

DIGITALES ARCHIV

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

Periodical Part

Jahresbericht ... ; 2016

Provided in Cooperation with:

Stiftung Warentest, Berlin

Reference: Jahresbericht ... ; 2016 (2016).

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/2546>

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/>

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://savearchive.zbw.eu/termsfuse>

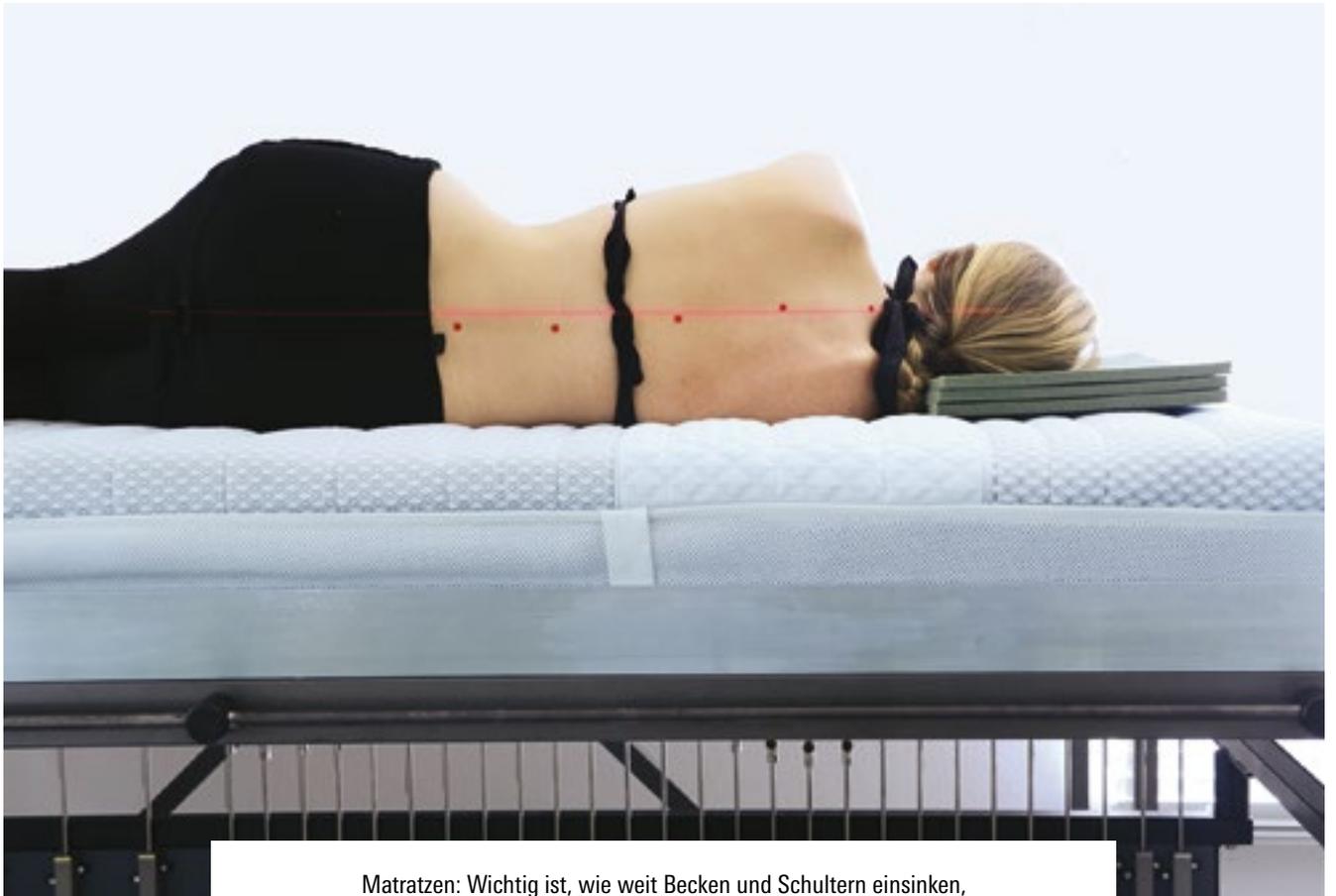
Terms of use:

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.

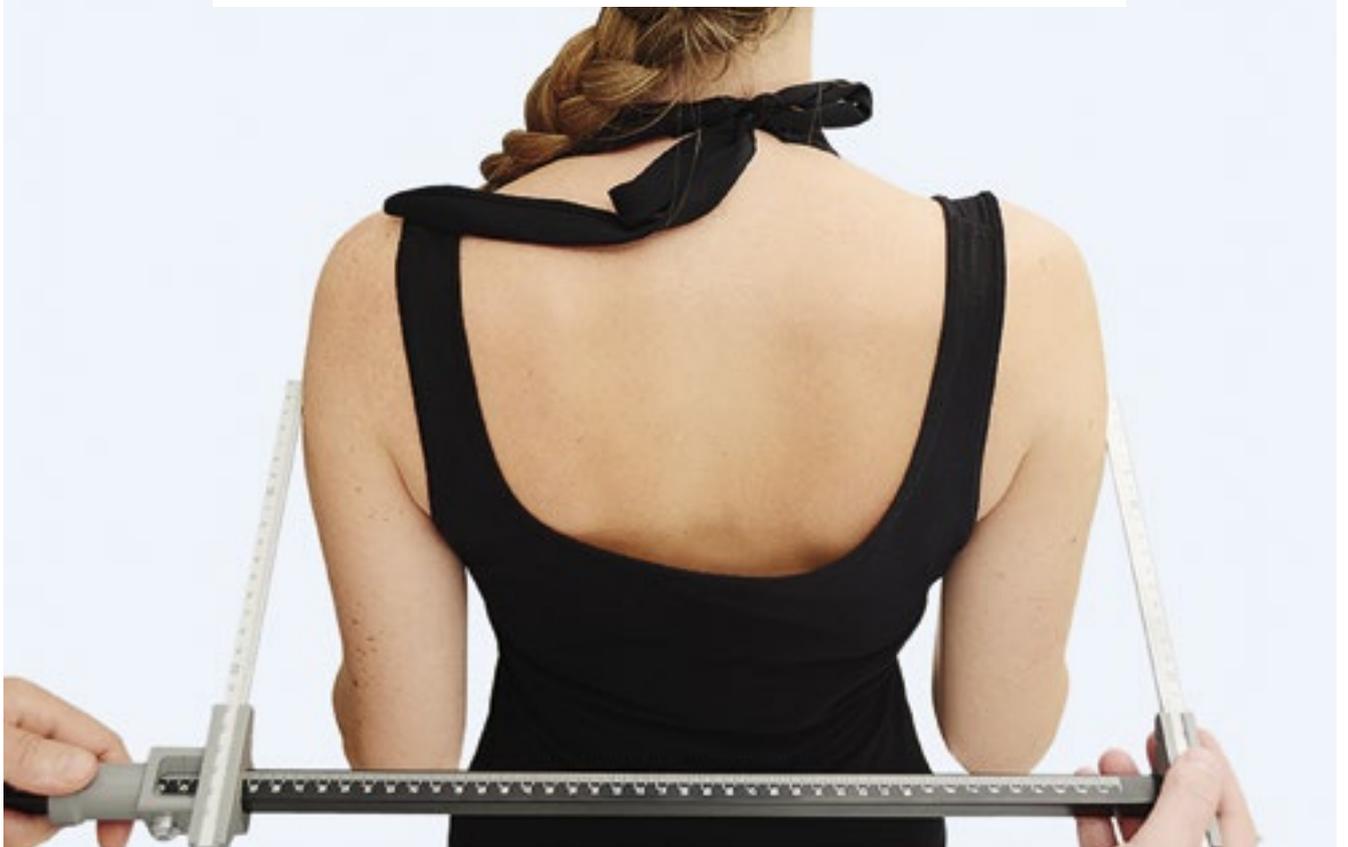
Stiftung
Warentest



Jahres- bericht 2016



Matratzen: Wichtig ist, wie weit Becken und Schultern einsinken, damit die Wirbelsäule in der Seitenlage keinen Knick bekommt.



Jahresbericht 2016



100 Millionen Euro zusätzliches Stiftungskapital: Verbraucherschutzminister Heiko Maas, Stiftungsvorstand Hubertus Primus und der Fraktionsvorsitzende der CDU/CSU im Bundestag, Volker Kauder (von links) bei der Pressekonferenz in Berlin (Bild: Christian Lietzmann)

