GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

sofia

h da
HOCHSCHULE DARMSTADT
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Verbrauchertransparenz über Smartphone-Apps — am Beispiel „ToxFox“

Mattheus Brenig

Universität Göttingen

26. September 2018

GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

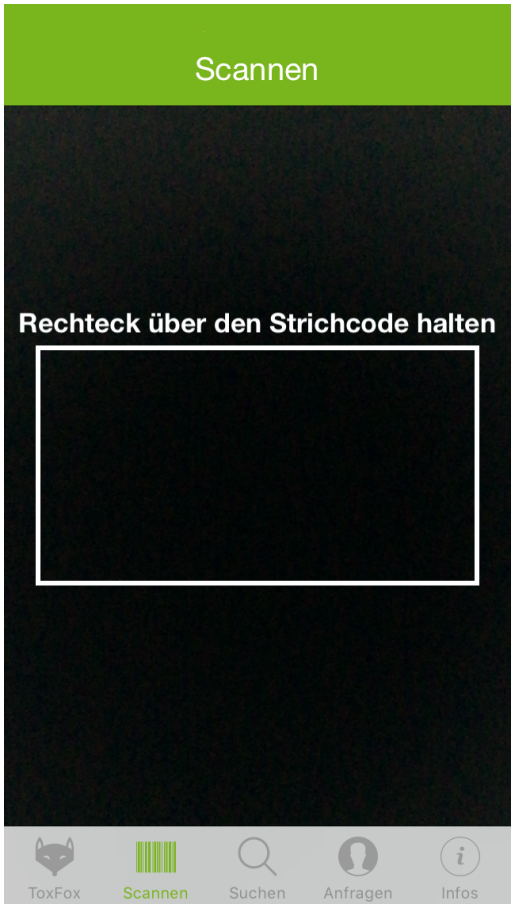
FONA
Forschung für Nachhaltige
Entwicklung
BMBF

Partner:
BUND
FREUNDE DER ERDE
chemsec
INTERNATIONAL CHEMICAL SECRETARIAT
Stockholm
University

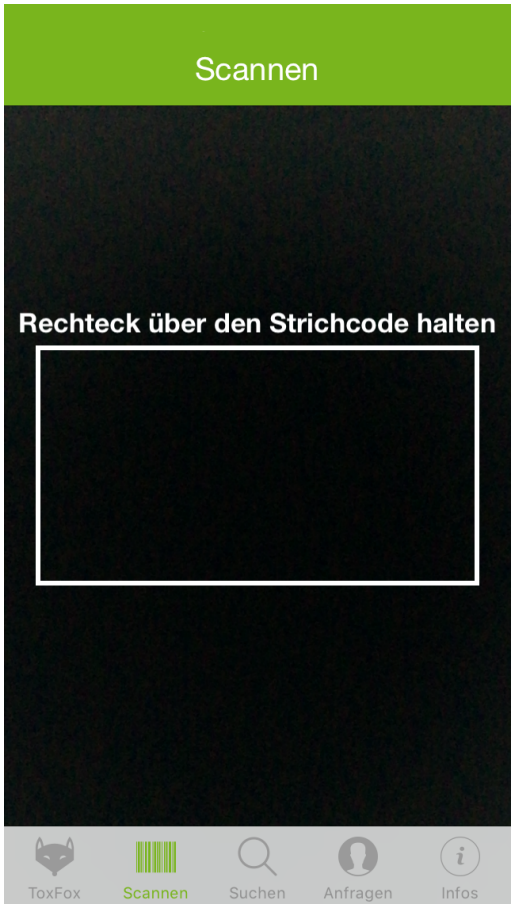
Was ist der ToxFox?

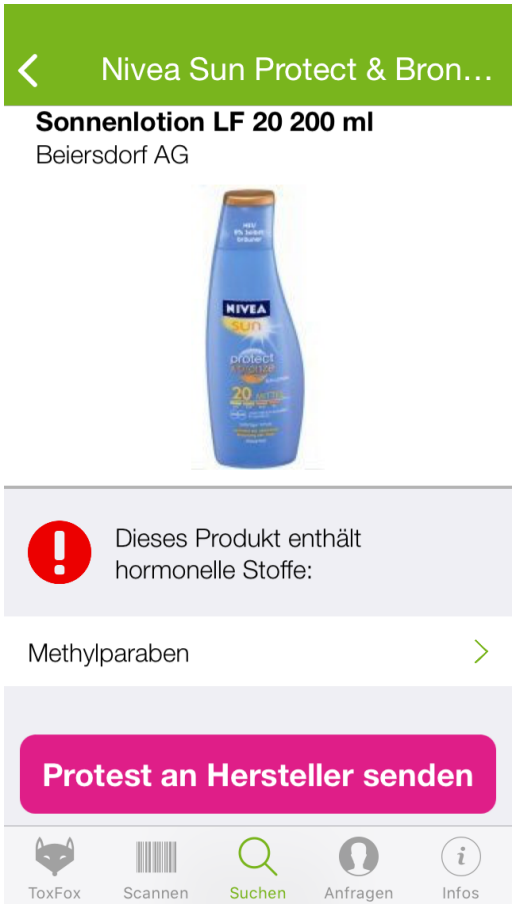
- Betreiber: BUND e.V.
- Information für Konsumenten: Sind Substanzen mit gefährlichen Eigenschaften in einem Produkt?
  - EDC in Kosmetika
  - SVHC in REACh-Artikeln
- Launch EDC-Version: 27. Juli 2013
- Erweiterung um SVHC-Funktion: 20. Oktober 2016

Wie funktioniert der ToxFox? - Kosmetik/EDC

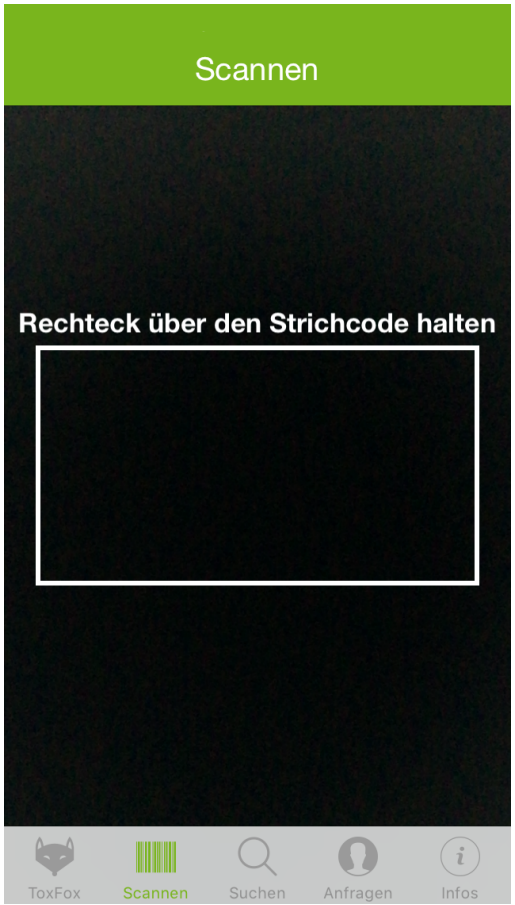


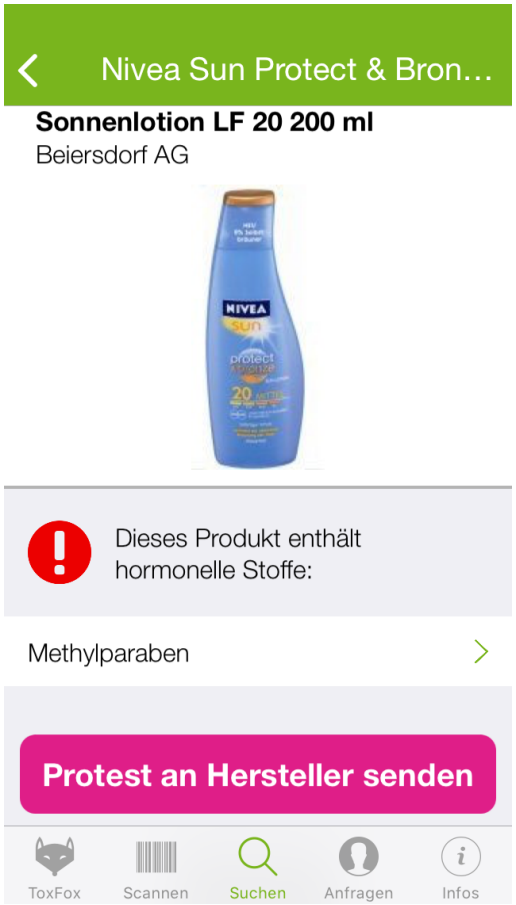
Wie funktioniert der ToxFox? - Kosmetik/EDC

