

Session 1: ToxFox zu EDC in Kosmetika

Verhalten und Risikowahrnehmung der VerbraucherInnen

Mattheus Brenig

Universität Göttingen

24. März 2017

GEFÖRDERT VOM

Was gilt es herauszufinden?

- ▶ Fragen
 - ▶ Wieviele Personen nutzen eigentlich den ToxFox? Bzw. wie relevant ist der ToxFox in Zahlen?
 - ▶ Wie wird der ToxFox genutzt? Wie verläuft die Nutzung über die Zeit?
 - ▶ Wer sind die ToxFox-Nutzer?
 - ▶ Wie ist das Kaufverhalten der Nutzer?
 - ▶ Welche Rolle spielt die Risikowahrnehmung der Verbraucher?
 - ▶ Wirkt sich der ToxFox auf das Verhalten der Nutzer aus?
- ▶ Beantwortung durch
 - 1 Erkenntnisse aus Google Analytics Auswertung
 - 2 Erkenntnisse aus Befragung



Google Analytics

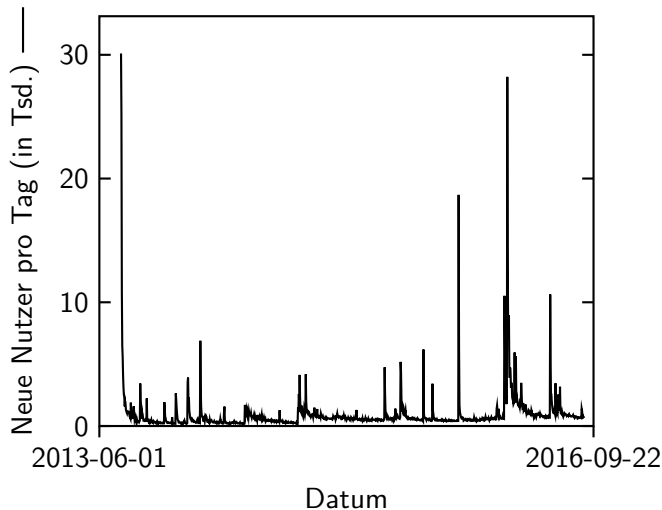
Hintergrund

- ▶ Google Analytics sammelt Information zu jeglicher Interaktion eines Nutzers mit der App
- ▶ Information
 - ▶ Art der Interaktion
 - ▶ Zeitstempel
 - ▶ IP-Adresse
 - ▶ Cookie-ID
- ▶ Umfang des Datensatzes für Analyse
 - ▶ Beginn: 24. Juli 2013 (Launch für iOS-Geräte)
 - ▶ Ende: 19. Oktober 2016 (Tag vor Launch der SVHC-Erweiterung)

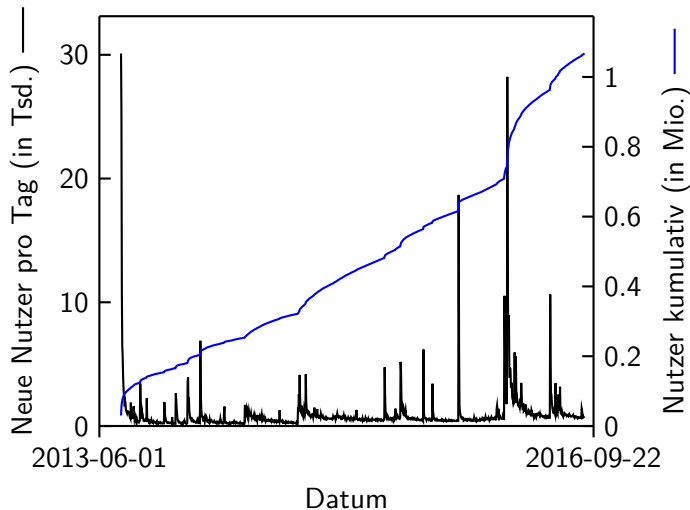
Zahlen über den gesamten Zeitraum

- ▶ Etwas mehr als 1 Mio. Nutzer (920 am Tag)
- ▶ Verbreitung im deutschsprachigen Raum (DE 78%, AT 17%, CH 2%)
- ▶ Etwa 20 Mio. Scans (17 Tsd. am Tag)
- Etwa 20 Scans pro Nutzer
- ▶ Etwa 143 Tsd. Protest-E-mails (120 am Tag)

