

DIGITALES ARCHIV

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Periodical Part

Jahresbericht ... / Stiftung Warentest ; 2021

Provided in Cooperation with:

Stiftung Warentest, Berlin

Reference: Jahresbericht ... / Stiftung Warentest ; 2021 (2021).

https://www.test.de/microsites/jahresbericht2021/epaper/SW_Jahresbericht-2021.pdf.

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/8858>

Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics

Düsternbrooker Weg 120

24105 Kiel (Germany)

E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)

<https://www.zbw.eu/econis-archiv/>

Standard-Nutzungsbedingungen:

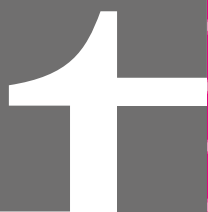
Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

<https://zbw.eu/econis-archiv/termsfuse>

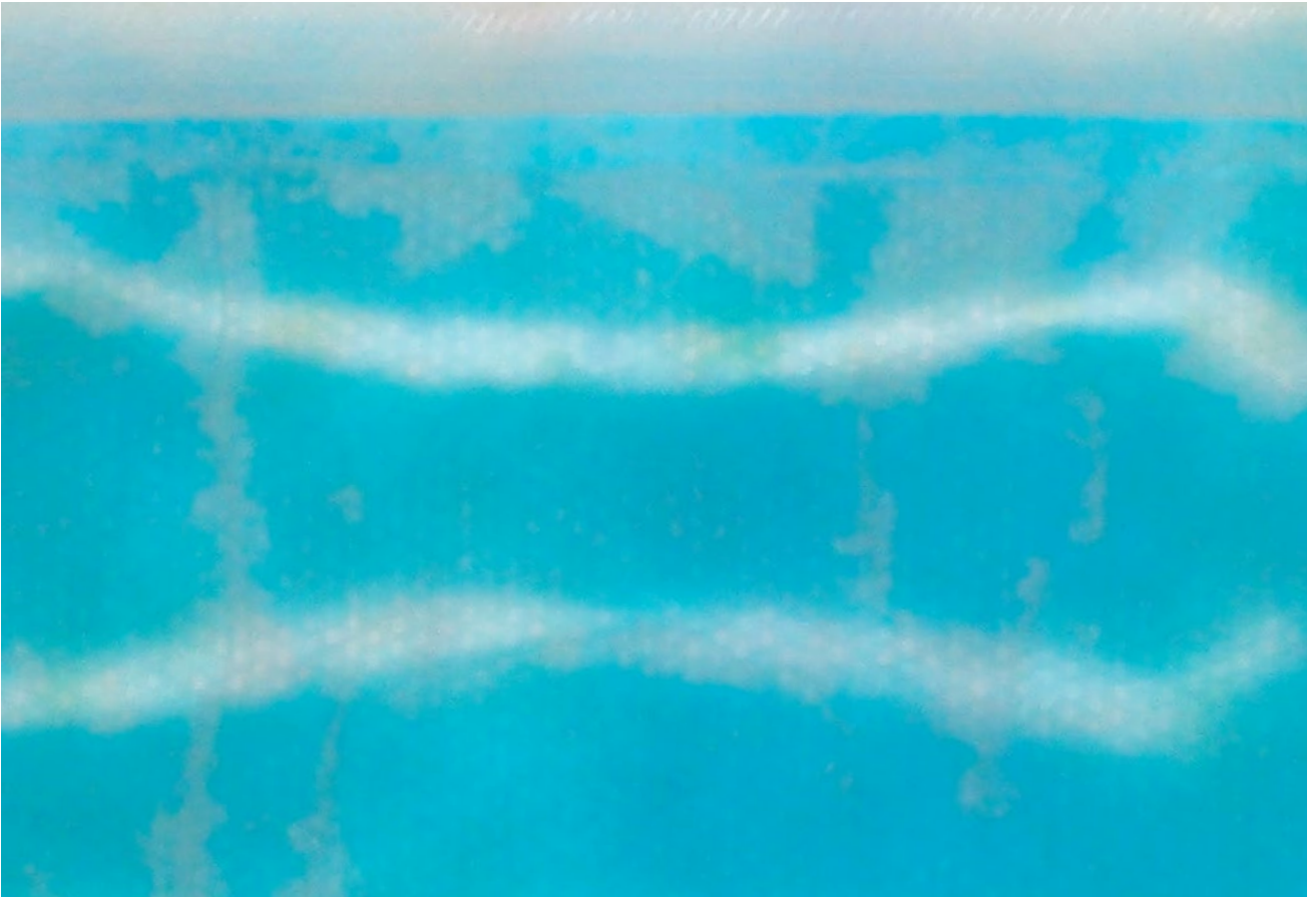
Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.

Stiftung
Warentest



Jahres- bericht 2021



Swimmingpool?

Blaue Lagune?

Test Babywindeln 8/2021

Um die Flüssigkeitsmenge zu bestimmen, die die Windel als Rücknäse an die Haut abgibt, wird in mehreren Schritten Flüssigkeit aufgebracht, ein Filterpapier darauf gelegt und das Ganze mit einem Gewicht beschwert.

Jahresbericht / 2021



Vorwort

Die Stiftung Warentest blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2021 zurück. Die Belastungen, die die fortdauernde Pandemie mit sich brachte, haben wir gemeinsam gut bewältigt. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können grundsätzlich frei entscheiden, ob sie von zu Hause oder im Büro arbeiten. Sämtliche Abläufe sind darauf umgestellt und funktionieren tadellos.

Mit 159 Waren- und CSR-Tests sowie 82 Dienstleistungstests haben wir genauso viel geschafft wie in „normalen“ Jahren. Wo etwa Hygieneregeln das übliche Vorgehen erschwerten, gingen die Kolleginnen und Kollegen neue Wege (siehe Seite 28). Und natürlich stellten wir uns auf die aktuellen Bedürfnisse der Menschen ein, zum Beispiel mit Tests von FFP2-Masken für Erwachsene und Kinder sowie von CO2-Messgeräten und -Ampeln. Wir testeten und informierten über Homeoffice-Ausrüstung und stellten uns auf die zwangsläufig gewandelte Freizeitgestaltung mit Tests von Wander-Apps, Informationen zum Wohnmobil-Urlaub und zum Umgang mit Haustieren ein. Bei Finanztest war vor allem das Themenfeld „Grüne Geldanlage“ bei der Leserschaft beliebt. Unter den Buch-Neuerscheinungen fand der Ratgeber „Photovoltaik“ besonders viele Leser, sowohl als klassisches Printprodukt als auch als E-Book.

Mit einer Bestandssteigerung der Print- und Online-Abonnements um 3,8 Prozent auf insgesamt 578 421 war 2021 auch wirtschaft-

lich ein starkes Jahr. Im Printbereich behauptete sich die Zeitschrift test mit einem nur leichten Verlust um 0,9 Prozent auf 321 129 Abonnenten. Finanztest konnte sogar mit durchschnittlich 185 660 Abonnenten um 5 Prozent zulegen und ist jetzt so stark wie zuletzt 2013. Erfreulich sind die starken Zuwächse im Online-Geschäft. Hier konnten wir dem Umsatz um 10,4 Prozent steigern.

Konsequent haben wir in den letzten zwölf Monaten die Umsetzung unserer Digitalstrategie vorangetrieben. Denn die Konsum- und Lesegewohnheiten unseres Publikums verändern sich. Darauf stellen wir uns ein – sowohl was unsere interne Organisation und unsere Arbeitsweisen als auch was unsere Produkte angeht. Zu den wichtigen Meilensteinen, die wir 2021 auf diesem Weg erreichten, gehören die Reorganisation der Chefredaktionen, die jetzt Print und Online aus einer Hand steuern, sowie der Relaunch unserer Webseite test.de, die eine optimierte Nutzerführung bietet und sich in neuem, zeitgemäßen Design präsentiert.

Hubertus Primus



Vorstand



Osternest?

Schöner Wohnen?

Test Rasenmäher 4/2021

Der Testsieger mähte den Rasen mit einem sauberen Schnitt.

Inhalt

5 / Vorwort

8 / Digitale Transformation
11 / Das Testgeschehen
12 / Warentests und CSR-Untersuchungen
13 / Dienstleistungstests
14 / Marktübersichten und untersuchungsgestützte Reports
16 / Logolizenzsystem
17 / Internationale Zusammenarbeit
20 / Untersuchungen
26 / Ablauf von Waren- und Dienstleistungstests

28 / test
32 / Finanztest
34 / test- und Finanztest-Hefte 2021
36 / test.de
38 / Leserservice
40 / Bücher
42 / Die Bücher 2021
44 / Marketing und Vertrieb

48 / Mitarbeitende
50 / Mitarbeit bei anderen Institutionen

52 / Wirtschaftsdaten

58 / Kommunikation
62 / Jugend und Schule

64 / Nachhaltigkeit

66 / Rechtsangelegenheiten

70 / Organisationsplan der Stiftung Warentest
72 / Leitung und Gremien der Stiftung Warentest

Digitale Transformation

Seit 2020 treibt die Stiftung Warentest in einem organisationsweiten Change-Projekt die digitale Transformation voran. Im zurückliegenden Jahr wurden dabei wesentliche Meilensteine in puncto Organisation, Arbeitsweisen und Produkte erreicht.

Organisation

Wir haben die Redaktionen integriert und unsere bislang getrennten Teams für Online und Print zusammengeführt. test-Chefredakteurin Isabella Eigner und Finanztest-Chefredakteur Matthias Thieme zeichnen nun nicht mehr nur für das Gedruckte verantwortlich, sondern leiten auch gemeinsam unser Internetportal test.de. Wir denken, planen und setzen unsere Tests und Artikel nun von Beginn an für alle Kanäle gemeinsam um – ein Qualitätsschub für unsere Inhalte und damit auch eine Verbesserung für unsere Leserinnen und Leser. Zudem haben wir die neue Abteilung Produktmanagement etabliert, die die gezielte Weiterentwicklung aller digitalen Angebote vorantreibt. So einfach sich dieser Schritt beschreibt, so kompliziert war das Verwirklichen: Es mussten Teams aufgelöst, neue gegründet, Kolleginnen und Kollegen versetzt, Mitarbeitende in neue Felder eingearbeitet, manches Alte verworfen und mit viel Motivation Neues ausprobiert werden.

Arbeitsweisen

All diese Veränderungen hatten zur Folge, dass wir auch unsere Workflows auf den Prüfstand stellen mussten: Was müssen wir tun, damit die Online-Publikationen in der neu geschaffenen Struktur die Aufmerksamkeit erhalten, die sie verdienen? Wie können wir

unsere Testplanung so flexibel gestalten, dass wir uns von den Print-Zyklen lösen? Und beantworten wir mit unseren Tests eigentlich die wesentlichen Fragen, die Verbraucherinnen und Verbraucher zu Produkten und Dienstleistungen haben? Die Veränderungen betreffen also nicht nur die Redaktionen, sondern reichen auch tief in den Untersuchungsbereich hinein.

Produkte

So gute Inhalte verdienen auch eine ansprechende Verpackung: test.de hat eine Rundum-Erneuerung erhalten, an der wir fast ein Jahr gearbeitet haben, um unseren Leserinnen und Lesern das bestmögliche Nutzungserlebnis zu bieten. Unser Internetauftritt ist jetzt aufgeräumter, übersichtlicher und moderner, auch unsere Apps für die digitalen Magazine haben wir komplett neugestaltet. Nach diesem Relaunch beobachten wir einen noch dynamischeren Zuwachs bei unseren digitalen Umsätzen.

2021 war somit alles andere als langweilig. Doch wir sind noch längst nicht fertig mit dem, was wir uns vorgenommen haben, und blicken deshalb gespannt und optimistisch in die Zukunft.



Mittagspause?

Keto-Diät?

Test Hähnchenschenkel 4/2021

Geschulte Prüfpersonen beurteilten Aussehen, Textur und Geruch des rohen Fleisches sowie Geschmack und Mundgefühl der zubereiteten Hähnchenschenkel.



Schneegestöber?

Eiskristalle?

Test Bluetooth-Lautsprecher 4/2021

Da Bluetooth-Boxen häufig draußen verwendet werden, müssen sie bei uns in den Regentest.

Das Testgeschehen

Es gibt Produkte wie Fernseher oder Kameras, die wir unmittelbar nach ihrer Markteinführung testen. Bei anderen Produkten aktualisieren wir regelmäßig die Leistungsmerkmale, wie etwa bei Krankenkassen oder Autoversicherungen. Die jeweiligen Untersuchungsergebnisse werden in test, Finanztest und auf test.de veröffentlicht.

Ein bestimmtes Thema wird immer vom gleichen Thementeam betreut. Das heißt: Die Rechtsredakteurin schreibt einen Artikel für test.de, für test und – vielleicht unter einem etwas anderen Aspekt – auch einen Artikel für Finanztest. So wird Kompetenz gebündelt, und die Leserschaft profitiert noch mehr vom Wissen unserer Expertinnen und Experten.

Auf den folgenden Seiten finden sich die Anzahl der Warentests und Untersuchungen der Corporate Social Responsibility, der Dienstleistungstests, der Marktübersichten und untersuchungsgestützten Reports.

Die Darstellung der Testarbeit erfolgt auf der Basis einer 2011 eingeführten Zählweise der Untersuchungen. Sie berücksichtigt, dass die Stiftung Warentest in vielen Produktbereichen zunehmend kontinuierlich arbeitet. Das bedeutet, dass Produkte unabhängig vom Erscheinen der Publikationen fortlaufend untersucht und die Untersuchungsergebnisse in Produktfinder genannte Datenbanken auf der Webseite eingestellt werden, wo sie jederzeit abrufbar sind.

Untersuchte Produkte 2021

24 393 / Geldanlage und Altersvorsorge

3 841 / Recht und Leben

1 632 / Versicherungen

1 100 / Bauen und Wohnen

951 / Multimedia

564 / Haus und Energie

503 / Ernährung und Kosmetik

195 / Freizeit und Verkehr

279 / Gesundheit

Warentests und CSR-Untersuchungen

Die meisten Menschen in Deutschland verbinden mit der Stiftung Warentest Tests von Produkten wie Matratzen, Waschmaschinen oder Kameras. Der vergleichende Warentest ist der Klassiker und unsere häufigste Testform. Es werden gleichartige Produkte verschiedener Anbieter untersucht. Dabei vergeben wir Qualitätsurteile mit den Noten Sehr gut, Gut, Befriedigend, Ausreichend und Mangelhaft. Wenn nur Teilprüfungen vorgenommen werden, die einzelne Aspekte der Gesamtqualität darstellen, werden keine Qualitäts-, sondern Einzelurteile für die untersuchten Eigenschaften vergeben. Ein

Warentest kann auch ein Systemvergleich sein, bei dem Produkte mit vergleichbarer Funktion, aber unterschiedlicher technischer Grundlage geprüft werden.

Seit 2004 untersuchen wir zusätzlich zu den klassischen Tests von Waren und Dienstleistungen bei ausgewählten Themen auch die Beachtung der Corporate Social Responsibility (CSR). Im Fokus steht dabei die soziale und ökologische Verantwortung der Unternehmen bei der Herstellung der getesteten Waren oder den erbrachten Dienstleistungen.

Warentests und CSR-Untersuchungen 2021

62 / Multimedia

50 / Haus und Energie

25 / Ernährung und Kosmetik

12 / Freizeit und Verkehr

10 / Gesundheit

Dienstleistungstests

Analog zum Warentest vergleichen wir die Dienstleistungsangebote verschiedener Anbieter. Diese Art der Untersuchung ist Schwerpunkt der Veröffentlichungen in Finanztest.

Neben dieser Methode der teilnehmenden Beobachtung führen wir auch Inspektionen vor Ort durch, prüfen Vertragsbedingungen und Konditionen und befragen Anbieter sowie Experten.

Häufig wird dafür die Dienstleistung durch geschulte Testpersonen verdeckt in Anspruch genommen. Sie beobachten und protokollieren den entsprechenden Verlauf.

Dienstleistungstests 2021

53 / Geldanlage und Altersvorsorge

13 / Versicherungen

4 / Gesundheit

4 / Multimedia

3 / Bauen und Wohnen

3 / Recht und Leben

1 / Freizeit und Verkehr

1 / Haus und Energie

0 / Ernährung und Kosmetik

Marktübersichten und unter- suchungsgestützte Reports

Unter einer Marktübersicht verstehen wir eine Zusammenstellung vieler einzelner Produkte, meistens Dienstleistungen, nach bestimmten Leistungsmerkmalen, etwa dem effektiven Jahreszins beim Dispo von Girokonten. Dabei geht es weniger um einen in die Tiefe gehenden Test als um einen Überblick über charakteristische Merkmale der Produkte.

Bewertung eines bestimmten Sachverhalts ergänzt. Gerade bei medizinischen Themen bietet sich dieses Format an. In der Veröffentlichung werden dann allerdings keine konkreten Anbieter genannt, wenn es sich um Märkte mit sehr vielen verschiedenen Anbietern handelt.

Ein untersuchungsgestützter Report ist eine Mischform: Hier wird eine exemplarische Untersuchung von Waren oder Dienstleistungen – auch durch verdeckte Inanspruchnahmen – durch eine wissenschaftliche

Marktübersichten und unter- suchungsgestützte Reports 2021

65 / Recht und Leben

55 / Geldanlage und Altersvorsorge

9 / Bauen und Wohnen

5 / Freizeit und Verkehr

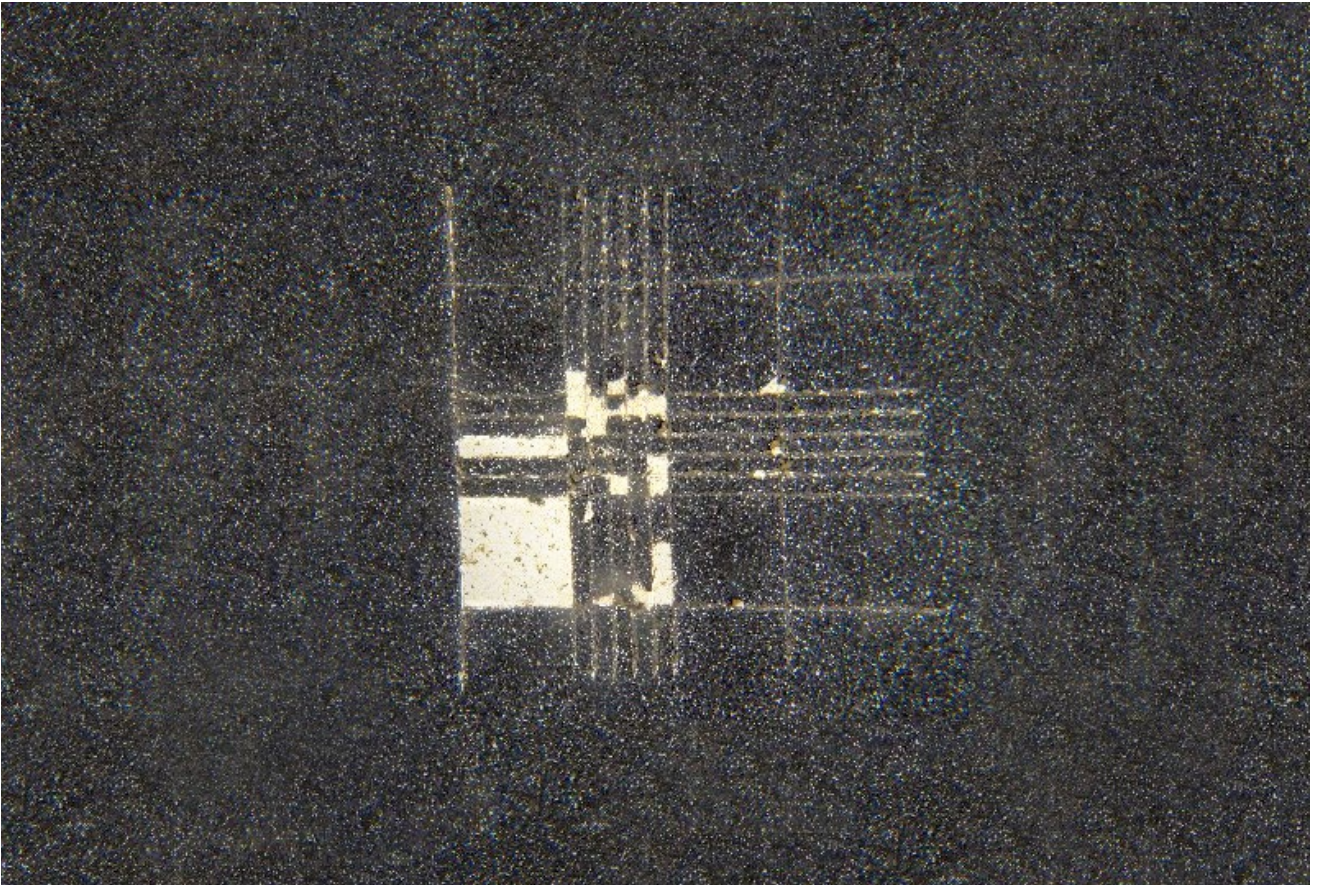
4 / Versicherungen

1 / Multimedia

1 / Haus und Energie

1 / Gesundheit

1 / Ernährung und Kosmetik



Kandinsky?

