kulturlandschaft und begeistert Generationen von Zuschauerinnen und Zuschauern. Wer könnte also generationenübergreifende Themen besser vermitteln als die beliebten Figuren dieser Sendung?

Elmo und **Grobi**, feste Größen der deutschen Ausgabe, sowie **Oskar**, vor allem älteren Fans bestens bekannt, übernehmen eine wichtige Mission: Gemeinsam setzen sie sich

für den Umweltschutz ein. Sie klären darüber auf, was nicht in die Tonne gehört: Elektroschrott.

Mit Witz, Charme und in ihrem ganz eigenen Stil startet **am heutigen 20. Oktober eine bundesweite Kampagne** rund um die drei Freunde. Ziel ist es, Menschen für den richtigen Umgang mit Elektro-Altgeräten zu sensibilisieren – unterhaltsam, informativ und verständlich.

Eine bundesweite 360°-Kampagne für alle Generationen

Die Aktion ist in mehrfacher Hinsicht besonders: Es ist die erste Aufklärungskampagne in Deutschland, bei der Charaktere der Sesamstraße im Einsatz sind. Und nach vielen Jahren ist auch Oskar aus der Tonne wieder in Deutschland zu sehen.

„Wir freuen uns sehr über diese besondere Chance, mit Elmo, Grobi und Oskar ein so wichtiges Thema wie die richtige Entsorgung von Elektro-Altgeräten in die Öffentlichkeit zu tragen.“ sagt **Dr. Andrea Menz, Generalbevollmächtigte der stiftung ear**.

Auch **Kerstin Hintze, Marketing Director** bei **Sesame Workshop Europe**, betont die Bedeutung des Themas: *„Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit mit der stiftung elektro-altgeräte register. Unsere Kooperation zielt darauf ab, das Bewusstsein für Umweltschutz zu schärfen und über die richtige Entsorgung von Elektroschrott zu informieren. Mit Unterstützung von Elmo, Grobi und Oskar aus der Sesamstraße, tragen wir dazu bei, Kinder und ihre Familien spielerisch über die Relevanz von Recycling aufzuklären.“*

Reichweite trifft Relevanz: Der Mediamix macht's möglich

Um die Botschaft in alle Haushalte zu bringen, kombiniert die Kampagne reichweitenstarke Medien mit gezieltem Targeting. Elmo, Grobi und Oskar zeigen in zwei TV-Spots, dass der alte Föhn und das alte Handy nicht in die Tonne gehören, sondern auf dem Wertstoffhof oder im Supermarkt korrekt entsorgt werden müssen. Beide Spots laufen auf **verschiedenen TV-Sendern** wie **ProSieben**, **RTL** und **SAT.1** sowie auf Streaming-Angeboten wie **Joyn**, **RTL+** und **Disney+**.

Gleichzeitig sorgen **digitale Ads auf Online-Plattformen** für Wiedererkennung. Auf den **Social Media Kanälen** von e-schrott-entsorgen.org lohnt es sich, in den nächsten Wochen regelmäßig vorbeizuschauen.





Ergänzt wird der digitale Auftritt durch **großflächige Plakatmotive** (18/1) und **Bauzaunplakatierungen** in Städten, wie z. B. Berlin, Hamburg, München, Köln und Leipzig.

Die Motive sind auch als **Postkarten** erhältlich – kostenlos im [Online-Shop](#).

Mit diesem vielfältigen Mediamix schafft die Kampagne eine bundesweite Präsenz und erreicht die Menschen dort, wo sie sich aufhalten – ob auf der Straße, im Netz oder vor dem Bildschirm.



Verantwortlich für die Kampagne ist die Lead-agentur der **stiftung ear**, **canvas&frame**, unterstützt von **Florida Reklame / Florida Entertainment GmbH** und **doity Produktion GmbH**. Regie führte **Arrigo Reuss**.



Zuständigkeiten und Erreichbarkeit

Kundenberatung (Hotline):

+49 911 76665-0

Benutzer-ID und Vorgangs-ID
bereithalten

Sprechzeiten:

montags, dienstags, donnerstags und
freitags zwischen 9.00 und 12.00 Uhr

sowie mittwochs zwischen 13.00 und
16.00 Uhr

Impressum:

www.stiftung-ear.de/de/impressum