

Forschungsprojekt „Konsumverhalten und Innovation zur nachhaltigen Chemie“ (KInChem)

Protokoll zum Workshop

Der „ToxFox“ für EDC und SVHC: Wirkung auf Konsumenten und Unternehmen
am 24. März 2017 an der Hochschule Darmstadt (Vers. 2)

1 Hintergrund des Workshops

Die von den Vereinten Nationen im September 2015 angenommene Resolution „Agenda 2030“ strebt eine globale Transformation i. S. e. nachhaltigen Entwicklung an. Dazu gehört ausweislich „Sustainable Development Goal“ (SDG) 12 („Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen“) z.B. auch, nachteilige Auswirkungen von Chemikalien auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken – und zwar bis zum Jahr 2020. Außerdem sollen Bürger einschlägige Informationen u.a. zu nachhaltigem Konsum erhalten.

Zugleich bestehen reale Bedarfe in der Schnittmenge der genannten normativen Vorgaben, wie etwa eine Eurobarometer-Umfrage¹ aus dem Jahr 2014 zeigt: Rund 30.000 Verbraucher der EU-28 sollten umweltrelevante Bereiche angeben, bezüglich derer sie einen besonderen Mangel an Information empfinden. Sehr häufig genannt (39%) wurde der Einfluss von Chemikalien in Alltagsprodukten auf die Gesundheit. In Deutschland nennen sogar 51% der Befragten ein entsprechendes Informationsdefizit.

Dieses Informationsdefizit hemmt auch potentielle Beiträge zu SDG 12. Damit Konsumenten nachhaltig konsumieren können, benötigen sie produktspezifische Informationen, die sich im Herrschaftsbereich der Produkt-Hersteller befinden. Folglich bedarf es einer Kommunikation zwischen diesen Akteuren. Das [KInChem-Projekt](#) untersucht, wie ein institutioneller Rahmen für diese Interaktion beschaffen sein muss, damit beide Akteure in der Lage sind, stärkere Beiträge zu SDG 12 zu erbringen. Die europäische Chemikalien-Verordnung REACH enthält bereits einen entwickelten Handlungsrahmen für die produktbezogene Kommunikation. Daran knüpft das Forschungsvorhaben an und analysiert die in REACH liegenden Potentiale, zu den Zielen von SDG 12 beizutragen. REACH zielt darauf ab, ein hohes Schutzniveau für den Menschen und die Umwelt sicherzustellen und zwar nicht lediglich im Hinblick auf die Herstellung von Chemikalien, sondern auch im Hinblick auf deren Verwendung, z.B. in Verbraucherprodukten („Erzeugnisse“ i.S.v. Art. 3 Nr. 3 REACH). So statet Art. 33 Abs. 2 REACH Verbraucher mit einem Auskunftsrecht bzgl. „besonders besorgniserregender Stoffe“ (SVHC) in Erzeugnissen aus. Hieraus könnte sich ein Impuls für Erzeugnislieferanten, d.h. Markenhersteller und Handel, ergeben, auf den Einsatz von SVHC zu verzichten. Voraussetzung für Transparenz sowie für einen Verzicht von SVHC ist jedoch eine geeignete Kommunikation in der Lieferkette, wie sie Art. 33 Abs. 1 REACH vorschreibt: Erzeugnislieferanten sollen danach von ihren Lieferanten und deren Vorlieferanten relevante Informationen zu den in (Teil-)Erzeugnissen enthaltenen Stoffen erhalten. Die heute verbreiteten Geschäftsmodelle beruhen jedoch auf global weit verzweigten und volatilen Lieferketten. Wer die Informationspflichten in der Lieferkette nach Art. 33 Abs. 1 REACH rechtskonform umsetzen will, benötigt daher ein entsprechendes Informationsmanagement, was in der aktuellen Praxis für die Erzeugnislieferanten eine große Herausforderung darstellt. Für proaktiv ausgerichtete Unternehmen bietet dieser Rechtsrahmen aber auch die Chance, sich von den Wettbewerbern abzuheben und entsprechend ausgerichtete Geschäftsmodelle zu etablieren.