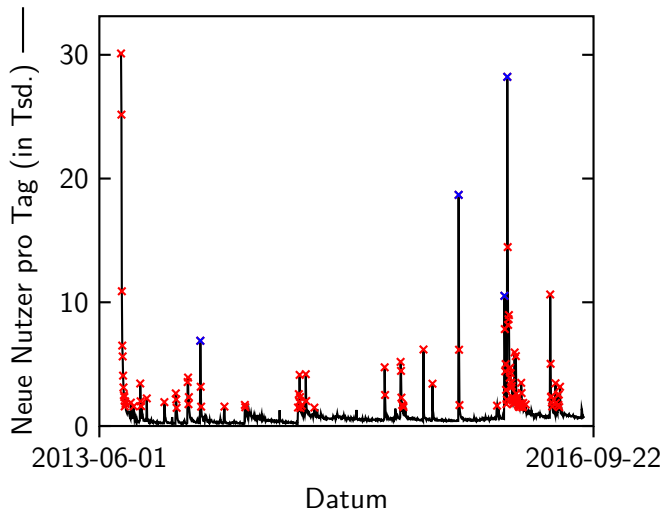
Wann hat der ToxFox Nutzer gewonnen?



Wann hat der ToxFox Nutzer gewonnen?

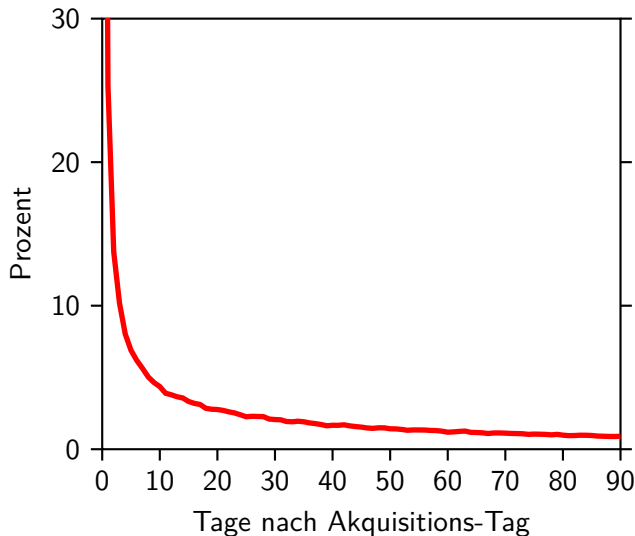


Wann hat der ToxFox Nutzer gewonnen?



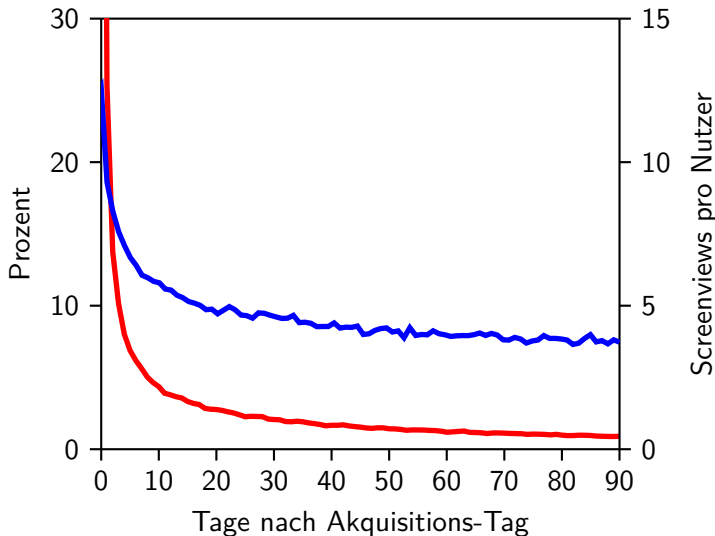
Wie verhalten sich neue Nutzer über die Zeit?

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?





