

# **ToxFox-App:**

## **Welche realistischen Erwartungen an den Verbraucher darf man haben?**

### **Dokumentierte Erfahrungen eines Selbstversuchs**

Kai Schuster

Darmstadt, 24.03.2017

# **ToxFox-App:**

## **Welche realistischen Erwartungen an den Verbraucher darf man haben?**

### **Dokumentierte Erfahrungen eines Selbstversuchs**

Kai Schuster

Darmstadt, 24.03.2017

## ToxFox-App:

**Welche realistischen Erwartungen an den Verbraucher darf man haben?**

### Dokumentierte Erfahrungen eines Selbstversuchs

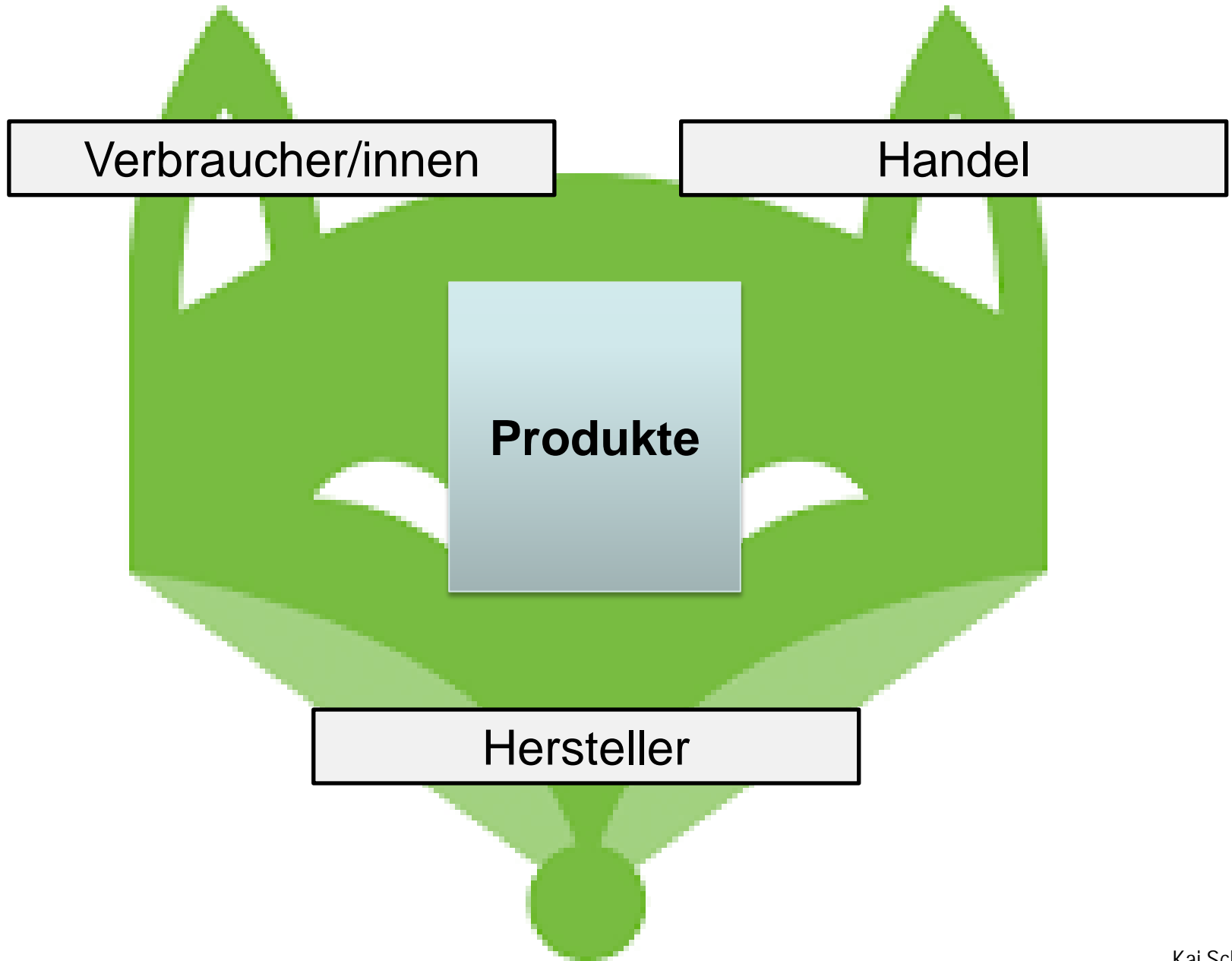


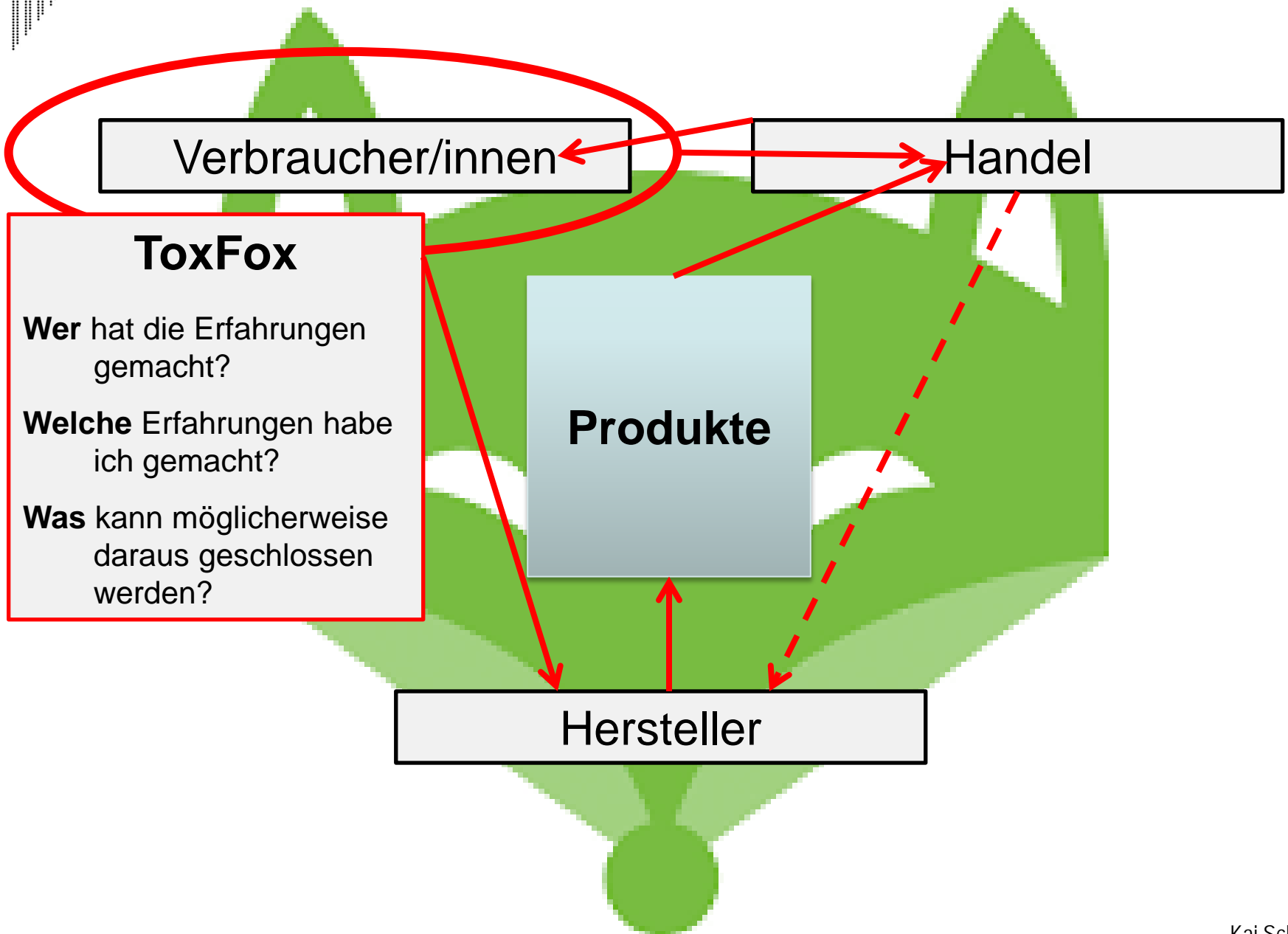
Impulse für die  
Diskussion und weitere  
Entwicklungen