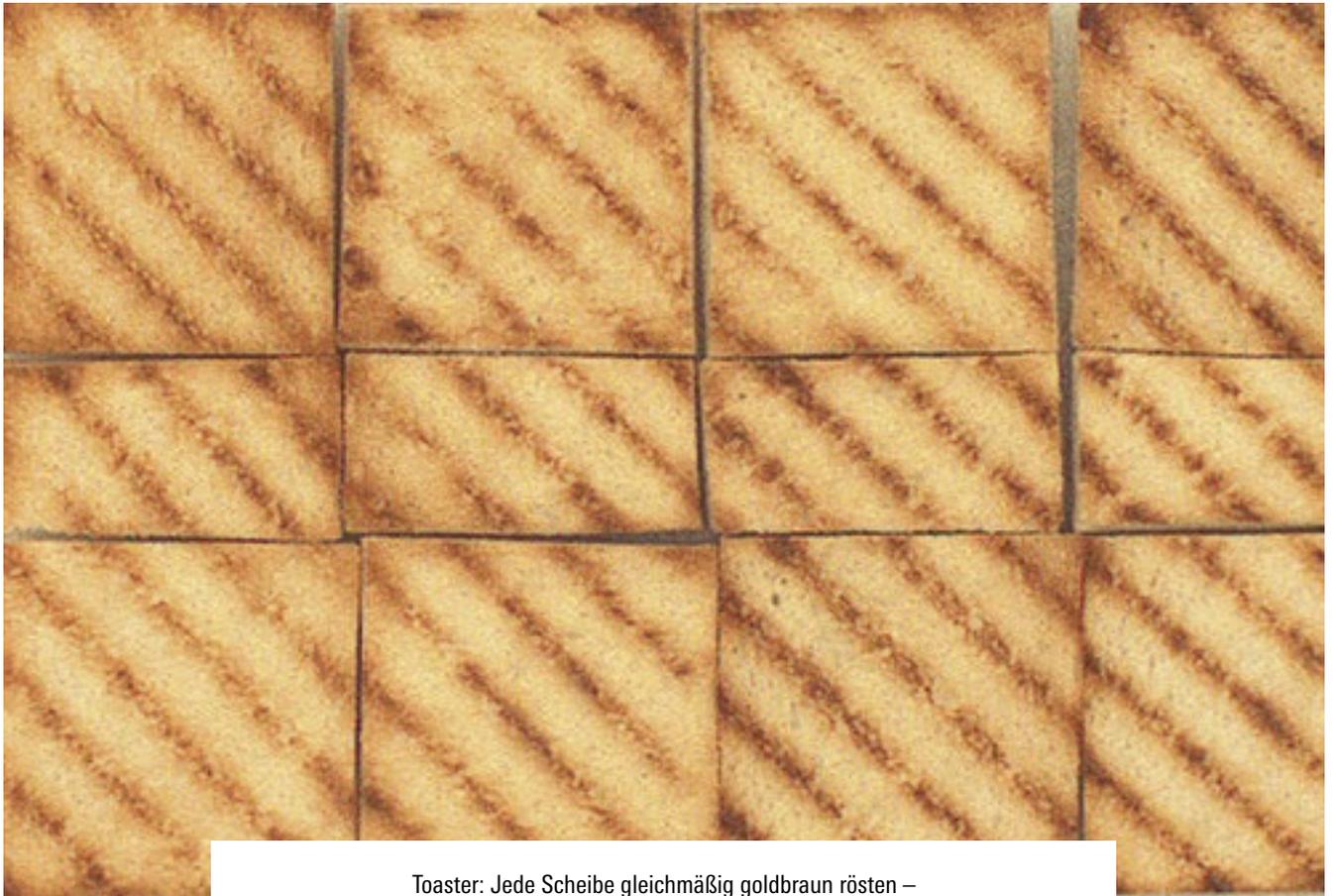
Vorwort

2016 war ein außergewöhnliches Jahr für die Stiftung Warentest. Im Dezember stand fest, dass das Stiftungskapital um 10 Mio. Euro und im Jahr 2017 um weitere 90 Mio. Euro erhöht wird. Auf einer Pressekonferenz am 13. Dezember bei uns am Lützowplatz haben Heiko Maas, der Minister der Justiz und für Verbraucherschutz, und Volker Kauder, der Fraktionsvorsitzende der CSU/CSU-Bundestagsfraktion, der Öffentlichkeit und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die gute Nachricht verkündet. „Die Stiftung Warentest kann damit noch unabhängiger arbeiten, das ist gut für den Verbraucher“, sagte Maas, „Objektivität, Unabhängigkeit, Kompetenz, diese Attribute werden damit noch einmal ganz anders betont“, fuhr er fort. Volker Kauder, der sich persönlich für die Erhöhung des Stiftungskapitals eingesetzt hatte, betonte: „Wenn die Stiftung Warentest nicht ein so hohes Ansehen im Deutschen Bundestag hätte, wäre das nicht möglich gewesen.“ Wir freuen uns sehr über diese Entscheidung, die ein historischer Meilenstein in Richtung völliger Unabhängigkeit der Stiftung ist. Denn mit den Erlösen aus dem aufgestockten Stiftungskapital werden wir mittelfristig auf die jährliche Zuwendung aus dem Ministerium verzichten können. Damit wäre erreicht, was schon bei der Gründung der Stiftung Warentest das Ziel war: eine Stiftung, die unabhängig von Anbietern und staatlichen Zuschüssen arbeitet.

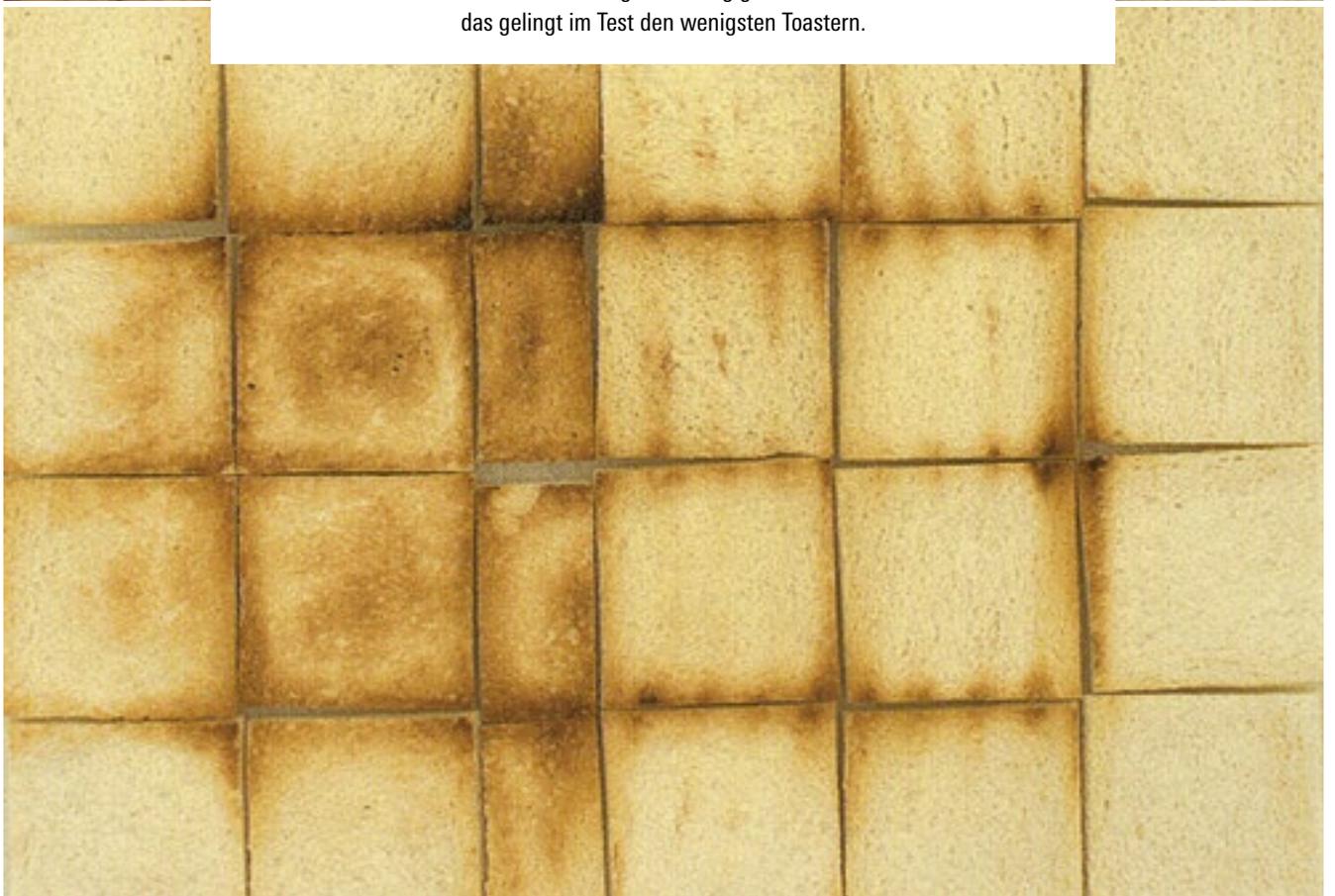
Unsere spektakulärsten Untersuchungen in diesem Jahr waren Tests der Anlageberatung der Banken, von Leitungs- und Mineralwasser sowie Fleischersatzprodukten. Bei den Banken gibt es bei der Anlageberatung noch viel Luft nach oben. Die Geldanlagen, die sie anbieten, passen häufig nicht zum Anleger, sind zu riskant oder nicht rechtzeitig verfügbar. Beim Wassertest zeigte sich, dass Mineralwasser nicht besser ist als Leitungswasser und man deshalb genauso gut den Wasserhahn anzapfen kann, statt Flaschen zu schleppen. Bei den Fleischersatzprodukten erwiesen sich einige Bratwürste, Frikadellen und Schnitzel als gute Alternative zur fleischhaltigen Konkurrenz, 6 von 20 Produkten enthielten aber hohe Mengen an kritischen Mineralölbestandteilen. Zudem sind bei vielen der getesteten Produkte die Rezepturen noch verbesserungswürdig.

Und noch eine gute Nachricht: Auch der Jahresabschluss 2016 fällt deutlich positiv aus. Wir konnten die Umsatzerlöse bei den Zeitschriften, den Büchern und test.de gegenüber dem Vorjahr steigern. Dazu hat auch beigetragen, dass unsere Kunden alle Abrufe und die entsprechenden Bezahlvorgänge seit diesem Jahr über Smartphones abwickeln können. Das Logo-Lizenzsystem hat sich ebenfalls positiv entwickelt.





Toaster: Jede Scheibe gleichmäßig goldbraun rösten – das gelingt im Test den wenigsten Toastern.



Inhalt

3 Vorwort

6 Das Testgeschehen

8 Warentests und CSR-Untersuchungen

9 Dienstleistungstests

10 Marktübersichten und untersuchungsgestützte Reports

11 Aktionsware und Neuheiten

12 Ablauf von Waren- und Dienstleistungstests

15 Internationale Zusammenarbeit

16 test- und Finanztest-Hefte 2016

18 test

20 Finanztest

23 test.de

25 Social Media und Video

26 Leserservice

29 Bücher

30 Die Bücher 2016

32 Marketing und Vertrieb

34 Logo-Lizenzsystem

37 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

38 Mitarbeit bei anderen Institutionen

40 Wirtschaftsdaten

44 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

46 Jugend und Schule

49 Umweltschutz

50 Rechtsangelegenheiten

52 Organisationsplan der Stiftung Warentest

54 Leitung und Gremien der Stiftung Warentest

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 im gleichen Thementeam betreut. Das heißt: Der Rechtsredakteur schreibt einen Artikel fürs Internet, für test und – vielleicht unter einem etwas anderen Aspekt – auch einen Artikel für Finanztest. So wird Kompetenz gebündelt, und die Leser profitieren noch mehr vom Wissen unserer Experten.

Auf den folgenden Seiten findet sich die Anzahl der Warentests und Untersuchungen der Corporate Social Responsibility, CSR, der Dienstleistungstests, der Marktübersichten und untersuchungsgestützten Reports sowie der Tests von Aktionsware und Neuheiten.

Die Darstellung der Testarbeit erfolgt auf der Basis der 2011 eingeführten neuen 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 Datenbanken (Produktfinder) eingestellt werden, wo sie jederzeit abrufbar sind.

Geldanlage und
Altersvorsorge

Untersuchte Produkte 2016: 31.254



Pfanne in Vierteln abgeklebt



nach 45min



Vorbereitung für Milcheinbrenntest



Milcheinbrenntest



Pfannenkuchentest



Pfannen: Mit der Hilfe von Stahlkugeln wird ein Abriebtest durchgeführt, um die Haltbarkeit der Beschichtung zu ermitteln.



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.

Beispiele: E-Bikes (test 7/2016), Nuss-Nougat-Cremes (test 4/2016), Antifaltencremes (test 1/2016), Stichsäge (test 3/2016)

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.

Beispiele: Espresso (test 12/2016), Nachhaltigkeitssiegel (test 5/2016)

Warentests und CSR-Untersuchungen 2016 und 2015



Dienstleistungstests

Analog zum Warentest vergleichen wir die Dienstleistungsangebote verschiedener Anbieter. Diese Art der Untersuchung ist Schwerpunkt der Veröffentlichungen in Finanztest. Häufig wird dafür die Dienstleistung durch geschulte Testpersonen verdeckt in Anspruch genommen. Sie beobachten und protokollieren den entsprechenden Verlauf. Neben dieser Methode der teilnehmenden Beobachtung führen wir auch Inspektionen vor Ort durch, prüfen Vertragsbedingungen und Konditionen und befragen Anbieter sowie Experten.