Beuys?

Test Pfannen (1/2021)

Um die Korrosionsbeständigkeit zu prüfen, werden Gitter in die Pfannenbeschichtung geschnitten. Anschließend wurde darin neun Tage lang jeweils acht Stunden Tomatensoße erhitzt. In diesem Fall hielt die Pfanne nicht stand, die Beschichtung löste sich ab.

Logolizenzsystem

Im Jahr 2013 hat die Stiftung die Nutzung ihrer Markenzeichen (Logos test, Finanztest und test.de) in der Werbung auf eine neue Grundlage gestellt. Bis dahin konnten die Logos von der Wirtschaft ohne Abschluss eines Vertrages genutzt werden. Das führte immer wieder zu Werbung mit Testergebnissen, die veraltet waren, zur Bewerbung von Produkten, die nie getestet worden waren, und zu anderer irreführender Werbung. Seit 2013 ist deshalb der Abschluss eines Lizenzvertrages erforderlich, wenn die Logos der Stiftung in der Werbung eingesetzt werden sollen. Die Stiftung hat das Recht der Lizenzvergabe auf die [RAL gGmbH](#) übertragen, die unter anderem auch das Umweltzeichen „Blauer Engel“ im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz verwaltet. Die RAL gGmbH ist zuständig für den Abschluss von Lizenzverträgen mit Anbietern, die Überwachung der Werbung und die Rechtsverfolgung.

Der Lizenzerwerb ist für einen Zeitraum von ein oder zwei Jahren möglich, in Ausnahmefällen auch für einen Zeitraum von drei Jahren. Für einen Lizenzvertrag fallen Kosten zwischen 8 500 Euro (ein Jahr im Lizenzmodell Silber (Werbung am Produkt, in Verkaufsstellen, in Werbematerialien, in Zeitungen und Zeitschriften sowie im Internet) und 49 000 Euro an (drei Jahre im Lizenzmodell Gold (Werbung zusätzlich auch in Kino und Fernsehen).

2021 wurden 667 Lizenzverträge abgeschlossen (2020: 641), wovon 610 auf das Lizenzmodell Silber entfielen (2020: 586).

Die meisten Lizenzverträge wurden für Produkte aus den Bereichen Haushalt und Garten

(32 Prozent), Versicherungen (21 Prozent), Multimedia (17 Prozent) sowie Gesundheit und Kosmetik (10 Prozent) abgeschlossen.

Die RAL gGmbH veranlasst eine regelmäßige und systematische Kontrolle der Medien und des Marktes auf missbräuchliche Werbung. Dazu wurden über 53 Geschäfte, 82 000 Handzettel und Händlerprospekte, rund 30 Webshops, 19 TV-Kanäle, 80 Prozent der nationalen Werbekampagnen im Kino, 160 Tageszeitungen sowie rund 321 Publikums- und 147 Fachzeitschriften regelmäßig überwacht. Aber auch Verbraucherinnen und Verbraucher können anhand einer Lizenznummer auf der Webseite der RAL gGmbH oder über eine App einfach kontrollieren, für welches Produkt und für welchen Zeitraum die Lizenz vergeben wurde. Im Jahr 2021 beanstandete die RAL gGmbH in 381 Fällen die Werbung von Unternehmen (2020: 384 Fälle).

Die Stiftung Warentest nimmt regelmäßig [Nachttests](#) von Produkten vor, für die mit den Markenzeichen der Stiftung geworben wird, um zu überprüfen, ob diese in unveränderter Qualität angeboten werden. Die Anzahl der Nachttests soll etwa 10 Prozent der jährlich abgeschlossenen Lizenzverträge entsprechen; im Jahr 2021 wurden 64 Produkte geprüft. Bei den Nachttests wurden bei fünf Produkten zu beanstandende Änderungen festgestellt; die Lizenzverträge wurden außerordentlich gekündigt (2020 war dies ein Mal der Fall). Die betreffenden Produkte werden auf test.de genannt.

Internationale Zusammenarbeit

Die Stiftung Warentest ist nicht nur in Deutschland aktiv, sondern auch international: Sie engagiert sich in allen bedeutenden internationalen Netzwerken des Verbraucherschutzes. Bei International Consumer Research and Testing (ICRT), dem internationalen Zusammenschluss der Verbraucherorganisationen, die Produkttests durchführen, waren wir an vielen Gemeinschaftstests beteiligt, teils hatten wir die Federführung inne. Besonders wichtig bei der Zusammenarbeit im Rahmen von ICRT sind die kontinuierlichen Testvorhaben, in deren Rahmen teils mehr als 100 Produkte pro Jahr untersucht werden. Die Stiftung war 2021 an den Tests von Kameras, Smartphones, Internet-Sicherheitssoftware, Lautsprechern, Kopfhörern, Fernsehern, Autokindersitzen sowie Kühl- und Gefriergeräten beteiligt. Die Untersuchungen von Kameras finden unter Leitung eines Mitarbeiters der Stiftung statt. Ein weiterer Schwerpunkt der internationalen Zusammenarbeit ist die Kooperation mit dem Österreichischen Verein für Konsumenteninformation (VKI) in Wien. In der Zeitschrift „Konsument“ wurden die Ergebnisse von 36 Untersuchungen der Stiftung veröffentlicht (Vorjahr: 40).

Die Stiftung Warentest hat 2019 gemeinsam mit zehn anderen Organisationen im Rahmen des EU-Förderschwerpunkts Horizon 2020 mit der Bearbeitung des Projekts PROMPT (PRemature Obsolescence Multi-Stakeholder Product Testing Program) begonnen. Das Projekt soll die Entwicklung langlebiger und langlebigerer Produkte unterstützen, indem es die Asymmetrie der Informationen zwischen Verbrauchern und Herstellern verringert und so bessere Entscheidungen auf Verbraucherseite ermöglicht. Dies soll durch die

Entwicklung integrierter Testprogramme für elektrische und elektronische Konsumgüter erreicht werden, die die Kernprobleme von Produktausfällen und vorzeitiger Obsoleszenz berücksichtigen. Das Projekt läuft bis zum Frühjahr 2023.

BEUC, der europäische Verbraucherverband, und ANEC, die Stimme der europäischen Verbraucher in der Normung, wurden weiterhin tatkräftig von uns unterstützt. Darüber hinaus ist die Stiftung Mitglied im internationalen Verband Consumers International (CI).



Mission Impossible?

Cirque du Soleil?

Test Fahrradhelme 7/2021

Ein Stuntman mit einem „Airbag“ für Radler um den Hals stürzt für uns vom Fahrrad über eine geöffnete Autotür. Der Airbag registriert die plötzliche Beschleunigung und öffnet sich während des Flugs, so dass der Kopf beim Aufprall von allen Seiten geschützt ist.



Untersuchungen

Multimedia

Das Team Multimedia untersucht viele Produktgruppen – entsprechend den Zielsetzungen der digitalen Transformation – kontinuierlich und veröffentlicht die Ergebnisse „online first“ auf test.de. Die entsprechenden Produktfinder haben wir weiter ausgebaut. Die Produktgruppen Kopfhörer, Bluetooth-Lautsprecher, WLAN-Lautsprecher und Soundbars werden nun kontinuierlich in einem internationalen Gemeinschaftstest vergleichend geprüft. Daraus ergab sich unter anderem bei Kopfhörern und Lautsprechern eine deutliche Reduzierung der Prüfkosten je Modell. Die zeitnahe Untersuchung von neu auf dem Markt eingeführten Produkten ist in vielen kontinuierlichen Tests bereits umgesetzt.

In der Pandemie-Situation untersuchten wir CO₂-Ampeln und veröffentlichten die Ergebnisse zuerst online. Viele dieser Messgeräte warnen zuverlässig, wenn der Gehalt an Kohlendioxid in der Raumluft so angestiegen ist, dass eine Lüftung empfehlenswert ist. Da Kohlendioxid beim Ausatmen in die Raumluft gelangt, ist der Gehalt auch ein Indiz für eine mögliche Belastung mit aerosolgebundenen Corona-Viren.

Durch einen in Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Prüfinstitut neu entwickelten Untersuchungsansatz können wir IoT-Geräte, also mit dem Internet verbundene Geräte, nun automatisiert aus der Ferne testen. Datenschutzprüfungen können somit durchgeführt werden, ohne dass die Prüfer vor Ort sein müssen, wenn sich die Geräte beispielsweise in einem anderen Labor zur Funktions-

prüfung befinden. Erstmals haben wir 2021 Datenrettungs-Software geprüft. Und wir sind erstmals der Frage nachgegangen, wie rechtskonform und verbraucherfreundlich Cookie-Banner auf Webseiten umgesetzt sind. In einer Sonderauswertung des Produktfinders Smartphones verglichen wir die Prüfergebnisse der Smartphone-Anbieter in Form von Steckbriefen und kombinierten dies mit einer Untersuchung der ökologischen und sozialen Herstellungsbedingungen (CSR-Test). Auch Cloudgaming-Anbieter und Kinderkopfhörer waren neu im Programm, hier vergaben wir erstmals für VPN-Dienste ein Qualitätsurteil. Zur besseren Einbindung der Nutzerperspektiven in Tests führten wir Umfragen zu vielen Themen durch.

Haushalt und Garten

Seit Beginn der Pandemie informiert die Stiftung Warentest umfassend zu vielen Fragen im Zusammenhang mit dem Coronavirus. Einem ersten Test von Luftreinigern im Jahr 2020 folgten im Jahr 2021 drei aufeinanderfolgende Untersuchungen von Atemschutzmasken. Im Fokus standen FFP2-Masken, da diese einen besonders hohen Schutz vor Aerosolpartikeln versprechen. Die Tests haben jedoch gezeigt, dass nicht alle Produkte am Markt gleichermaßen gut schützen. Die Filterwirkung aller 20 untersuchten FFP2-Masken ist hoch. Manche beeinträchtigen aber das Atmen stark oder sitzen nicht bei allen Prüfpersonen optimal. Uneingeschränkt empfehlen können wir lediglich vier der getesteten Masken für Erwachsene. Weitere 15 geprüfte Masken, die laut Herstellerangabe besonders für Kinder geeignet sein sollen, halten wir für wenig kindergerecht. Ihr Atemwiderstand ist

hoch, der Komfort beim Atmen gering.
Für den längeren Einsatz in der Schule sind
OP-Masken die bessere Wahl.

Vor drei Jahren berichtete die französische
Umweltschutzbehörde Anses über Schad-
stofffunde in Babywindeln. Unser Babywin-
deltest im Sommer 2021 brachte jedoch eine
Entwarnung für besorgte Eltern. Wir prüften
die Windeln auf eine Vielzahl von Schadstof-
fen, auch jene, die damals von Anses gefun-
den wurden. Alle Windeln durchliefen den
Test ohne Auffälligkeiten. Bei Tragekomfort
und Auslaufschutz lagen zwei Markenproduk-
te vorn; es gibt aber auch Handelsmarken-
Windeln, die nur halb so teuer, in der Funk-
tion aber nur unwesentlich schlechter sind.

Verpackungen landen normalerweise in der
Gelben Tonne oder im Gelben Sack. Verbrau-
cherinnen und Verbraucher gehen davon
aus, dass diese wieder recycelt werden.
Doch dafür muss die Verpackung auch
geeignet, sprich recyclingfähig sein. Im Jahr
2021 haben wir uns erstmals der Frage der
Recyclingfähigkeit im Rahmen des Tests von
Allzweckreinigern gewidmet. Diese sind meist
in Kunststoffflaschen verpackt. Im besten
Fall wird aus leeren Reiniger-Flaschen wieder
Granulat, aus dem dann neue Kunststoffver-
packungen hergestellt werden können. Doch
dafür müssen sich die unterschiedlichen
Materialien der Verpackungen sauber trennen
lassen. Bei vier der 13 Produkte im Test war
das nicht der Fall. Die Etiketten oder deren
Klebstoffe ließen sich nicht vollständig entfer-
nen; die Verpackung lässt sich nicht recyceln.
Bei immerhin neun Produkte fanden wir keine
Probleme.

Freizeit und Verkehr

Reisen in Zeiten der Pandemie bedeutet vor
allem individuelles Reisen, oft mit dem Auto
und mitgenommenem Fahrrad. Unser Test
von Fahrradträgern für die Anhängerkupplung
zeigte jedoch: Nicht alle sind sicher. Drei
Produkte haben wir sogar mit Mangelhaft
bewertet, da sie sich im Crashtest lockerten
oder in einem Fall sogar von der Kupplung
lösten. Bei Unfällen geht von diesen Trägern
ein zusätzliches Sicherheitsrisiko aus. Dass
es auch anders geht, bewiesen drei von acht
Produkten. Sie erreichten das Qualitätsurteil
Gut.

Für Urlauber, die lieber zu Fuß unterwegs
sind, haben wir Wander-Apps getestet. Die
Apps bieten viele Tourenvorschläge und
umfangreiches Kartenmaterial, auch in Regio-
nen, die touristisch weniger erschlossen sind.
Vier der zehn getesteten Apps bieten dafür
gute Planung und Begleitung auf individuel-
len Touren. Bei allen Apps sorgt die Ortungs-
funktion dafür, dass man kaum Gefahr läuft,
sich zu verlaufen, anders als mit gedruckten
Karten. Der Basisschutz persönlicher Daten
war bei keiner der geprüften Apps gut. Hier
sollten die Anbieter noch nachbessern.

Ernährung, Kosmetik und Gesundheit

Auf Brötchen und Knäckebrot, in Knabbermi-
schungen, als Öl, Mus oder Saat pur: Sesam
ist beliebt. Da es immer wieder zu euro-
paweiten Rückrufen kommt, haben wir 44
Produkte auf Ethylenoxid (ein in der EU nicht
zur Behandlung von Lebensmitteln zugelasse-
nes Gas) und dessen Umwandlungsprodukt
2-Chlorethanol untersucht. Erfreulich waren

die Ergebnisse für 40 der losen oder verarbeiteten Produkte; dafür fanden wir in vier Produkten losen Sesams gewaltige Überschreitungen zwischen dem 14- und 526-fachen des gesetzlichen Höchstgehaltes. Unser Fazit lautet, beim Kauf von Sesam-Produkten die Augen aufzuhalten: Stammt der Sesam aus Indien oder ist die Herkunft unklar, sollte man lieber verzichten. Das gilt auch für Backwaren mit Sesam.

Auch in diesem Jahr spielten Aspekte der Nachhaltigkeit in unseren Untersuchungen eine wichtige Rolle. In unserem Warentest von 25 Smoothies integrierten wir erstmalig auch die Untersuchung der Recyclingfähigkeit der Verpackungen und konnten differenzierte Bewertungen ableiten.

Der Wunsch nach Verlässlichkeit in der Wirkung, aber auch die Sorge vor negativen gesundheitlichen Auswirkungen einzelner Inhaltsstoffe – das ist das Spannungsfeld, in dem Deos und Antitranspirantien immer wieder diskutiert werden. Die Untersuchung von 19 Deosprays zeigte diesmal Schwächen bei den Naturkosmetikprodukten, denen es nicht gelang, Achselgeruch effizient zu verhindern. Ein konventionelles Produkt enthielt den in der Umwelt schwer abbaubaren Inhaltsstoff Silikon D5, der sich in Organismen anreichern kann.

Die Corona-Pandemie hat weitreichende Folgen. Viele Menschen empfinden eine zusätzliche mentale Belastung. Wir haben das als Anlass genommen, Produkte zu untersuchen, die Entspannung verheißen. Wir prüften zehn Meditations-Apps für Smartphones vom Konzept bis zum Schutz der persönlichen

Daten. Darunter waren auch Produkte, die von gesetzlichen Krankenkassen finanziert werden. Zwei Apps stellten sich sowohl für Android- als auch iOS als überzeugende und vielseitige Angebote für die tägliche Nutzung heraus. Die Übrigen zeigten konzeptionelle Schwächen oder konnten den Nutzen nicht überzeugend belegen.

Gestresste Menschen setzen auch auf Produkte, die wegen ihrer angeblichen Wirkung immer wieder gehypt werden: Cannabidiol (CBD)-haltige Produkte mit Hanf. CBD soll etwa entspannen und beim Einschlafen helfen. Wir sind diesem Versprechen auf den Grund gegangen und haben 16 CBD-Öle, CBD-Kapseln, Aromaöle und einen Verdampfer untersucht und in einer repräsentativen Umfrage Verbraucherinnen und Verbraucher gefragt, was sie sich davon versprechen. Der Test war ernüchternd: Die Einnahme birgt Risiken. Für die Versprechen fehlen Belege.

Es gibt Bewegung im Markt der Monatshygiene. Statt der klassischen Tampons werden wiederverwendbare Menstruationstassen angeboten. Das sind insbesondere für junge Frauen Produkte, die neugierig machen. Tampons und Tassen unterzogen wir umfangreichen Untersuchungen im Labor und in Probandinnentests mit überwiegend positiven Ergebnissen: Sowohl für die Nutzerinnen klassischer Tampons als auch für die neugierige Zielgruppe konnten wir die meisten Produkte empfehlen, darunter auch Tampons aus Biobaumwolle.

Geldanlage, Altersvorsorge, Bauen und Wohnen

Das niedrige Zinsniveau war auch 2021 ein wichtiges Thema bei sehr vielen unserer Untersuchungen. Obwohl die Anlagemöglichkeiten immer unattraktiver geworden sind, war die Untersuchung von Tages- und Festgeldkonditionen von über 160 Banken bei unseren Nutzern und Nutzerinnen sehr beliebt. Auf der anderen Seite begünstigen die niedrigen Zinsen die Eigenheimfinanzierung. Immerhin sind die Zinsunterschiede bei den Krediten so groß, dass wir Zinersparnisse von fast 70 000 Euro ausweisen konnten. Auch die Themen rund um die gesetzliche Rentenversicherung profitieren von den niedrigen Zinsen, weil diese Rentenform dadurch wieder an Attraktivität gewonnen hat.