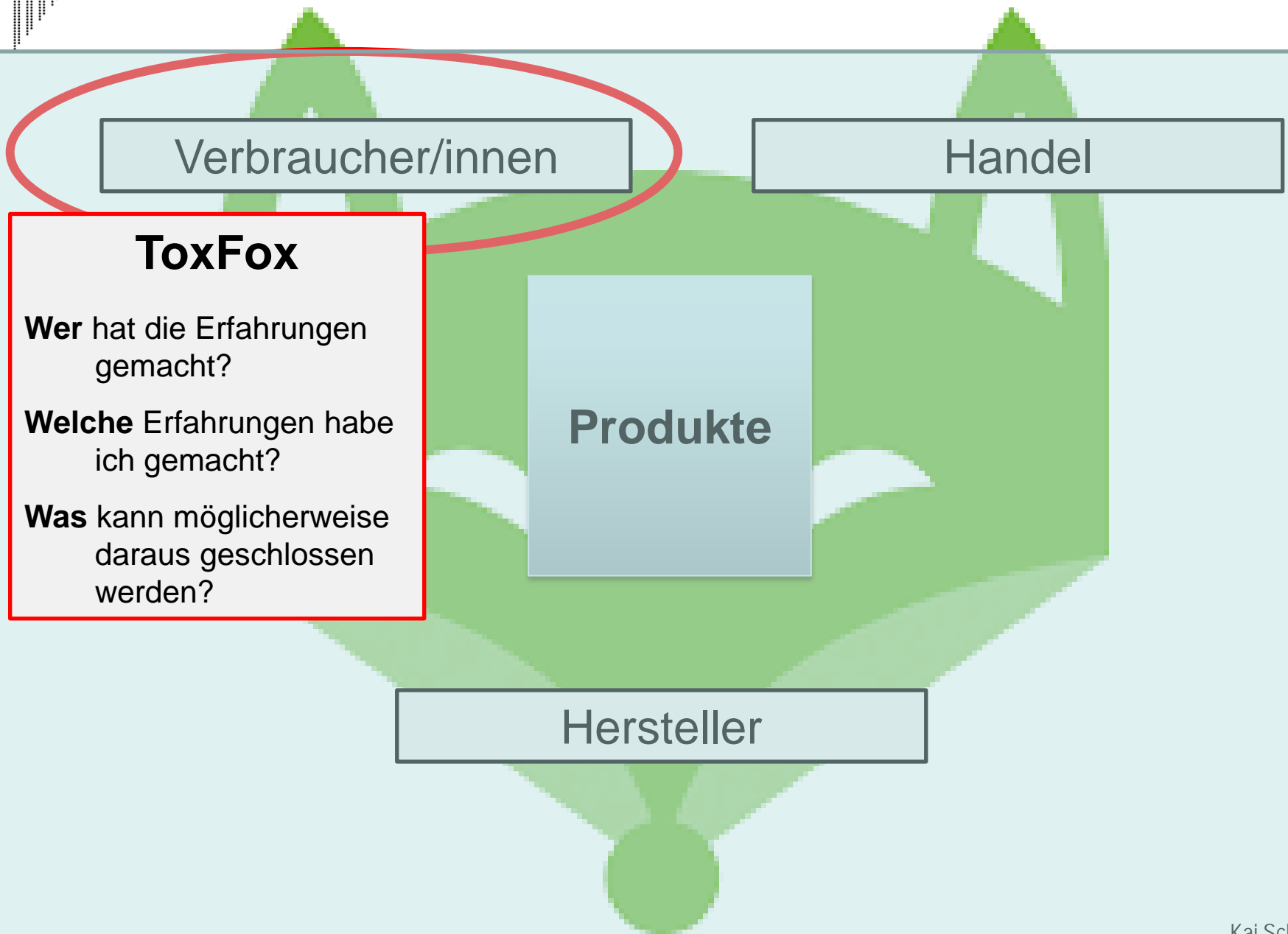
Kai Schuster

stadt, 24.03.2017

Subjektive Perspektive  
über  
Ziel, Inhalte, Nutzung  
und mögliche  
Entwicklungen







Verbraucher/innen

Handel

## ToxFox

**Wer** hat die Erfahrungen gemacht?

**Welche** Erfahrungen habe ich gemacht?

**Was** kann möglicherweise daraus geschlossen werden?

Produkte

Hersteller

# Wer hat die Erfahrungen gemacht?

## **Soziodemografische Rahmendaten**

Alter: 51

Geschlecht: Männlich

Bildung: +

Einkommen: +

2-Personen-Haushalt



# Wer hat die Erfahrungen gemacht?

## Soziodemografische Rahmendaten

Alter: 5  
Geschl  
Bildung  
Einkom  
2-Pers

**Wertorientierung: „Postmateriell“ (Inglehardt 1998)**

- + Umweltschutz
- + Gemeinschaft
- + Gesundheit
- + Unschärfetoleranz
- + Unsicherheitstoleranz
- Technikorientierung
- materielle Orientierung

[-> kann ich mir als Beamter leisten]

# Wer hat die Erfahrungen gemacht?

## Soziodemografische Rahmendaten

Alter: 5  
Geschl  
Bildung  
Einkom  
2-Pers  
**Wertorientierung: „Postmateriell“ (Inglehardt  
1998)**

+ Umweltsch

+ Gemeinsch

+ Gesundhe

+ Unschärfe

+ Unsicherh

- Technikorie

- materielle

[-> kann ich

## **Umwelt- Naturschutzeinstellung hoch**

### **Umweltverhalten teilambivalent:**

+ Energiesparen im Haushalt,

+ Naturschutzorientierung,

+ Bioprodukte,

+ kaum Fleisch,

(+) PKW-Nutzung,

Langsame Sensibilisierung bei Kleiderkauf

Umweltbezogene Mitgliedschaften (inklusive der Mitgliedszeitschriften): Bund Naturschutz, VCD, wissenschaftlicher Beirat der Zeitschrift „Natur und Landschaft“

# Wer hat die Erfahrungen gemacht?

## Soziodemografische Rahmendaten

Alter: 5  
Geschl  
Bildung  
Einkom  
+ Umwelts  
+ Gemeins  
+ Gesundhe

Wertorientierung: „Postmateriell“ (Inglehardt 1998)