Beispiele: Flugbuchungsportale (test 8/2016), Online-Ratenkredite (Finanztest 12/2016), Hausratversicherungen (Finanztest 11/2016)

Dienstleistungstests 2016 und 2015



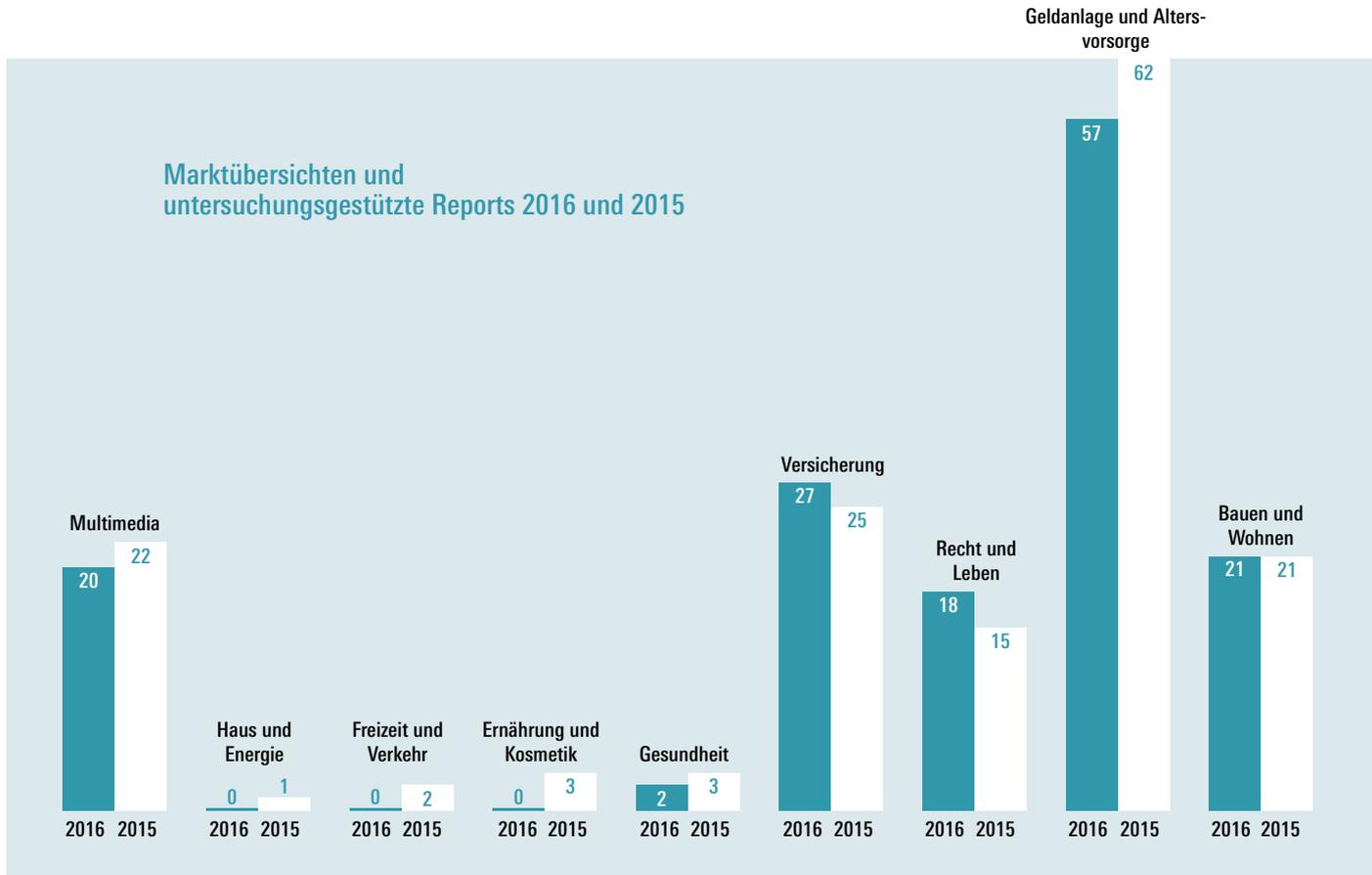
Marktübersichten und untersuchungsgestützte Reports

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

Beispiele: Kurtaxen-Atlas (Finanztest 7/2016), Dispozinsen (Finanztest 9/2016)

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

Beispiele: Pelzbesatz an Textilien (test 2/2016), Umgang mit Patientendaten (test 3/2016), Repair Cafés (test 6/2016)

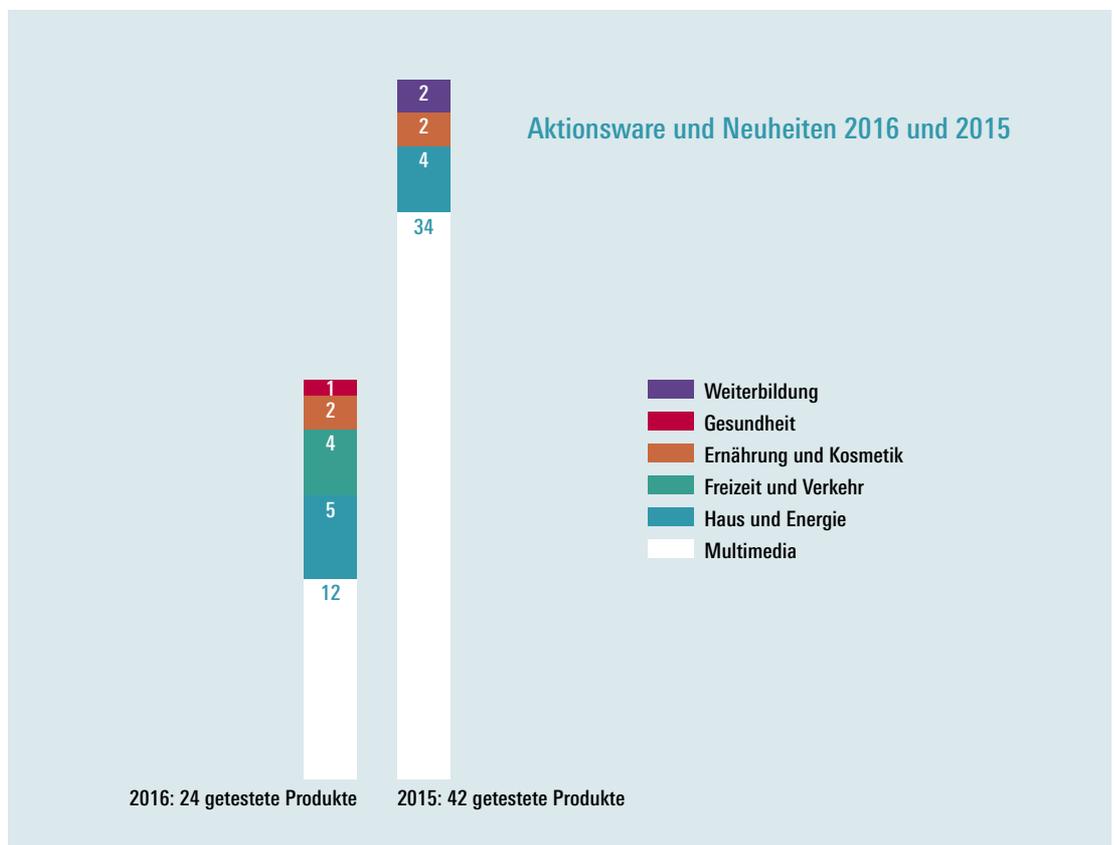


Aktionsware und Neuheiten

Neben den Marktneuheiten prüfen wir wöchentlich auch Produkte wie Heimwerkergeräte, Gartenzubehör, Digitalkameras oder Computer, die neben dem üblichen Sortiment für einen kurzen Zeitraum bei Discontnern und im Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden. In der Regel wird nur ein Produkt untersucht, es kann aber auch sein, dass wir uns zwei bis drei parallel angebotene Produkte genauer ansehen. Oberstes Gebot bei diesen Tests ist Schnelligkeit: Die Ergebnisse werden innerhalb weniger Tage im Internet veröffentlicht, oft auch noch in test.

Beispiele: Pokémon GO (test.de, 26. 10. 2016), Sparpreise Deutsche Bahn (test.de, 18. 7. 2016)

Weiterbildung
 0 1
 2016 2015



Ablauf von Waren- und Dienstleistungstests

Erarbeitung des Prüfprogramms für Warentests

- Entwurf des Prüfprogramms
- Beratung im Fachbeirat
- Festlegung des endgültigen Prüfprogramms
- Versand des Prüfprogramms an die Anbieter

Auswahl der zu prüfenden Waren

- Ermittlung des Marktangebots
- Festlegung der Auswahlkriterien
- Festlegung der Produktauswahl
- Einkauf der Prüfmuster im Handel

Auswahl und Beauftragung des Prüfinstituts durch Stiftung Warentest

Durchführung der Prüfungen in einem unabhängigen Prüfinstitut

Auswertung durch Stiftung Warentest

- Auswertung des Prüfgutachtens
- Information der Anbieter über die ermittelten objektiven Daten
- Bewertung und Gewichtung der Prüfergebnisse
- Besprechung der Testdarstellung (Konzeptionsbesprechung)

Veröffentlichung

- Redaktionelle Aufbereitung der Ergebnistabelle und Verfassen des Testberichts
- Verifikation der Veröffentlichung
- Verbreitung der Testergebnisse durch
 - Publikationen der Stiftung Warentest und online unter www.test.de
 - Pressemitteilungen, Nachdrucke und Interviews in Hörfunk, Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften und im Internet

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)



Heckenscheren und Rasenroboter: Mit Holzst ockchen wird im Pr uflabor das Schneiden von Hecken simuliert. Jeder Rasenroboter hat sein eigenes, abgetrenntes M ahfeld.



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 einhundert Produkte pro Jahr untersucht werden. Die Stiftung war 2016 an den Tests von Kameras, Smartphones, Fernsehern, Autokindersitzen sowie Kühl- und Gefriergeräten beteiligt. Die Untersuchungen von Kameras und Autokindersitzen fanden unter Leitung eines Mitarbeiters der Stiftung statt.

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).

test- und Finanztest-Hefte 2016





test

Unseren Leserinnen und Lesern verdankt test ein höchst erfolgreiches Jahr. 3,5 Millionen Menschen lesen das Heft laut dem Institut für Demoskopie Allensbach regelmäßig. Damit steigt test 2016 in die Top 10 der Kaufzeitschriften in Deutschland auf.

In mehr als 150 Untersuchungen haben wir 2016 rund 1 900 Produkte getestet. Zwei Themen ragen heraus: Olivenöl und Matratzen. Von wegen höchste Güteklasse, lautete das vernichtende Urteil fürs Öl. Jedes Zweite war mangelhaft, weil mit Mineralöl belastet, ohne Beleg für die Herkunft, falsch oder unvollständig deklariert oder fehlerhaft im Geschmack. Der Test sorgte dafür, dass die Ausgabe nach wenigen Tagen vergriffen war und nachgedruckt werden musste.