¹ Siehe ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_416_en.pdf.

Das KInChem-Projekt widmet sich verschiedenen Kommunikations-Hemmnissen, die einer optimalen Umsetzung von REACH derzeit im Weg stehen können. Spezifische „Barrieren“ bestehen dabei sowohl auf Seiten der Verbraucher als auch bei den Unternehmen. Dies kann dazu führen, dass Unternehmen die Marktchancen aus REACH nicht als solche erkennen. Mit dem Ziel, die identifizierten Kommunikations-Hemmnisse abzubauen, untersucht KInChem innovative Ansätze, welche das REACH-System unterstützen könnten.

Ein Untersuchungsgegenstand ist die verbesserte Informationsbereitstellung zugunsten der Verbraucher. Als Beispiel hierfür analysiert das Projekt den „ToxFox“ des BUND, der es Konsumenten ermöglicht, direkt am Einkaufsort („Point of Sale“) – oder auch im heimischen Badezimmer – Kosmetika über einen Barcode-Scan mit dem Handy dahingehend zu prüfen, ob bestimmte problematische Inhaltsstoffe enthalten sind. Seit Herbst 2016 lassen sich zudem Anfragen nach Art. 33 Abs. 2 REACH über den ToxFox stellen.

Auf dem Workshop präsentierten die Forscher ihre Ergebnisse der Wirkungsanalyse im Hinblick auf den ToxFox für kosmetische Mittel, um diese mit Stakeholdern (Unternehmen, Wirtschaftsverbände, Behörden, NGOs, Forschung) zu diskutieren. Weitere Inputs erfolgten über externe Vortragende. Der Workshop gliederte sich in zwei aufeinander folgende Sessions zum ToxFox für EDC in Kosmetika sowie zum ToxFox für SVHC in Erzeugnissen.

Im Anschluss an die Vorträge gab es jeweils Raum für Verständnisfragen. Die inhaltliche Diskussion erfolgte in übergreifender Form.

2 Session 1: ToxFox zu EDC in Kosmetika

Konsumverhalten und Risikowahrnehmung der VerbraucherInnen

Mattheus Brenig, M.A. (Universität Göttingen)

Der Vortrag wertete zunächst die mittels Google Analytics gesammelten Nutzungsdaten zum ToxFox aus. Anschließend präsentierte er die Ergebnisse einer umfassenden elektronischen Befragung der ToxFox-Nutzer und –Nichtnutzer. Neben sozio-demographischen Merkmalen stand die Wirkung des ToxFox auf das Kauf- und Produktnutzungsverhalten im Vordergrund, einschließlich der Fragen, inwieweit Informationsbereitstellung zu einem veränderten Verbraucherverhalten führt und welche Rolle dabei der Risikowahrnehmung der Verbraucher zukommt.

([Link](#) zum Foliensatz)

- Im Rahmen der Verständnisfragen wies ein Teilnehmer darauf hin, dass sich die Aussagekraft der erhobenen Daten noch weiter steigern ließe, wenn mehr Angaben zu den Befragten verfügbar wären (z.B. ob diese grundsätzlich in Geschäften einkaufen, deren Produkte erwartungsgemäß keine problematischen Inhaltsstoffe enthalten).

Potentiale für Unternehmen

Sarah Brockmann (Universität Göttingen)

Der Vortrag präsentierte die Ergebnisse einer quantitativ angelegten Analyse des Antwortverhaltens von Unternehmen auf „Protestmails“ der ToxFox-Nutzer sowie qualitative Befunde aus Interviews mit Unternehmen. Im Mittelpunkt stand, welche Potentiale der ToxFox für das Unternehmensmarketing eröffnet und welche Rolle er bei produktbezogenen Entscheidungsprozessen spielt.

([Link](#) zum Foliensatz)

Übergreifende Diskussion

Die von Prof. Dr. Martin Führ (Hochschule Darmstadt) moderierte Diskussion orientierte sich an der Leitfrage „Welche Potentiale für Verbraucher und Unternehmen bietet der ToxFox?“.