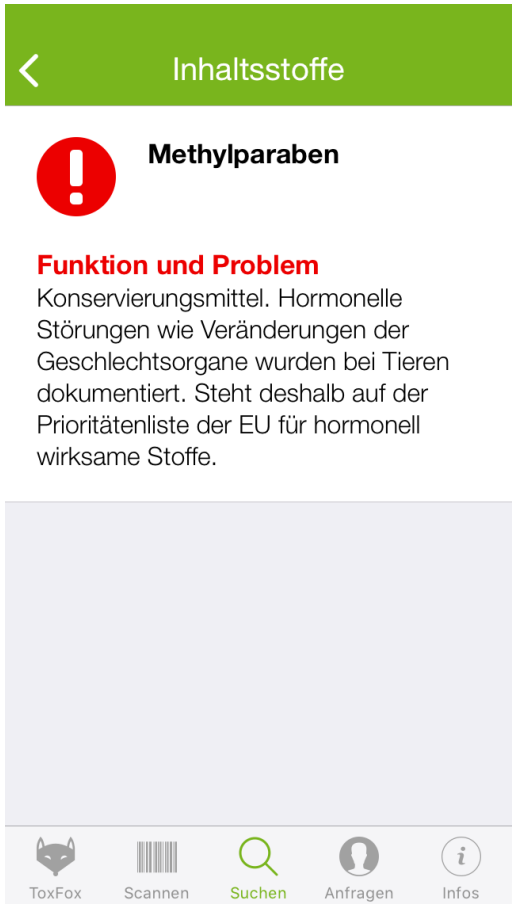




Wie funktioniert der ToxFox? - Kosmetik/EDC

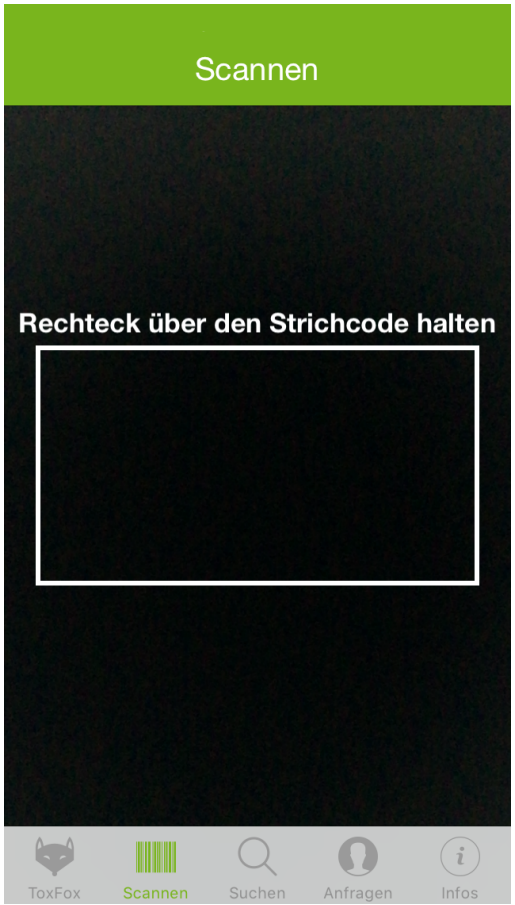






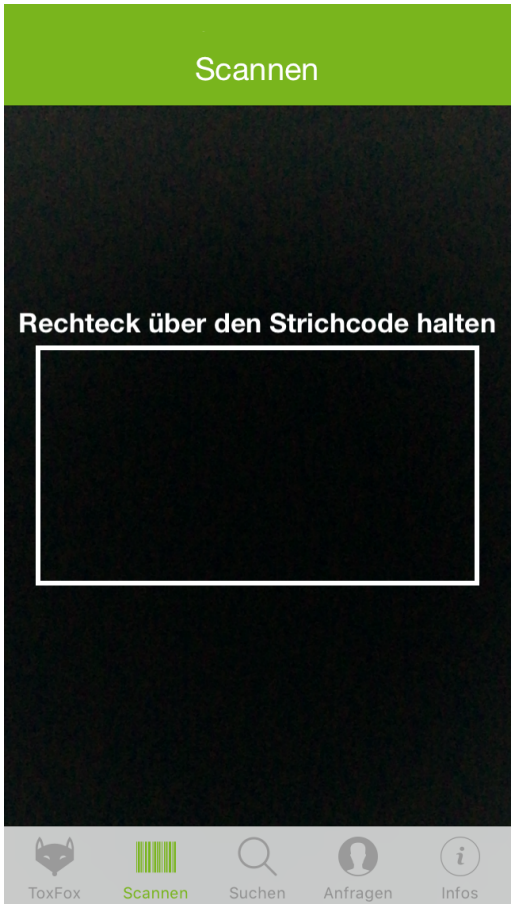
Wie funktioniert der ToxFox? - REACh-Produkt/SVHC