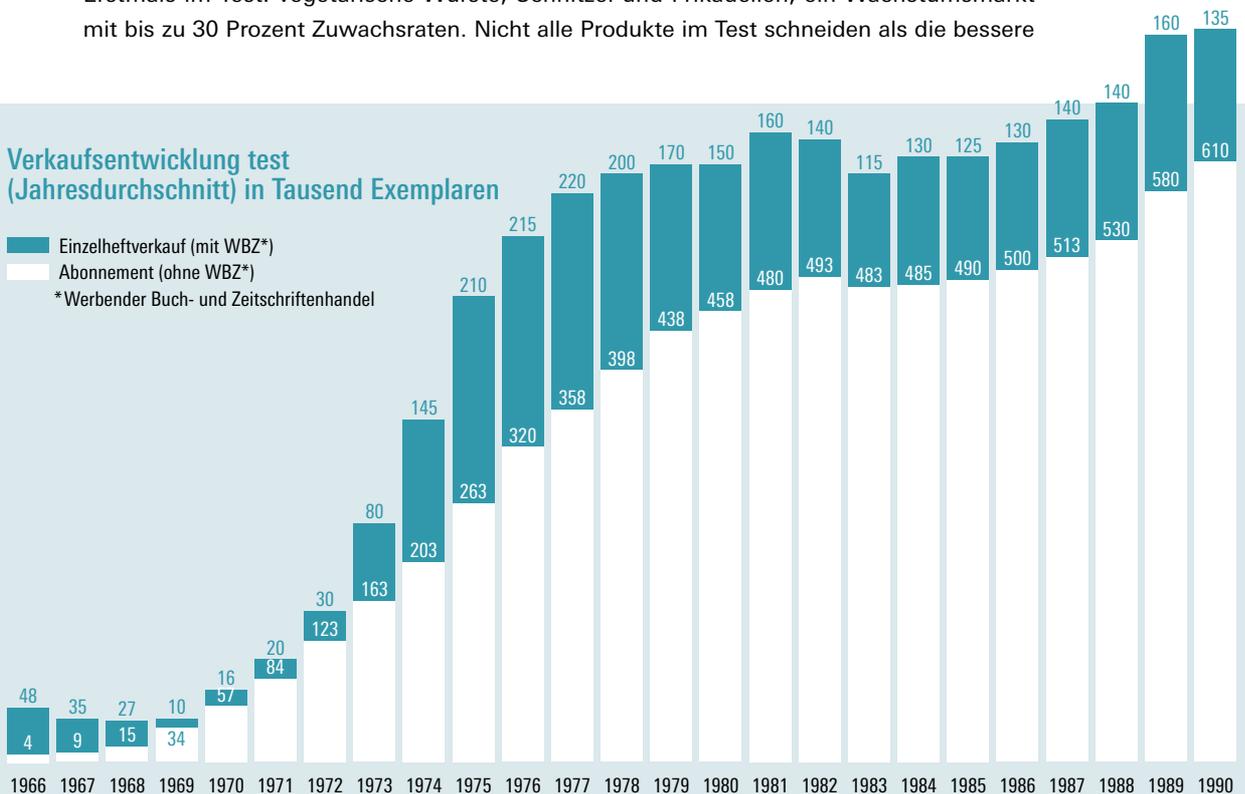
Mit den Untersuchungen zu Schlafunterlagen liegen wir immer richtig. In der vermeintlichen „Königsklasse“, bei den Boxspringbetten, schneidet nur eines der teuren Betten gut ab, viele sind nur befriedigend, zwei mangelhaft. Zu viel versprochen haben auch die Anbieter von Matratzen, die mit selbstbewussten Werbesprüchen direkt und ausschließlich übers Internet vertrieben werden. Einmal kommt statt der bestellten Matratze ein Couchtisch an. Lieferung und Abholung bei Rückgabe funktionieren zwar – aber auf ihr Geld mussten einige Testkunden bis zu 35 Tage warten.

Erstmals im Test: vegetarische Würste, Schnitzel und Frikadellen, ein Wachstumsmarkt mit bis zu 30 Prozent Zuwachsraten. Nicht alle Produkte im Test schneiden als die bessere

Verkaufsentwicklung test (Jahresdurchschnitt) in Tausend Exemplaren

- Einzelheftverkauf (mit WBZ*)
- Abonnement (ohne WBZ*)

*Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel

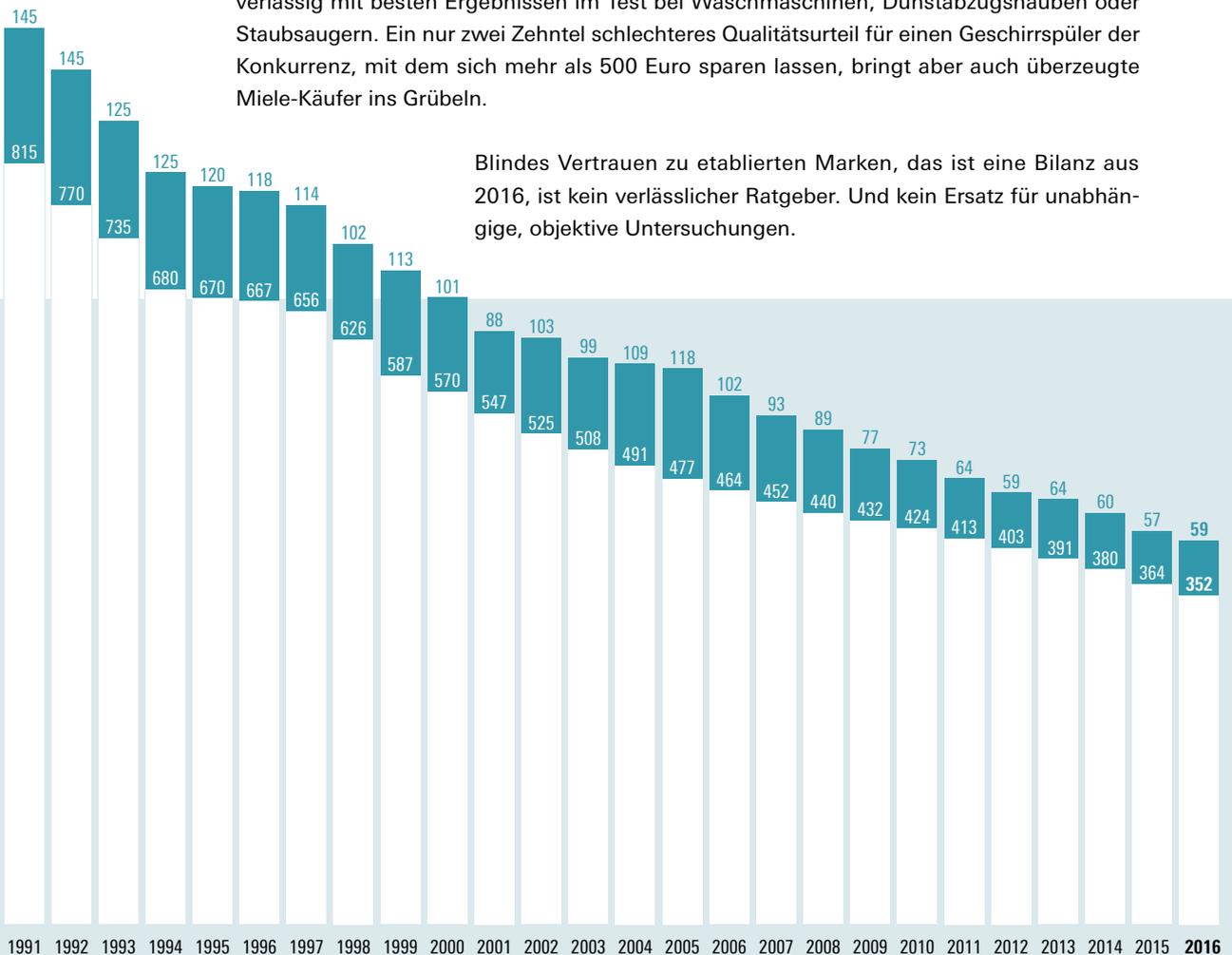


Alternative zu Fleisch ab. Bei sechs Produkten fanden wir gar hohe Mengen an kritischen Substanzen. Auch für Weltverbesserer ist unsere Bilanz ernüchternd. Der Verzicht aufs Fleisch kann kaum als besonders klimaschonend durchgehen.

Schon fast traditionell beschäftigt sich test zum Jahresschluss mit dem Thema Kaffee. Im Dezember-Heft prüften wir diesmal nicht nur Espressovollautomaten, Siebträger und Espressobohnen. Wir untersuchten auch, wie die Kaffeeanbieter ihre soziale Verantwortung für Kaffeeanbau und Ernte wahrnehmen. Die Ergebnisse reichten, wenig überraschend, von „sehr engagiert“ bis „intransparent“.

Weitere Beispiele aus der Testarbeit: Einmal top, einmal Flop lautete das Ergebnis für Ariel beim Test von 24 Colorwaschmitteln. Ariel war nicht die einzige Marke mit zwiespältigen Ergebnissen. Elektronikriese Samsung landet regelmäßig auf vorderen Plätzen bei Smartphones, Tablets oder Fernsehern. Jedoch mit seinem Pannenhandy Galaxy Note 7 verspielte die Marke jede Menge Vertrauen. Den spannenden Vergleich der boomenden Musik-Streamingdienste gewinnt Anbieter Juke. Marktführer Spotify verliert mit deutlichen Mängeln bei den allgemeinen Geschäftsbedingungen und beim Datenschutz. Miele glänzt zwar zuverlässig mit besten Ergebnissen im Test bei Waschmaschinen, Dunstabzugshauben oder Staubsaugern. Ein nur zwei Zehntel schlechteres Qualitätsurteil für einen Geschirrspüler der Konkurrenz, mit dem sich mehr als 500 Euro sparen lassen, bringt aber auch überzeugte Miele-Käufer ins Grübeln.

Blindes Vertrauen zu etablierten Marken, das ist eine Bilanz aus 2016, ist kein verlässlicher Ratgeber. Und kein Ersatz für unabhängige, objektive Untersuchungen.



Finanztest

Richtig anlegen in Zeiten der Niedrigzinsen – das war im Jahr 2016 für Finanztest das wichtigste Thema. Trotz der Minizinsen für Tages- und Festgeld waren die monatlichen Zinsvergleiche, die Informationen über Einlagensicherung, aber auch die Listen mit Bankangeboten, die Finanztest nicht empfiehlt, sehr gefragt. Neben sicheren Zinsangeboten ging es auch um renditestärkere Anlagen. Vor allem die Tests von ETF, mit denen Anleger über Indexfonds einfach und kostengünstig auf wichtige Anlagemärkte setzen können, stießen bei den Lesern auf großes Interesse.