- Vertreter aus der Wirtschaft sahen allenfalls eingeschränkte Potentiale des ToxFox für das Marketing und die Kundenkommunikation. Ein Hemmnis sei, dass aus der Protestmail nicht hervorgehe, auf welchen konkreten Stoff sich die Besorgnis des Verbrauchers beziehe. Zudem würden Verbraucher nicht auf „Protestmail“-Antworten der Unternehmen (mit einer Rückantwort) eingehen, woraus Workshop-Teilnehmer ein mangelndes Interesse seitens der Verbraucher an diesem Kommunikationskanal ableiteten.
- Nach Ansicht eines Behördenvertreters bestehe ein Kommunikationshemmnis darin, dass ToxFox-„Protestmails“ sich auf das unerwünschte Gefährdungspotential eines Stoffs in einem kosmetischen Mittel beziehen, während Unternehmensantworten das Risiko des entsprechenden Stoffs in der konkreten Anwendung adressierten.
- Ein Forscher äußerte die Einschätzung, der ToxFox trage über die Protestmail-Funktion die Unzufriedenheit der Verbraucher bis an die Wertschöpfungskette heran. Seiner Ansicht nach sei zu prüfen, wie man diese Funktion so verbessern kann, dass sowohl Verbraucher als auch Unternehmen stärker profitieren.
- Eine Vertreterin aus dem Handel berichtete, dass sich über das Produktverzeichnis des ToxFox ein kosmetisches Mittel des Unternehmens anzeigen lässt, das einen ToxFox-relevanten Stoff enthält, seit einigen Jahren in dieser Form (Rezeptur, Gestaltung) jedoch nicht mehr vermarktet wird. Das Unternehmen habe sich mit diesem Anliegen an den Betreiber der Produkt-Datenbank in der Schweiz gewandt, auf welche die ToxFox-Anfragen zu Kosmetika zugreifen. Das veraltete Produkt werde jedoch weiterhin im ToxFox aufgelistet.
- Die Vertreterin des BUND legte den Unternehmen nahe, bei Rezepturwechseln generell neue Barcodes zuzuweisen, damit der ToxFox diese Produkte eindeutig identifizieren könne. Darauf reagierte ein Kosmetik-Hersteller, dass dies bereits gängige Praxis sei; ein anderes Unternehmen entgegnete, dass dies mit zu hohem Aufwand verknüpft sei.
- Ein Behördenvertreter wies darauf hin, dass es im Anwendungsbereich des EU-Kosmetikrechts noch keine rechtlichen Kriterien für die Identifizierung von EDC gibt. In der Praxis könnten Verbraucher mit widersprüchlichen Informationen konfrontiert sein, wenn der ToxFox die Anwesenheit eines bestimmten EDC in einem kosmetischen Mittel anzeigt, der Hersteller des Mittels demgegenüber jedoch (ggf. unter Hinweis auf fehlende rechtliche Kriterien) dem Verbraucher auf Nachfrage mitteilt, es seien keine EDC enthalten. Notwendig sei, den politischen Prozess der Kriterienbestimmung zu beschleunigen und auf dieser Basis dann die EDC-Eigenschaften der ToxFox-Stoffe zu evaluieren.
- Die Vertreterin einer Verbraucherschutzorganisation kritisierte, dass der ToxFox lediglich Aussagen zu 15 unerwünschten Stoffen macht, nicht jedoch zu einer Vielzahl anderer problematischer Stoffe (z. B. halogenorganische Verbindungen, Mineralöle, Konservierungsstoffe, Allergene). Das positive Scan-Ergebnis könne daher geeignet sein, Verbraucher hinsichtlich der vermeintlichen Unbedenklichkeit eines Produkts irrezuleiten.
- Eine Forscherin schloss sich dieser Kritik an und plädierte dafür, die Ausnahme vom Einstufungs- und Kennzeichnungserfordernis für Gemische gemäß der EU CLP-Verordnung, die als kosmetische Mittel vermarktet werden, aufzuheben. Dann würden die Verpackungen vieler kosmetischer Mittel anzeigen, dass es sich dabei um „gefährliche Gemische“ handelt.
- Die Teilnehmer diskutierten, ob der ToxFox „überfrachtet“ sei angesichts seiner unterschiedlichen Funktionen (Verbraucherinformationen, verbraucherpolitisches Instrument, Impuls für Substitutionsprozesse bei Unternehmen). Eine Forscherin wies etwa darauf hin, dass Unternehmen laut Kosmetikverordnung Verbote und Reglementierungen von rund 1800 Stoffen in kosmetischen Mitteln beachten müssen. Die Aufsichtsbehörden müssten die Einhaltung dieser Anforderungen in den Produkten überwachen, was offensichtlich nur punktuell leistbar sei. Mul-