Seit der Pandemie stehen auch die Preise von Wertpapierdepots im Zentrum des Interesses. Zusätzlich zu den etablierten Anbietern haben wir im Jahr 2021 sogenannte Neo-Broker mit in die Analysen einbezogen. Sie haben insgesamt nur ein eingeschränktes Handelsangebot, sind dafür aber kostengünstig und sprechen insbesondere junge Menschen an.

Nachdem schon im Vorjahr die Resonanz der nachhaltigen Themen sehr groß war, haben wir im Jahr 2021 eine Titelgeschichte für Finanztest rund um die wichtigsten nachhaltigen Aktienfonds Welt produziert. Im Mittelpunkt der Nachhaltigkeitsbewertung standen die Ausschlusskriterien, aber auch die Strenge der Auswahl, die Auswahlstrategien, das Engagement und die Transparenz. Insgesamt konnten wir dreimal die Nachhaltigkeit mit „sehr hoch“ bewerten. Einmal konnte sogar

ein Indexfonds diese Bestnote erreichen. Gegen Ende des Jahres 2021 untersuchten wir zusätzlich als nachhaltig beworbene Schwellenländerfonds und Aktienfonds Europa mit dem gleichen Bewertungsansatz.

Wie schon in den Vorjahren haben wir auch im Jahr 2021 Themen im Bereich der Indexfonds (ETF) und rund um unsere Anlagestrategie des Pantoffel-Portfolios weiterentwickelt und in Titel-Themen von Finanztest dargestellt.

Schwerpunkt einer Untersuchung im Sommer 2021 war die Geldanlage in Gold. Dabei haben wir sehr hohe Kostenunterschiede beim Goldkauf festgestellt.

Versicherungen

Mobilfunkverträge, Abos und ähnliche Dauerverträge sind schnell abgeschlossen. Doch mit Kündigungen tun sich viele Menschen schwer. Online-Kündigungsdienste können helfen, schnell und bequem solche Verträge zu kündigen, ohne dass man sich selbst um Adressen und Besonderheiten beim jeweiligen Anbieter kümmern muss. Wir haben deshalb 2021 erstmals solche Kündigungsdienste untersucht und geprüft, wie gut sie ihr Dienstleistungsversprechen einlösen. Die Dienstleister unterscheiden sich teilweise bezüglich der Informationen auf der Webseite, der Adressdatenbank und Suche sowie bei der Erstellung und dem Versand des Kündigungsschreibens. Wir fanden auch Angebote, die wir mit Gut bewertet haben. Allerdings braucht man Online-Kündigungsdiensten nicht unbedingt – man kann die Verträge auch immer noch selbst kündigen.

Regelmäßig untersuchen wir private Unfallversicherungen, die die finanziellen Folgen einer unfallbedingten Invalidität abfedern. 2021 haben wir dabei erstmals spezielle Vermittlertarife in die Prüfung einbezogen. Dabei handelt es sich um Tarife, die exklusiv von Maklern und Vertretern für ihre Kunden entwickelt und angeboten werden. Viele Leserinnen und Leser fragten, ob es sich lohnt, solche Tarife abzuschließen und ob sie überhaupt seriös seien. Um darauf eine Antwort zu geben, haben wir bei unserer Prüfung den gleichen Maßstab wie für Tarife von Versicherungen angelegt. In den untersuchten Prüfpunkten weisen Vermittlertarife ein ähnliches Leistungsspektrum wie die Tarife der Versicherer auf und kommen somit für einen Abschluss in Frage.



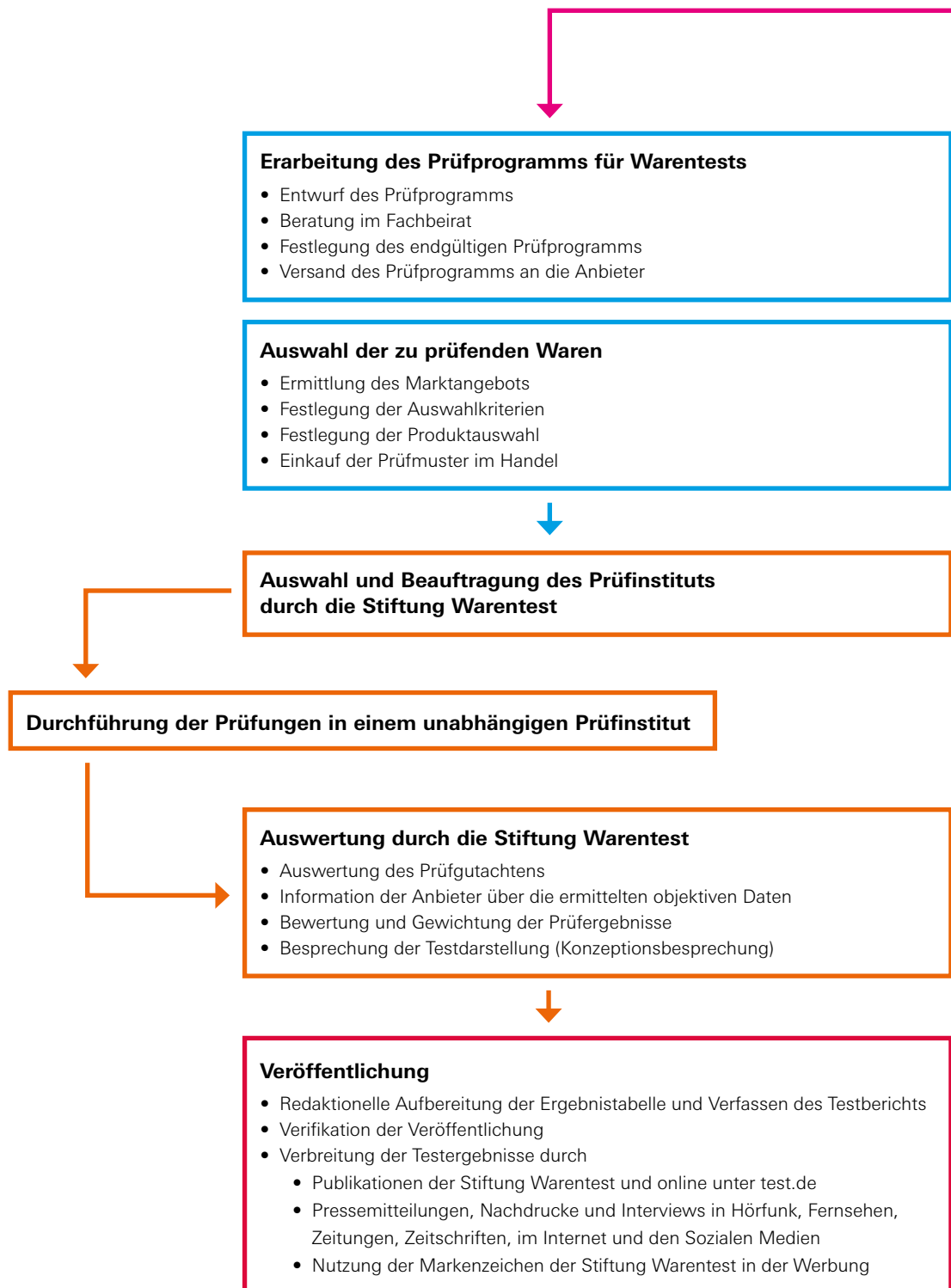
Tiefkühlfrüchte?

Zellkultur?

Test Stabmixer 7/2021

Beim Test eines Stabmixers landeten neben Karottenschnitzeln
leider auch Kunststoffschnitzel in der Schüssel.

Ablauf von Waren- und Dienstleistungstests



Planung

- Auswertung von Leservorschlägen und -resonanz
- Diskussion der Vorschläge der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Abstimmung mit anderen Testorganisationen
- Berücksichtigung der Marktforschungsergebnisse
- Erstellung des Publikationsplans
- Behandlung im Kuratorium
- Projektbeschreibung



Auswahl der zu untersuchenden Dienstleistungen

- Ermittlung des Marktangebots
- Festlegung der Auswahlkriterien
- Auswahl der zu untersuchenden Angebote



Untersuchung

- Entwurf des Untersuchungsprogramms
- Ggf. Auswahl und Beauftragung des Prüfinstituts
- Durchführung der Prüfungen (z. B. durch verdeckte Inanspruchnahmen)

Auswertung

- Beratung der Untersuchung im Fachbeirat
- Versand des endgültigen Untersuchungsprogramms an die Anbieter
- Information der Anbieter über die ermittelten reproduzierbaren Daten
- Auswertung des Prüfgutachtens
- Bewertung und Gewichtung der Untersuchungsergebnisse
- Besprechung der Testdarstellung (Konzeptionsbesprechung)

test

Auch das zweite Jahr der Pandemie hat der Redaktion test jede Menge Flexibilität abverlangt: Abstand halten beim Testen, erschwelter Einkauf und geschlossene Läden ließen Fachteams wie Journalisten und Journalistinnen erfindungsreich werden: So kamen etwa beim Deo-Test Stoffpads in den Achselhöhlen zum Einsatz statt professioneller „Sniffer“, also Prüfern, die unter den Armen schnüffeln. Für die Untersuchung von Smartwatches wurden Spezialgenehmigungen für die Freibäder bei den Gesundheitsämtern eingeholt. Und beim Testansatz der Fahrradhändler mussten wir kurzentschlossen „umsatteln“ und den Fokus auf Online-Anbieter mit Webseiten-Vergleich legen.

Auch bei der Gestaltung der Zeitschrift waren Ideen gefragt: Wegen der Hygiene-schutzvorgaben schickten wir für das Thema „Kinder und Medien“ keine professionellen Fotografen in die Familien, sondern ließen diese selbst Fotos mit ihren Handys machen. Die Fotos verfremdeten unsere Grafikerinnen dann, um Qualitätsmängel zu kaschieren – die Ergebnisse waren comicartige Bilder, die ausgezeichnet zum Thema passten. So machten wir aus der Not eine Tugend. Letztlich mussten wir 2021 Corona-bedingt die Veröffentlichung nur eines einzigen Testes verschieben – und auch den holen wir irgendwann nach.

Spannend war, dass wir unseren Lesern und Leserinnen bisher eher wenig bekannte Produkte vorstellen durften: So feierte ein Test von CO₂-Messgeräten und -Ampeln Premiere. Und natürlich unterstützten wir bei der Wahl der richtigen FFP-2-Maske – mit zwei Untersuchungen von Erwachsenen- und einer

von Kindermodellen. Gerade bei solch akut relevanten Themen ist es attraktiv, unsere Testergebnisse außer im Heft so schnell wie möglich online zu veröffentlichen: Das haben wir im vergangenen Jahr häufiger gemacht.

Zunehmend rückten 2021 Angebote und Waren ins Blickfeld, die für eine neue Lebensweise stehen: Wander-Apps zum Beispiel, die bei dem neu entdeckten Freizeitvergnügen in der näheren Umgebung unterstützen, oder Webcams, da sich die Art der Kommunikation in der Pandemie verändert hat. Die Redakteure und Redakteurinnen flankierten diese großen Tests mit vielen Artikeln und Meldungen, die das Leben in Corona-Zeiten einfacher und bunter machen sollten – etwa zum Wohnmobil-Urlaub, Tipps zum Schminken in Zeiten des Mund-Nasen-Schutzes oder zum Umgang mit Haustieren. Dass wir mit einem großen Titelpaket, geschnürt aus relevanten Tests von Bürostühlen bis zu Monitoren, rund ums Homeoffice informiert haben, war selbstverständlich.

Ökologisch verantwortlich konsumieren und beim Einkaufen und Genießen auch an den Klimaschutz denken: Das wird für viele im Alltag immer wichtiger. Dem trug test auch 2021 Rechnung, und zwar noch stärker als in den Vorjahren: mit in puncto Nachhaltigkeit besonders interessanten Tests wie Akkustaubsaugern, essbaren Trinkhalmen, Tofu oder vegetarischen Burgern und mit neuen, speziellen Prüfkriterien innerhalb unserer Klassikertests – etwa Recyclingfähigkeit von Verpackungen oder Reparierbarkeit von Handys. Zudem haben wir mit großen Ökobilanzierungen begonnen. Als eingängige Vergleichs-Übersichten sind sie eine wert-

volle Ergänzung zum jeweiligen Test. Darüber hinaus haben die Redaktionsmitglieder viel Arbeit in Artikel zu Themen wie „Nachhaltig genießen“ oder „Nachhaltiger Tourismus“ gesteckt.

Eine „Übersicht der Besten“ – so etwa von Smartphones oder Fernsehern – boten wir Heftleserinnen und -lesern immer dann, wenn wir auf eine stattliche Anzahl neuer, qualitativ hochwertiger Produkte aus unseren laufend aktualisierten Datenbanken auf test.de zurückgreifen konnten. Auch auf Basis unserer Datenbank „Medikamente im Test“ stellten wir 2021 zahlreiche Auskopplungen im Heft vor, jeweils mit empfehlenswerten Medikamenten, etwa zur Behandlung von Fuß- und Nagelpilz, Reiseübelkeit oder Hyposensibilisierung von Allergikern.

Personelle und strukturelle Veränderungen sowie wirtschaftliche Entwicklung

Die strukturellen und prozessualen Änderungen im Rahmen des digitalen Transformationsprozesses haben das Arbeiten in der Redaktion im Jahr 2021 stark bestimmt. Die Entwicklung und Etablierung neuer Arbeitsabläufe mit enger Verzahnung von Print und Online standen im Mittelpunkt – auch mit dem Ziel, geeignete Tests zuerst online zu veröffentlichen.

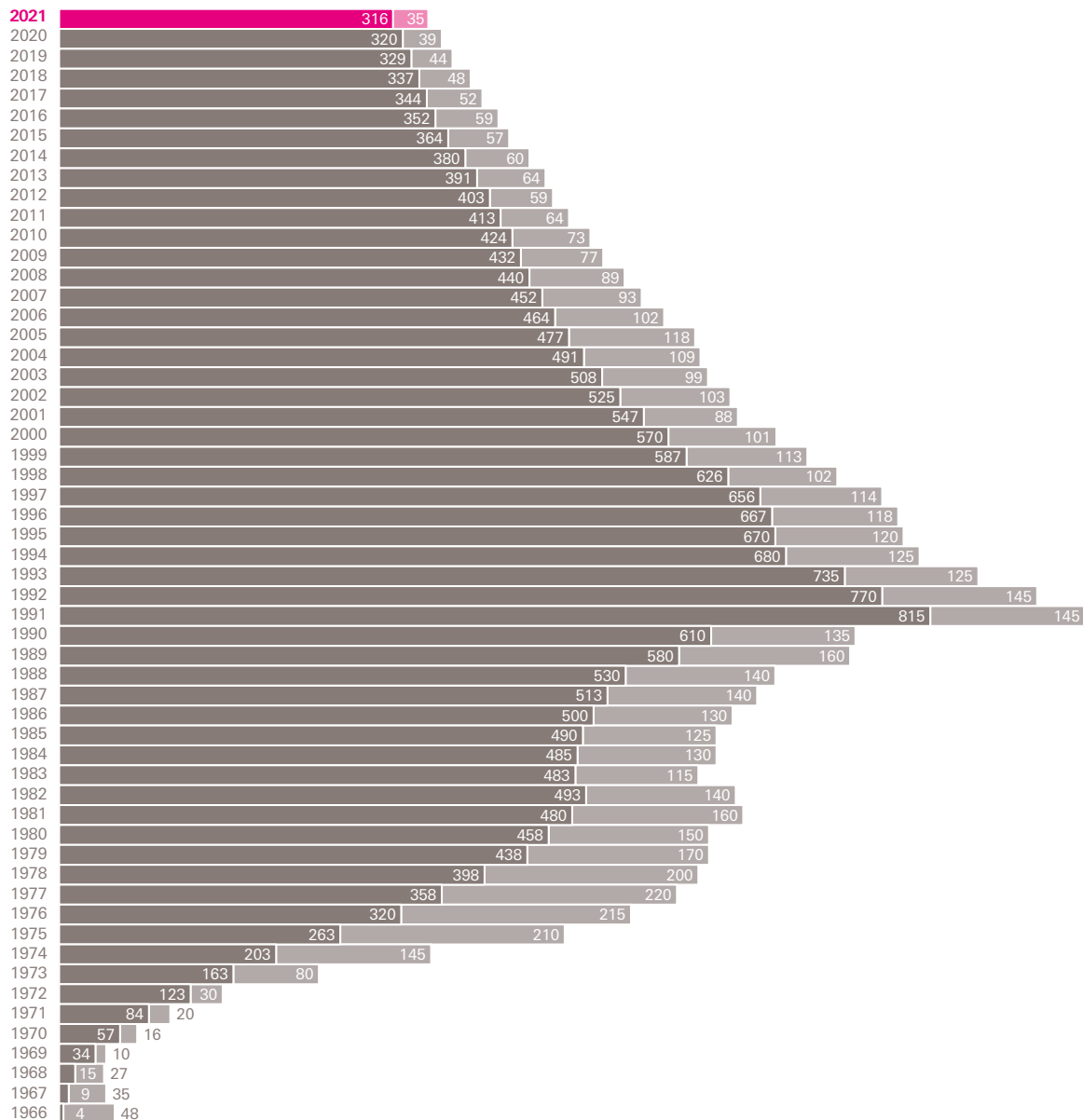
Zudem wurde im vergangenen Jahr die journalistische Verantwortung für sämtliche test-Themen in Print und Digital in einer integrierten Chefredaktion test gebündelt: Diese wurde zudem um eine stellvertretende Chefredakteurin auf insgesamt drei Personen erweitert. Neue Chefredakteurin von test wurde

Anfang 2021 Isabella Eigner, neue Stellvertreterin im Frühjahr Julia Witt. Gemeinsam mit dem stellvertretenden Chefredakteur Werner Hinzpeter hat diese test-Chefredaktion zum 1. Oktober 2021 die Steuerung aller test-Veröffentlichungen für sämtliche Kanäle erfolgreich übernommen. Ende Juli wurde zudem das digitale Zeitschriften-Abo eingeführt.

Die Verkaufszahlen von test haben auch 2021 leicht abgenommen, mit Blick auf die allgemeine Entwicklung in der Zeitschriftenbranche allerdings nur in relativ kleinem Umfang. Sichtbar ist dies im Kioskverkauf, wo die zwölf Ausgaben des Jahres 2021 bei gut 30 000 verkauften Exemplaren im Schnitt pro Monat lagen und damit unter dem Schnitt von 2020. Ganz anders sieht es beim Abo-Bestand 2021 aus, der mit 321 129 Exemplaren nicht mal ein Prozent unter dem Vorjahr lag und zudem über Plan, was zusammen mit den positiven Entwicklungen bei test.de äußerst erfreulich ist.

Verkaufsentwicklung test

in Tausend Exemplaren (Jahresdurchschnitt)



■ Abonnement (ohne WBZ*) * Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel ■ Einzelheftverkauf (mit WBZ*)



Ergotherapie?

Künstleratelier?

Test FFP2-Kindermasken 1/2022

Um den Atemwiderstand beim Ein- und Ausatmen zu messen, wird die Maske an einem Prüfkopf abgedichtet, der in der Norm für FFP2-Masken vorgeschrieben ist, dem sogenannten Sheffield-Prüfkopf.

Finanztest

Das Jahr 2021 war auch bei Finanztest im Zuge der digitalen Transformation von inhaltlichen, personellen und organisatorischen Innovationen und Veränderungen geprägt – und gleichzeitig von einem erfreulich stark anwachsenden und nachhaltigen Erfolg am Lesermarkt.

