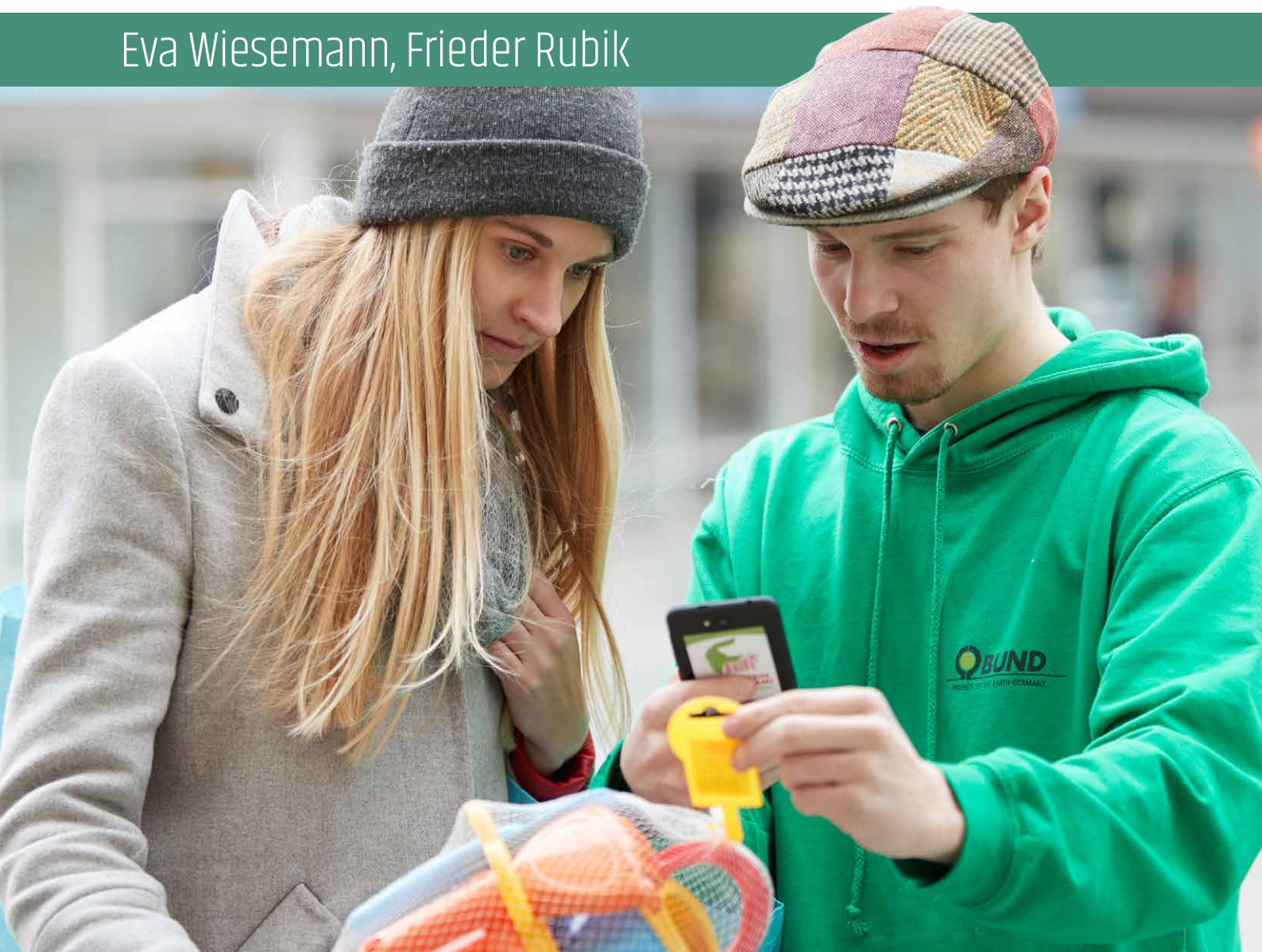


# Nachhaltig innovativ durch Kundenschaftsfeedback

Wie Unternehmen Verbraucher\*innen-Apps in der  
Produktentwicklung einbinden können

Eva Wiesemann, Frieder Rubik



| i | ö | w

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE  
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit  
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

1	Kund*innen wünschen sich nachhaltige Produkte _____	3
2	Verbraucher*innen-Apps: Feedback als Innovationskraft nutzen _____	5
	Wie funktionieren die Apps? _____	5
	Nutzen Sie die Apps zur Marktbeobachtung _____	6
	Welche Rolle spielen die Apps auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit? _____	7
3	Gemeinsam mehr erreichen: 12 Schritte zu einem konstruktiven Umgang mit den Apps _____	9
	Checkliste _____	13
4	Hintergrund und Ausblick _____	14
	Kontakt _____	14

## Für Schnell-Leser\*innen:

Nutzt Ihr Unternehmen bereits die Vorteile, die Feedback-Apps von Umweltorganisationen Ihnen bieten? Etwa zur Außendarstellung, für den Kundschaftsdialog und um frühzeitig nachhaltige Produktrends zu erkennen? Überprüfen Sie sich mit der [Checkliste auf S. 13](#).

# Impressum

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig  
Potsdamer Straße 105  
D-10785 Berlin  
Tel. +49 - 30 - 884 594-0  
Fax +49 - 30 - 882 54 39  
E-Mail: [mailbox@ioew.de](mailto:mailbox@ioew.de)  
[www.ioew.de](http://www.ioew.de)



**Das Projekt** „Zivilgesellschaftliche Feedbackschleifen als Impulse für eine nachhaltige Produktentwicklung“ (2021-2023) wurde mit dem FKZ 28-V-13.07X-20 vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV), Berlin, im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung im Verbraucherschutz in Recht und Wirtschaft gefördert.

## Titelfoto

Aktion zur App ToxFox in München, Foto: Alexandra Beier / Bund für Umwelt und Naturschutz – BUND

**Redaktion:** Antonia Sladek, **Layout:** Bertram Strum

## Zitierhinweis

Wiesemann, Eva; Rubik, Frieder: Nachhaltig innovativ durch Kundschaftsfeedback. Wie Unternehmen Verbraucher\*innen-Apps in der Produktentwicklung einbinden können. Berlin 2023.