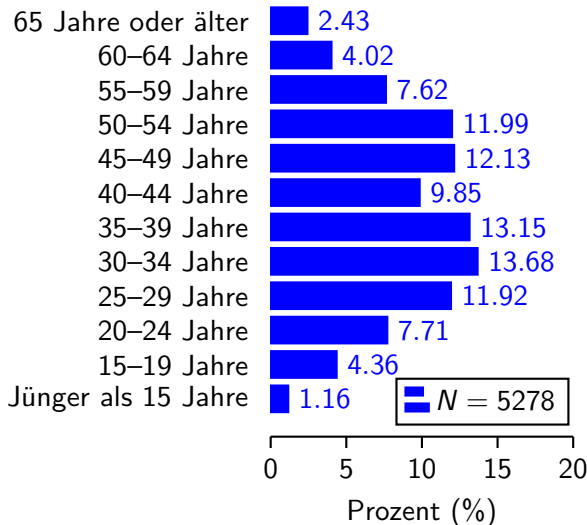
Befragung

Hintergrund

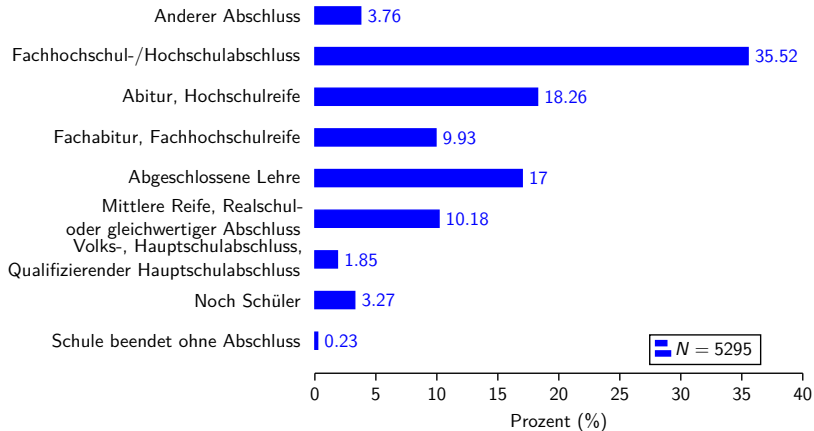
- ▶ Online-Befragung
- ▶ Datenerhebung von Juni–September 2016
- ▶ Bewerbung durch BUND über Email-Newsletter, Soziale Medien (Facebook und Twitter) und Push-Nachricht
- ▶ 5764 Teilnehmer haben die Umfrage vervollständigt (davon alleine 5106 über Push)
- ▶ Gruppe der Toxfox Nicht-Nutzer (welche von EDC in Kosmetika wissen): 415 Beobachtungen

Wer sind die ToxFox-Nutzer?

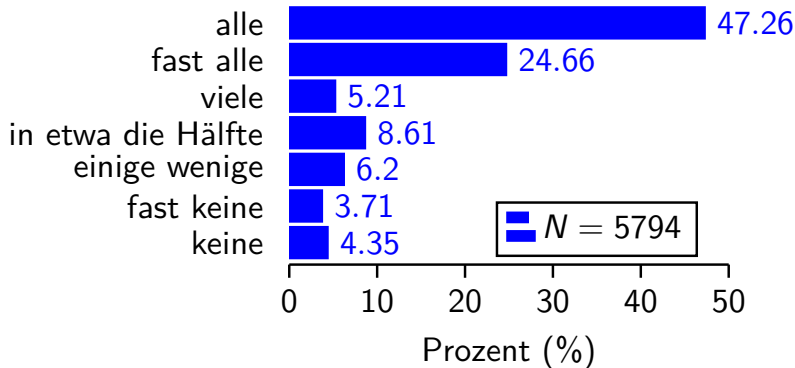
- ▶ 45% informieren sich erst seitdem sie den ToxFox nutzen über EDC in Kosmetika
- ▶ 80% der Nutzer sind weiblich
- ▶ 75% der Nutzer sind zwischen 25–54 Jahre



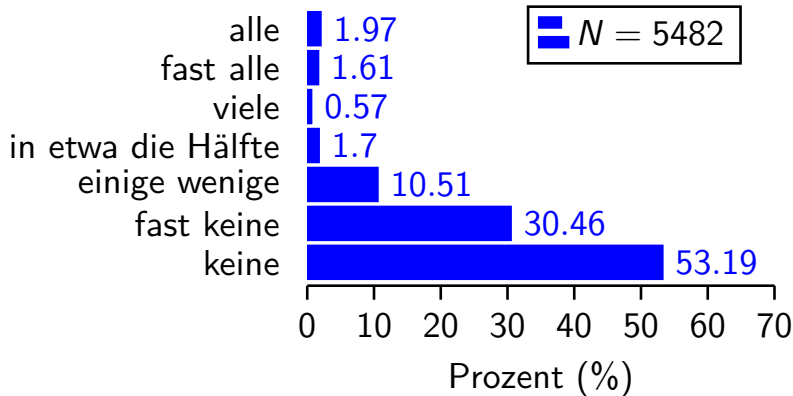
Wer sind die ToxFox-Nutzer?



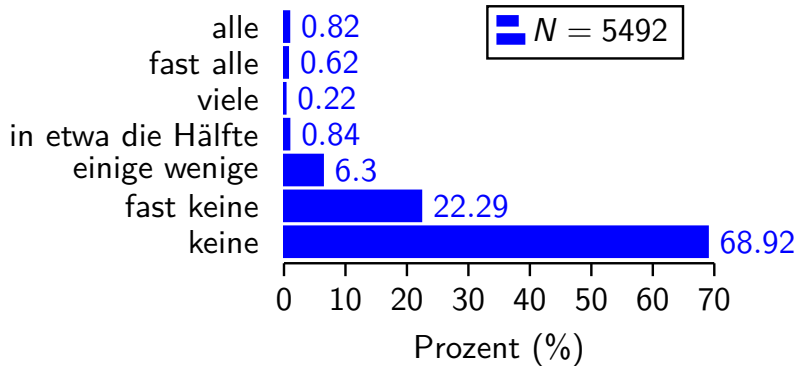
Wie viele Ihrer x aktuell täglich verwendeten Kosmetika haben Sie auf EDC überprüft? (ToxFox-Nutzer)