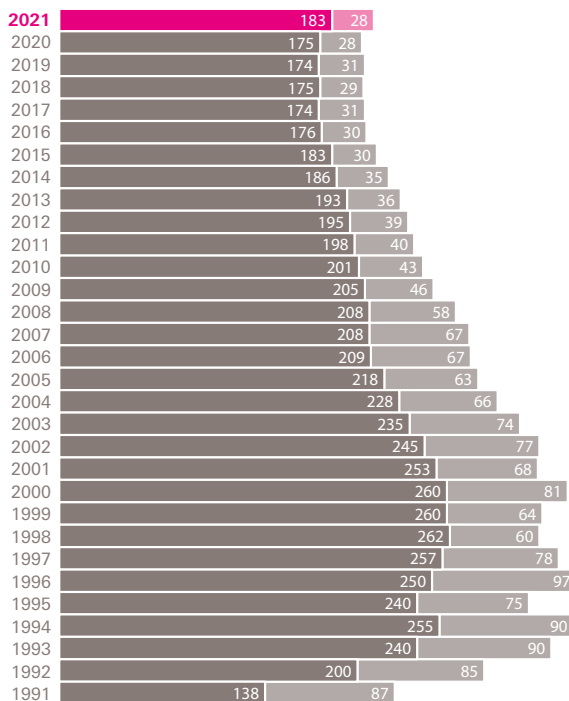
So haben sich die Abonnements im letzten Jahr hervorragend entwickelt. Finanztest konnte weiterhin eine steigende Abozahl

verzeichnen und erreicht auf dem Print-Markt nun ein solch hohes Niveau wie zuletzt im Jahr 2013.

Vor allem das neu entwickelte Themenfeld „Grüne Geldanlage und ethisch Investieren“ wurde von der Leserschaft stark nachgefragt. Die Finanztest-Redaktion konnte 2021 erstmals einen eigenen Kriterienkatalog zur Bewertung von nachhaltigen Geldanlagen entwickeln und anwenden, mit dem wir im

Verkaufsentwicklung Finanztest

in Tausend Exemplaren (Jahresdurchschnitt)



■ Abonnement (ohne WBZ*) * Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel ■ Einzelheftverkauf (mit WBZ*)

Segment des Verbraucherjournalismus ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen haben. Somit wurde erstmals bei allen Fondsbewertungen in Print wie auch im digitalen Fondsfinder auf test.de ein zusätzliches Bewertungs-Schema mit 29 Ausschlusskriterien angeboten, welches bei den Finanztest-Leserinnen und Lesern auf großes Interesse stieß. Ein erstmals gesetztes Titel-Thema zu Green Finance erbrachte im September 2021 mit rund 30 000 Einzelverkäufen auch im Kiosk-Verkauf einen absoluten Spitzenwert. Seitdem hat das Themenfeld als Serienelement in jeder Finanztest-Ausgabe seinen Platz, weitere Titelthemen dazu sind geplant.

Finanztest enthält sehr viel Spezialwissen und ein breites Themenspektrum für eine in Finanzfragen gebildete oder sogar beruflich befassete Zielgruppe. Gleichzeitig wollen wir aber auch für Nutzer und Nutzerinnen mit weniger Vorwissen unsere komplexen Inhalte besser übersetzen und vermitteln. Hierfür hat die Redaktion das Format „Finanzen einfach erklärt“ entwickelt, welches seit 2021 fester Bestandteil jeder Publikation ist und Finanzfragen in komprimierter Form, eingängiger Sprache und anschaulichen Grafiken aufbereitet. Das Format „Finanzen einfach erklärt“ funktioniert sowohl in Print als auch Online – eine gesammelte Publikation der Folgen als Buch ist geplant. Ein neuer Instagram-Kanal für Finanztest, im April 2021 erfolgreich gestartet, rundet das Angebot ab.

Neben den aufwändig geplanten und langlaufenden eigenen Untersuchungen sah sich Finanztest auch im Jahr 2021 immer wieder mit aktuellen Entwicklungen an den Aktienmärkten, der Welt der Finanzunternehmen oder mit regulatorischen Themen konfron-

tiert, die die schnelle und aktuelle Information verlangten. Für solche Themen, zum Beispiel die Begrenzung des Handels mit Gamestop-Aktien durch einen Smartphone-Broker oder die Pleite des Bankhauses Greensill, hat Finanztest mehrere Online-First-Themenproduktionen durchgeführt, die fortlaufend aktualisiert und zum Teil wiederum Grundlage weiterer Publikationen in Print sind.

Personelle und strukturelle Veränderungen sowie wirtschaftliche Entwicklung

Die inhaltliche Gesamtverantwortung für alle Finanztest-Themen wurde 2021 in Print und Digital in einer Chefredaktion gebündelt und diese um die Position einer stellvertretenden Chefredakteurin auf insgesamt drei Personen erweitert. Neuer Chefredakteur von Finanztest ist seit Beginn des Jahres Matthias Thieme. Neue Stellvertreterin seit August 2021 Ulrike Sosalla. Zusammen mit der stellvertretenden Chefredakteurin Sabine Gerasch steuert die Finanztest-Chefredaktion seit Oktober alle Finanzthemen aus einer Hand.

Insgesamt ist Finanztest mit den inhaltlichen Neuerungen, den organisatorischen und personellen Veränderungen auf einem sehr guten Weg. Dies spiegelt sich in sämtlichen wirtschaftlichen Kennzahlen des Jahres 2021 wider:

Am Kiosk erreichte Finanztest sowohl den durchschnittlichen Verkauf 2020 (25 500) als auch den Verkauf der letzten 12 Ausgaben (knapp 26 000). Der durchschnittliche Abobestand 2021 lag bei 185 660 und somit 5,05 Prozent über dem Vorjahr (Durchschnitt 2020: 176 740).

test 2021

Stiftung Warentest test **Die besten Fernseher**
55 Modelle im Vergleich: Spitzenmodelle, Spezialisten und Preis-Leistungs-Gewinner ...

Plus: Mini-LED-Anlagen, 4K-Upscaling-Methoden, Kameras, Auswertungsportale, Handhelder

Stichtag: Nur noch ein bisschen bis zum Sommerurlaub ...

Ökologisches: Einmal mehr stehen bei den Auswahlen die Hersteller im Vordergrund. Das Gefährdenniveau der Fernseher ist ...

Nachtrag: einen ...

Preis: ab bis zu 10.000 €



Stiftung Warentest test **Akku gegen Kabel**
Die besten Staubsauger aus zwei Welten ...

Staubsauger: Aufsaugkraft, Bohrmaschinen, Mähdüsen, Backup-Software, Einbaugeräte, Auto-Fahrerträger

Reinigungs-Software: ...

Preis: ab bis zu 2.000 €



Stiftung Warentest test **Die besten Kopfhörer**
Top-Modelle für Klangbegeisterte, zur Lärmminderung, für Sport ...

ActiveNoiseControl: ...

Smartphone: ...

CD-Musikgeräte: ...

Dunkelhörige: ...

Potenzmittel: ...

Spezialmodelle: ...

Microphone: ...

Sonareinheiten: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Rasenmäher**
Die neuen Abschnittradwalzen: Akku-schnitzig, Kabel ...

Drucker: ...

FFP2-Masken: ...

Staubwälder: ...

Facemasken: ...

Koffer: ...

WLAN-Router: ...

Medizinische: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Die besten Smarten**
Der große Vergleich: 6 von 29 Uhren und Fitnessratern sind gut ...

Fahrradcomputer: ...

Actioncams: ...

Diagnose: ...

Temperatursensoren: ...

Elektromotoren: ...

Wegweiser: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Schön kühl**
Die besten Klimageräte und Sommerkühldecken für ihr Zuhause ...

Blue-Ray-Spieler: ...

Fernseher: ...

Handhelder: ...

Zusätze: ...

Autofahrer: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Top-Handys**
Siegler, Schnüppchen, Spezialisten: 59 Empfehlungen ...

Smartphones: ...

Tablets: ...

Mittel bei Fußball: ...

Flexibilität: ...

Stärken: ...

Wandlungsfähigkeit: ...

Sonnencremes: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Stilles Wasser**
32 natürliche Durstlöcher: Von sehr gut bis enttäuscht ...

Mineralwasser: ...

Staubwälder: ...

Geschirrspüler: ...

Saundüsen: ...

Kühlschränke: ...

Claudia-Apps: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Alles fürs Home Office**

Drucker: ...

Webcams: ...

Monitore: ...

FFP2-Masken: ...

Leuchtbänder: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Matratzen für Groß und Klein**
Gute Federkammerlatten ab 200 Euro. Plus: Welche Kinderbetten sind gut ...

Matratzen: ...

Handhelder: ...

Tablets: ...

Elektromotoren: ...

Gaming-Laptops: ...

Planungstools: ...

Handy-Marken: ...

Wunder-Apps: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Olivenöl**
Viele sind gut, einige wenig oder schlechtfertig. Auch Bio-Öle enttäuschen ...

Olivenöl: ...

Kopfhörer: ...

Kameras: ...

Digitalfotos: ...

Radler: ...

Wandlungsfähigkeit: ...

Ästhetische Eingriffe: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Stiftung Warentest test **Tests zum Fest**

Smartphones: ...

Fernseher: ...

Kinderfreizeiter: ...

Staubwälder: ...

Kühlschränke: ...

Saundüsen: ...

E-Zahnbürsten: ...

Kaffee-Gitarre: ...

Autoklimatisierung: ...

Preis: ab bis zu 1.000 €



Finanztest 2021



test.de

Nach dem Rekordjahr 2020 entwickelte sich test.de auch 2021 sehr erfreulich. Die Zahl der Website-Besucher lag fast ebenso hoch wie im Vorjahr, als die Website während der Corona-Beschränkungen einen enormen Besucherzuwachs verzeichnete. Der Umsatz stieg sogar und erreichte eine neue Bestmarke. Grund hierfür ist die anhaltende Pandemie sowie das zunehmende Bedürfnis nach fundierten und glaubwürdigen Informationen – sei es zu FFP2-Masken und Luftfiltern, zu Girokonten oder zur Geldanlage.

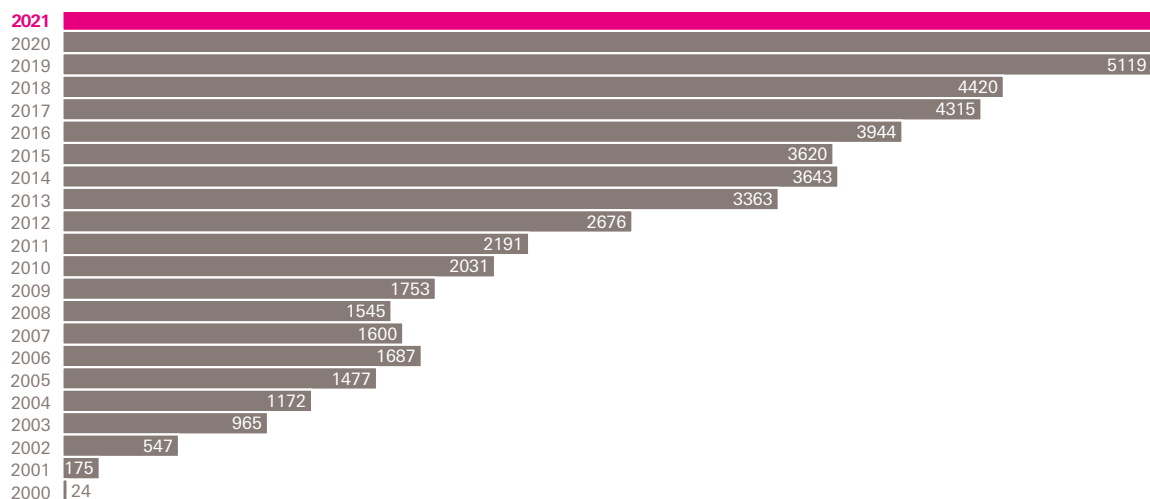
Um unsere Inhalte für die Leserinnen und Leser von test.de noch relevanter, aktueller und leichter zugänglich zu machen, setzten wir im Jahr 2021 mehrere wichtige Neuerungen um. Im August erhielt test.de mit einem

Relaunch nicht nur ein neues Design, das für Smartphones optimiert ist, sondern auch eine verbesserte Nutzerführung. Das überarbeitete Portal steigert das Lesevergnügen und ermöglicht einen einfachen und schnelleren Zugriff auf aktuelle Testergebnisse. Auffallend am neuen Design ist der luftigere Aufbau mit neuer Typo und einer eigenen Bildsprache.

Die in der Stiftung eingeleitete digitale Transformation spiegelt sich auf test.de wider: Stark nachgefragte Tests werden häufiger aktualisiert – zum Teil unabhängig von Veröffentlichungen der Ergebnisse in den Heften. Dadurch stehen beispielsweise Tests neuer Elektronikprodukte oder innovativer Finanzdienstleistungen schneller online zur Verfügung. Um diesen Prozess weiter voran-

Umsatz mit kostenpflichtigen Inhalten 2020

Einzelkauf und Flatrates (in Tausend Euro)



zutreiben, wurde die Leitung von test.de im Oktober auf neue FüÙe gestellt: Eine eigene Online-Chefredaktion gibt es nicht mehr, die Chefredaktionen von test und Finanztest arbeiten nun integriert für alle Kanäle – ebenso wie Redaktionen, Untersuchungsbereich und Grafik.

Die konstant hohe Test-Frequenz schlägt sich in der guten Entwicklung der Einzelabrufe von Tests nieder. Der Umsatz stieg um 2,3 Prozent über das Niveau des bereits sehr starken Vorjahres und lag bei 3,3 Millionen Euro. Am stärksten nachgefragt waren die Tests von Matratzen und Staubsaugern sowie bei den Finanzthemen der Fondsfinder. Aber auch die erstmals getesteten Saug- und Wischroboter erreichten hohe Abrufzahlen,

ebenso der Folgetest der FFP2-Masken, der wegen der hohen gesellschaftlichen Bedeutung allerdings kostenlos erhältlich ist.

Noch besser war 2021 die Entwicklung bei den Flatrates, die meist für ein Jahr abgeschlossen werden. Hier wuchs der Umsatz um 17,4 Prozent auf 4,3 Millionen Euro. Das zeigt, dass vertrauenswürdige Verbraucherinformationen geschätzt werden – auch in der digitalen Welt.

Die Tophemen im Einzelabruf 2021

1 / Staubsauger

2 / Matratzen

3 / Waschmaschinen

4 / Fonds

5 / Saugroboter

6 / Drucker

7 / Fernseher

8 / Geschirrspüler

9 / Wäschetrockner

10 / Autokindersitze

Die Tophemen bei Online-Abonnenten 2021

1 / Fonds

2 / Smartphones

3 / Medikamente im Test

4 / Staubsauger

5 / Zinsen: Tages- und Festgeld

6 / Fernseher

7 / Lautsprecher

8 / Matratzen

9 / Kopfhörer

10 / Drucker

Leserservice

Die Mitarbeitenden des Leserservice sind die ersten, die direktes Feedback nach Veröffentlichungen und Marketing-Aktionen erhalten. Welche Themen kamen besonders gut an, wo können wir unsere Kunden und Kundinnen noch stärker unterstützen und was wünschen sie sich? Mit zunehmendem Erfolg des Angebots auf test.de wird der technische und inhaltliche Support durch den Leserservice anspruchsvoller und noch wichtiger. Wir beantworteten rund 87 000 Fragen. Das Feedback und die Interessen unserer Leserinnen und Leser teilen wir mit den Thementeams, auf diese Weise gehen sie auch in die Themenplanung und -umsetzung ein. Zwei Mitarbeitende des Leserservice vertraten die Stiftung Warentest in Zusammenarbeit mit der Abteilung Kommunikation bei insgesamt 36 Telefonaktionen mit Tageszeitungen.

Nachhaltigkeit war wieder ein bestimmendes Motiv über alle Themengebiete. Themenbezogen verzeichneten wir folgende Reaktionen:

Test

Multimedia: Themen rund ums Homeoffice standen im Fokus. Entsprechend den Leserwünschen wurden Kopfhörer in ihrer Funktionalität als Headsets getestet. Die Untersuchungen von Webcams und VPN-Diensten stießen auf ein großes Echo. Die Reaktionen auf den CSR-Test zu den Herstellungsbedingungen von Smartphones und auf die kontinuierliche Prüfung der Update-Politik von Smartphone-Anbietern bestätigten: Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung werden Verbrauchern und Verbraucherinnen immer wichtiger. Sound-Liebhaber begrüßten den lang ersehnten Test von Plattenspielern.

Haus, Energie, Freizeit und Verkehr:

Das Leben in der Pandemie mit Homeoffice, Urlaub mit Fahrrad oder Wohnmobil sowie Renovierungsarbeiten zu Hause wurde von den Untersuchungen von Bürostühlen, Fahrradanhängern, Portalen für Wohnmobilvermietung, Online-Fahrradhändlern, Fahrradschlössern und -helmen sowie Bohrmaschinen begleitet. Die Untersuchungen von CO₂-Messgeräten und Luftreinigern stießen auf großes Interesse. Erstmals prüfte die Stiftung Warentest Matratzen nicht nur in der Standardgröße 90 mal 200 Zentimeter, sondern auch die 140 mal 200 Zentimeter breite Variante und griff damit eine aus der Leserschaft oft gestellten Frage auf, ob die Qualität der breiteren mit der schmalen vergleichbar sei. Mit Untersuchungen von Kinderprodukten wie Autokindersitzen, Buggys, Babywindeln, Kindermatratzen und Kinderlaufrädern sind vermehrt junge Familien angesprochen worden.

Ernährung, Kosmetik und Gesundheit:

Auch 2021 hatten sehr viele Anfragen Pandemie-Bezug. Für große Aufmerksamkeit sorgten unsere Tests von Atemschutzmasken für Erwachsene und Kinder, ebenso Informationen und Tipps zu Impftemen. Spitzenreiter bei den großen Lebensmitteltests waren Mineralwässer, Olivenöl und Lachs. Stark beachtet wurde der Schadstofftest von Sesamprodukten. In der Folge wünschten sich unsere Leser weitere Rückstands- und Schadstoffuntersuchungen für ausgewählte Lebensmittel. Großes Interesse bestand an den Untersuchungen von veganen und vegetarischen Produkten. Zahlreiche Reaktionen auf den CSR-Test zur Hähnchenfleischproduktion zeigten das große Interesse

am Thema Tierwohl. Sehr positiv wurde der von Eltern lang vermisste Test von Babybrei aufgenommen.

Im Bereich Kosmetik erreichten uns viele Reaktionen zu Mundspüllösungen, Sonnenschutzmittel und elektrischen Zahnbürsten. Die Einstufung von Titandioxid in Lebensmitteln als unsicher durch die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) verunsicherte viele Leserinnen und Leser und führte zu vermehrten Anfragen. Auf großes Interesse stieß der Artikel zu Nachhaltigkeit und Recyclingfähigkeit von Verpackungen sowie unsere Rubrik „Verpackungsärger“, zu der fast täglich neue Leserbeispiele von übergroßen Verpackungen eingehen.

Finanztest

Nachhaltigkeit war 2021 unseren Nutzerinnen und Nutzern auch im Bereich Finanzen wichtig, das zeigten Reaktionen auf Themen wie Nachhaltige Fonds und sichere Zinsanlage bei ethisch-ökologisch ausgerichteten Banken. Generell standen ETF, unser Pantoffelportfolio sowie sichere Zinsanlagen im Zentrum des Leserinteresses. Die anhaltende Niedrigzinsphase sorgte für Ärger bei den Versicherungssparern, auch die Performance von Riester- und Rürup-Verträgen führte zu frustrierten Kommentaren.