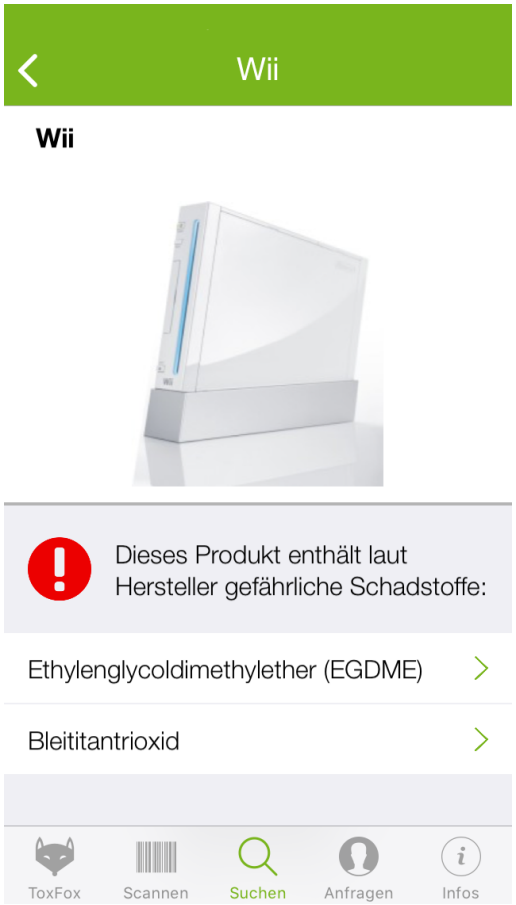
Fall: Informationen vorhanden



Wie funktioniert der ToxFox? - REACh-Produkt/SVHC

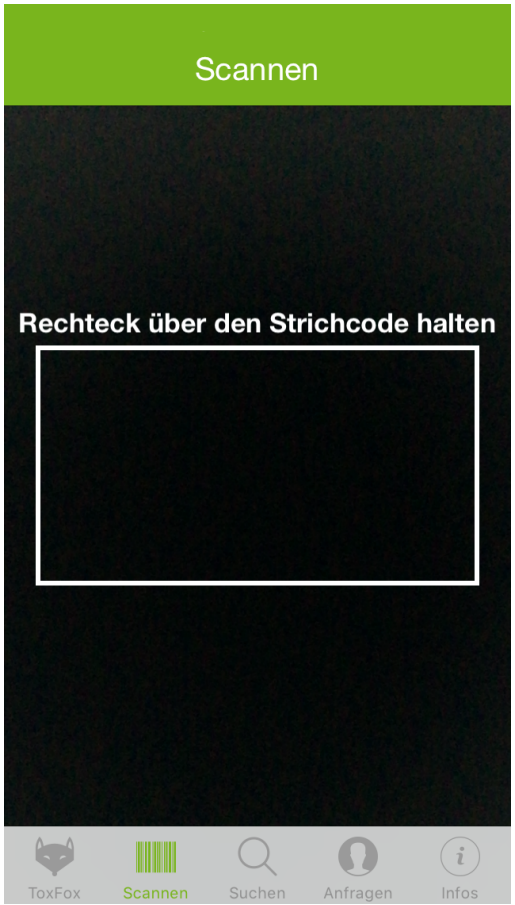
Fall: Informationen vorhanden

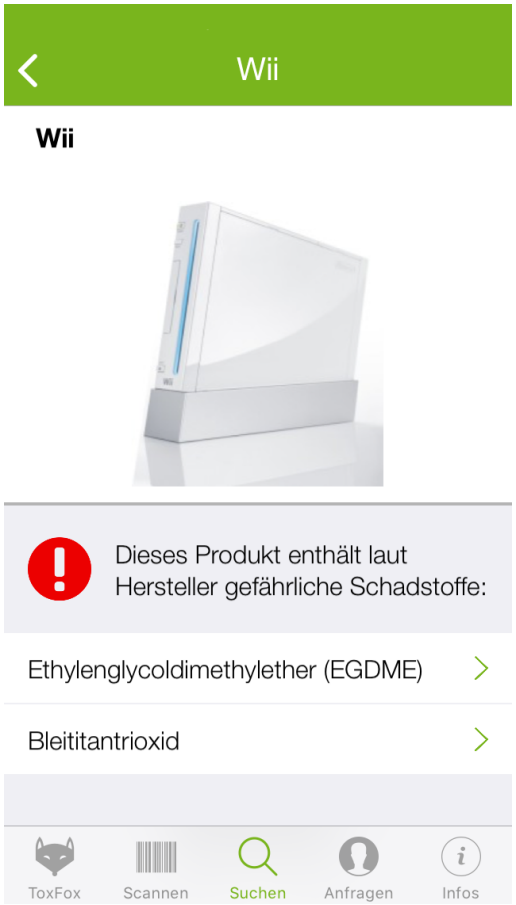


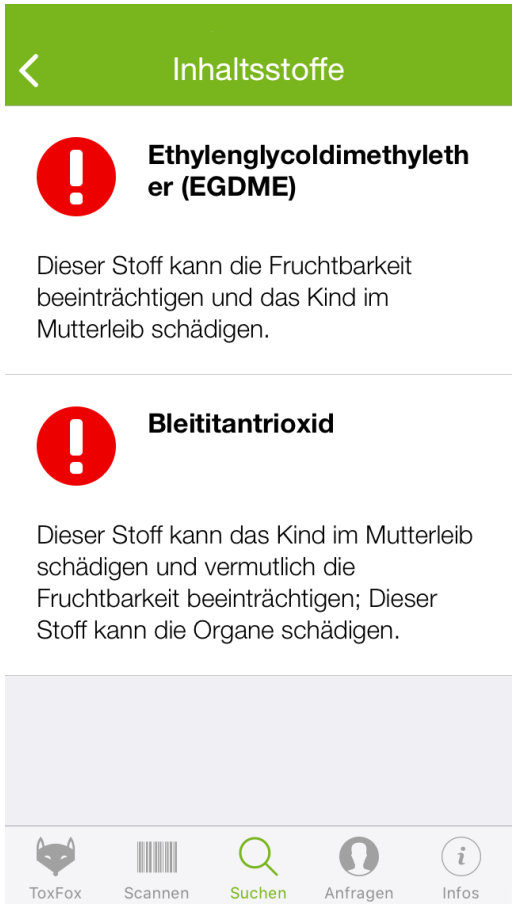


Wie funktioniert der ToxFox? - REACh-Produkt/SVHC

Fall: Informationen vorhanden

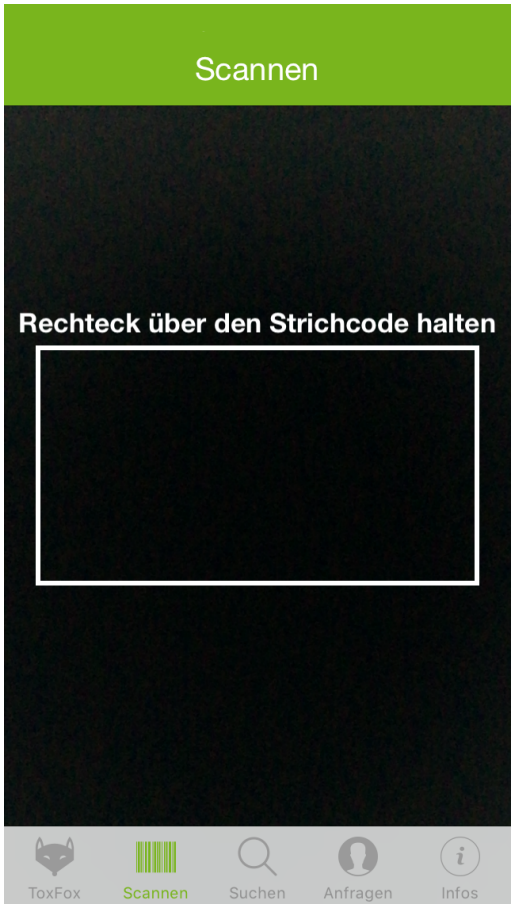