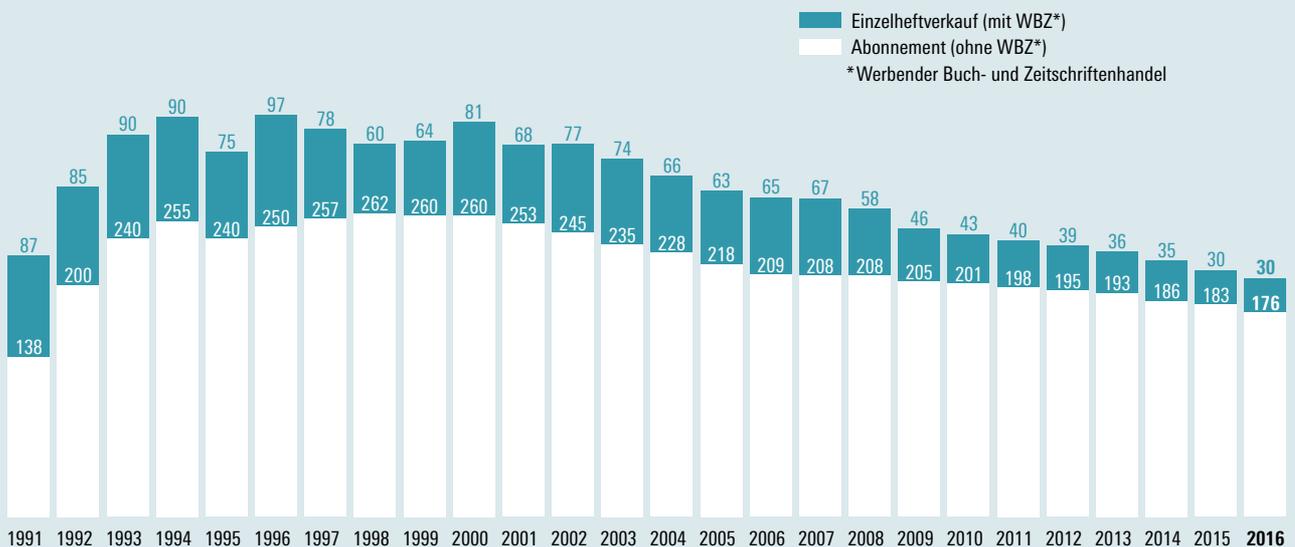
Keine guten Nachrichten für Bankkunden gab es beim Test der Anlageberatung von Banken im Februar-Heft: Zwar ermittelten die Berater den Kundenstatus besser als in früheren Tests und fragten nach dem Ziel, der gewünschten Laufzeit für die Anlage und nach der Risikobereitschaft der Kunden. Doch die Geldanlagen, die sie dann anboten, passten häufig nicht zum Kundenwunsch, waren zu riskant oder zu teuer. Nur drei von 23 Banken erreichten ein Gut. Als Antwort auf die schlechten Ergebnisse veröffentlichte Finanztest kurz darauf eine große Titelgeschichte unter dem Motto: „Besser anlegen, als die Banken empfehlen“. Hier erfuhren Leser konkret, vor welchen schlechten Angeboten von Banken sie sich hüten sollten, und erhielten einfach umsetzbare Vorschläge für eine erfolgreiche Geldanlage Marke Eigenbau.

Als „Moderne Wegelagererei“ kritisierte Finanztest in einer Untersuchung die Praxis von Betreibern von Geldautomaten im Nicht-Euro-Ausland, Kunden bei der Bargeldabhebung zu einer angeblich sicheren und auf dem Display optisch hervorgehobenen Sofortumrechnung von der jeweiligen Landeswährung in Euro zu verleiten. Damit zahlen sie einen Aufschlag gegenüber dem Wechselkurs ihrer eigenen Bank von bis zu 11 Prozent.

Viel Bewegung gab es 2016 bei Girokonten. Die gute Nachricht ist, dass nach einem im August veröffentlichten Test von 1 433 Banken, Sparkassen und Genossenschaftsbanken alle Institute die Höhe der Dispozinsen – wie gesetzlich vorgeschrieben – im Internet veröffentlichten. Trotzdem bleiben die Strafzinsen für die Kontoüberziehung viel zu hoch. Einige Banken haben sie zwar gesenkt, dafür aber den Preis des entsprechenden Kontomodells angehoben. Im Test der Girokonten einen Monat später zeigte sich, dass es deutlich weniger kostenlose Konten gibt als noch vor zwei Jahren. Es ist nachvollziehbar, wenn Banken für ihren Kontoservice Geld verlangen. Kunden, die inklusive Girocard und Online-Buchungen aber mehr als 60 Euro im Jahr zahlen, sollten wechseln.

Wichtige Versicherungen rund um Haus und Wohnung sind die Wohngebäude- und die Hausratversicherung. In beiden Tests hat Finanztest einen besonderen Schwerpunkt auf den Elementarschadenschutz gelegt, mit dem zum Beispiel auch Schäden an Gebäuden und in Wohnungen abgesichert sind, die durch heftigen Starkregen und Überschwemmungen verursacht werden. Viele bestehende Verträge enthalten diesen Schutz gar nicht. Vor allem in der Wohngebäudeversicherung ist er oft auch nur sehr schwer zu bekommen oder sehr teuer. Die Beiträge hängen bei beiden Versicherungen stark von der genauen Lage des Hauses oder der Wohnung ab. Der Test hat gezeigt, dass Kunden mit einem Wechsel viel sparen können, denn Unterschiede beim Jahresbeitrag von mehreren Hundert Euro sind keine Seltenheit.

Verkaufsentwicklung Finanztest (Jahresdurchschnitt) in Tausend Exemplaren





Autokindersitze: Beim Crashtest mit Dummies zeigt sich, welche Sitze sicher sind und warum andere nur mangelhaft abschneiden.



test.de

Der Internetauftritt verbesserte sich in allen wichtigen Kennzahlen klar. 72,8 Millionen Besuche bei test.de bedeuten eine Steigerung von 7 Millionen gegenüber dem Vorjahr. Beim Umsatz mit Paid Content (Einzelabrufe und Flatrates) steigerte test.de 2016 den Umsatz um 8,9 Prozent. Sehr erfreulich entwickelte sich auch die Zahl der Online-Abonnenten, also der Kunden, die per Flatrate auf alle kostenpflichtigen Inhalte von test.de zugreifen können. Ende des Jahres zahlten knapp 43 000 Kunden (das ist ein Plus von 15,3 Prozent) für ihre test.de-Flatrate, weitere 53 500 Kunden (plus 3,4 Prozent) verfügen als Doppelabonnenten von test und Finanztest über eine kostenlose Flatrate. Paid Content erlebt derzeit in der Verlagsbranche einen Aufschwung. test.de bietet seit dem Jahr 2000 Bezahlinhalte an – und gehört damit zu den Pionieren der Branche. Lange Zeit setzte die Stiftung Warentest in ihrer digitalen Strategie ausschließlich auf kostenpflichtige Einzelabrufe. 2009 führte sie dann das Flatrate-Modell ein. Spätestens im vergangenen Jahr zeigte sich: Das war der richtige Schritt. Inzwischen macht test.de fast 50 Prozent des Umsatzes mit seinen zahlenden Online-Abonnenten – ohne dass das Geschäft mit den Einzelabrufen zurückgehen würde. Im Gegenteil: Auch der Umsatz aus den Einzelabrufen wächst weiter. Warum funktioniert das Nebeneinander von Abo und Einzelkauf so gut? Die Antwort ist einfach: weil man damit unterschiedliche Zielgruppen und Interessen erreichen und bedienen kann.

Das zeigt auch das Ranking für die Tophemen auf test.de: Während beim Einzelabruf der Test von Matratzen (s. Grafik Seite 24) ganz klar auf Platz eins liegt, ist dies bei den Flatrate-Besitzern fast ebenso klar unsere Datenbank mit Bewertungen und Infos zu mehr als 18 000 Investmentfonds.

Umsatz mit kostenpflichtigen Inhalten (Einzelkauf und Flatrates in Tausend Euro)

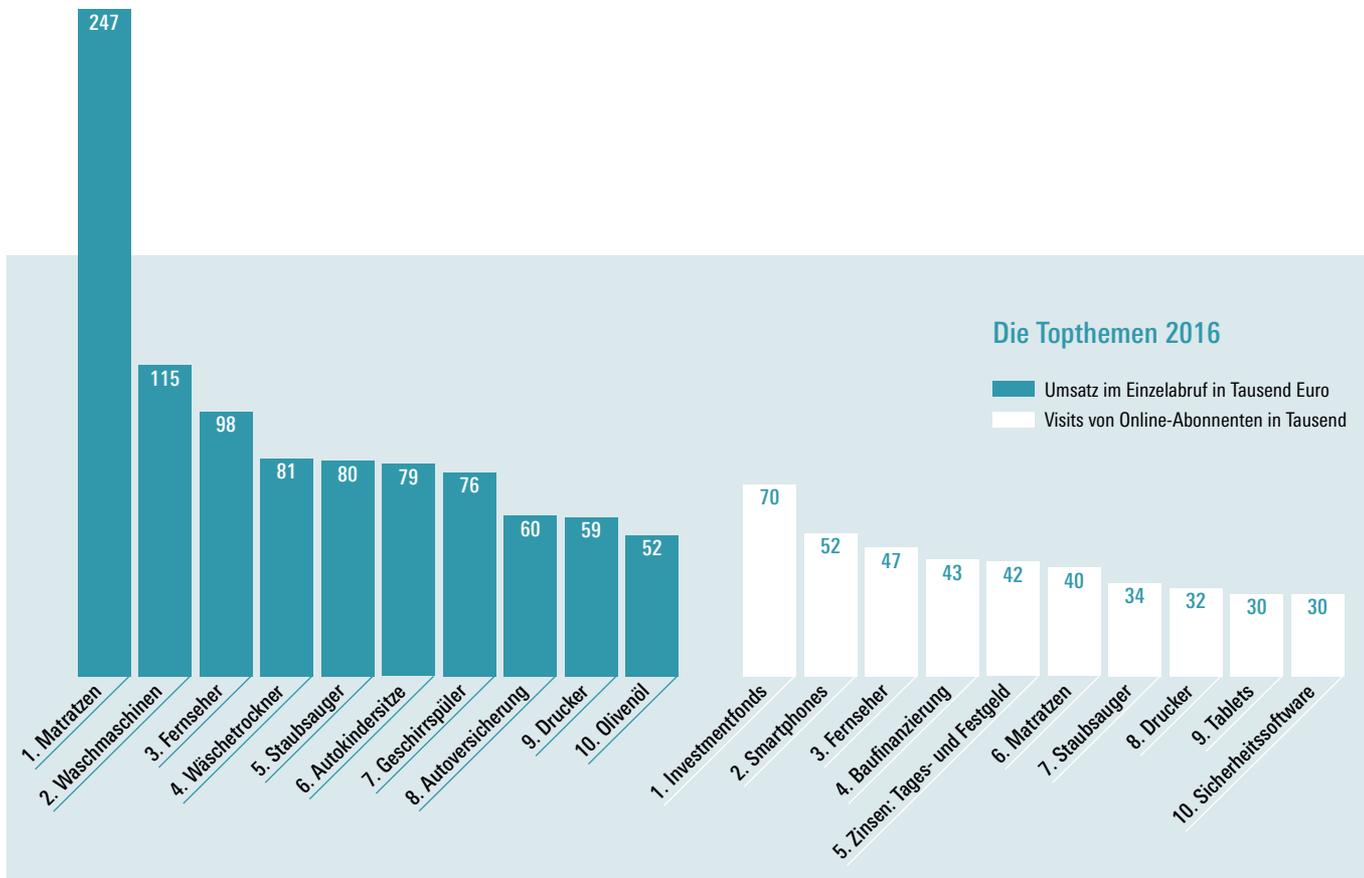
* ab 2015 geänderte Berechnungsgrundlage



Es gibt einen weiteren eindeutigen Trend: Immer mehr Nutzer surfen mobil. Das gilt auch für test.de. Ende 2016 steuerte bereits mehr als jeder dritte Nutzer unsere Webseite mit dem Smartphone an. Diesem Trend hat die Stiftung Warentest Rechnung getragen: Seit Februar 2016 wird test.de responsive ausgeliefert. Das heißt, die Webseite passt sich automatisch an die Breite des verwendeten Gerätes an: Egal ob der Nutzer sein Smartphone im Hoch- oder Querformat hält oder auf Tablet, Notebook oder PC surft – die Inhalte werden immer optimal dargestellt.