[www.ioew.de/publikation/nachhaltig\\_innovativ\\_durch\\_kundschaftsfeedback](http://www.ioew.de/publikation/nachhaltig_innovativ_durch_kundschaftsfeedback)



# 1 Kund\*innen wünschen sich nachhaltige Produkte

Fast täglich berichten Medien über umwelt- oder gesundheitsgefährdende Produkte und deren Folgen – vom Plastik in den Meeren, Mikroplastik in der Natur über gerodete Regenwälder bis hin zu Schadstoffen in Kosmetika. Zahllose Reportagen, Social-Media-Beiträge und Blogs informieren über einen nachhaltigen

Konsum. Bei vielen Verbraucher\*innen ist das Thema inzwischen angekommen.

Auch Unternehmen reagieren: Immer wieder kommen neue nachhaltige Produktalternativen auf den Markt.

## Verbraucher\*innen möchten bessere Produkte

Erhebungen und Befragungen wie die Umweltbewusstseinsstudie des Umweltbundesamtes zeigen, dass fast alle Befragten über menschengemachte Probleme wie Plastik in den Meeren empört sind ([BMUV/UBA 2022](#), S. 34). Über 80 Prozent der Befragten wünschen sich, dass mehr für die Sicherstellung der Pestizid- und Schadstofffreiheit in Lebensmitteln getan wird. Mehr als 90 Prozent möchten eine Reduktion des Verpackungsmülls bei Lebensmitteln (ebd., S. 70).

Eine bundesweite Online-Erhebung von [Hinkes und Christoph-Schulz](#) aus dem Jahr 2020 erfragte Präferenzen zum Einsatz von Palmöl in verschiedenen Schokoladenkekse (u. a. mit zertifiziertem, konventionellem oder keinem Palmöl). Ergebnis: Die Mehrheit präferiert palmölfreie Kekse gegenüber solchen mit zertifiziertem Palmöl.

## Wie nehmen Sie die Präferenzen Ihrer Kund\*innen wahr?

Unternehmen haben bereits eine ganze Reihe von „Sensoren“ zur Verfügung, um Verschiebungen der Verbraucher\*innen-Präferenzen wahrzunehmen und auf den Veränderungsdruck zu reagieren, etwa Markterhebungen und Testlabore.

Gleichzeitig suchen Nutzer\*innen den direkten Weg per E-Mail, Telefon oder Brief, um das aktuelle Produktdesign zu kritisieren oder konkrete Änderungen einzufordern. Individuelle Anfragen sind jedoch für Kund\*innen mit einem hohen Aufwand verbunden: Sie müssen die Produktzusammensetzung und die Kontaktdaten recherchieren und ihr Anliegen formu-

lieren. Insofern ist es ratsam, Kund\*innen ein einfaches, niedrigschwelliges Feedback zu ermöglichen: Damit erhalten Sie ein breiteres Bild und mehr Verbesserungsvorschläge.

## Dialog mit Kund\*innen per App erleichtern

Seit einigen Jahren können Konsument\*innen mithilfe von Apps deutlich schneller Feedback geben: Mit dem Smartphone scannen sie den Barcode eines Produkts. Sie können damit Änderungswünsche an den Hersteller übermitteln und/oder sich über nachhaltigere Alternativen informieren. Auch Unternehmen sparen dabei Zeit, denn das Feedback lässt sich leichter bündeln und auswerten als individuelle persönliche Anschreiben.








### Nichtregierungsorganisationen: Vermittler im Feedbackprozess

Betrieben werden die Apps durch verschiedene zivilgesellschaftliche Organisationen, die Unternehmen auf Umwelt- und/oder Gesundheitsgefährdungen ihrer Produkte aufmerksam machen und Verbesserungen anregen wollen.

Drei beispielhafte Apps wurden im Forschungsprojekt „SDGpro“ (S. 14) genauer untersucht (Tab. 1). Wie können Sie als Unternehmen mit den Apps und mit dem vermittelten Feedback für alle Seiten konstruktiv umgehen? Antworten auf diese Frage möchten wir Ihnen mit dieser Handreichung geben.

App	Träger	Ziel	Link
ReplacePlastic 	Küste gegen Plastik e.V.	fördert Alternativen zu <b>Plastikverpackungen</b> vor allem im Bereich Lebensmittel und Kosmetika	<a href="http://www.replaceplastic.de">www.replaceplastic.de</a>
Replace PalmOil 	Orang-Utans in Not e.V.	ruft dazu auf, <b>Palmöl</b> in Lebensmitteln zu ersetzen	<a href="http://www.replacepalmoil.de">www.replacepalmoil.de</a>
ToxFox 	Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND)	will potenziell <b>gesundheits- und umweltgefährdende Substanzen</b> in Kosmetika, Körperpflege- und Alltagsprodukten verdrängen	<a href="http://www.bund.net/toxfox">www.bund.net/toxfox</a>

Tab. 1: Untersuchte Verbraucher\*innen-Apps im Projekt „SDGpro“.



# 2 Verbraucher\*innen-Apps: Feedback als Innovationskraft nutzen

## Wie funktionieren die Apps?

Im Jahr 2013 ging es mit dem Launch der App ToxFox los und mittlerweile gibt es mehrere vergleichbare Apps zu Umwelt- und Gesundheitsthemen. Mit diesen Apps sammeln Umweltorganisationen individuelles Feedback der Verbraucher\*innen und

übermitteln es an die Hersteller. Die grundlegende Funktionsweise ist dabei stets ähnlich, wie wir am Beispiel der untersuchten Apps ReplacePlastic, Replace PalmOil und ToxFox zeigen:

### Feedback durch Verbraucher\*innen-Apps

So funktionieren ReplacePlastic, Replace PalmOil und ToxFox

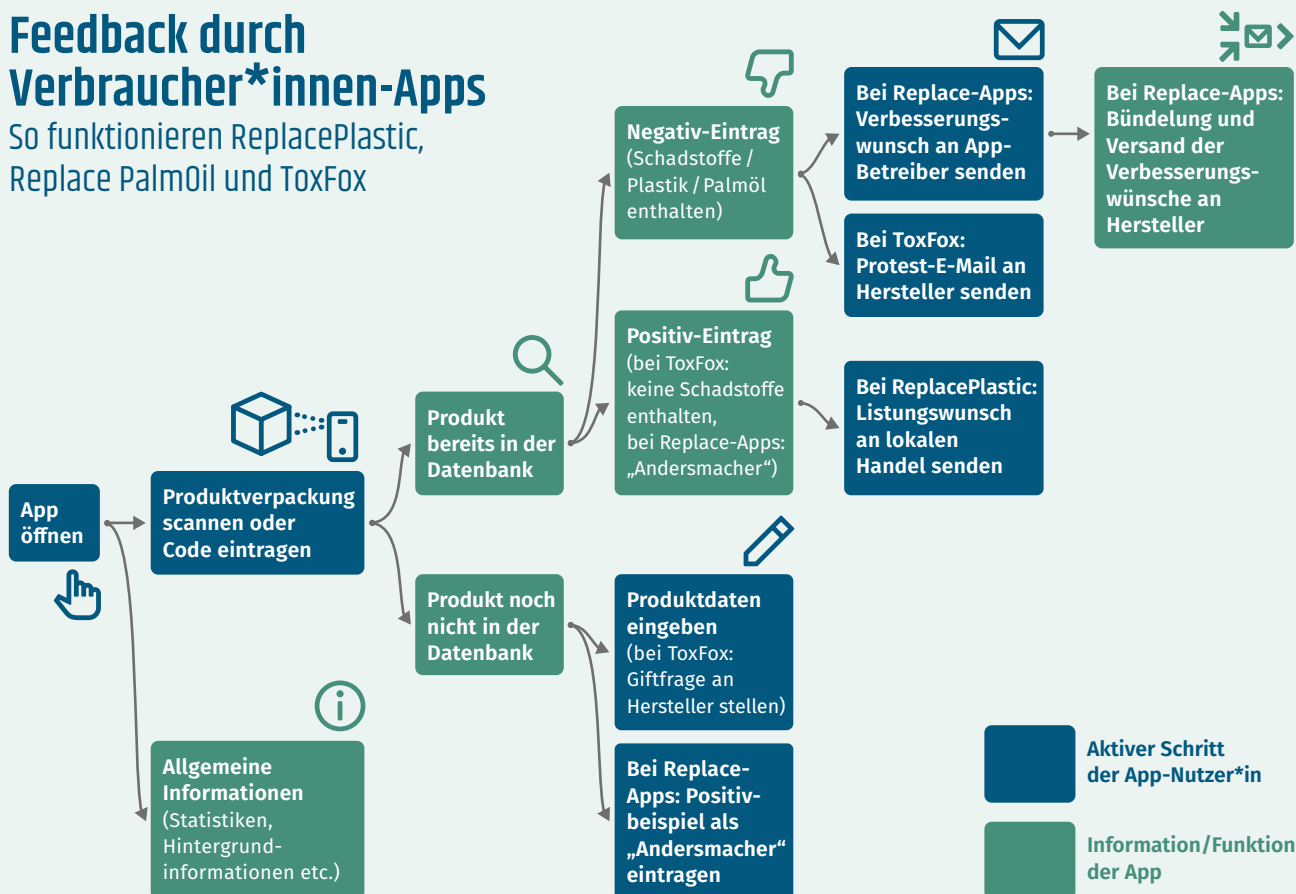


Abb. 1: Funktionsweise der Verbraucher\*innen-Apps ReplacePlastic, Replace PalmOil und ToxFox, eigene Darstellung.

**App downloaden:** Verbraucher\*innen können die Apps kostenlos aus dem Google Play Store oder dem iOS Store downloaden.

**Information einsehen:** Verbraucher\*innen können per Barcode-Scan – entweder noch direkt im Laden oder zu Hause – Informationen über die Zusammensetzung eines Produkts abrufen und prüfen, ob es den eigenen Umwelt- und Gesundheitsanforderungen entspricht. So können die Apps (zukünftige) Kaufentscheidungen beeinflussen.

**Information ergänzen bzw. Auskunft einfordern:** Sofern ein bestimmtes Produkt noch nicht in der der App zugrundeliegenden Datenbank<sup>1</sup> vorhanden ist, können App-Nutzer\*innen fehlende Informa-

<sup>1</sup> Jede der Apps nimmt einen Abgleich der Anfragen mit Datenbanken vor. Die Datenbanken der beiden Replace-Apps wurden selbst entwickelt und beruhen im Falle von ReplacePlastic auf Einträgen der Konsument\*innen, indem diese Angaben zur Verpackung beruhend auf den Angaben auf dem Produkt vornehmen. Die beiden anderen Apps (Replace PalmOil und ToxFox im Falle von Kosmetikprodukten) greifen auf die CodeCheck-App zurück (vgl. <https://www.codecheck.info/so-gehts/mobil>, Zugriff am 8.12.2022).

tionen selbst eintragen oder – vermittelt über die App – die fehlenden Informationen beim Hersteller erfragen (wie im Falle der „Giffrage“ von ToxFox).

**Feedback senden:** Mit einer E-Mail können Verbraucher\*innen ihren „Unmut“ bzw. ihre gewünschten Anforderungen zur Verwendung bestimmter Materialien und Inhaltsstoffe im Produkt an die Hersteller übermitteln, um Verbesserungen anzuregen.

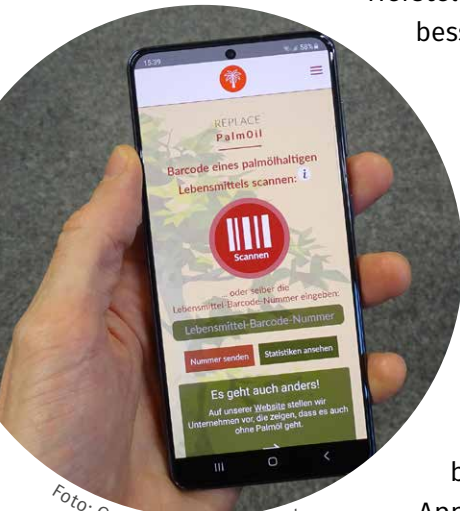


Foto: Orang-Utans in Not e. V.