Viele Leser und Leserinnen beschäftigten sich mit der Altersrente. Entsprechend beliebt waren alle Beiträge zum Thema „früher in Rente“. Aus vielen Leserkommentaren und -fragen sprach Ärger und Ratlosigkeit angesichts der Einführung von Verwarentgelten, der Weigerung der Banken, überhöhte Gebühren zurückzahlen sowie steigender Energiepreise und einer wachsenden Inflationsrate. Ferner gab es viele Lesermeldungen zu massiven Beitragssteigerungen in der Pflegeversicherung. Pandemiebedingt von großem Interesse waren die Themen Reisekranken- und Reiserücktrittversicherung. Ein weiterer Schwerpunkt: Wohngebäudeversicherung, Elementarschadenversicherung und Rechtsschutzversicherung. Nach der Flutkatastrophe im Sommer 2021 stellten viele Finanztest-Leser und -Leserinnen ihre Gebäudeversicherung auf den Prüfstand.

Leserservice-Nutzer-Kontakte 2021

54 011 / test.de: E-Mails, Briefe, Telefon

10 980 / test: E-Mails, Briefe, Telefon

12 268 / Finanztest: E-Mails, Briefe, Telefon

9 801 / Leserkommentare auf test.de

3 158 / Antworten auf Leserfragen via test.de

36 / Telefonaktionen bei Tageszeitungen

Bücher

2021 konnte die Stiftung ein weiteres Mal einen Rekordumsatz mit Büchern verzeichnen. Die stark gestiegenen Umsätze im Geschäft mit elektronischen Büchern waren dabei besonders erfreulich. Neben der gut laufenden Backlist, also bereits in den Vorjahren erschienenen Büchern, überraschte besonders ein Titel: Der Ratgeber „Photovoltaik“ traf bei seinem Erscheinen im Herbst 2021 offenbar den Nerv der Zeit. Innerhalb weniger Wochen wurden 10 000 Exemplare dieses eher hochpreisigen Titels verkauft – ein großer Erfolg.

Ein Schwerpunkt unseres Programms neben dem Bereich Finanzen und Recht waren im letzten Jahr Titel zu Gesundheitsthemen und Lebenshilfe: „Aktiv leben mit Arthrose“, „Hurra, Schwanger!“, „Hilfe bei Magersucht und Bulimie“ sowie „Gelassen leben“ konnten sowohl inhaltlich wie verkäuferisch überzeugen.

Im Programmbereich Ernährung und Kochen gab es drei sehr unterschiedliche Bücher: Während das Buch „Eis! Gelato! Sorbet! Alles selbst gemacht!“ eher Leichtigkeit und Lebensfreude vermittelte, wurde mit „Gut essen bei Gicht“ ein Erfolgstitel neu aufgelegt, der eine fundierte Hilfestellung zur Ernährungsumstellung bietet: Neben vielen Rezepten enthält das Buch einen ausführlichen Ratgeberteil, der Hintergründe erläutert und auf der Grundlage der evidenzbasierten Medizin argumentiert. Das Buch „Aroma Gemüse“ hat sich bereits zum Standardwerk entwickelt. Die im letzten Jahr erschienene Ausgabe wurde nach den neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen stark überarbeitet und verbessert. Spannend für Menschen, die sich mit den wissenschaftlichen Hintergrün-

den des Kochens beschäftigen, war unser Herbsttitel „Küchenlabor“, der sich gleich sehr erfolgreich am Markt etablierte.

Ein besonderes Augenmerk hat unser psychologisch fundiertes Buch „Mein Schulkind“ verdient: Eltern erhalten darin Unterstützung in allen wichtigen Fragen rund um die Grundschulzeit: Freundschaften, Familienleben, Stress und Freude am Lernen sind einige der Themen dieses liebevoll gestalteten Ratgebers.

Als Verlag, der sich mit allen Themen rund um das eigene Zuhause beschäftigt, durfte natürlich auch ein Ratgeber zum Thema der Pandemiejahre nicht fehlen: „Homeoffice“ unterstützt mit vielen Tipps und Know-how aus unseren Untersuchungen, die richtige Einstellung zur Arbeit zu Hause zu finden und sich das häusliche Büro optimal einzurichten. Wer dagegen lieber pandemie- und umweltgerecht ins Büro, die Fabrik, ins Krankenhaus fahren musste oder einfach ohne großen Kraftaufwand zum Einkaufen oder ins Grüne fahren wollte, dürfte sich über unseren Ratgeber „eBike- und Pedelec“ gefreut haben, in dem wir das Wissen aus vielen Tests gebündelt haben.

Apropos Bewegung: Immer öfter gehört dazu auch eine smarte Uhr, die das Training begleitet und aufzeichnet, aber natürlich auch sonst gute Dienste leisten kann: Zum Marktführer „Apple Watch“ haben wir 2021 erstmals ein Buch gemacht, natürlich auch mit einem ausführlichen Abschnitt zum Thema Datenschutz. Und dieses ist nur ein Beispiel aus unserem erfolgreichen Multimedia-Programm.

Im Bereich Hausbau, Immobilien und Heimwerken ist im letzten Jahr das Standardwerk „Reparaturen zu Hause“ überarbeitet worden, sowohl inhaltlich als auch in Form eines spektakulären neuen Layouts. Außerdem: Das „Fertighaus-Handbuch“ war ausverkauft und bekam daher eine neue Auflage. Neben dem erwähnten Buch zur Photovoltaik sorgte die zweite Auflage vom „Handbuch sanieren und modernisieren“ für einen weiteren großen Verkaufserfolg im zurückliegenden Jahr.

Von den vielen Neuerscheinungen im Bereich Recht, Finanzen und Geldanlage seien hier insbesondere die überarbeiteten Bestseller „Das Vorsorge-Set“ und „Das Nachlass-Set“ erwähnt sowie „Das 100.000-Euro-Buch“, das mit seinem unkonventionellen Ansatz sehr erfolgreich ist, ebenso der Einsteigertitel „Geldanlage für Anfänger“. Sehr erfreulich ist der durchschlagende Erfolg des Ratgebers „Nachhaltig anlegen“, der zeigt, dass umweltgerechtes und ethisches Verhalten sehr wohl mit guten Renditen einhergehen kann.

Top Ten verkaufte Exemplare 2021

88 120 / Das Vorsorge-Set, 5. Auflage

28 705 / Anlegen mit ETF, 2. Auflage

14 674 / Das Nachlass-Set, 4. Aufl.

12 604 / Photovoltaik & Batteriespeicher

8 621 / Steuererklärung 2020/2021
Rentner, Pensionäre

8 605 / Nachhaltig Geld anlegen

7 590 / Alles über Fonds, 3. Aufl.

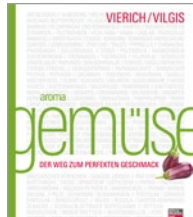
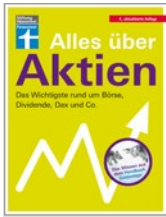
7 273 / Geldanlage für Anfänger, 2. Aufl.

7 091 / Aktiv leben mit Arthrose

6 389 / Steuererklärung 2021/2022
Rentner, Pensionäre

Die Bücher 2021





Marketing / Vertrieb

Die Zeitschriften / Zum Ende des zweiten Corona-Jahres erholt sich der deutsche Pressemarkt allmählich von den Auswirkungen, die die Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung auf den Pressevertrieb hatten. Die Publikumszeitschriften begrenzten im Schlussquartal 2021 laut IVW den Rückgang ihrer Gesamtverkäufe im Vergleich zum Vorjahr auf 5,5 Prozent. Im Vorjahreszeitraum sanken die Verkäufe noch um rund 25 Prozent. Diese negativen Einflüsse sehen wir bei unseren Ergebnissen im Einzelverkauf. Wie im Vorjahr ist dieser Vertriebskanal von großen, auch coronabedingten Schwierigkeiten geprägt, etwa der mangelnden Kundenfrequenz vor allem im Bahnhofsbuchhandel und einem veränderten Einkaufsverhalten. Darunter leidet vor allem test: Die Zeitschrift verlor im Einzelverkauf 11 Prozent, Finanztest liegt mit +0,3 Prozent im Jubiläumsjahr auf Vorjahresniveau (jeweils durchschnittlicher Einzelverkauf Ausgabe 1-12 2021 gegenüber 1-12 2020).

Im Einzelverkauf haben wir durch die Fusion der Verlagsunion (Bauer) und unserem Nationalvertrieb DPV (Deutscher Presse Vertrieb) zum DMV (Der Medienvertrieb) seit Anfang des Jahres 2021 einen neuen Vertriebsdienstleister. Dieser Wechsel wurde erfolgreich abgeschlossen.

Bei den Abonnements sehen wir eine gute bis sehr erfolgreiche Entwicklung: Bei test verminderte sich der Abobestand um lediglich 0,9 Prozent, bei Finanztest konnten wir sogar einen Anstieg um 5 Prozent verzeichnen (jeweils durchschnittlicher Abobestand gewandelte Abos 2021 gegenüber 2020).

test / Die Zeitschrift test hatte im Jahr 2021 durchschnittlich 321 129 Abonnenten (gewandelte Abonnements inkl. WBZ), 2020 waren es 324 094 Abonnements. Das sind 2 965 Abos weniger als im Vorjahr, der prozentuale Rückgang liegt bei 0,9 Prozent.

Sehr positiv die Entwicklung der Neuabonnenten: Bei test konnten wir 38 748 neue Abos generieren, das sind 15,5 Prozent mehr als im starken Vorjahr (2020: 33 542). Mit einem Anteil von rund 34 Prozent wurden die meisten Abos über Online-Partner gewonnen. 25,4 Prozent der neuen Abos wurden mit Hilfe von klassischen Print-Mailings generiert, Angebote auf test.de trugen rund 18 Prozent zu den neugewonnenen Abos bei.

Der durchschnittliche Einzelverkauf der Zeitschrift test (Ausgabe 1-12) lag bei 30 497 und damit 3 775 Exemplare unter dem Vorjahr (2020 durchschnittlich 34 272 Exemplare). Dies entspricht einem Rückgang von 11,0 Prozent gegenüber Vorjahr.

Finanztest / Finanztest verzeichnete im Jahr 2021 durchschnittlich 185 660 Abonnenten (gewandelte Abonnements inkl. WBZ), das sind 8 920 Abonnements mehr als im Vorjahr (2020: 176 740). Somit konnten wir einen Zuwachs von 5,0 Prozent und den höchsten Bestand seit 2013 verzeichnen, ein großer Erfolg.

Diese Entwicklung ist auf die erfolgreiche Gewinnung von Neuabonnenten zurückzuführen. Im Jahr 2021 konnten wir 41 638 neue Abos gewinnen. Das sind 43 Prozent mehr als im vergangenen Jahr (2020: 29

117). Zurückzuführen ist die Steigerung auf das Jubiläumsangebot, mit dem 30 Jahre Finanztest gefeiert wurden: Das Angebot bestand aus 12 Heften inklusive Zugaben für 30 Euro.

Der durchschnittliche Einzelverkauf der Zeitschrift Finanztest lag im Jahr 2021 bei 25 747 Exemplaren (Ausgabe 1-12) und somit auf Vorjahresniveau (84 Exemplare über dem Vorjahr, das bei 25 663 Exemplaren in Ausgabe 1-12 2020 lag).

Entwicklung von Print- und Online-Abonnements / Wenn man Print- und Online-Abonnements (Jahresflatrates) in der Summe betrachtet, können wir für 2021 einen Bestandszuwachs verzeichnen. Der durchschnittliche Bestand 2021 (578 421 Abonnements, summiert aus Verlagsabonnements inkl. WBZ und kostenpflichtigen Jahresflatrates) hat sich gegenüber Vorjahr um 3,8 Prozent gesteigert (2020: 557 430).

Neben dem Kombi-Abo, das wir Ende November 2019 eingeführt haben und das den gleichzeitigen Kauf eines Printabos und einer Flatrate ermöglicht, wurde Ende Juli 2021 ein neues Digitalangebot eingeführt. Das Digitale Zeitschriftenabo ermöglicht Kunden den Download einer pdf-Ausgabe über test.de oder die Nutzung des digitalen Magazins über unsere zeitgleich neu entwickelten Zeitschriften-Apps. Nach einer Markt- und Wirtschaftlichkeitsanalyse haben wir das Angebot in unserem Gesamtportfolio etwas unter dem Print-Preis (-13 Prozent) positioniert. Bis Ende Dezember wurde das Digitale Zeitschriftenabo insgesamt 1 342

Mal abonniert, das Angebot wird schrittweise ausgerollt.

test.de / Nach dem – vor allem bedingt durch Corona und die steigende Online-Nutzung – außerordentlich starken Jahr 2020 konnte auch das Jahr 2021 bei test.de überzeugen. Der Umsatz liegt bei 7 Mio. Euro und damit 10,4 Prozent (2020: 6.4 Mio. Euro) über dem Vorjahr. Bei den Einzeldownloads konnten wir mit einem Umsatz von 3,4 Mio. Euro einen Zuwachs von 5,4 Prozent realisieren (2020: 3,2 Mio. Euro). Die Flatrate-Umsätze wuchsen um 19,8 Prozent auf 3,5 Mio. Euro (2020: 2,9 Mio. Euro).

2021 verzeichneten wir insgesamt 99 Mio. Visits und liegen mit einem leichten Rückgang um 1,7 Prozent fast auf dem Niveau des Vorjahres (2020: 101 Mio. Visits) und deutlich über dem Jahr 2019 (72 Mio. Visits). Auch das Marktumfeld entwickelte sich größtenteils rückläufig. Ein Teil des Visit-Rückgangs zum Jahresende lässt sich auf die Tracking-Umstellung infolge des am 1.12.2021 in Kraft getretenen Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz ("TTDSG") zurückführen. Unsere wichtigste Traffic-Quelle sind wie im vergangenen Jahr organische Suchergebnisse bei den Suchmaschinen. Deren Anteil an den Gesamtvisits bleibt auf dem Niveau des Vorjahres (2020: 67 Prozent, 2021: 67,8 Prozent).

Die Gesamtzahl der Bezahlvorgänge lag 2021 bei 1,42 Mio. und damit 4,9 Prozent über dem sehr starken Jahr 2020 (1,35 Mio.).

Die Anzahl der kostenpflichtigen Jahresflatrates lag Ende 2021 bei 74 884, sie konnte

gegenüber Vorjahr um 12 Prozent (plus 8 036 Flatrates) gesteigert werden (2020: 66 848). Insgesamt hatten wir zum Jahresende 83 744 Kunden mit kostenpflichtiger Flatrate, eine Steigerung um 11,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2020: 75 148). Darüber hinaus nutzten 61 990 Kunden ihre Flatrate als Doppelabonnenten kostenlos (2020: 58 727).

Die Bücher / Die Umsatzerlöse im Buchbereich lagen 2021 bei 5,5 Mio. Euro (Vorjahr: 5,4 Mio. Euro) und damit um 1,6 Prozent über dem Vorjahr. Während der Print-Vertrieb über den Handel coronabedingt ein Minus von 9,3 Prozent verkräften musste, wächst der Direktvertrieb der Print-Bücher auf fast 2 Mio. Euro Umsatz. Damit verschiebt sich der Anteil des Direktvertriebs (Print und Digital) auf gut 42 Prozent, 2020 lag er noch bei 36 Prozent.

Auch der Anteil der E-Books am Gesamtumsatz wächst. Während er im Vorjahr noch bei 8 Prozent lag, liegt er im Jahr 2021 bei 9,3 Prozent.

Die Zahl der Neuerscheinungen bewegt sich bei den Büchern mit 44 auf einem ähnlichen Niveau wie in den Jahren 2020 (41) und 2019 (41). Auch 2021 war „Das Vorsorge-Set“ mit über 88 000 verkauften Exemplaren unser erfolgreichster Titel. Auf Platz 2 der meistverkauften Titel findet sich „Anlegen mit ETF“ mit über 28 000 verkauften Exemplaren. Darauf folgen „Das Nachlass-Set“ (knapp 15 000 verkaufte Exemplare) und „Photovoltaik & Batteriespeicher“ mit knapp 13 000 verkauften Exemplaren, jeweils inkl. E-Books.

E-Mail-Marketing / Im E-Mail-Marketing wurden im Jahr 2021 70 Newsletter-Kampagnen versendet. Diese konnten einen Gesamtumsatz von 474 000 Euro erzielen. Im Vergleich zum – coronabedingt sehr starken – Vorjahr entspricht dies einem Umsatzrückgang von rund 9 Prozent. Verglichen mit 2019 konnte der Umsatz um 3,4 Prozent gesteigert werden.

Marktforschung / Laut Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2021 verlieren test und Finanztest im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2020 an Reichweite – die Veränderung ist allerdings nicht signifikant. test erreicht pro Ausgabe 2,85 Mio. (2020: 2,97 Mio.) Leser und Leserinnen – das sind 4 Prozent (2020: 4,2 Prozent) der deutschen Bevölkerung. Finanztest erreicht mit einer Heftausgabe 1,24 Mio. (2020: 1,35 Mio.) Leser und Leserinnen. Das entspricht 1,8 Prozent (2020: 1,9 Prozent) der deutschen Bevölkerung.



Veganer Pausensnack? Pumpernickel?

Test Kindermatratzen 10/2021

Bei Kindermatratzen – hier eine aus Kokos – prüften wir unter anderem Liegeeigenschaften, Haltbarkeit und Sicherheit.

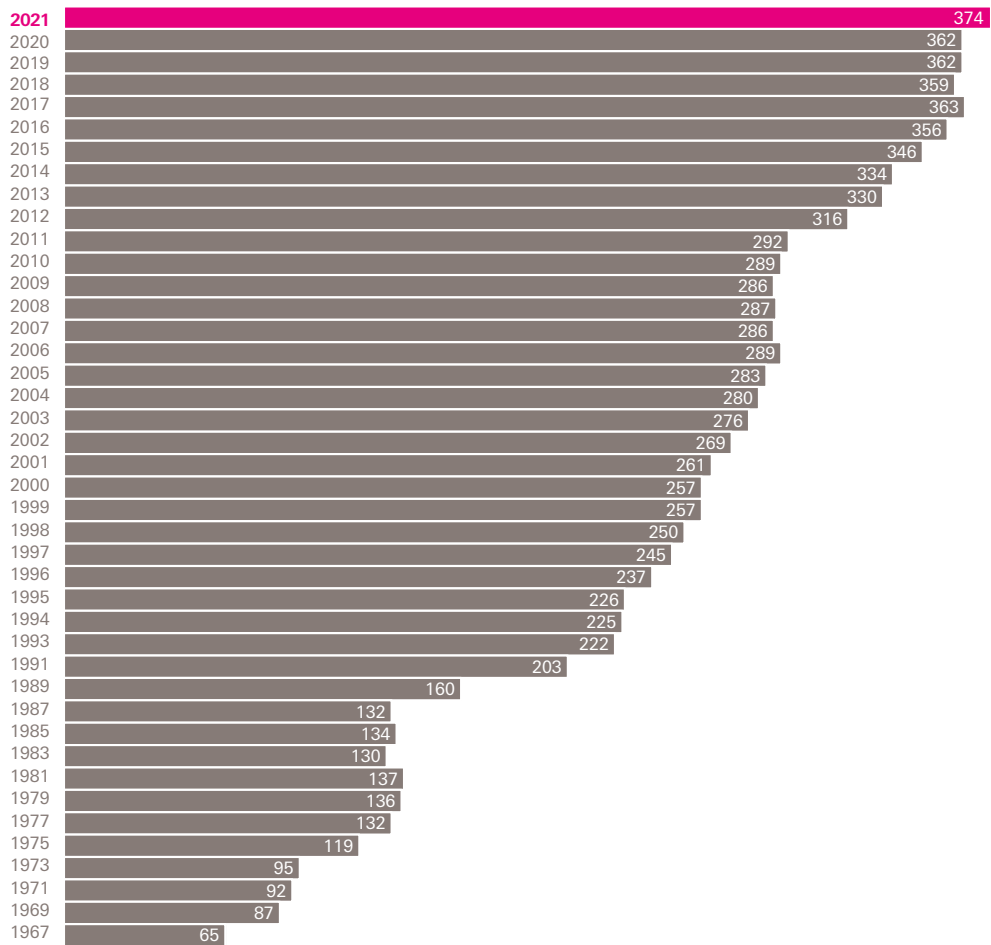
Mitarbeitende

Engagierte, zufriedene und gut qualifizierte Mitarbeitende sind eine zentrale Voraussetzung für den Unternehmenserfolg. Die Stiftung Warentest ist eine attraktive Arbeitgeberin. Unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen schätzen die guten Sozialleistungen, flexiblen Arbeitszeitmodelle, die Möglichkeit des mobilen Arbeitens sowie das vielseitige betriebliche Gesundheitsmanagement.