Im August 2016 ging unsere „Analyse Hausratversicherung“ online, mit der Kunden ganz individuelle auf ihre speziellen Bedürfnisse zugeschnittene Angebote für günstige Tarife ermitteln können. Weitere solche individuellen Analysen sollen das Angebot von test.de künftig noch attraktiver machen.

Auch die Anzahl der Produktfinder ist weiter gewachsen. Mit den 2016 neu gestarteten Testdatenbanken für Gefriergeräte und Riester-Fondspolice können Nutzer jetzt in insgesamt 33 regelmäßig aktualisierten Produktfindern recherchieren.



Social Media und Video

Facebook bleibt nach wie vor der wichtigste Social-Media-Kanal der Stiftung Warentest. Im Laufe des Jahres 2016 wuchs die Zahl unserer Fans auf 524 000. Das sind 110 000 mehr als zum Jahresende 2015. Die Reichweite unserer Facebook-Seite legte um knapp 30 Prozent zu: 66 Millionen Mal wurden Beiträge der Stiftung Warentest von Facebook-Nutzern abgerufen. 2015 waren es noch 51 Millionen Impressions. Dieses Plus konnten wir durch eine höhere Postingfrequenz, mediumgerechte Aufbereitung, den verstärkten Einsatz von Videos und viel Community-Management erzielen.

Den erfolgreichsten Beitrag aller Zeiten posteten wir im Mai 2016: Unsere Aktion gegen Hasskommentare erzielte 2,5 Millionen Impressions. Ein Thema, das im Jahresverlauf von vielen Medien und auch Politikern aufgegriffen wurde. Auf dem zweiten Platz landete unser investigativer Videobeitrag zum Kunstfellschwindel aus dem Januar mit 2,1 Millionen Impressions. Auch andere Beiträge in Videoform konnten hohe Reichweiten erzielen: Unsere Video-Postings zu den Tests von Nuss-Nougat-Cremes, Wässern und Veggie-Produkten nahmen die Nutzer sehr gut auf.

Bei Twitter legten wir im Jahresverlauf 2016 um 5 000 Follower auf 30 000 zu. Auch dank einiger Top-Tweets – am besten performte der Dialog mit Jan Delay „Der Testsieger rappt wieder“ – erzielten wir über das Jahr insgesamt 4 Millionen Impressions.

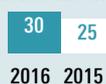
Auch bei YouTube verzeichneten wir einen kleinen Erfolg: Die Zahl der Abonnenten unseres Channels stieg um 3 750 auf 10 500 und ist damit erstmals fünfstellig. Noch stärker, nämlich von 1,2 Millionen auf knapp 1,8 Millionen, legte die Zahl unserer Videoabrufe zu. Das ist ein Plus von gut 50 Prozent.

Fans auf Facebook

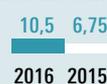


Entwicklung der Social-Media-Kanäle der Stiftung Warentest in Tausend

Follower auf Twitter



Abos auf YouTube



Leserservice

Die Anzahl der Leseranfragen zu test- und Finanztestthemen nahm im Vergleich zum Vorjahr leicht ab. Die Nutzeranfragen im Online-Support lagen weiterhin auf hohem Niveau. Der Leserservice moderierte mit 2778 Kommentaren die Nutzerdiskussion auf test.de. Das ist ein leichter Anstieg von 232 gegenüber dem Vorjahr.

Zu rund 90 Themen bietet test.de inzwischen FAQ-Seiten an. Häufig im Leserservice gestellte Anfragen werden entweder zu neuen FAQ-Seiten aufbereitet oder in bestehende FAQ-Seiten eingearbeitet. Die Antworten stehen damit nicht nur denjenigen zur Verfügung, die sich an den Leserservice gewandt haben, sondern allen Nutzern von test.de. Am stärksten frequentiert war die FAQ-Seite zur Umstellung des Fernsehempfangs auf den neuen Standard DVB-T2 HD.

Die Tophemen aus test

In den Ressorts Haus, Energie, Freizeit und Verkehr waren die Lieblingsthemen der Leser Matratzen, Autokindersitze und Pedelecs. Ob es qualitativ hochwertige Matratzen zum kleinen Preis gibt, war die häufigste Frage. Zunehmendes Interesse finden über das Internet vertriebene Matratzen. Bei den Autokindersitzen ging es um das passende Modell und Hilfe bei der korrekten Montage der Rückhaltesysteme im Fahrzeug. Pedelecs stehen nach wie vor hoch im Kurs. Die Sicherheit der Räder ist für unsere Leser sehr wichtig. Der aktuell durchgeführte Test offenbarte bei einigen Rädern immer noch gravierende Schwächen in sicherheitsrelevanten Bereichen.

Die Untersuchung mit der größten Resonanz im Ressort Ernährung war der Test von Olivenölen der Kategorie nativ extra mit Herkunftsbezeichnung. Die Hälfte der Öle war mangelhaft. Schadstofffunde, fehlerhafter Geschmack, unklare Deklarationen vergällten den Lesern den Genuss. Insbesondere Schadstofffunde beunruhigten die Leser auch bei anderen Lebensmitteltests. Seien es Aflatoxine in Nuss-Nougat-Cremes, Chlorat in Colagetränken oder Schadstoffe in der Babymilch. Umso erfreuter reagierten die Leser auf das von test gezogene Fazit der Überprüfung der Trinkwasserqualität: Trinkwasser hat eine gute Qualität und besitzt in manchen Gegenden einen höheren Mineralstoffgehalt als viele stille Mineralwässer oder ist sogar weniger stark belastet.

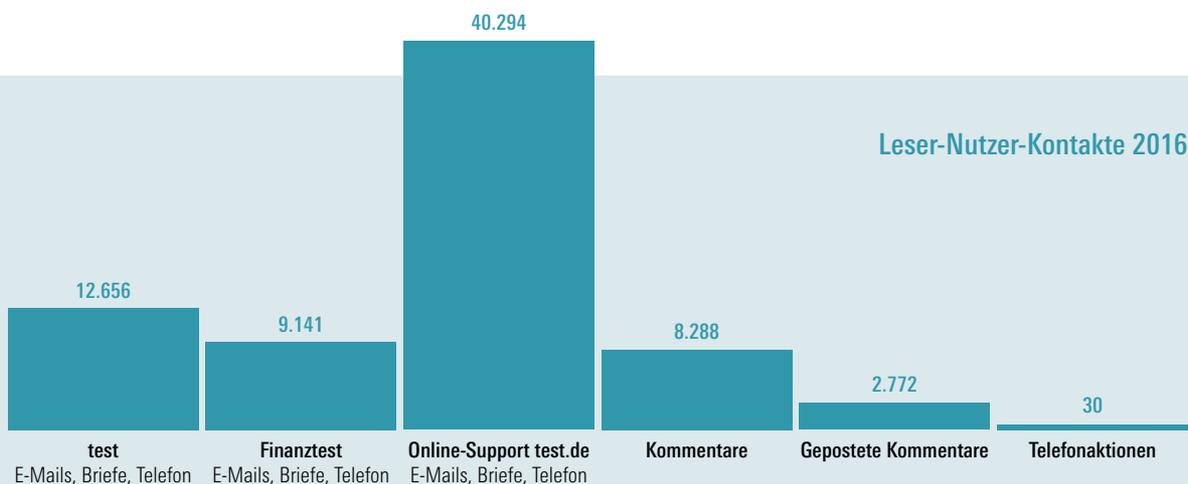
Topthema im Ressort Multimedia war alles rund ums Fernsehen, speziell die Umstellung auf DVB-T2 HD. Viele Fragen von Lesern bezogen sich auf die persönliche Fernseher-Peripherie. Die Umstellung der analogen und ISDN-basierten Telefonanschlüsse durch die Telekom führte zu einer großen Zahl von Nachfragen zu unseren Beiträgen. Die Tests von Systemkameras und Objektiven wurden intensiv mit den Lesern diskutiert.