tifunktionale Tools wie der ToxFox seien grundsätzlich positiv zu bewerten. Geänderte rechtliche Rahmenbedingungen (Kennzeichnungspflicht von gefährlichen Gemischen) könnten aber einen stärkeren Beitrag dazu leisten, die Konsumenten vor Gefahrstoffen in den Kosmetikprodukten zu warnen.

Die Vertreterin einer Verbraucherschutzorganisation unterstützte generell eine Aufklärung der Verbraucher. Mit Blick auf die erwähnte Kennzeichnungspflicht wies sie jedoch darauf hin, dass Verbraucher „abstumpfen“ könnten und gewissermaßen Resistenzen gegen die CLP-Gefahrpiktogramme aufbauen. Vielmehr bedürfe es mehr Kontextinformation, wie sie im Rahmen einer Smartphone-App bereitgestellt werden könne.

3 Session 2: ToxFox zu SVHC in Erzeugnissen

Marktüberwachung und Verbraucherbeschwerden im Kontext von Art. 33 REACH: Erfahrungen aus Hessen

Angelika Hoops (Regierungspräsidium Darmstadt)

([Link](#) zum Foliensatz)

- Bei den Verständnisfragen erläuterte Frau Hoops, dass ihre Behörde selbst nicht (auch nicht „inkognito“) Anfragen über den ToxFox stellen könne. Behörden müssten sich gegenüber den Auskunftspflichtigen zu erkennen geben, da Unternehmen nicht verpflichtet seien, sich gegenüber der Behörde selbst zu belasten. Daneben erläuterte Frau Hoops, dass die Behörde als Reaktion auf eine Verbraucherbeschwerde hinsichtlich einer ausbleibenden Antwort nach 45 Tagen nicht unmittelbar einen Produkttest durchführe, sondern immer den Unternehmen eine angemessene Frist einräume, Stellung in dem Fall zu beziehen.

SVHC-Apps in Deutschland und Dänemark und was sie bewirken

Ulrike Kallee, (Bund für Umwelt und Naturschutz e.V. – BUND, Berlin)

([Link](#) zum Foliensatz)

Welche realistischen Erwartungen an den Verbraucher darf man haben? Dokumentierte Erfahrungen eines Selbstversuches

Prof. Dr. Dr. Kai Schuster (Hochschule Darmstadt)

([Link](#) zum Foliensatz)

Übergreifende Diskussion

Die Leitfragen im zweiten von Prof. Dr. Kilian Bizer (Universität Göttingen) moderierten Diskussionsblock lauteten „Wie müssen Instrumente ausgestaltet sein, damit Verbraucher profitieren?“ sowie „Welche Geschäftsmodelle erscheinen zukunftsfähig?“.

- Vertreter der Wirtschaftsverbände hielten die Systematik des ToxFox für fragwürdig. Rückantworten der Erzeugnislieferanten auf Verbraucheranfragen würden in ein zentrales Datenbanksystem eingespeist und künftige Anfragen zu Produkten mit derselben EAN griffen automatisch auf diese Datensätze zurück. Allerdings seien äußerlich identische Produkte käuflich erwerblich, die u. a. zeitlich bedingt verschiedenen Produktchargen entstammen und daher auch abweichende chemische Zusammensetzungen aufweisen. Wenn von zwei insoweit gleichen Produkten nur eines SVHC in relevanten Mengen enthielte und beide Produktvarianten dieselbe EAN aufwiesen (siehe zu diesen Aspekt bereits die Diskussion in Session 1), könne man in der Datenbank keine eindeutige produktspezifische Angabe machen. Hierfür sei vielmehr ein Hinweis auf die konkrete Produktcharge erforderlich. Dieser Aspekt lasse sich aber nicht über die im Aufbau befindliche Datenbank umsetzen, sondern nur in der direkten Kommunikation zwischen Verbraucher und Unternehmen. Zudem wiesen Vertreter der Wirtschaftsverbände auf die praktischen Auswirkungen der halb-

