

Session 1: ToxFox zu EDC in Kosmetika

Potentiale für Unternehmen

Sarah Brockmann, Universität Göttingen

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Potentiale für Unternehmen

1. Empirische Daten
2. Von Unternehmen wahrgenommene Wirkungen
3. Potentiale für Unternehmen
 - 3.1 ToxFox als Marktforschungstool
 - 3.2 ToxFox als Kommunikationsmöglichkeit
4. Antworten auf Verbraucheranfragen
5. Faktoren für überobligatorische Substitution
6. Gesamtergebnis
7. Ausblick: Potentiale des ToxFox für SVHC

1. Empirische Daten

1. Analyse der Antworten auf Verbraucheranfragen bzgl. EDC in Kosmetika über den ToxFox und individuelle Emails
 - Kontaktversuch bei 98 Unternehmen
 - 62 Antworten erhalten
 - davon 40 Antworten auf App- und Email-Anfrage
2. Unternehmensbefragungen
 - Teilnahmeanfragen an 100 Verantwortliche bei Markenherstellern und im Handel
 - 5 positive Rückmeldungen und geführte Telefoninterviews
 - Weitere Rückmeldungen stehen aus

2. Von Unternehmen wahrgenommene Wirkungen

- Erhöhte Sensibilität und Unsicherheit der Verbraucher gegenüber EDC in Kosmetika
- Intensivierung des öffentlichen Diskurses über die Verwendung von EDC
- Erwartung einer auch künftig anhaltenden Aktualität des Diskurses

3.1 ToxFox als Marktforschungstool

- **Hypothese:** Die Protestmail-Funktion der App bietet (eingeschränktes) Potential für die Marktforschung
- **Probleme:**
 - Fehlende Informationen über konkrete Inhaltsstoffe, die Unzufriedenheit auslösen
 - Mangelnde Aussagekraft bzgl. des Ausmaßes der Unzufriedenheit
- **Vorschläge:**
 - Gezielter Ausdruck der Unzufriedenheit durch Möglichkeit der individuellen Angabe der kritisierten Inhaltsstoffe
 - Reduzierung der Verbraucheranfragen, die nur aufgrund der Einfachheit des Sendens erfolgen (mangelnde Repräsentativität der Verbraucherinteressen) durch gesteigerten Aufwand für die Anfragen

3.2 ToxFox als Kommunikationsmöglichkeit

- **Erwartungshaltung:** Insgesamt 143 Tsd. Protestmails bieten das Potential, kritische Verbraucher über Kundenkommunikation zu erreichen
- **Ergebnis:** Unternehmen sehen diesbezüglich Hemmnisse:
 - Phasenweise große Mengen an Protestmails zwingen zu Standardantworten
 - Berücksichtigung der individuellen Besorgnis wegen mangelnder Aussagekraft der Protestmails schwierig
 - Kaum Reaktionen der Verbraucher auf die Antworten

4. Antworten auf Verbraucheranfragen

- **Erwartungshaltung:** ToxFox-User erhalten detailliertere Informationen in den Antworten als Nicht-User
 - **Ergebnis:**
 - Leichte Tendenz zu ausführlicheren Antworten auf App-Anfragen in Bezug auf:
 - risikorelevante Informationen
 - Zusicherung von Verständnis für Besorgnis
 - Verweise auf Zusatzinformationen, Verbände oder andere Organisationen zur Belegung der Unbedenklichkeit von EDC
- In beiden Fällen nutzen Unternehmen die Verbraucheranfragen zur Kundenkommunikation

5. Faktoren für überobligatorische Substitution

- Verbraucher (Marktnachfrage + Kundenpräferenzen): oberste Priorität
- Konflikt im Entscheidungsprozess:
 - **Marketingfaktoren** sprechen eher für eine Substitution
 - Medialer Druck wird insbesondere durch Verbrauchertestmagazine (Stiftung Warentest, Ökotest) und TV-Berichte hervorgerufen
 - Einfluss des ToxFox wird als gering bewertet
 - **Toxikologische und technische Faktoren** sprechen nicht für Substitution
- Entscheidung ist unternehmensabhängig
 - 26 Unternehmen geben in ihrer Antwort an, dass der in der Verbrauchernachfrage kritisierte Stoff in der aktuell vermarkteten Form des Produktes nicht mehr vorhanden ist
 - Teilweise ggf. auf staatliche Regulierung zurückzuführen

6. Gesamtergebnis

1. Unternehmen sehen Wirkungen des ToxFox nur bei Verbrauchern.
2. Der ToxFox kann Potential als Marktforschungstool bieten, wenn die Unzufriedenheit der Verbraucher in den Protestmails gezielter ausgedrückt wird.
3. Unternehmen weisen dem ToxFox kein Potential als Kommunikationsmöglichkeit zu kritischen Verbrauchern zu, kommunizieren aber faktisch über die Beantwortung der Protestmails.
4. Marktnachfrage und Kundenpräferenzen stehen im Fokus der Entscheidung bzgl. einer überobligatorischen Substitution von EDC. Die Untersuchung der Verbraucherseite hat gezeigt, dass der ToxFox Einfluss auf das Konsumentenverhalten hat, sodass ein indirekter Einfluss der App auf die Substitutionsentscheidung wahrscheinlich ist.

7. Ausblick: Potentiale des ToxFox für SVHC

- Positive Aspekte durch proaktive Einspeisung
 - Abruf der Daten direkt am Point of Sale; keine Giftfrage nötig
 - Vermeidung von Unsicherheit der Verbraucher vor Erhalt der Antwort auf die Giftfrage
 - Möglichkeit der Imageverbesserung durch Transparenz bzgl. Inhaltsstoffen
- Potential zur Kundenbindung über zusätzliche Kommunikation bei Beantwortung der Giftfrage
 - z.B. risikorelevante Informationen, Verweis auf SVHC-freie Alternativen, etc.