Ende 2021 beschäftigten wir 237 (Vorjahr: 228) Mitarbeiterinnen und 137 (134) Mitarbeiter. Diese sind auf 319,17 (311,24) Stellen tätig. Davon werden 201 (202) in Teilzeit ausgeübt. 53,7 Prozent der Gesamtbelegschaft verbinden so Beruf, Familie und Freizeit in einer auf ihre Lebenssituation angepassten Weise. Das Durchschnittsalter betrug 49,8 (49,7) Jahre, die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit 14,5 Jahre, der Krankenstand 4,1

(3,7) Prozent. Erhöht hat sich die Fluktuation von 4,7 auf 4,9 Prozent: Die Arbeitsverhältnisse endeten durch Zeitablauf (6), Berentungen (5), Arbeitnehmerkündigungen (5), Wechsel in die Freizeitphase der Altersteilzeit (1) sowie Aufhebungsvertrag (1).

Die Stiftung Warentest engagiert sich in der Ausbildung. Im Berichtsjahr absolvierten 2 (3) Studierende bei uns ein Praktikum (davon eine Jahrespraktikantin). Ein (1) Mitarbeiter startete seine Ausbildung zum Redakteur (Jungredakteur). Zusätzlich begannen 2 (1) Volontärinnen eine Ausbildung jeweils in den Abteilungen Kommunikation sowie Marketing und Vertrieb. Außerdem boten wir einem Studierenden im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre die Möglichkeit, seine Praxisphasen in unserem Bereich Finanzen, Personal und IT zu gestalten.



■ Anzahl der Mitarbeitenden, Stand 31.12.2021

Mitarbeit bei anderen Institutionen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stiftung Warentest sind auch in anderen Einrichtungen als Mitglied oder Berater gefragt. Insbesondere in folgenden Institutionen sind sie in verschiedenen Gremien und Ausschüssen aktiv (Stand: 31.12.2021):

I. Verbraucherinstitutionen

International Consumer Research and Testing (ICRT)

Hubertus Primus (Board)
Dr. Holger Brackemann (Management Committee)
Dr. Markus Bautsch (Arbeitsgruppe „Evaluation Database“)
Christiane Böttcher-Tiedemann (Arbeitsgruppe „DIY and Gardening“)
Renate Ehrnsperger (Arbeitsgruppe „Child“)
Dr. Thomas Koppmann (Arbeitsgruppe „Personal Care“)
Michael Morys (Arbeitsgruppe „Sustainability“)
Danielle Leven (Management Committee, Arbeitsgruppe „Market Analysis“ und
Dr. Dirk Lorenz (Arbeitsgruppe „Domestic Appliances“)
Anke Scheiber (Arbeitsgruppe „UX“)
Dr. Gunnar Schwan (Arbeitsgruppe „Surveys“)
Sarah Vasconi (Arbeitsgruppe „Child“)
Dr. Jochen Wettach (Arbeitsgruppe „Food“)
Jörg Zymnossek („Operative Working Group“)

Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC)

Dr. Holger Brackemann (General Assembly)

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

Hubertus Primus (Verwaltungsrat)

Marktbeobachtung Finanzmarkt und Digitale Welt

Stephan Kühnlenz (Beirat Marktbeobachter Finanzmarkt)
Simone Vintz (Stellvertretende Vorsitzende Beirat Marktbeobachtung Digitales)

Deutsche Stiftung Verbraucherschutz

Hubertus Primus (Stiftungsrat)

Bund der Energieverbraucher

Annegret Jende (Beirat)

II. Institutionen und Gremien der Normung

Deutsches Institut für Normung (DIN)

Jörg Zymnossek (Verbraucherrat und Normenausschuss Informationstechnik und Anwendungen)
Dr. Dirk Lorenz (Normenausschuss Bürogeräte)
Holger Rohde (Normenausschuss Dienstleistungen)
Dr. Birgit Luther (Normenausschuss kosmetische Mittel)
Janine Schlenker (Normenausschuss Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte)
Dr. Markus Bautsch (Normenausschuss Veranstaltungstechnik, Bild und Film, Informationstechnik und Anwendungen)
Elke Gehrke (Normenausschuss Zertifizierungsgrundlagen)

Deutsche Kommission Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik (DKE) im DIN und VDE

Dr. Markus Bautsch (Beraterkreis Technologie)
Robert Brandt (K 802 – Wearables)
Jenny Braune (K 742 – Audio-, Video- und Multimediasysteme, -geräte und -komponenten)
Dr. Axel Joachim Neisser (K 513 – Hausgeräte, Gebrauchseigenschaften)
Dr. Peter Schick (K 514 – Sicherheit elektrischer Geräte)

European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC)
Anke Scheiber (Working Group Services)

III. Sonstige Institutionen

Akkreditierungsbeirat (AKB) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie
Elke Gehrke (Mitglied)

**Aufgabenauswahlausschuss für Finanzanlagenvermittler gemäß
Verordnung über die Finanzanlagenvermittlung (FinVermV) der IHK Frankfurt/Main**
Holger Rohde

Ausschuss für Produktsicherheit (AfPS) beim Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Dr. Axel Joachim Neisser

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)
Stephan Kühnlenz (Fachbeirat und Verbraucherbeirat)
Holger Rohde (Versicherungsbeirat)

Bundeszentrum für Ernährung (BZfE)
Charlotte Granobs

Deutsche Akkreditierungsstelle (DAkkS)
Elke Gehrke (Beirat)

Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK)
Dr. Jochen Wettach (Mitglied der Fachausschüsse 1, 4 und 6)

Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen
Stephan Kühnlenz (Beirat)

Eurolab Deutschland
Elke Gehrke (Leiterin des Ausschusses für Qualitätsmanagement)

Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh)
Dr. Konrad Giersdorf (Hauptausschuss Detergenzien)
Dr. Thomas Koppman (Arbeitsgruppe Aromastoffe)
Dr. Sara Wagner-Leifhelm (Hauptausschuss Detergenzien)

Jury Umweltzeichen („Blauer Engel“)
Dr. Holger Brackemann

Produktinformationsstelle Altersvorsorge (PIA) des Bundesministeriums der Finanzen
Dr. Bernd Brückmann (Beirat)

Schlichtungsstelle Energie
Marion Weitemeier (Beirat)

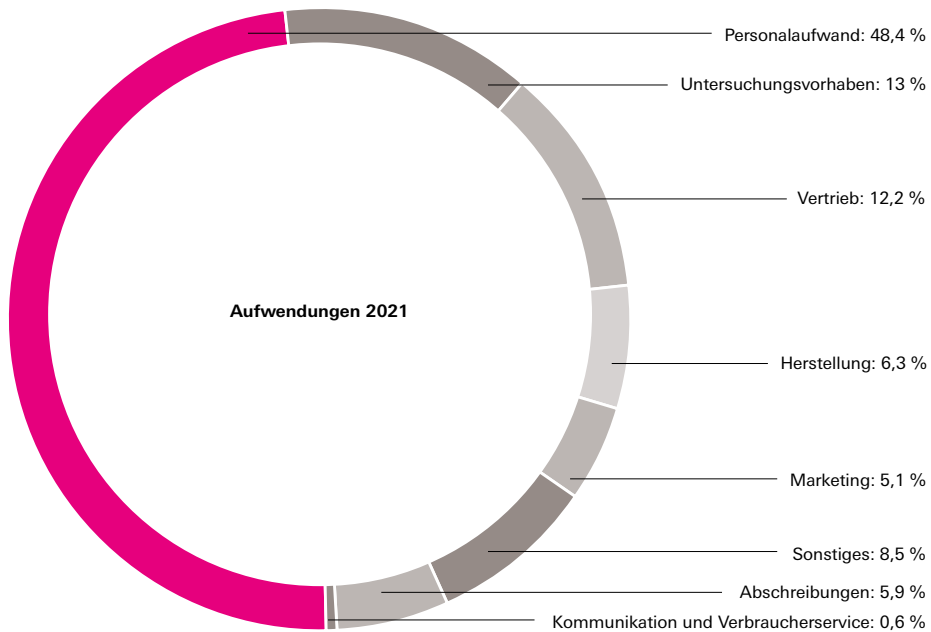
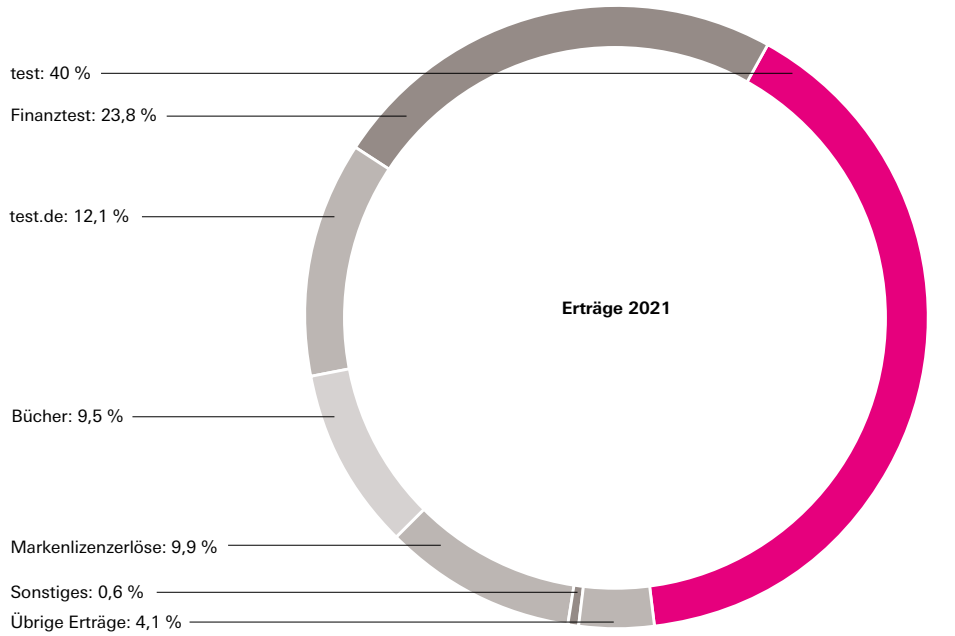
Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr (söp)
Anke Scheiber (Beirat)

Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK)
Peter Knaak (Jugendschutzsachverständiger)

Versicherungsombudsmann
Beate-Kathrin Bextermöller (Beirat)
Susanne Meunier (Beirat)

**Zentrale Stelle für die Digitale Rentenübersicht (ZfDR) des Bundesministeriums
für Arbeit und Soziales**
Stephan Kühnlenz (Steuerungsgremium)

Wirtschaftsdaten



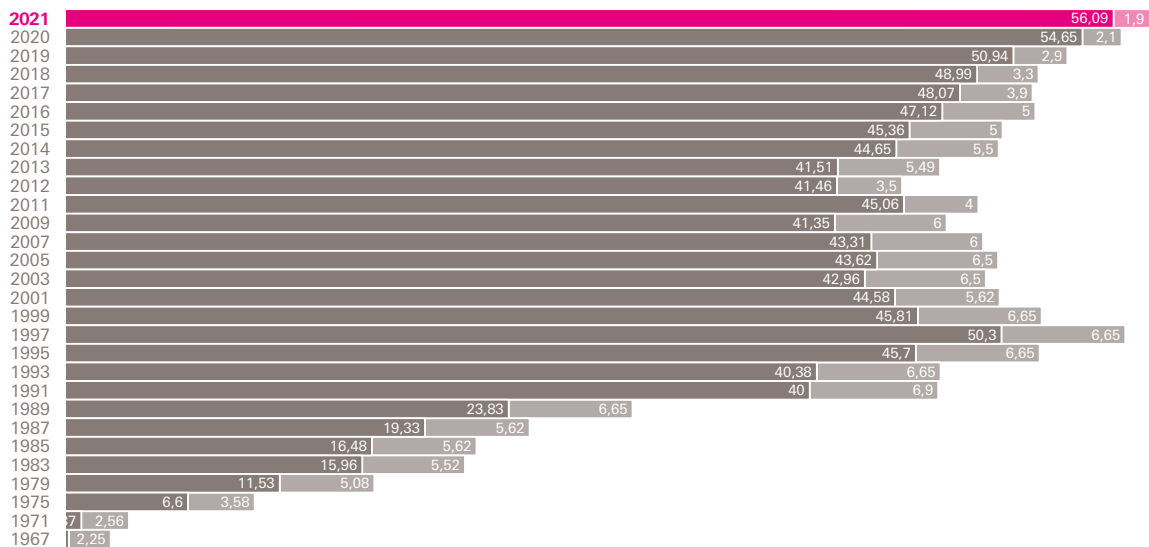
Erträge und Aufwendungen

in Tausend Euro

	2021	2020
Umsatzerlöse		
test	23.175	23.042
Finanztest	13.785	12.871
Bücher	5.521	5.433
test.de	7.029	6.346
Markenlizenzerlöse	5.713	5.380
Sonstiges	379	380
	55.602	53.452
Übrige Erträge		
Zuwendung der Stifterin	1.900	2.100
Bestandsveränderung und Sonstiges	488	1.201
	2.388	3.301
Summe Erträge	57.990	56.753
Aufwendungen		
Materialaufwand für Herstellung	3.768	4.163
Materialaufwand für Vertrieb	7.262	7.162
Materialaufwand für Marketing	3.052	3.086
Materialaufwand für Untersuchungen	7.782	7.938
Materialaufwand für Kommunikation und Verbraucherservice	342	246
Personalaufwand	28.910	29.015
Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen	3.508	2.833
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5.068	5.018
Summe Aufwendungen	59.692	59.461
Ergebnis vor Finanzergebnis	-1.702	-2.708
Finanzergebnis	5.711	5.040
Ertragsteuern	219	-30
Jahresergebnis	3.790	2.362

Entwicklung der Finanzen

in Mio. Euro



■ Eigene Mittel ■ Ausgleichszahlung der Stifterin

Bilanz zum 31. Dezember 2021

Aktiva und Passiva in Tausend Euro

	2021	2020
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	14.402	14.958
Finanzanlagen	187.996	191.294
Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	36.948	28.202
Summe Aktiva	239.346	234.454
Passiva		
Grundstockkapital	180.000	180.000
Kapitalerhaltungsrücklage	12.137	8.658
Sonstige Rücklagen	13.898	13.587
Ergebnisse aus Vermögensumschichtungen	5.387	5.387
Rückstellungen	9.958	9.897
Erhaltene Anzahlungen	11.307	10.760
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	6.659	6.165
Summe Passiva	239.346	234.454

Finanzierung der Stiftung Wartentest

in Tausend Euro

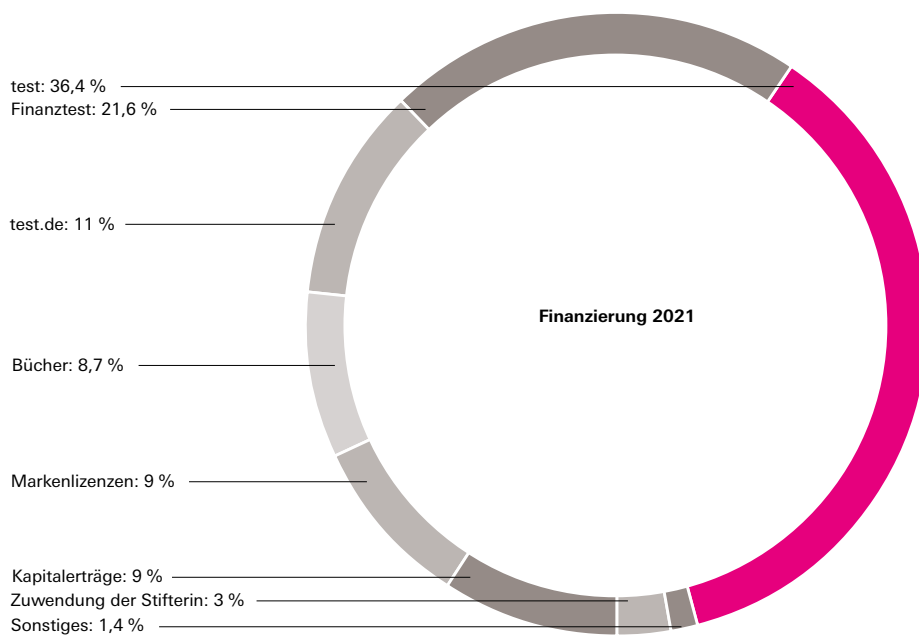
2021

Einnahmen nach Kategorien

test	23.175
Finanztest	13.785
test.de	7.029
Bücher	5.521
Markenlizenzen	5.713
Kapitalerträge	5.711
Zuwendung der Stifterin	1.900
Sonstiges	867

Gesamt

63.701





Baugerüst?

Chemiestunde?

Test Essbare Trinkhalme 7/2021

Zur Prüfung der Stabilität tauchten wir die Halme in Getränke.

Dann maßen wir die Zeit, ab der sich die mehrere Male kurzzeitig entnommenen Halme unter ihrem Eigengewicht verbogen.

Kommunikation

Externe Kommunikation durch Information und Aufklärung der Öffentlichkeit hat bei der Stiftung Warentest seit jeher eine große Bedeutung. Die Verbreitung unserer nutzwertigen Inhalte geschieht durch klassische Medienarbeit, aber auch die Kommunikation via Soziale Medien entwickelt sich sehr dynamisch.

Im November 2021 übernahm Regine Kreitz die Abteilungsleitung von Heike van Laak, die nach fast 20 erfolgreichen Jahren in dieser Funktion in den Ruhestand gegangen ist.

Medienarbeit

Medien von Print bis TV greifen die Testergebnisse der Stiftung Warentest mit ihrem hohen Nutz- und Nachrichtenwert sehr gern auf. Unsere Expertinnen und Experten sind zudem beliebte Gesprächspartner in Interviews. Durch die Medienarbeit erreichen wir so die Breite der Bevölkerung über unsere Leser- und Nutzerschaft hinaus.

Im Jahr 2021 wurde besonders häufig über Themen mit Corona-Bezug berichtet, insbesondere über die Tests von FFP2-Masken und den Luftreiniger-Test. Auch unsere Lebensmitteltests sind traditionell in den Medien beliebt (2021: Veggie-Burger, Hähnchenschenkel und Mineralwasser). Bei den Finanzthemen waren besonders häufig Immobilien als Kapitalanlage und der Vergleich von Strom- und Gastarifen gefragt.

Die aktive Medienarbeit für unsere Ratgeber-Bücher zahlte sich ebenfalls aus. Über den Titel „Nachhaltig Geld anlegen“ etwa erschienen 58 Berichte allein in Printmedien, beim

„Finanzplaner Berufseinsteiger“ waren es 42. Das Buch „Eis! Gelato! Sorbet!“ kam sogar auf 100 Print-Berichte mit einer Gesamtauflage von mehr als 7,7 Millionen Exemplaren.