Zu vielen Herstellern sind bereits **Kontaktadressen** in den Datenbanken der Apps hinterlegt. Im Fall der beiden „Replace“-Apps werden zudem bereits **standardisierte Anschreiben** bereitgestellt, sodass die App-Nutzer\*innen nur noch das Absenden der E-Mail in ihrem Namen bestätigen müssen. Das Einrei-

chen einer Forderung ist in diesem Fall mit wenigen Klicks möglich.

Das Feedback wird je nach App entweder **gebündelt** („Replace“-Apps) **oder individuell** (ToxFox) an die Hersteller weitergeleitet. Im ersteren Fall werden die Rückmeldungen in der Regel über einen Zeitraum von vier Wochen gesammelt, bevor die App-Betreiber eine zusammenfassende E-Mail an die Hersteller versenden. Bei den individuellen Nachrichten über ToxFox erfolgt die Übermittlung direkt.

**Alternativen kennenlernen:** Die beiden „Replace“-Apps bieten als zusätzliche Funktion die Möglichkeit, nachhaltigere Alternativen (hier: ohne Plastikverpackung bzw. ohne Einsatz von Palmöl) kennenzulernen. Sollte das Alternativprodukt nicht lokal erhältlich sein, können Kund\*innen mit der ReplacePlastic-App auch direkt einen Listungswunsch an den Einzelhandel versenden. Dies soll den Verbraucher\*innen den Umstieg erleichtern und gleichzeitig durch Wettbewerbsdruck zusätzliche Impulse auf Hersteller auslösen, ihr Produkt entsprechend der Forderungen der Apps zu verändern.

## Nutzen Sie die Apps zur Marktbeobachtung

Dank ihrer einfachen Anwendung für Verbraucher\*innen und der direkten Übermittlung von Kund\*innen-Feedback sind die Apps aus Sicht ihrer Betreiber und der Kundschaft auf den ersten Blick vor allem ein Instrument zur Übermittlung von Beschwerden. Doch gleichzeitig bieten die Apps große Potenziale für Ihr Unternehmen. Warum? Ganz einfach – sie sind zugleich:

- eine kostenlose Marktforschung,
- ein Frühwarnsystem für Änderungen der Verbraucher\*innenpräferenzen,
- eine Vorbeugung gegen Risiken durch schnelle Änderungen der regulativen Rahmenbedingungen,
- ein kontinuierliches Tracking der Anforderungen und Bedürfnisse Ihrer Kundschaft.

Angesichts dieser Möglichkeiten können die Apps sehr gut das Marktbeobachtungs-Set Ihres Unternehmens ergänzen und auf neue Herausforderungen hinweisen.

### Barometer für grüne Trends

Das Forschungsprojekt „SDGpro“ fragte 2021 Unternehmen aus den Branchen Lebensmittel, Kosmetika, Textilien und Elektrogeräte, ob sie erwarten, dass die durch die Apps behandelten Themen in Zukunft an Aufmerksamkeit gewinnen oder nicht.

Etwa **drei Viertel der befragten Unternehmen** rechnen damit, dass die Aufmerksamkeit für Alternativen zu Plastikverpackungen sowie für den Einsatz umwelt- oder gesundheitsgefährdender Stoffe zunehmen wird. Im Falle von Palmöl glaubten dies 42 Prozent der Unternehmen. Kaum ein Unternehmen denkt jedoch, dass die jeweiligen Thematiken an Aufmerksamkeit verlieren würden.

### Fallbeispiel zeigt Nutzen für Unternehmen

Die App **ReplacePlastic** bündelt Beschwerden über den Einsatz von Plastikverpackungen und informiert die Hersteller per E-Mail, wie viele Nutzer\*innen sich zu welchen Produkten Alternativen ohne (Einweg-) Plastik wünschen. Angegeben wird auch, aus welchen Postleitzahlenbereichen die Wünsche kommen, um die betroffenen Märkte vor Ort zuordnen zu können.

Folgende Reaktionen von Herstellern zeigen, wie wertvoll das Feedback ist:

*„Toll, dass es so eine App gibt. Wenn entsprechend viele Rückmeldungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern bei uns ankommen, ist das auch für uns ein gutes Mittel, das wir an unsere Lieferanten weitergeben können.“*

(Unternehmen aus der Spielwarenbranche)

*„Wir bleiben am Ball – die erhöhte Nachfrage nach weniger Verpackungsmüll liefert uns gute Argumente gegenüber dem Handel.“*

(Anbieter aus der Lebensmittelwirtschaft)

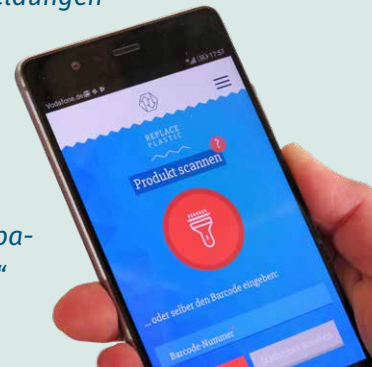


Foto: Kliste gegen Plastik e.V.

Um die Chancen der Apps für Ihr Unternehmen tatsächlich nutzen zu können, sollten Sie jedoch einige Voraussetzungen erfüllen: Nur indem Sie als Hersteller auf konstruktive und strukturierte Weise mit dem eingehenden Feedback umgehen, können beidseitige Vorteile erzielt werden. Allerdings sind sich viele Unternehmen aktuell noch unsicher, wie sie auf das appgestützte Verbraucher\*innen-Feedback reagieren können und welche Möglichkeiten es gibt, die Ergebnisse für die Produktentwicklung und Außendarstellung nutzbar zu machen. Denn anders als bei individuellen Anfragen über den Kundenservice oder bei Bewertungen übergeordneter Teststellen fehlt in der Regel noch ein festgelegter unternehmensinterner Prozess, um das App-Feedback in einem Unternehmen angemessen zu verarbeiten.

Die von den Apps behandelten Umwelt- und Gesundheitsthemen werden in Zukunft weiter an Bedeutung für Verbraucher\*innen gewinnen. Wenn Sie kritisches Feedback ernst nehmen, vermeiden Sie die Gefahr einer verspäteten Produktumstellung und somit von künftigen Umsatzverlusten.