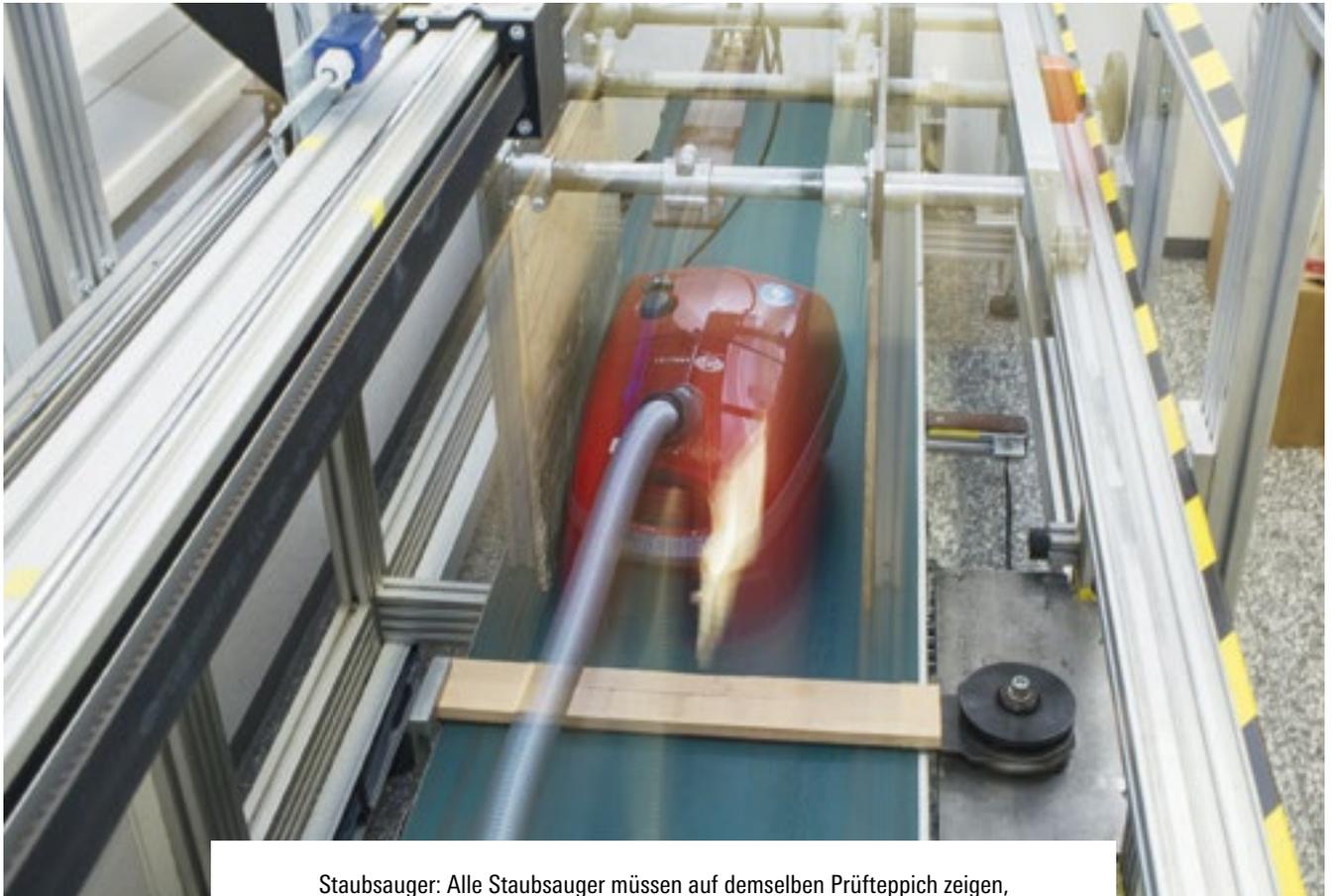
Topthemen aus Finanztest

Die Vorsorge für das Rentenalter spielte 2016 wieder eine wichtige Rolle für unsere Leser. Ihr Hauptinteresse galt dem Thema Zinsanlagen und deren Sicherheit. Zinsportale wie Weltsparen, Savedo und Zinspilot vermitteln zum Teil Tages- und Festgeldanlagen mit relativ hohen Zinsen. Wie seriös arbeiten diese Plattformen und welche Risiken sind bei der Anlage bei ausländischen Banken zu beachten? Großes Leserinteresse besteht an den von Finanztest entwickelten Pantoffel-Portfolios, einer Kombination von Rentenfonds und börsengehandelten, breit streuenden Aktienindexfonds zum langfristigen Vermögensaufbau. Auch die regelmäßige Fondsberichterstattung bleibt für unsere Leser spannend. Das betrifft natürlich auch den Produktfinder Fonds auf test.de.

Die niedrigen Zinsen sorgten auch beim Thema Versicherungen für Unmut bei unseren Lesern: Viele Anfragen bezogen sich auf die enttäuschenden Standmitteilungen der Lebensversicherer. Auch die zum Teil drastisch angestiegenen Versicherungsprämien sorgten für Sorgen und Ärger bei den Kunden. Das gilt zum Beispiel für die Beitragssteigerungen der privaten Krankenversicherungen. Viele Leser wollten Informationen über Möglichkeiten, die Last durch Rückkehr in die gesetzliche Krankenversicherung oder einen Tarifwechsel beim privaten Versicherer zu mildern. Auch Wohngebäudeversicherungen wurden teurer. Die Versicherer informierten die Leser über gestiegene Schadenssummen und die Notwendigkeit zur Prämienanpassung oder Änderungskündigung. Die aktuelle Untersuchung zum Thema stieß daher auf große Resonanz.

Wer es sich leisten konnte zu bauen, freute sich über die niedrigen Zinsen für Immobiliendarlehen und unsere Untersuchungen hierzu. Immer noch versuchen Bausparkassen, Kunden aus gutverzinsten Altverträgen zu treiben, entweder durch Kündigung oder durch Lockangebote für vermeintlich günstige Alternativen oder die Einführung zusätzlicher Gebühren durch die Hintertür. Zahlreiche Artikel auf test.de und in Finanztest und entsprechende Anfragen von Lesern zogen sich wie ein roter Faden durchs Jahr.





Staubsauger: Alle Staubsauger müssen auf demselben Prüfteppich zeigen, was sie können, und werden Hunderte Male über eine Schwelle gezogen.



Bücher

Eine viertel Million verkaufte Exemplare sind im Buchhandel das, was man einen Bestseller nennt: Das Vorsorge-Set ist einer. Die neue, leicht überarbeitete Auflage Anfang des Jahres 2016 sorgte dafür, dass das Interesse des Handels an diesem Titel hoch blieb. Auf diesen sensationellen Erfolg bauen wir mit dem Nachlass-Set und dem im November erschienenen Mieter-Set auf. Die Erfolgsformel ist überall gleich: viele praktische Formulare und Checklisten, mit denen die Lösung eines Problems sofort beginnen kann. Das Nachlass-Set hat bereits gezeigt, dass dieser Ansatz auch beim Thema Testament erfolgreich ist: Mehr als 30 000 Exemplare sind inzwischen ausgeliefert.

Erfolgreich hat sich auch eine andere Reihe entwickelt: Nachdem das Buch zum Thema Fleisch in der Reihe Perfektion bereits 2015 für Aufsehen sorgte, folgten im Frühjahr 2016 der zweite Band mit vielen interessanten und wissenschaftlich belegten Tipps und Erklärungen zum Thema perfekte Gemüseküche und im Herbst 2016 der letzte Band der Reihe zum Thema Backen. Ein weiteres Buch zum Thema Backen entstand mit Deutschlands „Brotguru“ Lutz Geißler: Unsere Warenkunde Brot erzählt alles über der Deutschen liebstes Lebensmittel und bietet darüber hinaus viele Rezepte. Zeitgleich erschien auch eine Warenkunde zum Thema Speiseöle.

Limonaden, Eistees und Fassbrausen passten als Themen perfekt in die Sommerzeit. Im Verbund mit den beiden bereits eingeführten Bestsellern zum Thema Smoothies waren wir auch 2016 wieder aktuellen Ernährungstrends auf der Spur: Das Ergebnis ist ein schönes Ideenbuch mit reichlich Retro-Charme und wichtigen Ernährungsfakten zu den Themen Zucker, Vitaminen und Co. Jedes Rezept in diesen Büchern bietet beispielsweise komplette Nährwertangaben, was andere Verlage sich gerne im wahrsten Sinne des Wortes ersparen. Wir meinen: Wer selbstverantwortlich eine gute Ernährung anstrebt, braucht solche Angaben – auch, wenn es um Trendgetränke geht.

Einen Neustart gab es für die Reihe „Gut essen bei...“ Gleich mit drei Novitäten wurde das neue Layoutkonzept auf den Markt gebracht. Außerdem kam mit dem „Kleinen Kinderarzt“ der Nachfolgetitel zum erfolgreichen Buch „Der kleine Hausarzt“ in den Verkauf. Was alle Eltern wissen wollen, wird hier beantwortet: Wie kann ich meinem Kind helfen, wann muss ich mit ihm zum Arzt, welche Medikamente helfen?

Viele weitere starke Printtitel – und in zunehmendem Maße auch zu aktuellen Themen produzierte E-Books – waren dafür verantwortlich, dass 2016 das erfolgreichste Jahr in der rund 35-jährigen Geschichte des Buchprogramms der Stiftung war: Etwa 4,5 Millionen Euro wurden umgesetzt, ein Plus von rund fünf Prozent. Das ist in einem stagnierenden Buchhandelsmarkt ein deutliches Zeichen, dass der Rat und das Wissen der Stiftung Warentest gefragt sind.

Die Bücher 2016





E-Books:

Marketing und Vertrieb

Die Zeitschriften

Laut IVW-Quartalsbericht IV/2016 betrug der Rückgang des Gesamtverkaufs im Segment Wirtschaftspresse 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Rückgang beim Abonnement lag bei 7 Prozent, im Einzelverkauf bei 8 Prozent (Quelle: dpv). Unsere Zeitschriften entwickelten sich 2016 deutlich besser als der Marktdurchschnitt.

test

Die Zeitschrift test hatte zum Jahresende ca. 353 000 Abonnenten (gewandelte Abonnements incl. WBZ (Abo-Vermarkter)), der prozentuale Rückgang gegenüber dem Vorjahr liegt bei 1,8 Prozent. Die prozentuale Bestandsveränderung hat sich gegenüber dem Vorjahr (2015: –3,01 Prozent) verringert.

2016 konnten über 29 000 neue Abonnements (ohne WBZ) gewonnen werden, eine Steigerung der gewandelten Abonnements um 27 Prozent gegenüber 2015. Ein Großteil der Zuwächse resultiert aus erfolgreichen Online-Aktionen.

Der durchschnittliche Einzelverkauf (ohne WBZ) der Zeitschrift test konnte um 3,7 Prozent gesteigert werden (2016: 50 573 Exemplare; 2015: 48 786 Exemplare).

Finanztest

Finanztest verzeichnete Ende 2016 ca. 177 000 Abonnenten (gewandelte Abonnements incl. WBZ), das waren 1,96 Prozent weniger als Ende 2015. Die prozentuale Bestandsveränderung ist leicht gesunken (2015: –2,2 Prozent).

2016 konnten ca. 15 000 neue Abonnements (ohne WBZ) gewonnen werden, der Wert liegt leicht unter dem Niveau von 2015.

Der durchschnittliche Einzelverkauf (ohne WBZ) der Zeitschrift Finanztest blieb nahezu stabil (–0,2 Prozent) und lag bei 26 672 Exemplaren.

Marketingschwerpunkte

Das mehrstufige Kündigerrückgewinnungsverfahren wurde weiterentwickelt, für 2017 steht die telefonische Kündigerprävention im Fokus.

Da Abonnements, die über Bankeinzug bezahlt werden, deutlich haltbarer sind als Abonnements, die per Rechnung bezahlt werden, war die Gewinnung von Bankeinzügen 2016 ein wichtiges Projekt.

Durch den gezielten Ausbau von Online-Marketingmaßnahmen konnte sowohl die Wirtschaftlichkeit unserer Marketingaktivitäten als auch die Zahl der Zugänge gesteigert werden.

test.de

Die Anzahl der kostenpflichtigen Jahresflatrates konnte gegenüber dem Vorjahr um 25,2 Prozent (Nichtabonnenten) bzw. 10,7 Prozent (Einzelabonnenten) gesteigert werden.

Die Gesamtzahl der kostenpflichtigen Jahresflatrates lag bei 34947. Insgesamt verzeichneten wir rund 43000 Kunden mit kostenpflichtiger Flatrate.

Zusätzlich nutzen 53521 Kunden ihre Flatrate als Doppel-Abonnent kostenlos, das sind 3,4 Prozent mehr als im Vorjahr.

Durch erfolgreiche Marketingaktionen konnten erheblich mehr Neukunden als im Vorjahr gewonnen werden.

Die Bücher

Die Umsatzerlöse im Buchbereich konnten wir von 4,27 Mio. Euro 2015 um 4,9 Prozent auf 4,47 Mio. Euro steigern (Gesamtumsatz incl. E-Book). Insgesamt wuchs der Ratgebermarkt 2016 moderat um 2,8 Prozent. (Quelle: Buchreport)

Während der Direktvertrieb stagniert, wuchs unser Buchhandelsgeschäft zum wiederholten Mal deutlich. Erfolgreichster Titel des Jahres war auch 2016 wieder „Das Vorsorge-Set“ (Absatz über 120000 Exemplare 2016). Auf Platz zwei unserer meistverkauften Titel fand sich „Das Nachlass-Set“ mit über 26000 verkauften Exemplaren, gefolgt von „Steuererklärung für Rentner“ mit knapp 13000 Exemplaren. (Alle Absatzangaben inkl. der E-Book-Absätze.)