Insgesamt sind im Jahr 2021 online 16 400 und in Printmedien mehr als 17 000 Beiträge über die Stiftung Warentest erschienen. Da unsere Medienbeobachtung nicht alle Publikationen erfasst, dürfte die tatsächliche Zahl sogar noch höher liegen. Die Gesamtauflage der Print-Veröffentlichungen wird auf fast 1,5 Milliarden geschätzt.

Das Fernsehen strahlte rund 2 200 Beiträge zu unseren Ergebnissen aus, im Hörfunk wurde 3 600 Mal berichtet. Die Zahlen beruhen auf der Hochrechnung einer stichprobenhaft erfassten Medienresonanz. Von einer Voll-Beobachtung sehen wir im Bereich Hörfunk und Fernsehen aus Kostengründen ab. Die Reichweite der Sendungen wird auf insgesamt 251 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer geschätzt.

Social Media

Die Stiftung Warentest ist mit eigenen Kanälen in den großen Sozialen Netzwerken vertreten, und zwar auf Youtube seit 2007, auf Facebook und Twitter seit 2009 sowie auf Instagram seit 2018. Im April 2021 wurde ein weiterer Instagram-Kanal für Finanztest eröffnet. In unseren Leadkanälen Facebook und Instagram nutzen wir eine Ansprache, die den Nutzwert unserer Inhalte mit Humor und Prägnanz verbindet. Mit unseren Beiträgen liefern wir eine stimmig auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Palette an Themen.

Eine besonders gute Performance erzielten Beiträge aus den Themenbereichen Nachhaltigkeit und bewusstes Leben sowie Ernährung und Gesundheit. Generell gut angenommen werden Kurzmeldungen, so genannter Snackable Content.

Einige Beispiele: Unser Post zum Verbot der Plastikstrohhalm erzielte auf Facebook eine organische Reichweite von über 2,3 Millionen und erhielt über 2 000 Likes. In mehr als 5 000 Kommentaren diskutierte die Community und ärgerte sich vor allem über ein beliebtes Fruchtsaftgetränk, das weiterhin in Plastikverpackung verkauft wird, nun aber mit sich schnell auflösendem und damit nicht funktionsfähigem Papierstrohhalm. Der Post zum FFP2-Masken-Test war mit einer Reichweite von über 300 000 der beste Beitrag auf Instagram test. Er bekam mehr als 3 000 Likes, über 200 Kommentare und wurde mehr als 1 500 Mal gespeichert. Mit Abstand die meisten positiven Kommentare bekam unser Post zum Mascara-Test aufgrund einer als sehr gelungen empfundenen Bildauswahl.

Auf Instagram Finanztest erzielten zwei Kurzmeldungen außergewöhnlich hohe Reichweiten: Der Post zum Urteil, dass die Drohung mit einer Krankmeldung zur fristlosen Kündigung führen kann, erreichte über 1,2 Millionen Follower und wurde ausgiebig diskutiert (über 8 000 Likes, mehr als 200 Kommentare, 3 400 Mal gespeichert). Auch mit der Nachricht zu einem Urteil, demzufolge ein Vater aufgrund der tiefgreifenden Konflikte mit seiner Ex-Frau nicht an der Einschulung seines Kindes teilnehmen durfte, bewegte unsere Nutzerinnen und Nutzer (Reichweite über 850 000, 3 846 Likes, 443 Kommentare, 985 Mal gespeichert).

Der mit Abstand erfolgreichste Tweet mit über 50 000 Impressionen und einer hohen Interaktion war unser Beitrag zur Kampagne #ZusammenGegenCorona.

Nutzerzahlen zum Ende des Berichtsjahrs 2021

681 000 / Facebook

136 000 / Instagram test

11 000 / Instagram Finanztest

37 222 / Twitter

50 000 / YouTube

Während die Nutzerzahl auf Facebook mit rund 681 000 Fans im Vergleich zu den Vorjahren relativ stabil bleibt, wächst sie auf Instagram test kontinuierlich, 2021 um 11 Prozent auf 136 000 Follower. Im April 2021 eröffneten wir einen Instagram-Kanal speziell für Finanztest, der zum Ende des Berichtsjahrs über 11 000 Follower hatte und enorme Reichweiten erzielt. Die Entwicklung belegt, dass wir das spezifische Nutzerinteresse in diesem Bereich richtig eingeschätzt haben.

Insgesamt erreichen wir auf Facebook, Instagram und YouTube im Durchschnitt jüngere Menschen als unsere Print- und Online-Leserschaft. Die Mehrheit (54 Prozent) unserer Facebook-Fans ist zwischen 35 bis 54 Jahre alt. Die Instagram-Follower sind jünger: 30 Prozent gehören der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen an. Auf YouTube ist die mit 26 Prozent größte Zuschauergruppe zwischen 25 und 34 Jahre alt, gefolgt von den 35- bis 44-Jährigen (23 Prozent).

Der Anteil der weiblichen Fans/Follower ist bei Facebook (64 Prozent) und Instagram test (70 Prozent) deutlich höher als der Anteil der männlichen. Bei Instagram Finanztest sind 54 Prozent der Follower Frauen. Bei YouTube dominiert hingegen der Anteil der männlichen Nutzer (71 Prozent).

Insgesamt hatten wir auf Facebook, den beiden Instagram-Kanälen und Twitter 2021 eine Reichweite von über 11 Millionen (Facebook: 4,9 Mio., Instagram test: 2 Mio., Instagram Finanztest: 3,3 Mio., Twitter: 1,1 Mio.). Zusätzlich erzielten wir auf YouTube 3,4 Mio. Videoaufrufe.

Veranstaltungen

Pandemiebedingt war die Zahl der Veranstaltungen auch im Jahr 2021 reduziert. Immerhin konnten wir die niedrigen Inzidenzen im Sommer nutzen, um drei Veranstaltungen in Präsenz durchzuführen: Den Lucie-Beyer-Kreis, in dem ehemalige Gremienmitglieder und Führungskräfte zusammenkommen, einen Betriebsausflug für alle aktiven Kolleginnen und Kollegen der Stiftung und die Preisverleihung des Wettbewerbs Jugend testet.

Ausbildung

Die erste PR-Volontärin in der Abteilung Kommunikation hat ihr Volontariat erfolgreich absolviert und am 30. Juni 2021 beendet. Die Stiftung Warentest wird auch zukünftig PR-Volontärinnen und -Volontäre ausbilden. Am 1. Juli 2021 startete eine neue Uni-Absolventin ihr Volontariat in der Abteilung Kommunikation.

Website-Relaunch

Die Rubrik „Über uns“ auf test.de wurde im August im Zuge des Relaunches einer grundlegenden Überarbeitung unterzogen. Der neu gestaltete Webauftritt arbeitet mit größeren Bildern, neuen Schriften, einem luftigeren Design, neuer Bildsprache und prominenten Überschriften und Teasern. Der neue Pressebereich folgt im Februar 2022.



Jugend und Schule

Wettbewerb Jugend testet

2 454 (2020: 2 311) Schülerinnen und Schüler im Alter von 12 bis 19 Jahren haben sich beim Wettbewerb „Jugend testet 2021“ beteiligt und insgesamt 750 Arbeiten eingereicht. So viele Arbeiten gab es in den 42 Jahren seit Bestehen des Wettbewerbs nur einmal zuvor im Jahr 2007. Die Jugendlichen waren auch diesmal kreativ und ideenreich: Es erreichten uns Tests von farbigen Kontaktlinsen über nachhaltige Menstruationsartikel bis zu Videochatprogrammen. Die besten sechs Arbeiten wurden im September 2021 ausgezeichnet. Die Preisverleihung fand zusammen mit den Siegerinnen und Siegern der Vorjahres-Runde statt, da im Jahr 2020 keine Veranstaltung stattfinden konnte.



Preisträger

Kategorie Produkttests:

1. Preis: Geschenkpapiere
 2. Preis: Honig
 2. Preis: Mund-Nasen-Schutzmasken*
- *Aufgrund der hohen Qualität zwei 2. Preise

Preisträger

Kategorie Dienstleistungstests:

1. Preis: Online-Skateshops
2. Preis: Studienorientierungstests
3. Preis: Schülerkonten von Düsseldorfer Geldinstituten

Am 19. Mai 2021 beschäftigte sich die Kinderkommission des Deutschen Bundestags mit dem Thema „Kinder als Verbraucher:innen“. Zusammen mit zwei Preisträgerinnen hatte Bettina Dingler, Leiterin des Wettbewerbs, die Möglichkeit, unseren Wettbewerb den Abgeordneten vorzustellen.

Im Juni 2021 entschied die Kultusministerkonferenz (KMK), dass unser Schülerwettbewerb „Jugend testet“ ihre strengen Qualitätskriterien erfüllt, und nahm ihn in die Liste der empfohlenen Schülerwettbewerbe auf – ein großer Erfolg.

Zeitschriftenprojekte

test in der Schule

Im Schuljahr 2020/2021 setzten im Rahmen unseres Projekts „test in der Schule“ 19 Lehrkräfte die Zeitschrift test regelmäßig im Unterricht ein, um so kritisches Konsumverhalten mit insgesamt 470 Schülern und Schülerinnen einzuüben.

Finanztest in der Schule

An unserem Projekt „Finanztest in der Schule“ nahmen im Schuljahr 2020/2021 insgesamt 95 Lehrkräfte mit 2 432 Schülerinnen und Schülern teil. Im Rahmen des Projekts veranstalteten wir mit Lehrkräften im September 2021 eine Online-Fortbildung zum Thema „Nachhaltige Finanzen – von Girokonto bis ETF“. Die Fortbildung stieß auf sehr positive Resonanz.

Unterrichtsmaterialien

Junge Leute fit machen, damit sie nach der Schule ihre Finanzen selbst regeln können, das ist das Ziel unseres im März 2021 neu erschienenen Unterrichtsmaterials „Finanzen und Versicherungen – was Berufseinsteiger:innen brauchen und was nicht“. Ob Girokonto, Kreditkarte, die wichtigsten Versicherungen oder einfache Sparmöglichkeiten, die Expertinnen und Experten der Stiftung erklären verständlich, was für junge Leute wichtig ist und wie jede und jeder seine Finanzen selbst regeln kann. Die Arbeitshefte enthalten umfangreiche Sachinformationen, Arbeitsblätter und Materialien zur Vertiefung. Das Lehrerheft liefert darüber hinaus didaktische Hinweise, Lösungen sowie Hintergrundinformationen.

Das Unterrichtsmaterial kam so gut an, dass die 1. Auflage mit 10 000 Exemplaren bereits nach einem halben Jahr vergriffen war. Eine 2. Auflage erschien im September in höherer Auflage.

Auch die anderen Materialien, Artikel und Tests, die wir Lehrkräften online zur Verfügung stellen, wurden gut genutzt und rund 12 000 Mal heruntergeladen. Darüber hinaus forderten im Jahr 2021 insgesamt 876 Lehrkräfte Klassensätze von test, Finanztest und den gedruckten Ausgaben unserer Unterrichtsmaterialien an.

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit gehört zur DNA der Stiftung. Schon in den achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts hat die Stiftung Warentest die Gewässerbelastung durch Waschmittel getestet und so zur Verbesserung der Produkte beigetragen. Und was kann nachhaltiger sein, als gut bewertete, langlebige Produkte zu nutzen, die wenig Energie verbrauchen?

In vielen Tests der Stiftung Warentest gehören die Umwelteigenschaften eines Produkts zu den Prüfkriterien. Neben Energieverbrauch, Schadstoffen und Verpackung gehört dazu zunehmend auch die Reparierbarkeit von Produkten, wie zum Beispiel bei Siebträger-Kaffeemaschinen (test 12/2021) oder bei Rollkoffern (test 4/2021). So wurde im Koffer-Test beispielsweise geprüft, wie einfach typische Verschleißteile wie Rollen und Teleskopstangen ausgewechselt werden können und ob die Hersteller Ersatzteile oder einen Reparaturservice anbieten. Mit elf weiteren Verbraucherorganisationen und Forschungseinrichtungen beteiligen wir uns zudem an dem europäischen Projekt PROMPT zur Reparierbarkeit von Produkten. Dabei werden auch neue Untersuchungsmethoden entwickelt.

Auch im Jahr 2021 gab es wieder spezielle CSR-Untersuchungen, also Tests der Unternehmensverantwortung („Corporate Social Responsibility“). Hier wurde zum Beispiel untersucht, wie sozial und nachhaltig Hersteller ihre Smartphones produzieren (test 10/2021). Und im Test von Hähnchenschenkeln (test 4/2021) wurden Tierwohl, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz, Unternehmenspolitik und Transparenz separat benotet.

Weitere Tests aus dem Bereich Nachhaltigkeit waren im Jahr 2021 die Update-Politik der Smartphone-Hersteller, essbare Trinkhalme oder Veggie-Burger. Auch in zahlreichen Reports griff die Redaktion nachhaltige Themen auf, zum Beispiel die Themen Fisch nachhaltig einkaufen, nachhaltig reisen, nachhaltig essen, das neue Energielabel und das Thema Wärmedämmung.

Darüber hinaus spielte bei Finanztest die nachhaltige Geldanlage eine große Rolle, sei es beim Titelthema „Nachhaltig anlegen“ (FT 9/2021), in dem nachhaltige Fonds bewertet wurden, oder bei der Untersuchung von nachhaltigen Banken (FT 3/2021). Erneut behandelte Finanztest auch im zurückliegenden Jahr die Wirtschaftlichkeit von Photovoltaik-Anlagen (FT 3/2021) und das Thema Richtig spenden (FT 1/2021).

Das „Handbuch Photovoltaik und Batteriespeicher“, das im September 2021 neu in den Buchhandel gekommen ist, entwickelte sich schnell zum Bestseller. Weiter im Sortiment hat die Stiftung Warentest auch Buchtitel wie „Grüner leben nebenbei“ oder „Richtig dämmen“.

Was die Stiftung von Herstellern verlangt, gilt natürlich auch für unser eigenes Handeln. Für unsere Druckerzeugnisse verwenden wir mehr als 92 Prozent Recycling-Papier, davon sind 89 Prozent mit dem Blauen Engel zertifiziert. Gedruckt wird ausschließlich in Deutschland, weil hier hohe Umweltstandards gelten und kurze Transportwege für geringere CO2-Emissionen sorgen.

Der Stromverbrauch des Firmensitzes in Berlin sinkt seit Jahren kontinuierlich und lag im Jahr 2021 bei rund 340 000 KWh, wobei hier die hohe Homeoffice-Rate für einen Sondereffekt gesorgt haben dürfte. Gleichwohl: Vor zehn Jahren lag der Stromverbrauch mit mehr als 620 000 KWh fast doppelt so hoch. Die hauseigene Photovoltaik-Anlage produzierte 2021 knapp 20 000 KWh Strom.

Der Bezug von Fernwärme lag 2021 bei 527 000 KWh. Witterungsbedingt ist der Wert zwar höher als im Vorjahr, aber im Zehnjahres-Vergleich dennoch deutlich gesunken (2011: 657 000 KWh).

Rechtsangelegenheiten

Bildberichterstattung

Die ThomasLloyd Global Asset Management (Schweiz) AG, eine Firma der ThomasLloyd Gruppe, hatte gegen die Wiedergabe eines Standbildes ihres CEO aus einem YouTube-Video in dem Artikel „Rätselhafte Rendite“ (Finanztest 10/2019) vor dem Landgericht Hamburg ohne mündliche Verhandlung eine einstweilige Verfügung erwirkt. Sie hatte ihren Unterlassungsanspruch mit den ausschließlichen Nutzungsrechten an dem Bild begründet. Die Stiftung hatte sowohl Widerspruch gegen die erlassene Eilverfügung eingelegt als auch die Firma zur parallelen Klageerhebung gezwungen.

Ergebnis: Die Urheberrechtskammer des Gerichts hatte sowohl die erlassene einstweilige Verfügung bestätigt als auch der inhaltlich gleich gelagerten Klage stattgegeben. Die Stiftung hat in beiden Fällen Berufung zum Hanseatischen Oberlandesgericht eingelegt. Das OLG Hamburg hat die Berufung im Eilverfahren zurückgewiesen. Es hat auch das Urteil der ersten Instanz bestätigt, ohne die Revision zum Bundesgerichtshof zuzulassen. Damit sind beide Rechtsstreitigkeiten beendet.

Wortberichterstattung

Zwei weitere Gesellschaften der ThomasLloyd-Gruppe, die ThomasLloyd Group Ltd. und die ThomasLloyd Holdings Ltd., haben zusätzlich zu den beiden Hamburger Verfahren vor dem Landgericht Stuttgart Klage auf Unterlassung eingereicht. Sie betrifft die Wortberichterstattung in dem Artikel „Rätselhafte Renditen“ (in Finanztest 10/2019). Inhaltlich geht es allein um die Grafik in

der Veröffentlichung, die das Ergebnis der Recherche über tatsächlich wenig investiertes Anlegergeld veranschaulicht, und die Aufnahme von ThomasLloyd in die Warnliste Geldanlage.

Ergebnis: Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Urteil ist rechtskräftig geworden.

Altmeldung im Online-Archiv von test.de

Die FIDURA Rendite Plus Ethik Fonds GmbH & Co. KG hatte im Februar 2020 vor dem Landgericht Hamburg Klage auf Unterlassung einer Altmeldung im Online-Archiv von test.de erhoben. Die Meldung datiert von April 2007 und ist deutlich mit diesem Datum gekennzeichnet. Die Stiftung hat darin den von der Firma aufgelegten Fonds als „riskant“ bzw. als „für Kleinanleger zu riskant“ bezeichnet. Grund hierfür waren das Blindpool-Konzept, die bis zu 22 Jahre währende Bindung des Kapitals, die hohen Kosten und die angebliche Kapitalabsicherungsstrategie durch eine teure Versicherung.

Ergebnis: Die Pressekommission des Landgerichts Hamburg hat die Klage abgewiesen. Die zunächst hiergegen eingelegte Berufung zum Hanseatischen Oberlandesgericht hat die Firma später zurückgenommen. Der Rechtsstreit ist somit zugunsten der Stiftung abgeschlossen.

Verletzung von Bildrechten

Ein Fotograf hatte beim Landgericht Düsseldorf eine Klage auf Schadenersatz wegen Verletzung von Bildrechten eingereicht. Er forderte für die von 2003 bis 2019 auf der Internetseite der Stiftung vorgenommene Wiedergabe des Fotos von einem Teller mit Essen eine Lizenzgebühr von 5 500 Euro. Die Stiftung hielt diese Forderung für völlig überzogen und hatte bereits zuvor eine deutlich geringere, realistische Summe angeboten. Sie entsprach der im Jahre 2003 zwischen der Stiftung und der betroffenen Bildagentur angewendeten Preisliste.

Ergebnis: Die Parteien hatten sich in einem gerichtlichen Vergleich auf die Zahlung der ursprünglich von der Stiftung angebotenen geringen Summe und eine Kostenquote von 70 zu 30 Prozent zu Lasten des Klägers geeinigt und den Rechtsstreit einvernehmlich beendet.