Umwelt- Naturschutzeinstellung hoch

Umweltverhalten

+ Energiesparen

**Einkaufsverhalten: Hoher Grad an Routinen**

+ Ladentreue (Alnatura, tegut, dm, rewe)

+ bio-Produkte

+ Produkttreue

- Spontankäufe

- Freude am Kleiderkauf

- Spaß an neuester Technik

Insgesamt: Sehr mechanisiertes Einkaufen

(Schriften): Bund Naturschutz, VCD,  
Berat der Zeitschrift „Natur und

**Kaum Interesse an „App-Kultur“**

Ausnahme:

DB / Öffi

Kamera

LEO

Tagesschau

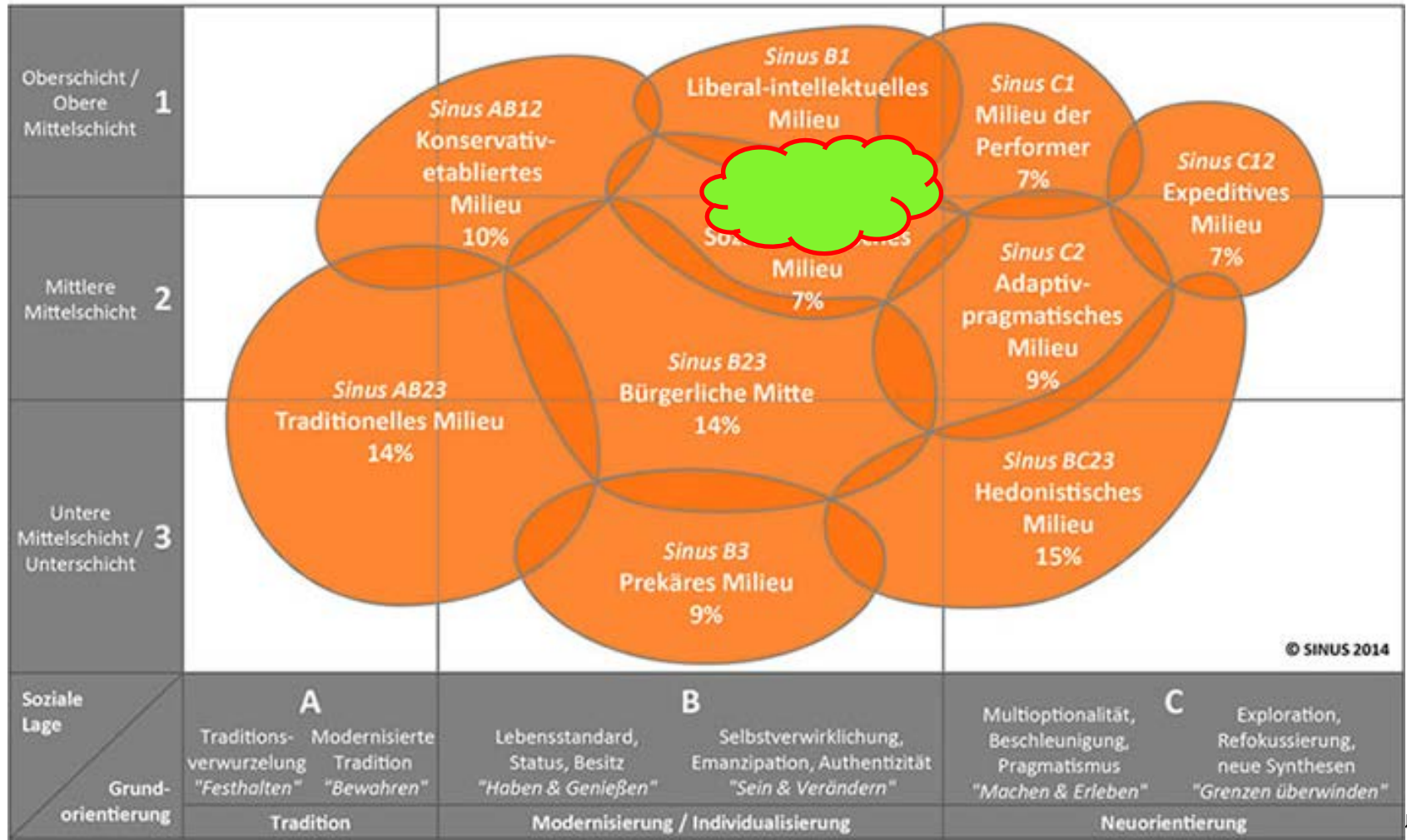
Wetter

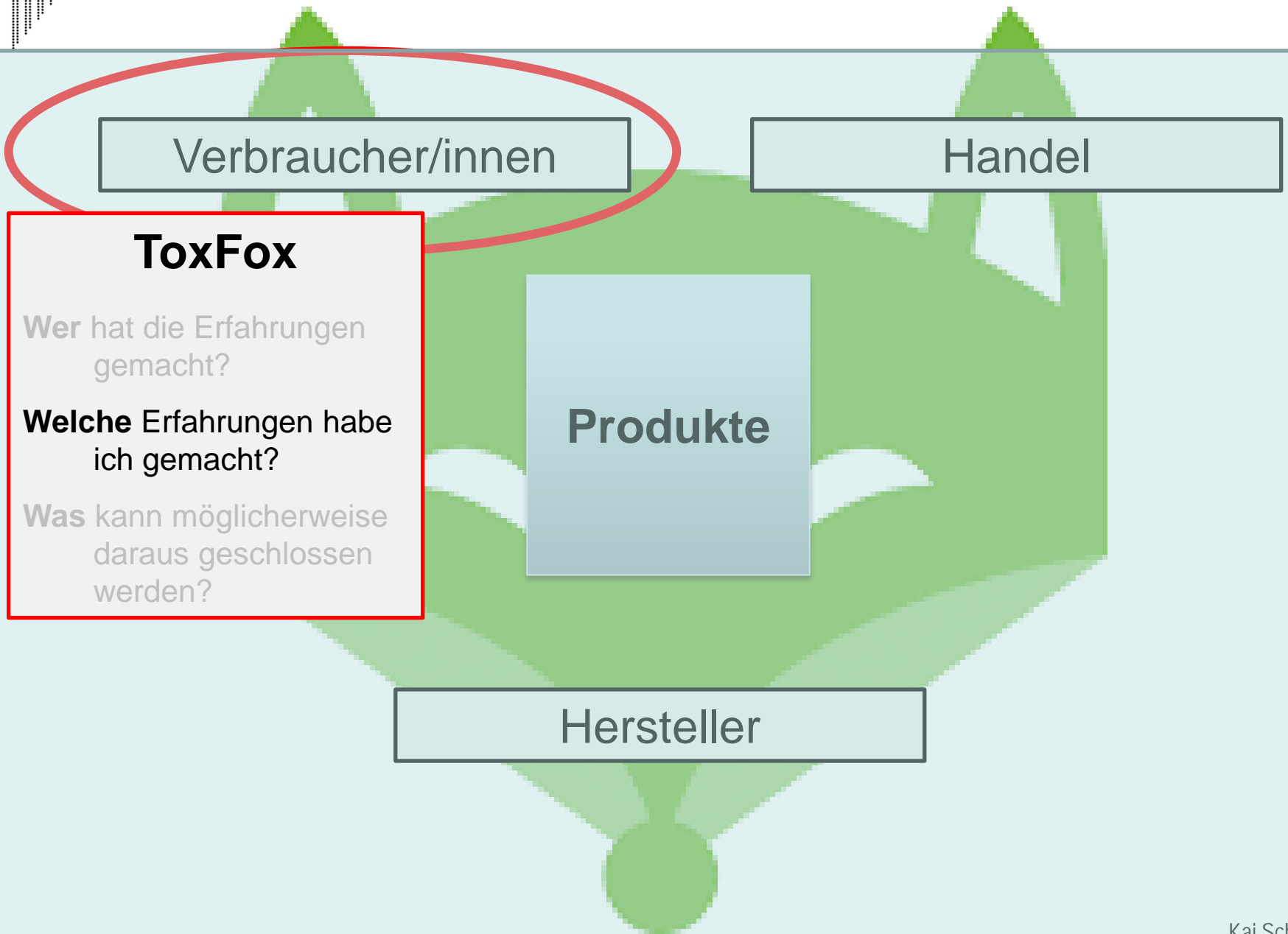
Suchmaschine



# Wer hat die Erfahrungen gemacht?

## Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> in Deutschland 2014 Soziale Lage und Grundorientierung





Verbraucher/innen

Handel

## ToxFox

Wer hat die Erfahrungen gemacht?

Welche Erfahrungen habe ich gemacht?

Was kann möglicherweise daraus geschlossen werden?

Produkte

Hersteller

# Welche Erfahrungen habe ich mit ToxFox gemacht?

## Vor der Nutzung

- **Bekanntheit:**
  - ToxFox hatte meine Aufmerksamkeitschwelle nicht überschritten
  - Erstkontakt Sommer 2016 (privat) -> vergessen
  - Anfrage Dezember 2016 Julian Schenten, Zusage 12.12.16
- **Bewusstes „Ruhelassen“**
  - Keine Hinweise auf ToxFox wahrgenommen

## Während der Nutzung

- **Verständlichkeit:**
  - „Aufspielen“ und Nutzung intuitiv
  - Inhalte klar
  - Grenzen mussten recherchiert werden
- **Anwendungsqualität**
  - Stabil, fehlerfrei, prompte Rückmeldung
- **Anwendungsinteresse**
  - Freude an Scannen im eigenen Haushalt
  - Im Geschäft etwas unangenehm (Tendenz: verstecken)
  - Spaß. ABER: mit schnellem Interesseabbau
  - Befriedigung über eigene Produkte: Bestätigung -> erwartetes Ergebnis