Der vorliegende Leitfaden gibt Ihnen eine Orientierung, wie Sie schnell auf Resonanzen aus den Apps reagieren können. Sie erfahren außerdem, wie Sie mit dem Feedback strategisch umgehen und es in der Produktentwicklung nutzen können.

## Welche Rolle spielen die Apps auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit?

Um die Wirkweisen, Chancen und Potenziale der Apps für Unternehmen zu verstehen, braucht es zunächst eine Einordnung ihrer Rolle im Produktentwicklungsprozess: Die Apps wirken in erster Linie als Vermittler zwischen den Anforderungen von Bürger\*innen, Medien, der Zivilgesellschaft und Unternehmen. Sie sind somit **Katalysator** von

bereits bestehenden gesellschaftlichen Transformationsprozessen in Richtung von mehr Umwelt- und Gesundheitsschutz. Zwar sind sie damit nicht als alleinige Ursache für eine nachhaltigere Produktentwicklung bei Unternehmen zu betrachten, doch sie beschleunigen und vereinfachen den Prozess für die beteiligten Akteure. Vor allem nehmen

die Apps Änderungen in Verbraucher\*innen-Präferenzen über unterschiedliche Kanäle wahr und bündeln diese für Hersteller. So kann Ihr Unter-

nehmen frühzeitig klar formulierte Signale für die Produktentwicklung und auch für die Unternehmensausrichtung wahrnehmen.

## So wirken Verbraucher\*innen-Apps in den Markt hinein:

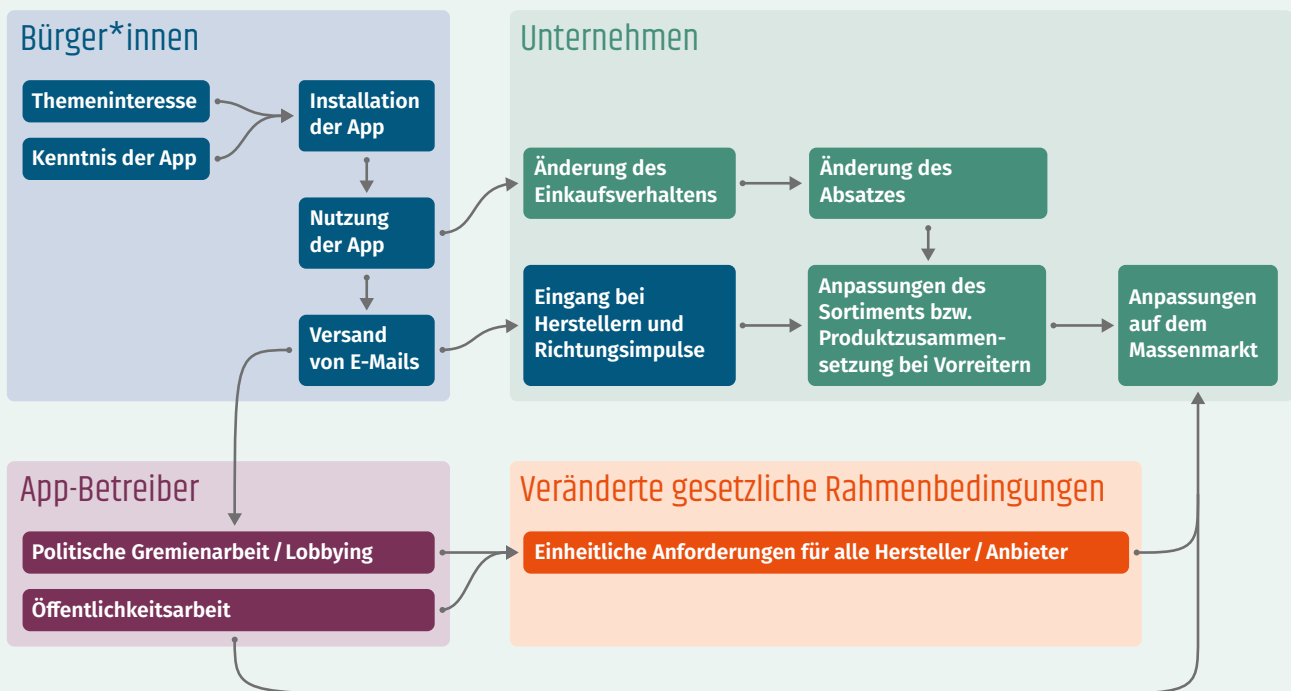


Abb. 2: Schematische Darstellung der Wirkungskette zu den Verbraucher\*innen-Apps ReplacePlastic, Replace PalmOil und ToxFox, eigene Darstellung.

Die zentrale Funktion der Apps ist es, Feedback der Nutzer\*innen an Unternehmen und Politik zu vermitteln (Abb. 2). Zusammen mit einem veränderten Einkaufsverhalten der App-nutzenden Verbraucher\*innen führt dieses Feedback letztlich zur gewünschten Wirkung, nämlich einer Veränderung des Produktdesigns in der jeweiligen Branche („Anpassungen auf dem Massenmarkt“).

Gleichzeitig führen die Organisationen, die die Apps betreiben, begleitende Aktionen auf Basis der App-Nutzungszahlen durch: Die Apps stehen als Instrument nie für sich allein, sondern sind immer Teil übergeordneter Kampagnen der jeweiligen App-Betreiber. Zentrale weitere Elemente sind hier also politische Gremienarbeit und Lobbying sowie Öffentlichkeitsarbeit. Dabei stellen die NGOs konkrete Forderungen an die regulative Ebene, um ein-

heitliche, nachhaltige Produktdesign-Standards für alle Hersteller bzw. Anbieter zu erreichen. Dies ist der zweite Weg, um auf die gewünschten „Anpassungen auf dem Massenmarkt“ einzuwirken.