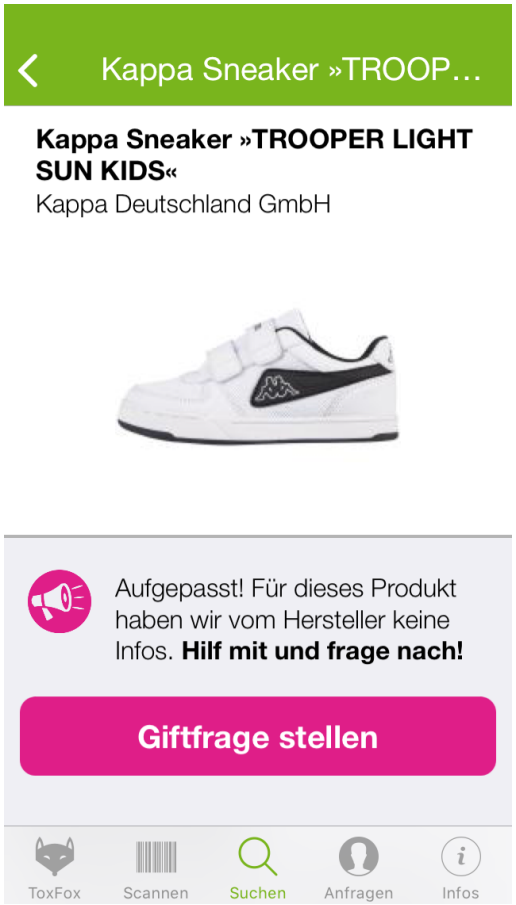




Wie funktioniert der ToxFox? - REACh-Produkt/SVHC

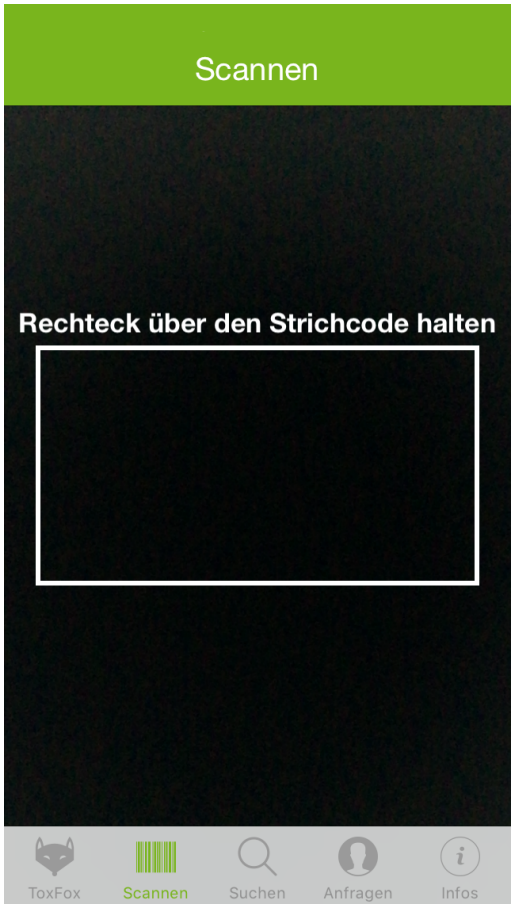
Fall: Keine Informationen vorhanden

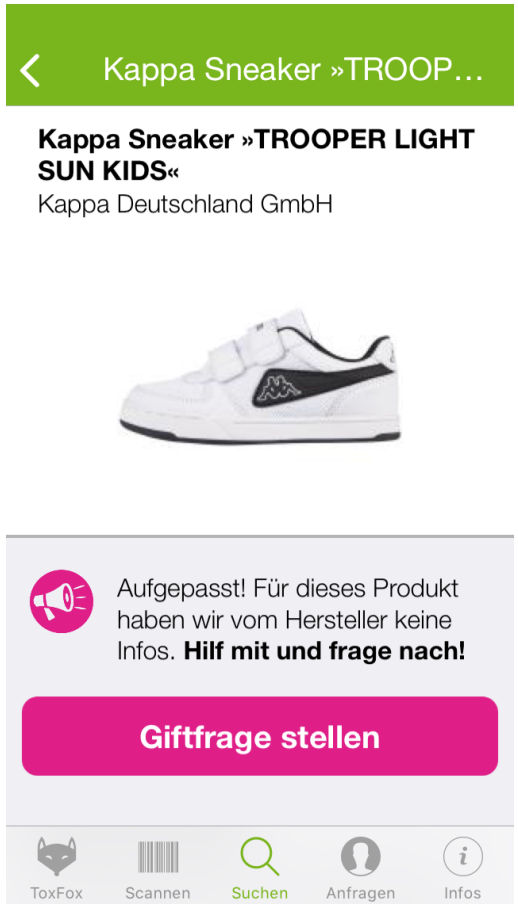


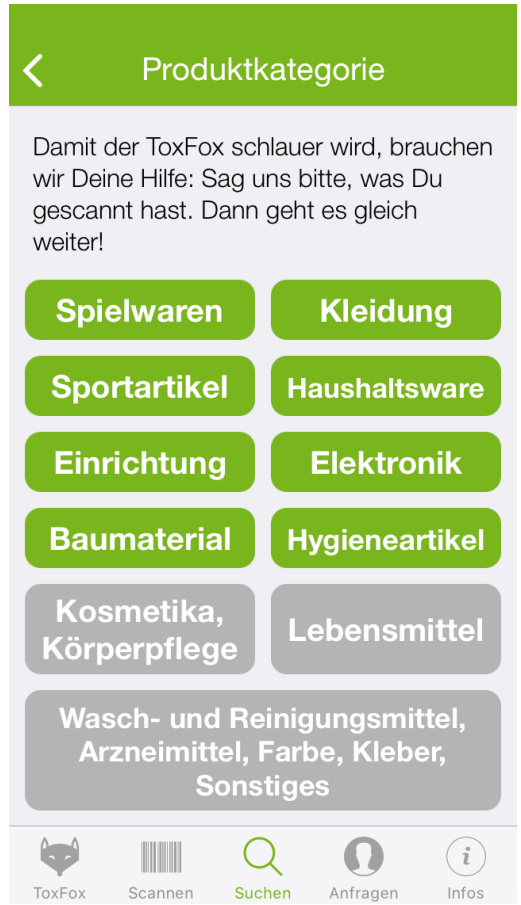


Wie funktioniert der ToxFox? - REACh-Produkt/SVHC

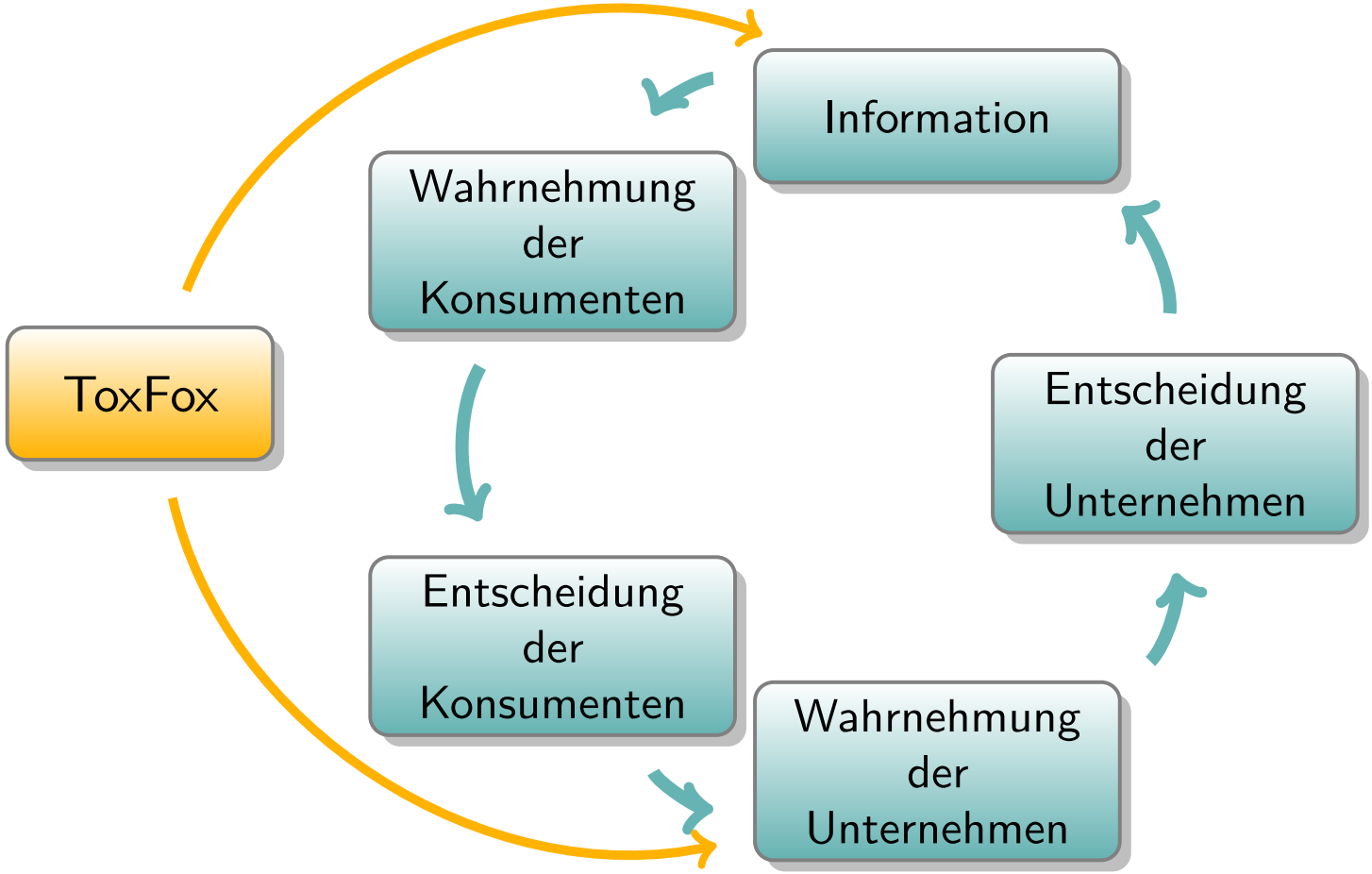
Fall: Keine Informationen vorhanden