# Welche Erfahrungen habe ich mit ToxFox gemacht?

## Nach der Nutzung

- **Kognitive Komponente:**
  - Sensibilisierung gegenüber „besonders besorgniserregenden“ Inhaltsstoffen
  - „Vergessenstendenz“ mit hoher Reaktivierungskraft
- **Emotion**
  - Zufriedenheit und Sicherheit
  - Wunsch nach Infos über weniger besorgniserregender Inhaltsstoffe (semantischer Extremwert: „besonders besorgniserregend“)
  - Respekt und Anerkennung gegenüber Idee und Umsetzung
- **Handlung/Aufrechterhaltung**
  - Analyse im eigenen Haushalt schnell abgeschlossen
  - Kaum Interesse an Check von „nichtrelevanten“ Produkten
  - Nutzung vor allem bei neuen Produkten vorgesehen
  - Keine Gifthanfrage gestellt (vergessen)
  - Nur sehr selten im Freundeskreis thematisiert

# Welche Erfahrungen habe ich mit ToxFox gemacht?

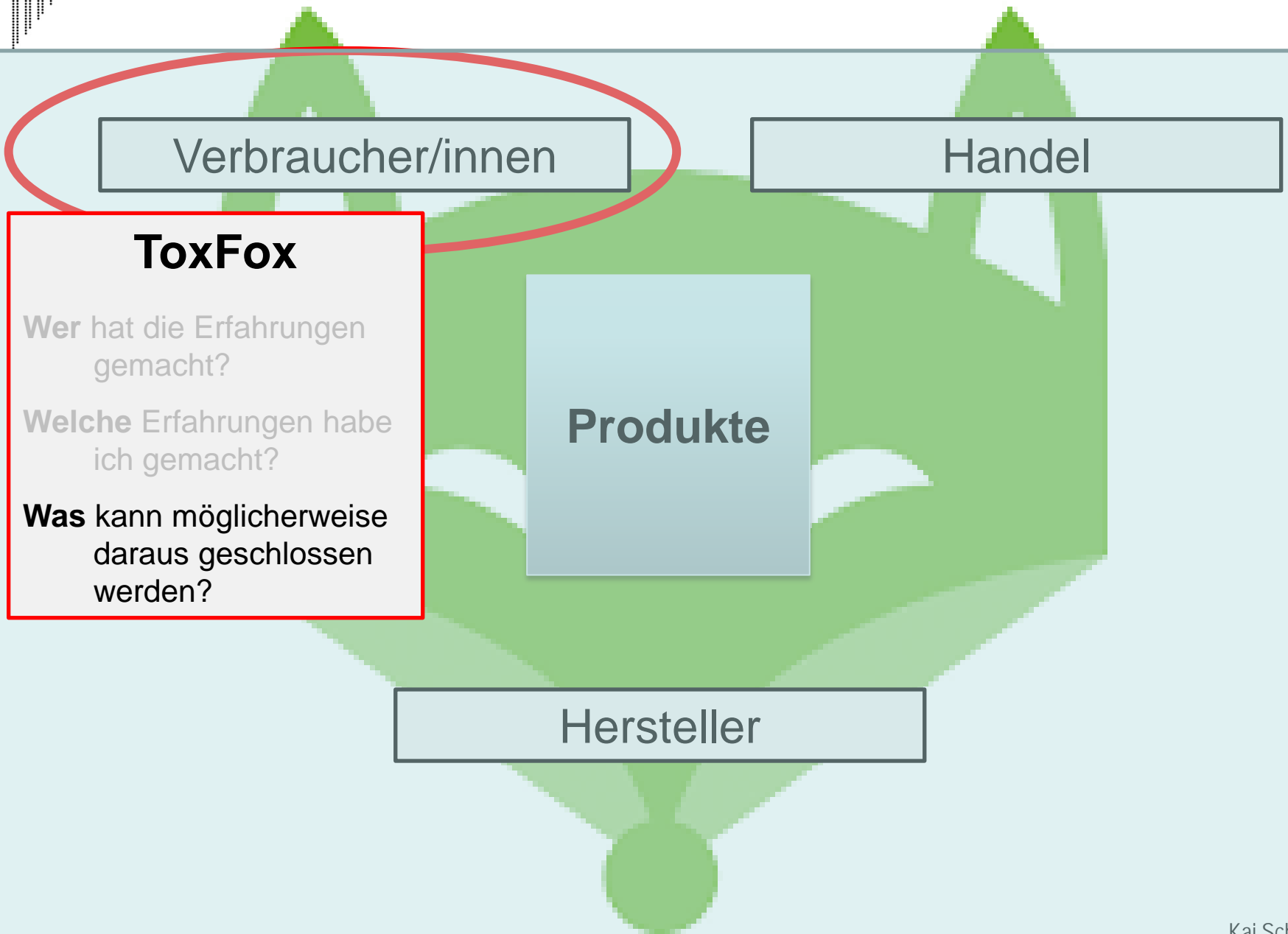
## Analyse der Motivlage und ToxFox-Nutzung