Inwiefern diese Prozesse in verschiedenen Branchen bereits Wirkung zeigen, wurde im Rahmen des Forschungsprojekts nicht erhoben. Allerdings lässt sich festhalten: Damit die beschriebenen Effekte eintreten können, sollten die Apps ausreichend bei den Bürger\*innen verbreitet sein. Die untersuchten Apps wurden bisher unterschiedlich oft heruntergeladen: ToxFox etwa zwei Millionen Mal, ReplacePlastic etwa 267.000-mal und Replace PalmOil etwa 11.000-mal. Bisher werden die Apps vor allem von umwelt- und gesundheitsbewussten Verbraucher\*innen genutzt.





## 3 Gemeinsam mehr erreichen: 12 Schritte zu einem konstruktiven Umgang mit den Apps

Die Apps bieten Ihnen ein interessantes Instrument der strategischen, vorausschauenden Produktentwicklung. Dafür ist es wichtig, dass Sie die über die Apps vermittelten E-Mails nicht als einseitigen Kommunikationsprozesses verstehen, sondern einen beidseitigen konstruktiven Austausch gestalten. Da eine direkte Kontaktaufnahme mit einzelnen

Verbraucher\*innen teilweise technisch und datenschutzrechtlich nicht möglich ist und zudem zeitaufwändig wäre, ist vor allem der Austausch mit den zivilgesellschaftlichen Organisationen, die die Apps betreiben, sinnvoll und gewünscht. Nutzen Sie als Unternehmen diese Möglichkeit!

### Starten Sie und schaffen Sie eine Anlaufstelle

#### 1. Machen Sie sich mit den Apps vertraut

Die einzelnen Apps sind in vielen Unternehmen noch nicht bekannt. Und bei Ihnen? Um die Apps und deren Vorgehen kennenzulernen, sollten Sie sich mit der Funktionsweise vertraut machen. Sie können über die in diesem Leitfaden zusammengestellten Kontaktadressen und Links ([S. 14](#)) mehr zu den Apps erfahren. Vielleicht möchten Sie eine der Apps auch selbst testen.

#### 2. Vereinbaren Sie eine zentrale Zuständigkeit

Die E-Mails, die über die Apps versandt werden, sollten bei einer zentralen Ansprechperson in Ihrem Unternehmen landen. Dazu sollten Sie innerhalb Ihres Unternehmens eine solche Zuständigkeit festlegen. Teilen Sie diese Information dann in Ihrem Unternehmen. Stellen Sie dabei auch sicher, dass die Verwaltung der zentralen E-Mail-Adresse etwaig eingehende E-Mails an die zuständige Person weiterleitet. Sie könnten auch diese Ansprechperson als Kontaktinformation an die App-Betreiber weiterleiten.

### 3. Verstehen Sie die Bedenken der Kund\*innen

Auch wenn die Bündelung über die Apps bei den beiden „Replace-Apps“ suggeriert, das eingehende Feedback wäre einheitlich, lohnt es sich für Ihr Unternehmen dennoch, dies zu überprüfen. Die App ToxFox erlaubt durch die direkte Weiterleitung der Kund\*innenanfragen einen vertieften Einblick, welche konkreten Motivlagen, Einschätzungen und Forderungen sich hinter jeder Nachricht verbergen. Die „Replace“-Apps bieten diese Möglichkeit zwar nicht, doch durch den engen Draht der Betreiber der Apps zu den Nutzer\*innen der App lohnt sich hier für Sie besonders der Austausch mit den Betreibern selbst.

### 4. Nutzen Sie die Informationskanäle der App für Verbraucher\*innen: Laden Sie eigene Daten hoch und pflegen Sie diese regelmäßig

Jede App besitzt eine eigene Datenbank mit Informationen zu Produkten und/oder deren Verpackungen, die kontinuierlich fortgeschrieben, gepflegt und aktualisiert wird. Teilweise können Nutzer\*innen selbst über die Crowdsourcing-Option Informationen eintragen, etwa anhand der Liste der Inhaltsstoffe oder des Erscheinungsbildes eines Produkts im Laden.

Oft übersehen Unternehmen die Möglichkeit, selbst regelmäßig aktuelle und – sofern erforderlich – korrigierende Angaben zur Produktzusammensetzung in die relevanten Datenbanken einzutragen. Hier sind Sie gefordert – denn Informationen, die direkt vom Hersteller stammen, werden von den App-Betreibern oft prioritär behandelt. Viele Apps bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihre Einträge als nicht durch andere Personen überschreibbar anzulegen. Über die Nutzung dieser Option können Unternehmen einen wirkungsvollen Kommunikationskanal ohne übermäßig großen Arbeitsaufwand erschließen.

### 5. Kommunizieren Sie proaktiv über Gründe für Ihre Materialwahl bzw. Produktzusammensetzung

Verbraucher\*innen-Feedback basiert auf den aktuellen Wahrnehmungen und dem Wissensstand der jeweiligen Absender\*in. Aufgrund der Komplexität

des Nachhaltigkeitsdiskurses können Fehlannahmen bei Verbraucher\*innen entstehen. Solche Missverständnisse begünstigen öffentliche Kritik und Protest-E-Mails.

Sie als Hersteller können dem proaktiv begegnen, indem Sie Ihre unternehmensinterne Haltung zu den Umwelt- und Gesundheitsthemen der Apps offen kommunizieren, etwa auf Ihrer Homepage oder sogar direkt auf der Verpackung Ihrer Waren. Unter welchen Voraussetzungen ist beispielsweise Kunststoff das umweltfreundlichste Verpackungsmaterial? Woher konkret stammt das Palmöl, das Sie in bestimmten Produkten verarbeiten, welchen Standards entspricht es? Welche Maßnahmen trifft Ihr Unternehmen, um Umwelt- und Gesundheitsschutz bei den verarbeiteten Rohstoffen sicherzustellen, die über bestimmte Label oder Bezeichnungen von Inhaltsstoffen hinausgehen?

Durch solche Informationen tragen Sie als Unternehmen von vornherein zu einem konstruktiven Austausch bei – mit Verbraucher\*innen ebenso wie mit den Betreibern der Apps.