Wie viele Ihrer x Kosmetika **verwenden** Sie obwohl Sie wissen, dass diese EDC enthalten? (ToxFox-Nutzer)

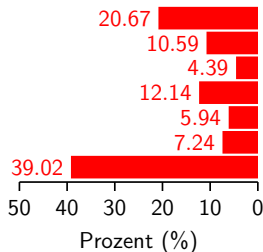


Wie viele Ihrer x Kosmetika **kaufen** Sie obwohl Sie wissen, dass diese EDC enthalten? (ToxFox-Nutzer)



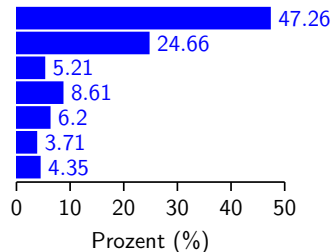
Vergleiche mit der Gruppe der Nicht-Nutzer

Wie viele Ihrer x aktuell täglich verwendeten Kosmetika haben Sie auf EDC überprüft?



■ ToxFox Nicht-Nutzer $N = 387$

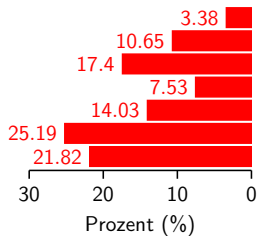
alle
fast alle
viele
in etwa die Hälfte
einige wenige
fast keine
keine



■ ToxFox-Nutzer $N = 5794$

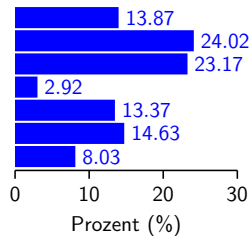
Vergleiche mit der Gruppe der Nicht-Nutzer

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? „Es ist für mich sehr leicht herauszufinden, ob ein Körperpflegeprodukt EDC enthält.“



■ ToxFox Nicht-Nutzer $N = 385$

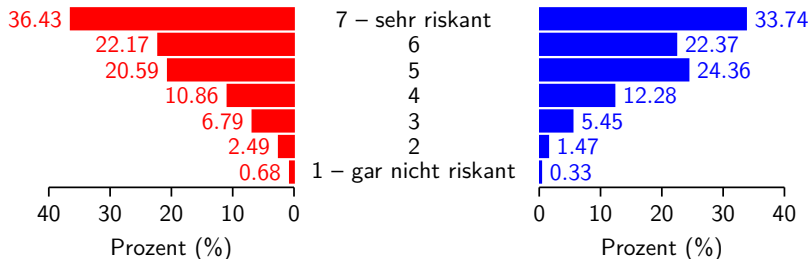
Stimme voll zu
Stimme zu
Stimme teilweise zu
Weder noch
Stimme teilweise nicht zu
Stimme nicht zu
Stimme überhaupt nicht zu



■ ToxFox-Nutzer $N = 5791$

Vergleiche mit der Gruppe der Nicht-Nutzer

Für wie riskant halten Sie die Verwendung von Kosmetikartikeln mit EDC für Sie persönlich?



■ ToxFox Nicht-Nutzer $N = 442$

■ ToxFox-Nutzer $N = 5432$

Zusammenhänge zwischen den Variablen & weitere Erkenntnisse

- ▶ Risikowahrnehmung hat einen Einfluss auf Konsumentenverhalten (Überprüfen, Nutzen, Kaufen)
- ▶ Je leichter es für einen Konsumenten ist herauszufinden, ob ein Kosmetikartikel EDC enthält, desto mehr seiner Kosmetikartikel überprüft er auf EDC
- Der ToxFox macht es für Konsumenten einfach Informationen zu erhalten und beeinflusst darüber das Kaufverhalten
- ▶ Erkenntnis aus ca. 1700 freien Texteingaben: 44% wünschen Berücksichtigung weiterer Schadstoffe und Produktkategorien

Take-away

- 1 Etwa die Hälfte der Nutzer lädt ToxFox nach medialer Berichterstattung herunter
- 2 Neue Nutzer nutzen den ToxFox kurz und intensiv
- 3 ToxFox-Nutzer sind größtenteils Frauen und überdurchschnittlich gebildet
- 4 Großteil (70%) überprüft „alle“ bzw. „fast alle“ Produkte
- 5 Minderheit (17%/9%) nutzen/kaufen wissentlich „einige wenige“ oder mehr Produkte mit EDC
- 6 Risikowahrnehmung beeinflusst Konsumentenverhalten
- 7 ToxFox erleichtert es Informationen zu erhalten und beeinflusst darüber das Kaufverhalten