Transparenz als regulatorischer Ansatz—Das Bsp. ToxFox



Hinweis

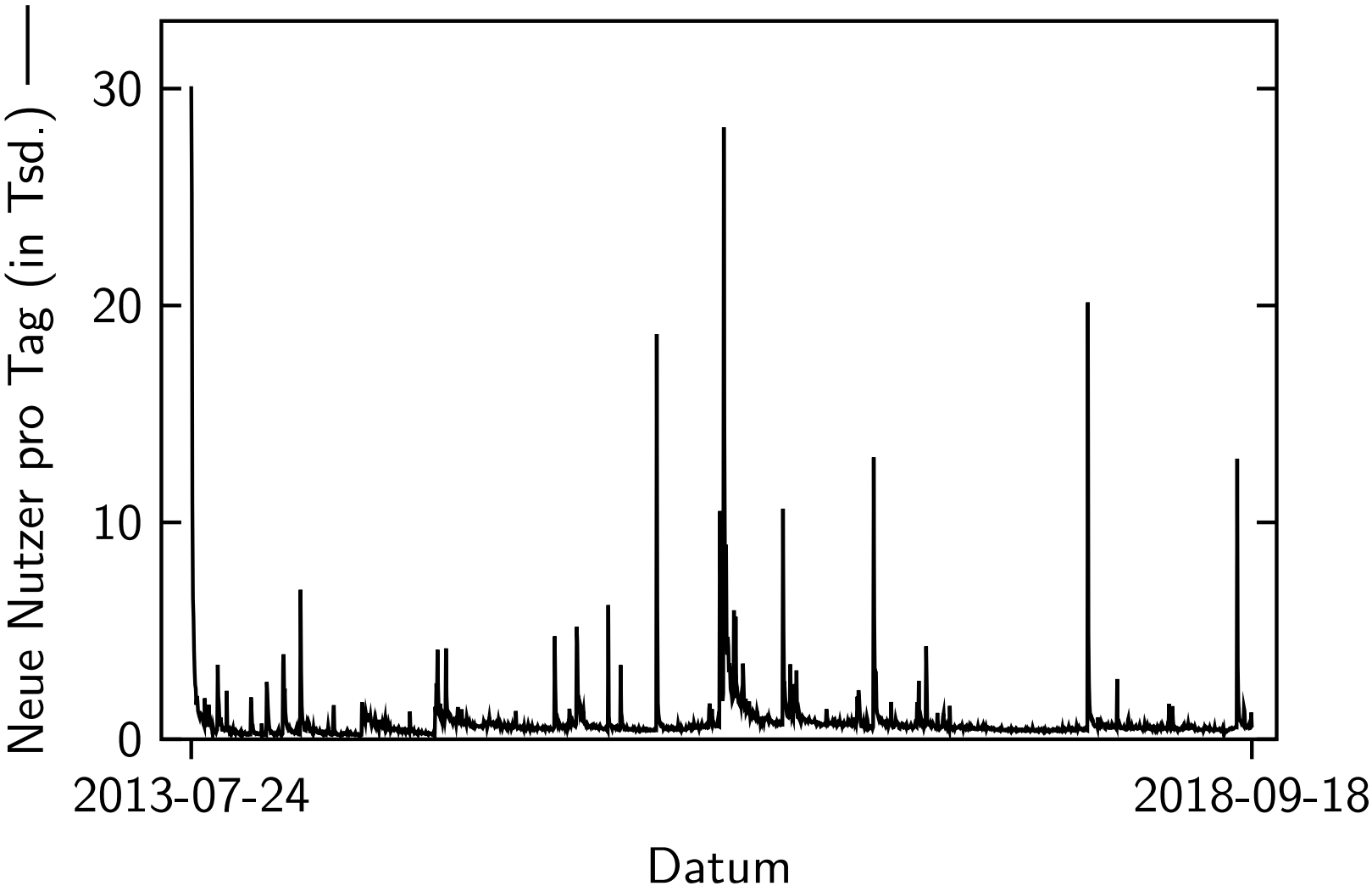
Präferenzen → Motivallianzen, Keine Wechselkosten

Zahlen über den gesamten Zeitraum

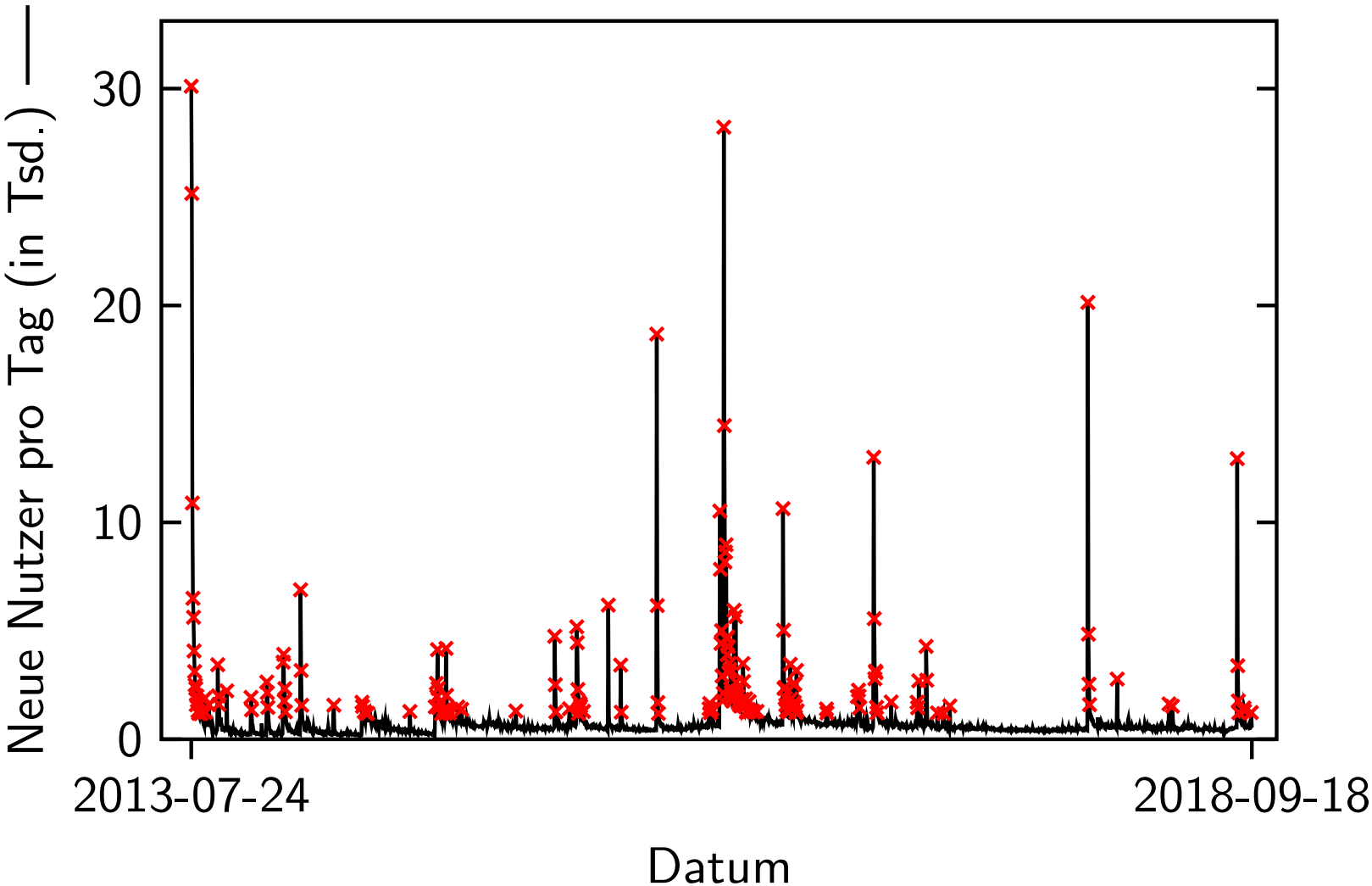
- Etwas mehr als 1.5 Mio. Nutzer (837 neue Nutzer pro Tag)
- Verbreitung im deutschsprachigen Raum (DE 80%, AT 15%, CH 2%)
- Etwa 25 Mio. Scans (13 500 Tsd. am Tag)