### 6. Werden Sie selbst Vorreiter und nutzen Sie Apps zur Außenkommunikation Ihrer eigenen Fortschritte

Viele Unternehmen sind bereits selbst auf dem Weg, ihre Produkte nachhaltiger zu gestalten. Sie reagieren damit – proaktiv oder reaktiv – direkt auf die Anliegen der Apps und deren Nutzer\*innen. Aus Sicht der Apps werden diese Unternehmen somit in nur kurzer Zeit von einem „Nachzügler“ zu einem „Vorreiter“, der beispielsweise keine Plastikverpackungen oder gesundheits- oder umweltgefährdende Stoffe mehr einsetzt.

Einige Apps bieten Ihrem Unternehmen bereits die Möglichkeit, als Positiv-Beispiel („Andersmacher“) gelistet zu werden. Dies kann teilweise sogar mit der Angabe verbunden werden, in welchen Geschäften die entsprechenden Alternativprodukte gekauft werden können. So nutzen Sie die App nicht nur zum Imagegewinn, sondern auch als kostenlose PR bei einem umwelt- und gesundheitsschutzaffinen Klientel.

## 7. Organisieren Sie einen abteilungsübergreifenden Kommunikationsfluss

Angenommen, Sie haben ein Feedback aus einer App erhalten – wie gehen Sie damit am besten um? Von der Verarbeitung des Feedbacks bis zur Umsetzung in konkreten Maßnahmen sind eine Reihe von Schritten notwendig: Daran sollten unterschiedliche Bereiche Ihres Unternehmens beteiligt sein – von Ihrem Kundenservice über die Produktentwicklung bis hin zu Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sowie ggf. das Politik-Team.

Bei Ihrer Planung ist es daher wichtig, dass Sie die notwendigen Kommunikationsflüsse innerhalb Ihres Unternehmens mitdenken und die Regelkommunikation innerhalb Ihrer Organisation daran ausrichten.

## 8. Legen Sie einen Prozess zum Umgang mit dem App-Feedback fest

Im nächsten Schritt sollten Sie einen festen Prozess für Ihr Unternehmen aufsetzen, in dem Sie die Rollen und Aufgaben aller beteiligten Abteilungen bei der Reaktion auf das eingehende Feedback festlegen. Gleichzeitig sollten Sie dafür sorgen, dass die Inhalte an die relevanten Stellen in Ihrem Unternehmen gelangen. Ohne einen solchen

Prozess besteht die Gefahr, dass das Feedback der Apps in der Fülle sonstiger Verbraucher\*innen-Inputs in Ihrem Unternehmen „untergeht“ und statt eines konstruktiven Austauschs Frustration bei den Absender\*innen entsteht.

Idealerweise sollte der Prozess ganzheitlich im Kontext der Gesamtstrategie Ihres Unternehmens betrachtet, verankert und geplant werden. Informieren Sie alle relevanten Unternehmensbereiche über den Prozessstart. Zudem empfiehlt es sich, gerade zu Beginn den Stand regelmäßig zu überwachen.

## 9. Erweitern Sie mit Kooperationen Ihre Handlungsspielräume

Ihr Unternehmen steht in vielfältigen Beziehungen mit Ihren wirtschaftlichen Partnern – und auch Wettbewerbern. Gerade Ihre Lieferanten können wichtig für Ihre Handlungsmöglichkeiten sein, etwa durch die Materialwahl, das Sortimentsangebot und Flexibilität bei der Produktweiterentwicklung. Erkenntnisse, die Sie aus der App und in Ihrer innerbetrieblichen Abklärung gewonnen haben, können Sie auch mit Ihren Lieferanten abgleichen und diese auf entsprechende Anpassungen hinweisen. Vielleicht geschieht dies auch noch besser und kostengünstiger, wenn Sie mit Ihren Wettbewerbern zusammenarbeiten, um dadurch eine möglichst große Nachfragemenge anbieten zu können.



Foto: Jörg Farys | BUND



## Kooperieren Sie mit den App-Betreibern, um Vorreiter Ihrer Branche zu werden und auf neue Marktbedingungen hinzuwirken

### **10. Suchen Sie den aktiven Austausch mit den App-Betreibern und verstehen Sie die Wirkweise der Apps**

Um die durch die Apps vermittelten Wünsche und Forderungen bestmöglich einordnen und aufgreifen zu können, sollten Sie die Funktionsweise und Nutzer\*innen-Struktur der Apps kennen. Im Gespräch mit den Betreibern finden Sie heraus, welche Verbraucher\*innen aus welchem Anlass und zu welchem Zeitpunkt die App nutzen und welche Schlüsse Sie daraus für die Produkt- und Marktentwicklung ableiten können. Nicht zuletzt ermöglicht Ihnen der direkte Kontakt, die Hintergründe und Ziele der Apps zu verstehen. Die zivilgesellschaftlichen Initiativen sind dabei konstruktive und informierte Ansprechpartner\*innen, die sich oft schon viele Jahre fachlich mit den jeweiligen Umwelt- und Gesundheitsthemen beschäftigen.

### **11. Lernen Sie bestehende Alternativen kennen und kommunizieren Sie nachhaltige Produktumstellungen**

Die App-Betreiber sind in ihrem jeweiligen Themenfeld gut informiert und können daher fundierte Aussagen über Verbreitung und Vorteile verschiedener auf dem Markt verfügbarer Produktalternativen treffen. Dabei kennen sie auch die Reaktionen der Verbraucher\*innen, sowohl auf die konventionellen als auch auf die nachhaltigeren Produktvarianten. Sie als Unternehmen könnten zielgruppengenaue Ihre Kund\*innen bei der Außenkommunikation adressie-

ren und dabei nachhaltige Produktinnovationen und/oder -umstellungen hervorheben.

### **12. Richten Sie Runde Tische ein und wirken Sie auf gesetzliche Rahmenbedingungen ein**

Wenn Sie Produktalternativen in den Handel bringen wollen, sind Sie – wie auch Ihre Konkurrenten – an regulative Vorgaben zum Einsatz von Inhaltsstoffen und Materialien gebunden. Wo veraltete oder wenig ambitionierte Regelungen eine erfolgreiche Umstellung auf nachhaltigere Alternativen verhindern, können Sie als Hersteller auch selbst aktiv werden: Gemeinsam mit anderen Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Initiativen, aber auch mit Politiker\*innen oder Verbraucherschutzorganisationen, können Sie eine aktive und gestaltende Rolle einnehmen.