jährlichen Erweiterungen der SVHC-Liste hin: Selbst wenn ein Produkt zu jedem Zeitpunkt seiner Produktion keine SVHC der aktuell gültigen Kandidatenliste enthielte, könne diese Aussage nach der nächsten Erweiterung der Liste für bereits schon länger auf dem Markt befindliche Produkte falsch sein.

- Die Vertreterin einer Verbraucherschutzorganisation zog, unter Hinweis auf die Volatilität der Wertschöpfungsketten und damit verknüpft die erwartungsgemäße Inkonsistenz der Zusammensetzung gleicher Produkte aus unterschiedlichen Produktchargen, die Aussagekraft von Lieferantenauskünften in Zweifel.
- Vertreter der Wirtschaftsverbände hoben die Herausforderungen der Kommunikation in der Lieferkette und der Fähigkeit, eindeutige Auskünfte zu SVHC-Anfragen der Verbraucher zu geben, hervor.
- Mit Blick auf die absehbare Erweiterung der SVHC-Liste² hob ein Forscher hervor, dass Unternehmen, die morgen hinsichtlich der in ihren Produkten enthaltenen Stoffe compliant sein wollen, bereits heute aus eigenem Interesse eine „beyond compliance“-Strategie anwenden sollten, um handlungsfähig zu bleiben. Als Beispiel für eine entsprechende Strategie nannte er ein Materialdaten-Management, in das alle Akteure in der Lieferkette positiv alle in den unterschiedlichen Materialien eines Erzeugnisses enthaltenen Stoffe einpflegen („Volldeklaration“, ggf. unter Einsatz vereinzelter „Joker“, die nicht zu deklarieren sind) – im Gegensatz zu den heute verbreiteten Negativ-Listen, die Markenhersteller und der Handel laufend aktualisieren und mit großem Aufwand bei den Zulieferern durchsetzen müssten. In der Automobilindustrie sei mit dem IMDS bereits ein entsprechendes System seit vielen Jahren erfolgreich im Einsatz. Wirtschaftsvertreter wiesen auf die zahlreichen Hindernisse hin, die einem solchen Systemwechsel entgegenstünden. Sie wiesen außerdem auf die spezifische Akteurkonstellation des IMDS hin, das von wenigen OEMs mit zugleich beispielloser Marktmacht bei den Lieferanten durchgesetzt werden konnte.

In seiner Schlussbemerkung hob Prof. Dr. Martin Führ den Begriff der „Produkt-Verantwortung“ hervor. Dieser habe eine juristische und eine ökonomische Komponente. Das Recht weise mit einer Vielzahl öffentlich-rechtlicher, zivilrechtlicher und strafrechtlicher Vorschriften Herstellern und Handel materielle und formelle Pflichten zu. Der Markt vermittele über Kundenerwartungen zusätzliche Impulse. Die Unternehmen stünden vor der Frage, wie sie der „Produkt-Verantwortung“ gerecht werden: Je komplexer und volatiler eine Wertschöpfungskette sei, desto mehr ist sie angewiesen auf elektronische Systeme, die Daten zu den Inhaltstoffen und zu den in den einzelnen Herstellungsstufen freigesetzten Stoffen verlässlich und zu vertretbaren Transaktionskosten entlang der Lieferkette kommunizieren. Dies könne auch Veranlassung sein, über eine Veränderung der Lieferprozesse und der Geschäftsmodelle nachzudenken.

Kontakt:

Dr. Julian Schenten

julian.schenten@h-da.de

+49 6151 16 38899

² Die sog. [SIN List](#) von ChemSec mit Stoffen, welche die SVHC-Kriterien erfüllen, erfasst 912 Substanzen.