→ Etwa 16 Scans pro Nutzer

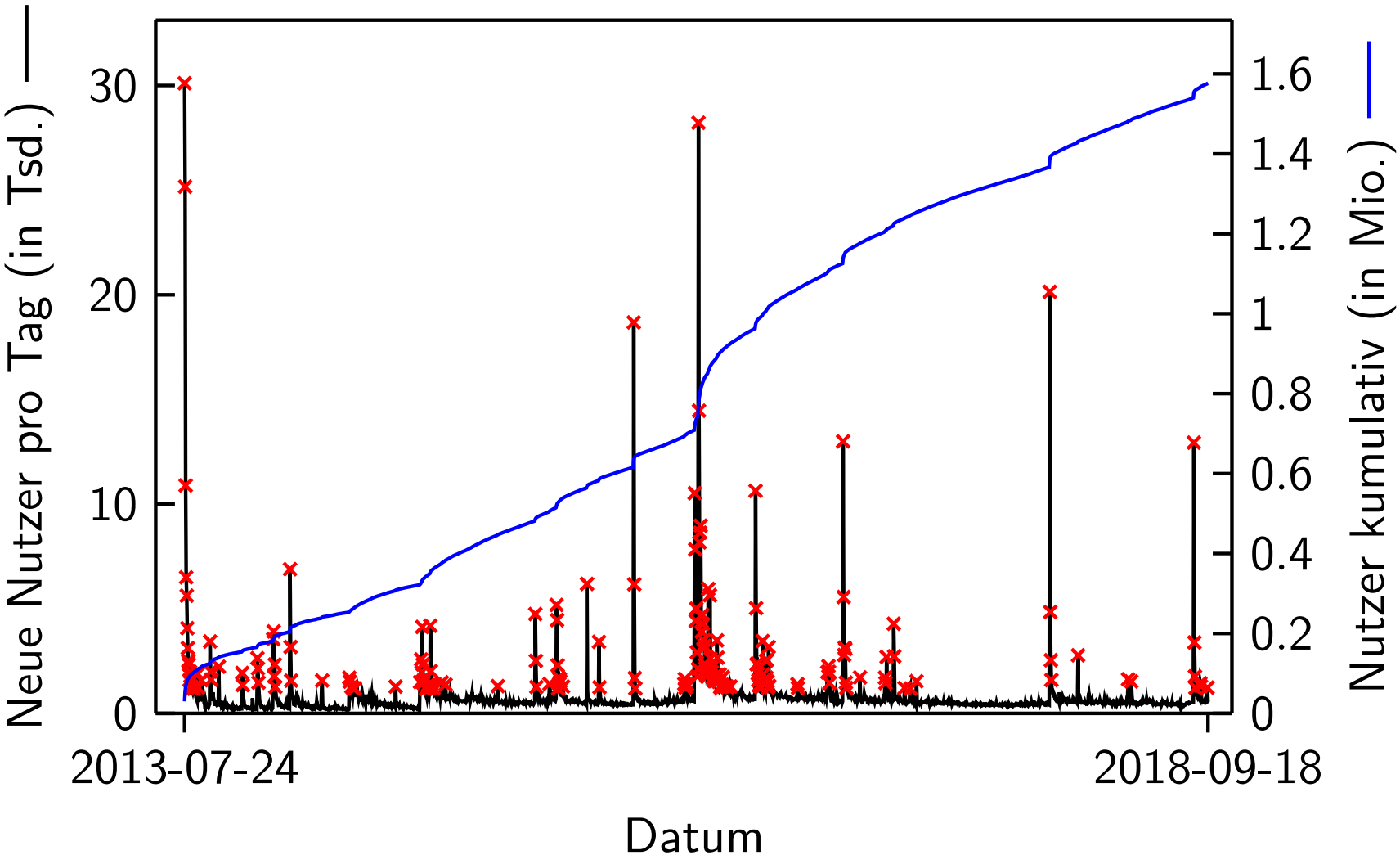
Wann hat der ToxFox Nutzer gewonnen?



Wann hat der ToxFox Nutzer gewonnen?