- **Zentrale Motive**
  - Vertrauen in App -> Wirksam, kein „versteckter Kunde“, seriöser Anbieter (BUND)
  - Persönliche Sicherheit in Gesundheitsfragen (Schadensabwehr)
  - Selbstwirksamkeit als kritischer Verbraucher
- **Periphere Motive**
  - Allgemeiner Umwelt- und Verbraucherschutz

## Was fehlt zur Nutzungs-Aufrechterhaltung

- Ehrgeiz zum „Giftjäger“
- Hinweise auf ToxFox im Einkaufssetting (real wie virtuell)
- Lust an Produktvariation
- Betrachtung des Smartphone als „Alltagsbegleiter“
- Unvorhersehbares Ergebnis





# Was kann möglicherweise daraus geschlossen werden?

## Annahme:

Bei möglichst vielen Produkten soll Transparenz über „besonders besorgniserregende Stoffe“ herrschen

Perspektive: Verbraucher/in

Möglichst **viele Verbraucher/innen** nutzen ToxFox für ihre Produkte

Möglichst **viele Produkte** werden von den Verbraucher/innen mit ToxFox gescannt

(Lebensstilorientierte) Zielgruppenkampagnen:  
**Social Marketing**

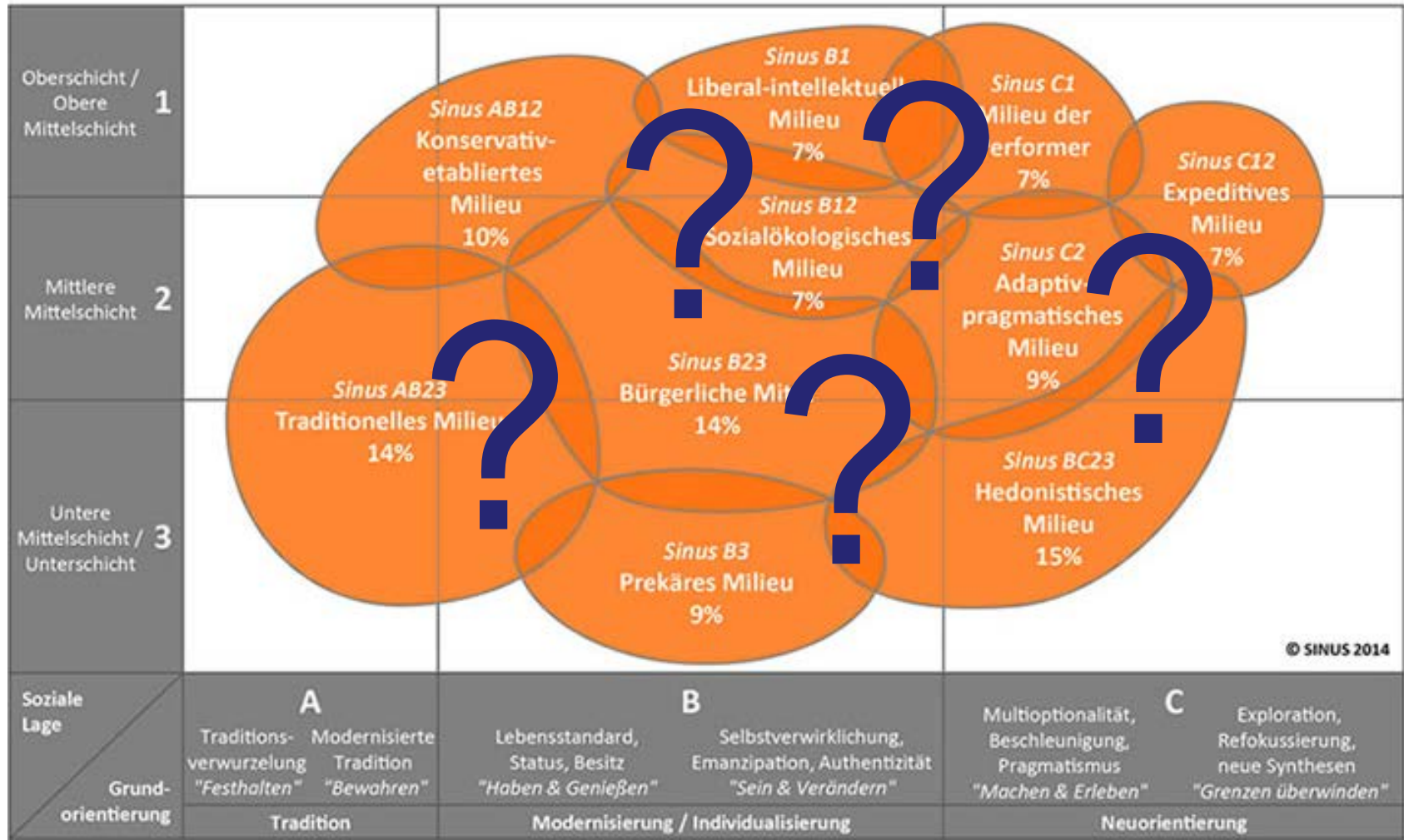
**Gruppenaktivierende Strategien**

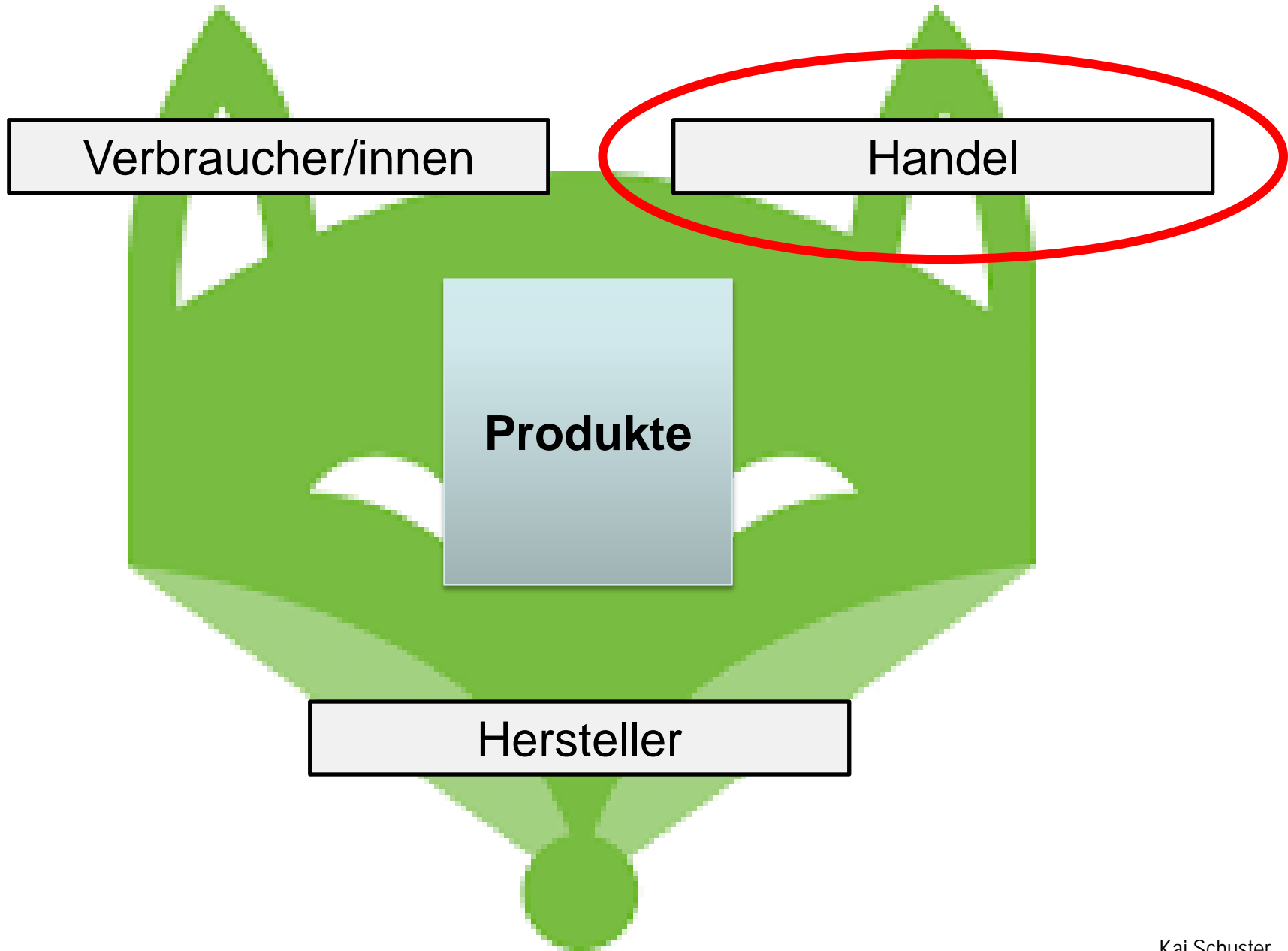


# Zielgruppenfrage und Social Marketingstrategie

## Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> in Deutschland 2014

### Soziale Lage und Grundorientierung





## Annahme:

Bei möglichst vielen Produkten soll Transparenz über „besonders besorgniserregende Stoffe“ herrschen

Perspektive: Handel

Direkter Handel

Online-Handel

Kennzeichnung vor Ort: Produkte garantiert ohne „bbS“

„ToxFox-Zertifikat“

Hinweise/Aufforderung zur ToxFox-Nutzung

Scangeräte vor Ort

...

Kennzeichnung: (bestimmte) Produktpalette garantiert ohne „bbS“

Verknüpfung zu ToxFox

unter „Tipps“/ „Philosophie“/ „Gesundheit“ o.ä. Hinweis auf ToxFox-Prüfung

...

**Herzlichen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit  
und  
Viel Freude bei der Diskussion und  
Weiterentwicklung**