Mit einem Runden Tisch für Unternehmen, Zivilgesellschaft und Politik initiieren Sie einen konstruktiven Austausch. Dabei können Sie auch eigene Themen vorantreiben, die über die spezifischen Forderungen der Apps hinausgehen und so eine ganzheitlich nachhaltige Produktentwicklung fördern. Aus solchen Dialogen heraus wirken Sie langfristig auch auf bessere gesetzliche Standards in Ihrer gesamten Branche hin. Damit tragen Sie nicht nur zum Erreichen ökologischer Ziele bei, sondern schaffen gleichzeitig ein „Level playing field“, also gleiche Wettbewerbsbedingungen, für Ihre Konkurrenten. So erleichtern Sie es Verbraucher\*innen, sich für nachhaltige Produkte zu entscheiden.

# Auf einen Blick: Checkliste für den konstruktiven Umgang mit Verbraucher\*innen-Apps

<b>Befassen Sie sich im Unternehmen mit der App</b>	
1. Sie kennen die für Ihre Produkte relevanten Apps und haben ein Bild von deren Zielgruppe.	<input type="checkbox"/>
2. Ihr Unternehmen legt eine Ansprechperson und Kontaktadresse für die App-Betreiber fest.	<input type="checkbox"/>
<b>Verbessern Sie die Außenkommunikation mit Verbraucher*innen</b>	
3. Sie nutzen die Kund*innenanfragen oder erkundigen sich bei den App-Betreibern nach den Bedenken der Verbraucher*innen.	<input type="checkbox"/>
4. Sie veröffentlichen Informationen zu Ihren Produkten und pflegen die Datenbanken bei Produktänderungen.	<input type="checkbox"/>
5. Sie machen in der App transparent, welche Gründe es für die aktuelle Materialwahl und Produktzusammensetzung gibt und begegnen möglichen Vorurteilen über deren Nachhaltigkeit proaktiv.	<input type="checkbox"/>
6. Wenn Sie Ihre Produkte nachhaltiger gestalten oder bereits nachhaltige Produkte anbieten, nutzen Sie die App, um als Vorreiter sichtbar zu werden.	<input type="checkbox"/>
<b>Bauen Sie den Austausch innerhalb Ihres Unternehmens aus und berücksichtigen Sie Hinweise für Ihre Produktentwicklung</b>	
7. Sie beziehen alle relevanten Abteilungen vom Kundenservice über die Produktentwicklung bis hin zu Marketing und Öffentlichkeitsarbeit ein.	<input type="checkbox"/>
8. Sie haben einen festen Prozess zum Umgang mit dem App-Feedback in Ihrer Unternehmensstrategie definiert und den Prozessstart intern kommuniziert.	<input type="checkbox"/>
9. Um das Feedback zu nachhaltigeren Inhaltsstoffen oder Verpackungen umsetzen zu können, arbeiten Sie mit Lieferanten, Abnehmern und ggf. Wettbewerbern zusammen.	<input type="checkbox"/>
<b>Gehen Sie gemeinsam voran: Kommunikation und Kooperation mit den App-Betreibern</b>	
10. Sie stehen im aktiven Austausch mit den App-Betreibern.	<input type="checkbox"/>
11. Sie nutzen das Wissen der App-Betreiber über Produktalternativen und über umwelt- und gesundheitsaffine Zielgruppen.	<input type="checkbox"/>
12. Sie vernetzen sich mit Unternehmen, Zivilgesellschaft und Politik – etwa im Rahmen eines Runden Tisches – und wirken auf ambitionierte Rahmenbedingungen für nachhaltigere Produkte hin.	<input type="checkbox"/>

# 4 Hintergrund und Ausblick

Die in dieser Handreichung zusammengestellten Empfehlungen basieren auf Befragungen, Interviews und Workshops mit verschiedenen in Deutschland ansässigen Unternehmen aus den Branchen Lebensmittel, Kosmetika, Textilien und Elektrogeräte. Sie sind Teil des Forschungsprojekts „Zivilgesellschaftliche Feedbackschleifen als Impulse für eine nachhaltige Produktentwicklung – (SDGpro)“.

Das Projekt „SDGpro“ wurde 2021-2023 vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung im Verbraucherschutz in Recht und Wirtschaft gefördert. Beteiligt waren das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), der Verein Küste gegen Plastik e.V., der Verein Orang-Utans in Not e.V., der Bund

für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) sowie der Runde Tisch Reparatur e.V.

Die hier dargestellten Ergebnisse decken nur einen Ausschnitt des Gesamtprojekts ab. Die Transformation von Unternehmen und deren Produkten in Richtung Nachhaltigkeit ist komplex und ergibt sich aus einem Zusammenspiel unterschiedlichster Akteure: Verbraucher\*innen, Medien, zivilgesellschaftlichen Organisationen, Politik und nicht zuletzt auch den Unternehmen selbst. Neue Formen des Verbraucher\*innen-Feedbacks über Apps reißen sich in dieses Gefüge als ein weiterer Baustein ein. Im Sinne eines vorausschauenden Umgangs mit sich wandelnden Verbraucher\*innen-Präferenzen sollten sich Unternehmen schon heute mit diesem noch recht neuen Feedbackkanal auseinandersetzen.

## Weiterführende Links zum Projekt:

- [Gesamt-Abschlussbericht](#)
- [Policy-Paper](#)
- [Zwischenbericht mit ausführlicher Darstellung der Apps](#)
- [Allgemeine Projektvorstellung](#)

## Kontakt:

**Dr. Frieder Rubik**

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung  
[frieder.rubik@ioew.de](mailto:frieder.rubik@ioew.de)

**App ReplacePlastic:**

Verein Küste gegen Plastik e.V.  
Frank Timrott, Jennifer Timrott  
[post@kueste-gegen-plastik.de](mailto:post@kueste-gegen-plastik.de)

**App Replace PalmOil:**

Verein Orang-Utans in Not e.V.  
Julia Cissewski, Markus Menke  
[kontakt@ouin.de](mailto:kontakt@ouin.de)

**App ToxFox:**

Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland e.V.  
(BUND)  
Ulrike Kallee, Luise Körner  
[chem@bund.net](mailto:chem@bund.net)