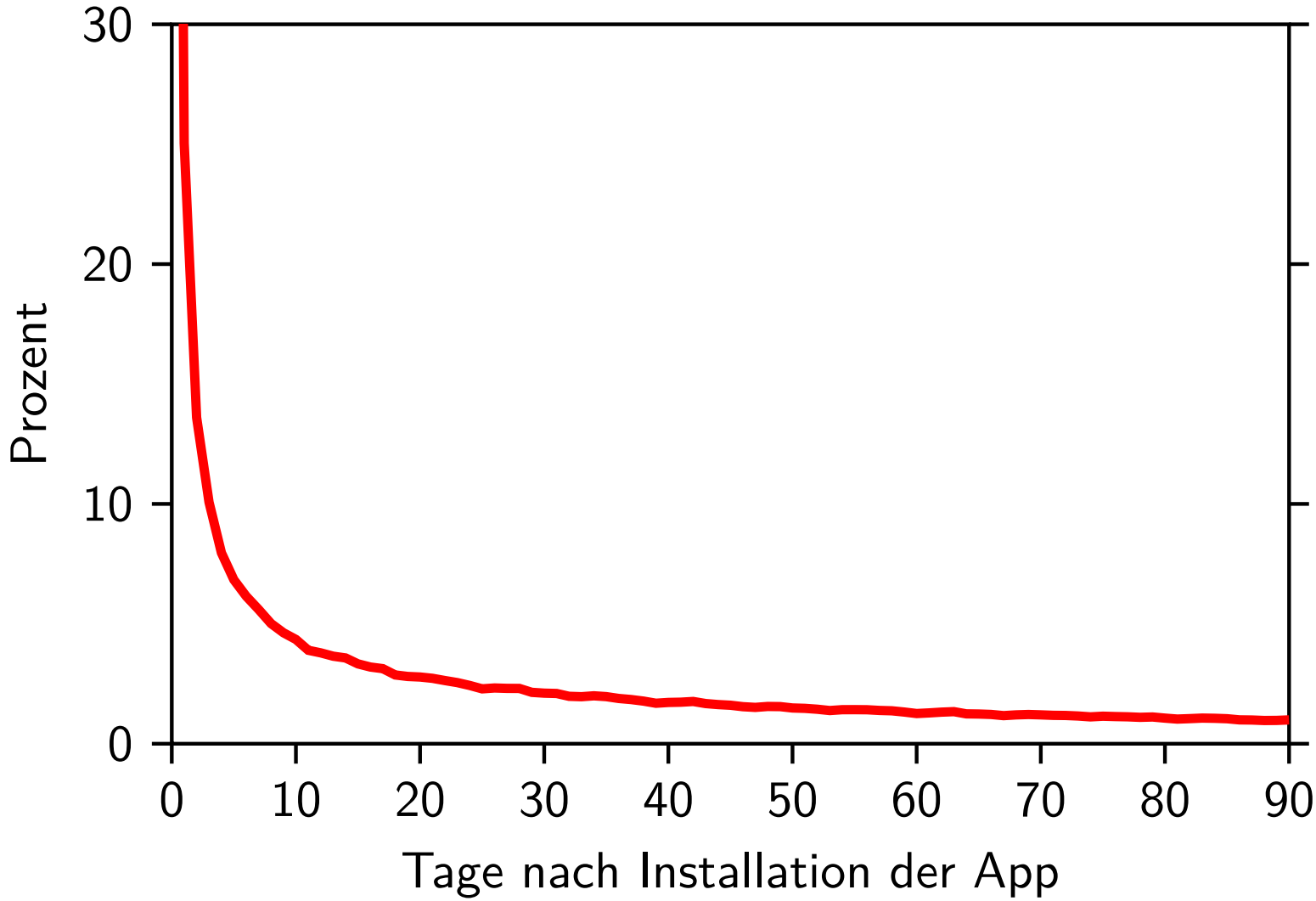


Wann hat der ToxFox Nutzer gewonnen?



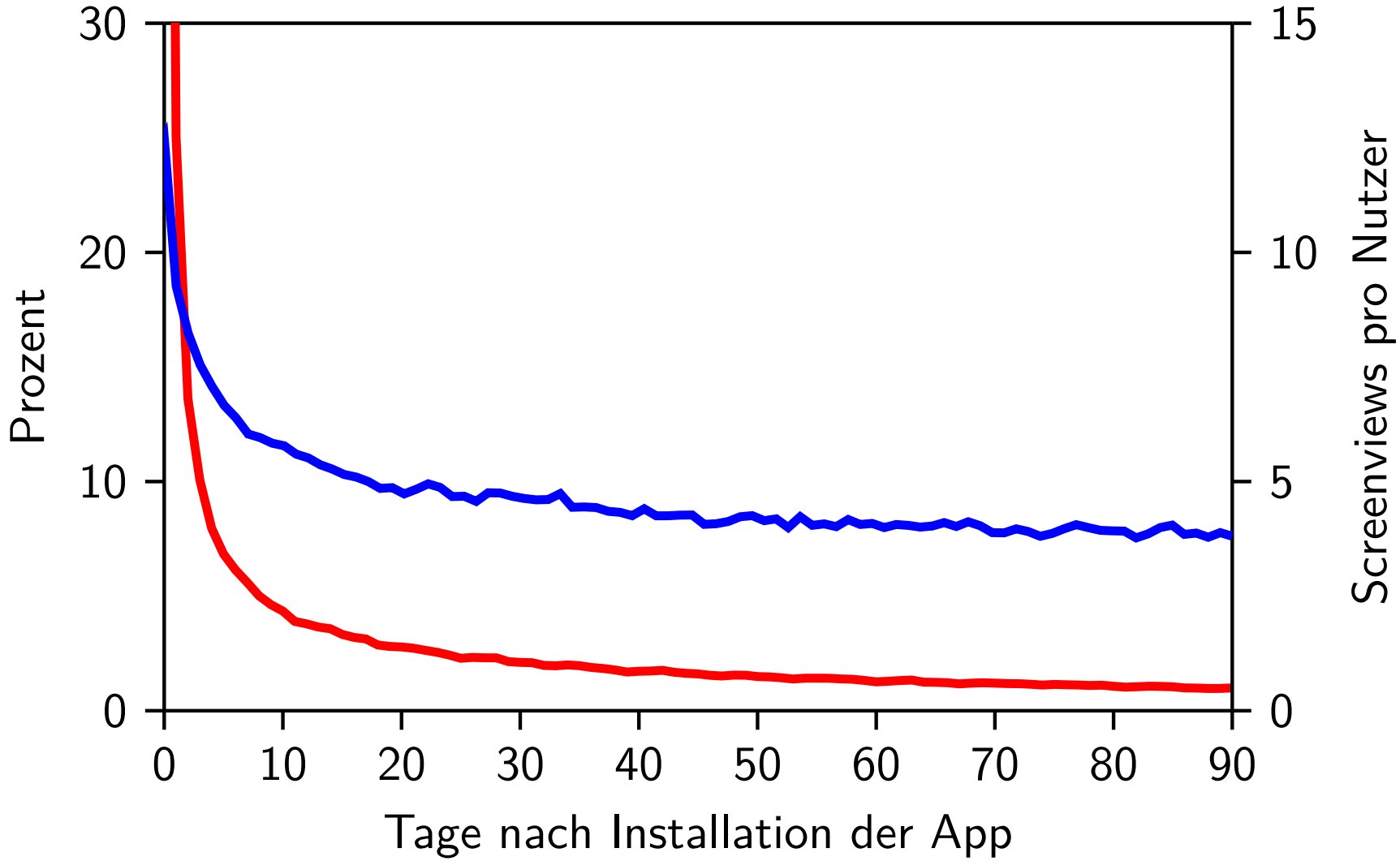
Wie verhalten sich neue Nutzer über die Zeit?

Wie groß ist der Anteil an Nutzern, der die App am Folgetag x nach Erstnutzung nutzt?