Die deutlich geschrumpfte Merinodecke

Die Traumina GmbH hat sowohl das ZDF als auch die Stiftung vor dem Landgericht Hamburg auf Unterlassung verklagt. Gegenstand sind die Sendung „ZDFzeit – Der große Warentest“ (vom Februar 2020) und der Test von Bettdecken der Stiftung (in test 10/2019). Die Merinowolle-Bettdecke der Firma war beim schonenden Reinigen erheblich geschrumpft und deshalb insgesamt mit Mangelhaft bewertet worden. In der ZDF-Sendung wurde dies in redaktioneller Verantwortung des ZDF unter personeller Mitwirkung der Stiftung dargestellt und erläutert. Die Firma wirft der Stiftung vor, nicht nach der Pflegeanleitung schonend chemisch bzw. schonend nass

gereinigt zu haben, und fälschlicherweise gemeinsam mit dem ZDF in der Sendung den Eindruck zu erwecken, die Decke sei stattdessen in haushaltsüblichen Waschmaschinen gewaschen worden.

Ergebnis: Das Gericht hat einen Sachverständigen bestellt. Er soll ein Gutachten hinsichtlich der Behauptung der Klägerin erstellen, dass die Stiftung die Decke nicht nach den für das Verfahren der schonenden Nassreinigung geltenden Vorgaben gereinigt hat. Das Gutachten liegt noch nicht vor.

Rauchmelder alarmiert zu spät

Die Pyrex GmbH hatte gegen die Bewertung ihres Rauchmelders (in test 1/2021) mit dem Gesamturteil Mangelhaft und einzelne Aussagen hierzu den Erlass einer einstweiligen Verfügung beim Landgericht Köln beantragt. Die Gesamtbewertung basierte auf der mangelhaften Wirksamkeit bei Bränden im Einzelurteil, der entsprechenden Bewertung des Gruppenurteils und dem Durchschlag auf das test-Qualitätsurteil. Das Produkt hatte bei der Prüfung in den nach Norm und Untersuchungsmethodik vorgenommenen Prüfbränden nicht innerhalb der geforderten Voraussetzungen den Alarm ausgelöst. Das bestätigte sich in der zusätzlichen Absicherungsprüfung. Die Firma stützt ihren Angriff im Kern auf die Behauptung, dass versehentlich die Alarm-Stummschalt-Taste während der Installation gedrückt und der Alarm deshalb nicht ausgelöst worden sei.

Ergebnis: Das Landgericht hat den Antrag ohne mündliche Verhandlung durch Beschluss zurückgewiesen. Die hiergegen

eingelegte Beschwerde hat das Oberlandesgericht Köln ebenfalls ohne mündliche Verhandlung zurückgewiesen. Damit ist das Eilverfahren zugunsten der Stiftung beendet.

Sendung unnötiger Informationen

Die Samedì GmbH hatte bei der Pressenkammer des Landgerichts Hamburg ohne mündliche Verhandlung eine einstweilige Verfügung erwirkt. Betroffen war die Untersuchung über Arztterminportale (in test 1/2021). Gegenstand des Streits waren die Aussagen „sendet unnötigerweise automatisch Standortdaten“ und „sendet unnötige Informationen“. Die Stiftung hatte Widerspruch gegen die erlassene einstweilige Verfügung eingelegt.

Ergebnis: Das Landgericht Hamburg hat Anfang März die erlassene einstweilige Verfügung wieder aufgehoben. Diese Entscheidung ist bestandskräftig geworden. Damit ist das Eilverfahren zugunsten der Stiftung beendet.

Werbung mit Testsieg irreführend?

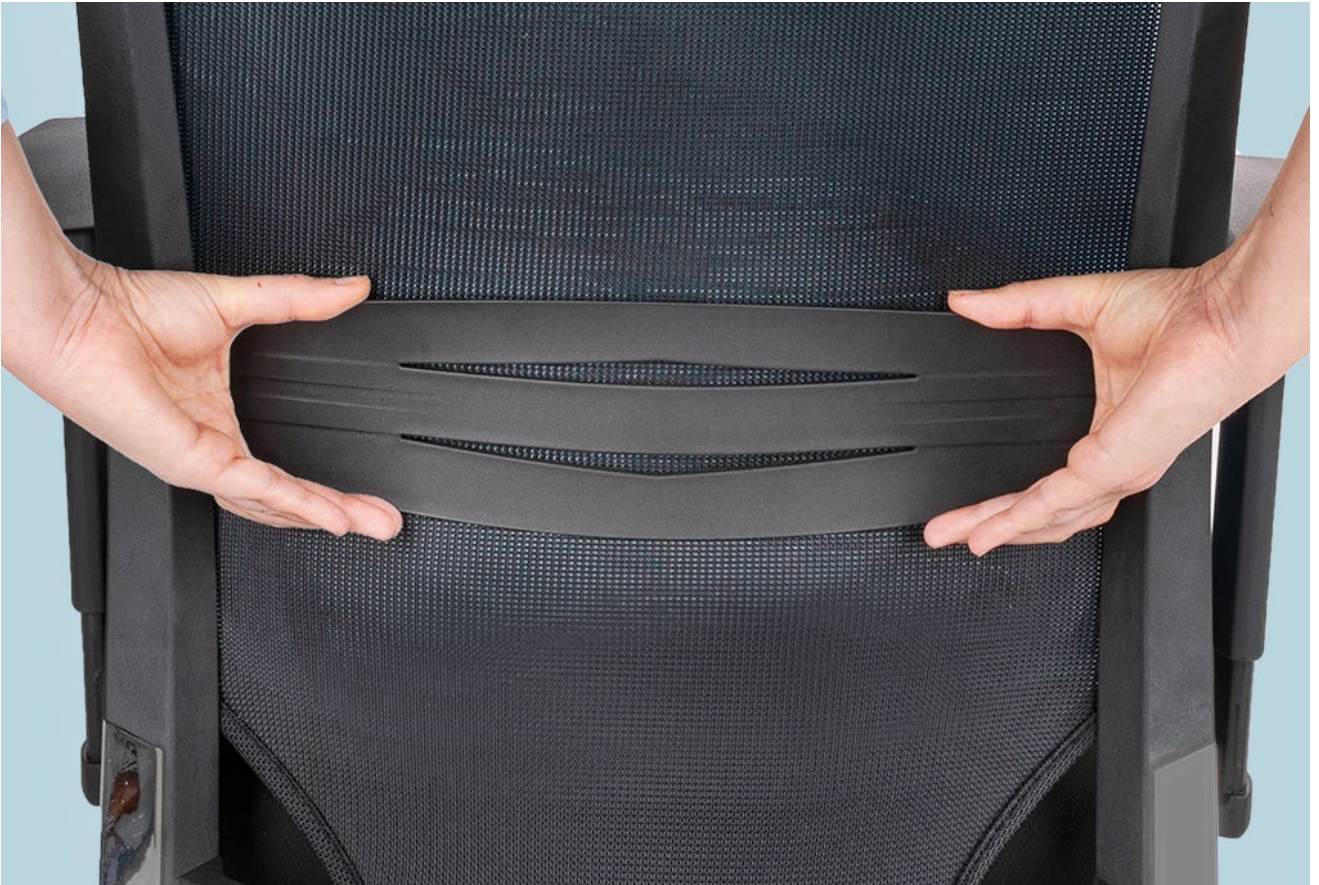
Die bett1.de GmbH will der Stiftung gerichtlich untersagen lassen, im geschäftlichen Verkehr zu behaupten, dass die Matratze eines Wettbewerbers (in test 10/2019) getestet wurde, Testsieger ist und aufgrund des Testergebnisses als empfehlenswert anzusehen ist, obwohl die Matratze tatsächlich nicht vollständig getestet worden sei.

Ergebnis: Die Kammer für Handelssachen beim Landgericht Berlin hat die Klage im Juli abgewiesen. Hiergegen hat die Klägerin Berufung zum Kammergericht eingelegt. Über die Berufung ist im Berichtsjahr nicht entschieden worden.

Markenrechtsverletzung

Die Stiftung hat beim Landgericht Berlin einen Eilantrag gegen die bett1.de GmbH auf Unterlassung gestellt. Sie fordert im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes von der Firma Unterlassung der weiteren Nutzung einer für die Stiftung eingetragenen Wort-/Bildmarke. Der ursprünglich der Nutzung zugrunde liegende Lizenzvertrag hatte geendet, so dass die Firma nicht mehr zur weiteren Nutzung der Marke befugt ist.

Ergebnis: Das Landgericht hat Ende Januar der bett1.de GmbH einstweilen untersagt, im geschäftlichen Verkehr die registrierte Marke der Stiftung Warentest ohne ihre Zustimmung zu benutzen und/oder benutzen zu lassen. Die Firma hat hiergegen Berufung zum Kammergericht eingelegt. Über die Berufung ist bislang nicht entschieden worden.



Nierengurt?

Sumo Ringer?

Test Bürostühle 9/2021

Bei Bürostühlen soll der gewölbte untere Bereich der Rückenlehne mit dem Beckenrand im engen Kontakt bleiben und so der untere Rücken gut abgestützt sein. Meist wird die Lehne als Ganzes, manchmal nur eine separate Lordosenstütze – wie hier – angepasst. Das hilft, auf Dauer Rückenschmerzen zu vermeiden.

Organisationsplan der Stiftung Warentest

Kuratorium Vorsitzender

Lukas Siebenkotten

Vorst
Hubertus

Bereich Digitale Transformation und Publikationen

Julia Bönisch

Bereich Unter
Dr. Holger B

Chefredaktion test

Isabella Eigner

Chefredaktion Finanztest

Matthias Thieme

Produktmanagement test.de

Svea Raßmus

Thementeam Multimedia

Journalistischer Leiter
Henning Withöft

Wissenschaftlicher Leiter
Jörg Zymnossek

Thementeam Geldanlage, Altersvorsorge,
Kredite und Steuern

Journalistischer Leiter
Michael Beumer

Wissenschaftlicher Leiter
Stephan Kühnlenz

Thementeam Haus, Energie, Freizeit und Verkehr

Journalistischer Leiter
Christian van de Sand

Wissenschaftlicher Leiter
Dr. Axel Joachim Neisser

Thementeam Versicherungen und Recht

Journalistische Leiterin
Susanne Meunier

Wissenschaftlicher Leiter
Holger Rohde

Thementeam Ernährung, Kosmetik und Gesundheit

Journalistische Leiterin
Nicole Merbach

Wissenschaftliche Leiterin
Dr. Ursula Loggen

Verlagsherstellung

Rita Brosius

Leserservice

Theo Kühlkamp

and

Primus

rsuchungen

rackemann

Lektorat Bücher

Niclas Dewitz

Prüfmustereinkauf

Mirko Zimmermann

Verifikation

Verwaltungsrat Vorsitzender

Prof. Dr. Andreas Oehler

Bereich Finanzen, Personal und IT

Daniel Gläser

Vermögensverwaltung

Julius Schwappach

Abteilung Controlling und Finanzen

Dr. Petra Raderschall

Abteilung Personal

Anke Hadlich

Abteilung
Informationstechnologie (IT)

Andreas Schlien

Team Innerer Dienst

Gruppe Technischer Dienst

Nobert Böhmer

Gruppe Beschaffung und Information

Jörg Schnappauf

Abteilung Kommunikation

Regine Kreitz

Abteilung Marketing und Vertrieb

Dorothea Kern

Justiziar

Winfried Ellerbrock

Leitung und Gremien der Stiftung Warentest

Verwaltungsrat

Zu den Aufgaben des Verwaltungsrats gehört es, den Vorstand zu berufen und dessen Tätigkeit zu überwachen. Er besteht aus sieben Personen, die von der Stifterin für die Dauer von vier Jahren berufen werden.

Verwaltungsratsmitglieder der Amtsperiode Vom 1. April 2020 bis 31. März 2024

Prof. Dr. Andreas Oehler (Vorsitzender)

Universität Bamberg, Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Isabel Rothe (stellv. Vorsitzende)

Präsidentin der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin

Volker Angres

Leiter der Redaktion Umwelt beim ZDF, Mainz

Prof. Dr. Barbara Brandstetter

Hochschule Neu-Ulm, Leiterin Kompetenzzentrum Media & User Experience

Klaus Müller

Präsident der Bundesnetzagentur

Dr. Inge Paulini

Präsidentin Bundesamt für Strahlenschutz

Prof. Dr. Lucia Reisch

Copenhagen Business School, Department of Intercultural Communication and Management

Vorstand

Hubertus Primus

Vorstand

Weitere Mitglieder der Geschäftsleitung:

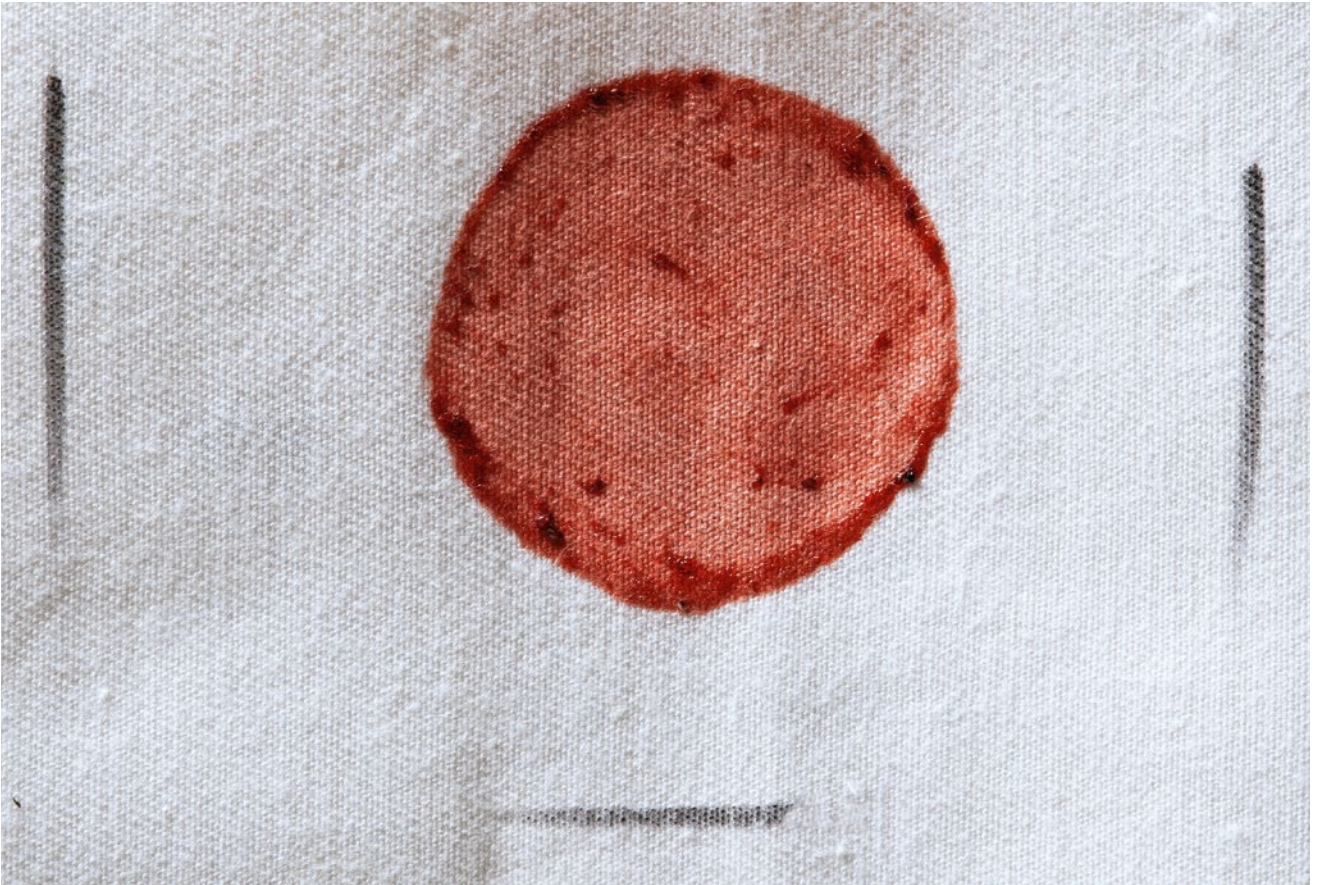
Dr. Holger Brackemann, Julia Bönisch, Daniel Gläser

Kuratorium

Das Kuratorium setzt sich zusammen aus sechs Verbrauchervertretern, sechs Vertretern der Wirtschaft und sechs neutralen Sachverständigen. Die Mitglieder werden von der Stifterin für die Dauer von vier Jahren berufen. Das Kuratorium hat eine beratende Funktion, kann Vorschläge für Untersuchungen einbringen oder auch einzelnen Untersuchungsvorhaben widersprechen.

**Kuratoriumsmitglieder der Amtsperiode
vom 1. Oktober 2021 bis 30. September 2025**

Ordentliches Mitglied	Stellvertretendes Mitglied
Vertreter der Verbraucher	
Lukas Siebenkotten (Vorsitzender) Deutscher Mieterbund	Christiane Reitelshöfer Deutscher Landfrauenverband
Wolfgang Schuldzinski Verbraucherzentrale NRW	Dr. Annabel Oelmann Verbraucherzentrale Bremen
Dr. Christian A. Rumpke Verbraucherzentrale Brandenburg	Dr. Ralph Walther Verbraucherzentrale Thüringen
Dörte Eiß (stellv. Vorsitzende) Verbraucherzentrale Berlin	Cornelia Tausch Verbraucherzentrale Baden-Württemberg
Teresa Nauber Verbraucherzentrale Bundesverband	Henrik Fork Verbraucherzentrale Bundesverband
Maximilian Fuhrmann DGB Deutscher Gewerkschaftsbund	Martin Stuber DGB-Bundesvorstand
Vertreter der anbietenden Wirtschaft	
Christoph Wendker Bundesverband der Deutschen Industrie	Sascha Faßbender Bundesverband der Deutschen Industrie
Gabriele Hässig Bundesverband der Deutschen Industrie	Dr. Julia Hentsch Markenverband
Dr. Sven Hallscheidt DIHT Deutscher Industrie- und Handelskammertag	Barbara Meißner Deutscher Städtetag
Ralf-Thomas Reichrath Handelsverband Deutschland	Claudia Kinitz Handelsverband Deutschland
Dr. Diedrich Harms Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft	Ute Pesch Zentralverband des Deutschen Handwerks
Karen Bartel Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft	N. N. Bundesverband deutscher Banken
Neutrale Mitglieder	
Prof. Dr. Tanja Schwerdtle Bundesinstitut für Risikobewertung	Dr. Margareta Büning-Fesel Bundeszentrum für Ernährung
Dr. Stefanie Märzheuser Bundesarbeitsgemeinschaft Mehr Sicherheit für Kinder	Dr. Barbara Keck Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-organisationen BAGSO Service Gesellschaft
Christian Bock Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)	Prof. Dr. Christian Armbrüster FU Berlin, Lehrstuhl Bürgerliches Recht
Matthias Spielkamp Institut für Technik und Journalismus	Marit Hansen Landesbeauftragte für Datenschutz Schleswig-Holstein
Dr. Bettina Rechenberg Umweltbundesamt	Dr. Tobias Bleyer Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin
Prof. Dr. Jens Hogreve Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement	Christoph Koch Stern, Ressortleiter Wissen



Japanische Flagge?

Tatort?

Test Fleckentferner 7/2021

Der eingetrocknete Konfitüre-Fleck auf Baumwolle war eine der Herausforderungen, vor die wir Universalfleckentferner stellten.

Impressum

Herausgeberin: Stiftung Warentest, Lützowplatz 11–13, 10785 Berlin, test.de

Vorstand: Hubertus Primus

Weitere Mitglieder der Geschäftsleitung: Dr. Holger Brackemann, Julia Bönisch, Daniel Gläser

Redaktion: Regine Kreitz

Bildnachweis: Stiftung Warentest

Gestaltung: Josephine Rank

ePaper: Markus Drangsal

Stand: 31. Dezember 2021 (soweit nicht anders angegeben)

ISSN 1617-9501

ISSN 1617-9501