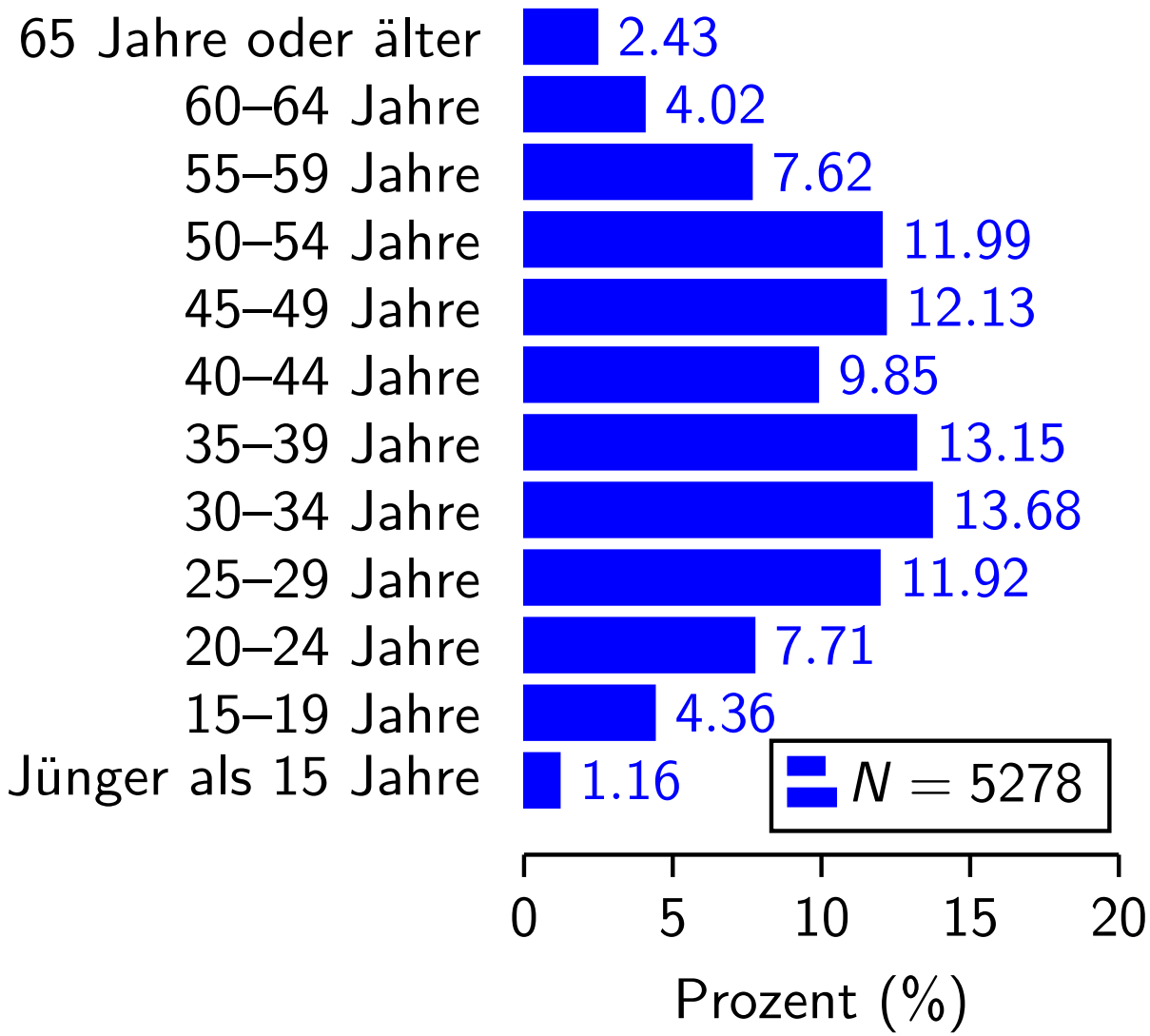
Wie verhalten sich neue Nutzer über die Zeit?

Wie intensiv (gemessen an sog. Screenviews) nutzen aktive Nutzer die App über die Zeit?

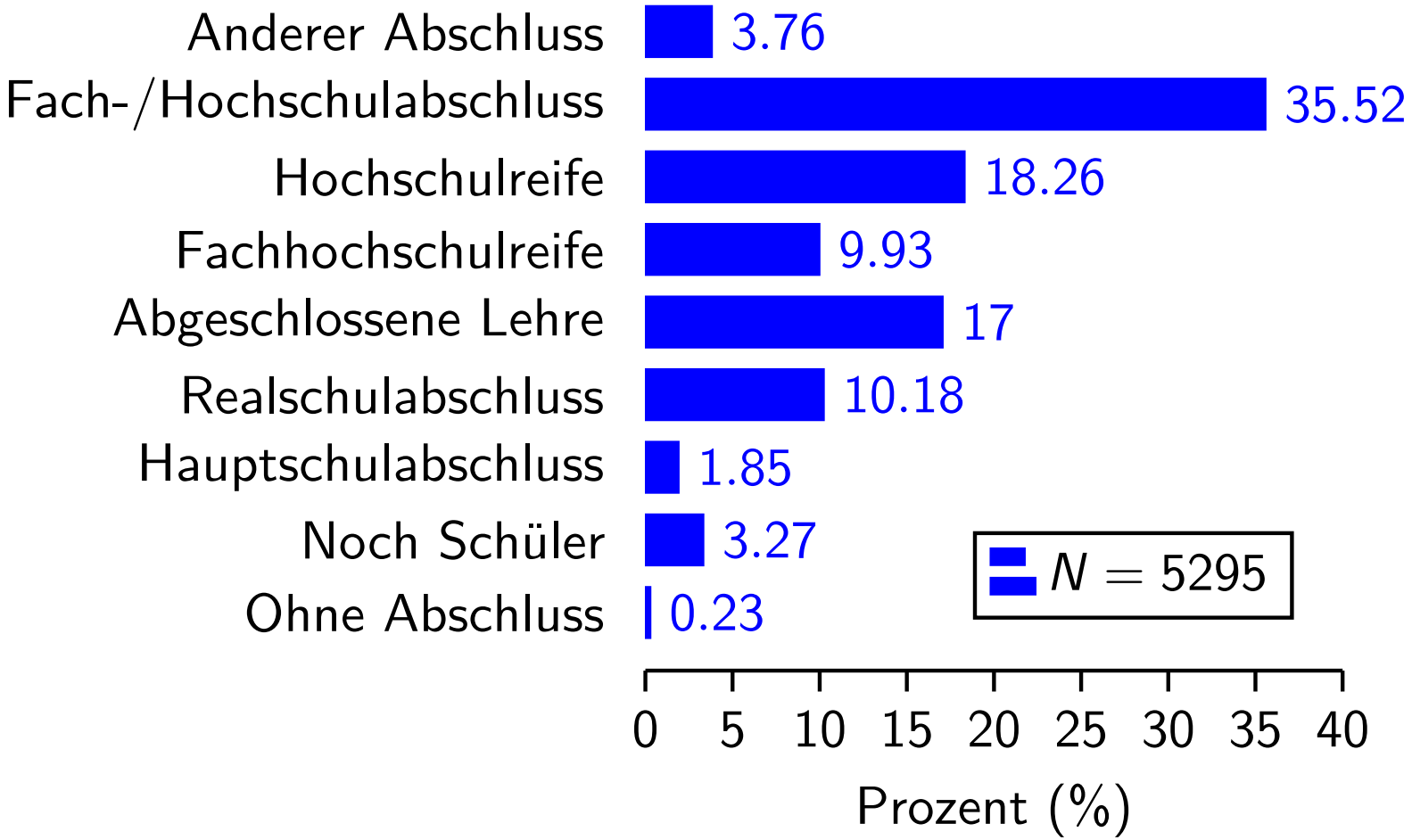


Wer sind die ToxFox-Nutzer? (Umfrage)

- 80% der Nutzer sind weiblich
- 75% der Nutzer sind zwischen 25–54 Jahre



Wer sind die ToxFox-Nutzer? (Umfrage)



Versandte Protest-Emails—pro Unternehmen

Rang	Unternehmen	Anzahl an Protest-Emails
1	Beiersdorf	28 627
2	L'Oréal	22 884
3	Henkel	9723
4	Johnson & Johnson	7841
5	Kao Corporation	6949
6	Dm-drogerie markt	6454
7	Procter & Gamble	6261
8	Unilever	4645
9	Cosnova Beauty	4053
10	Coty, Inc.	3366

Wirkung des ToxFox auf Unternehmen?

Auswertung Antworten auf Protest-Emails

- 2/3 orientieren sich bei Substitution an rechtlichen Vorgaben
- 1/3 geht „beyond compliance“ (kritisierte Substanzen wurden/werden ersetzt)

→ Häufig genannte Begründung: Sorge der Verbraucher

Auswertung Semi-strukturierter Interviews

- Protest-Emails sind wesentlicher Kanal, über den Unternehmen über den ToxFox und die Anzahl an besorgten Verbrauchern erfahren
- Effekt des ToxFox größer bei Herstellern mit geringem Markenwert (Bsp. Drogerie-Eigenmarken)
- Standardisierung erzeugt Unklarheit über das Ausmaß der Sorge der Verbraucher (Senden mit einem „Klick“)

REACh Art. 33(2) Anfragen über den ToxFox

Stand: 20. August

Number of requests	Number of users	%
1	12773	67.51
2	2866	15.15
3	1247	6.59
4	658	3.48
5	382	2.02
6	226	1.19
7	169	0.89
8	122	0.64
9	62	0.33
$\geq$10	415	2.19