Marktforschung

Mit dem Marktforschungsinstitut rheingold führten wir eine Nutzungs- und Potenzialanalyse durch, um die Bedürfnisse unserer Leser und Nutzer noch besser zu verstehen und Optimierungspotenziale abzuleiten.

Im Jahr 2016 nahmen wir an einer zweiten Welle zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit nach der Methodik „Net Promoter Score“ teil. Die Analyse bescheinigte uns eine ausgeprägte Zufriedenheit unserer Kunden mit unseren Zeitschriften und Online-Angeboten.

Logo-Lizenzsystem

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 „Der Blaue Engel“ im Auftrag des Bundesumweltministeriums 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 7 000 Euro (ein Jahr im Lizenzmodell Silber (Werbung am Produkt, in Verkaufsstellen, in Werbematerialien, in Zeitungen und Zeitschriften sowie im Internet)) und 37 000 Euro an (drei Jahre im Lizenzmodell Gold (Werbung wie unter Silber beschrieben und zusätzlich auch in Kino und Fernsehen)).

2016 wurden 631 Lizenzverträge abgeschlossen (2015: 630), wovon 576 auf das Lizenzmodell Silber entfielen (2015: 587). Die meisten Lizenzverträge wurden für Produkte aus den Bereichen Haushalt und Garten (39 Prozent), Multimedia (17 Prozent) und Versicherungen (15 Prozent) abgeschlossen.

Die RALgGmbH veranlasst eine regelmäßige und systematische Kontrolle der Medien und des Marktes auf missbräuchliche Werbung. Dazu werden über 50 Geschäfte, 58 000 Händlerprospekte, rund 30 Webshops, 19 TV-Kanäle, 80 Prozent der nationalen Werbekampagnen, 160 Tageszeitungen sowie rund 320 Publikums- und 150 Fachzeitschriften regelmäßig überwacht.

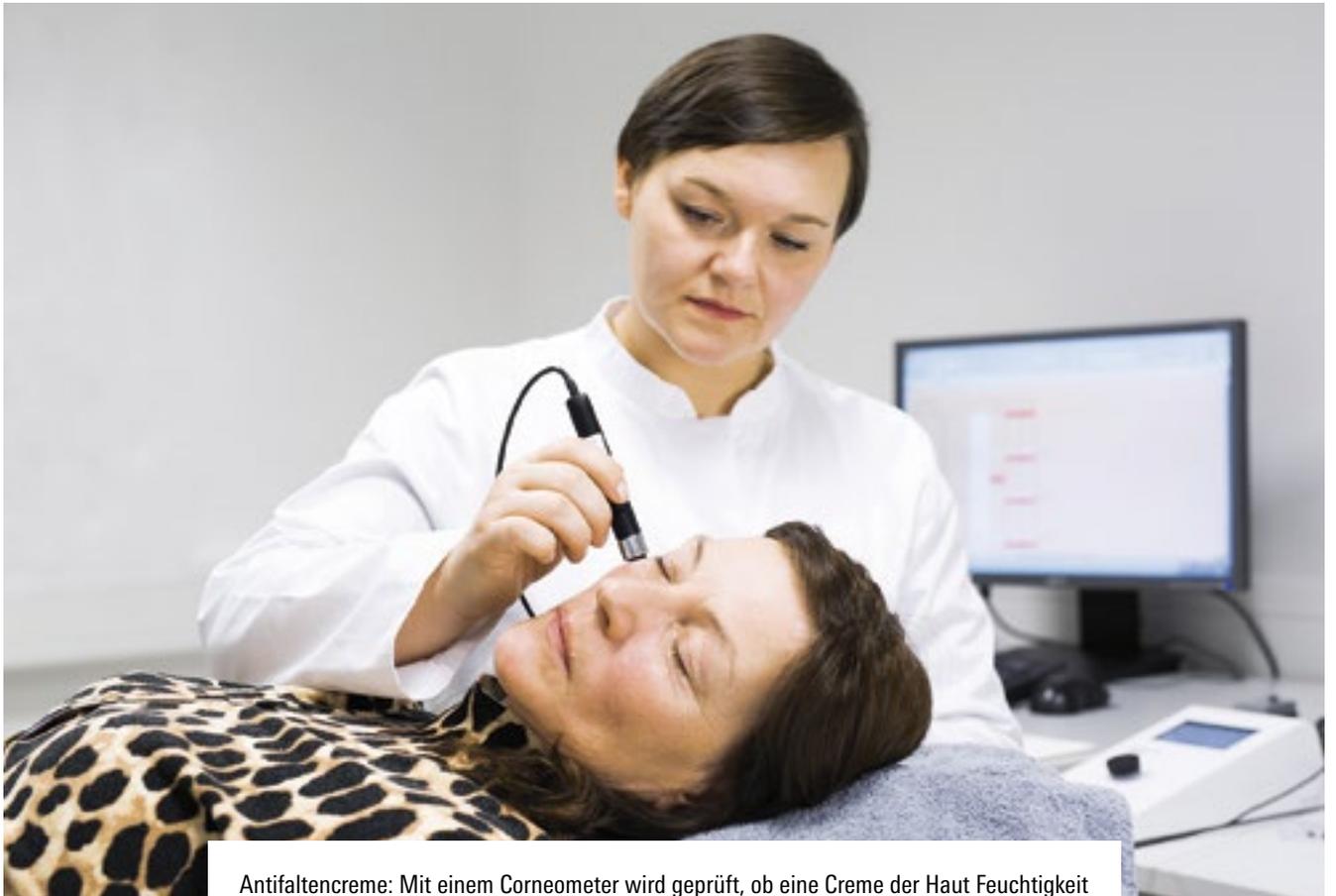
Aber auch jeder Verbraucher kann anhand einer Lizenznummer auf der Webseite der RAL gGmbH oder über eine App einfach kontrollieren, für welches Produkt und für welchen Zeitraum die Lizenz vergeben wurde. Im Jahr 2016 beanstandete die RAL gGmbH in 278 Fällen die Werbung von Unternehmen (2015: 300 Fälle).

Die Stiftung Warentest nimmt regelmäßig Nachtests 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 Nachtests soll etwa 10 Prozent der jährlich abgeschlossenen Lizenzverträge entsprechen; im Jahr 2016 wurden 97 Produkte geprüft. Aufgrund der Nachtests wurden vier Lizenzverträge außerordentlich gekündigt, weil die Produkte seit der ursprünglichen Untersuchung verändert worden waren.



Kaffeemaschinen: Der Latte macchiato sieht bei den einzelnen Maschinen sehr unterschiedlich aus.





Antifaltencreme: Mit einem Corneometer wird geprüft, ob eine Creme der Haut Feuchtigkeit spendet; eine spezielle Fotobox zeigt, dass auch teure Cremes keine Falten wegzaubern können.



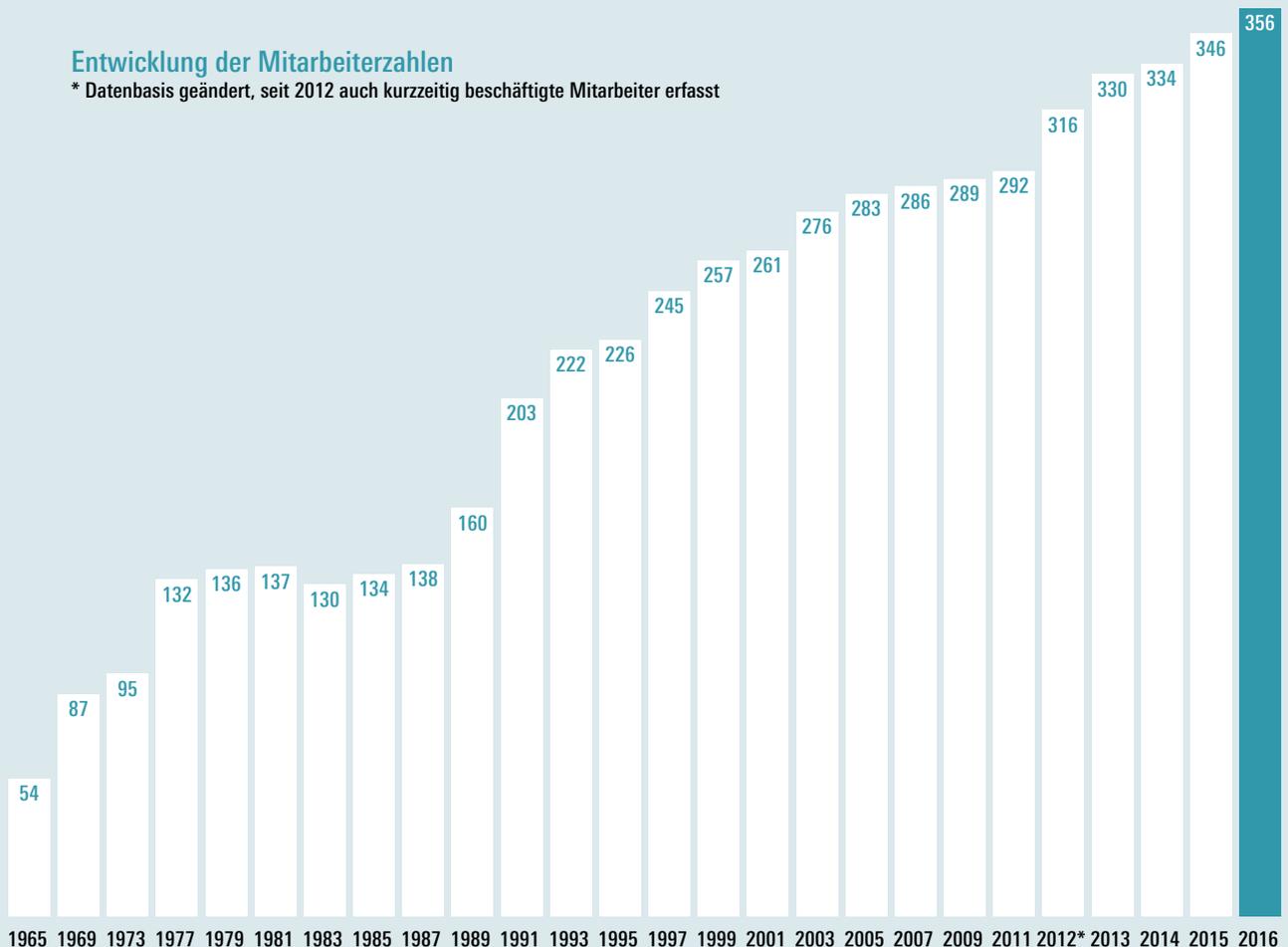
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Ende 2016 beschäftigten wir 220 (Vorjahr: 215) Mitarbeiterinnen und 136 (131) Mitarbeiter, von denen 9 (8) für Weiterbildungstests tätig waren (8 Mitarbeiterinnen, 1 Mitarbeiter). Rechnet man die 194 (183) Teilzeitarbeitsverhältnisse in Vollzeit um, ergeben sich 306,1 (299) Stellen. Das Durchschnittsalter betrug 48,5 (48,6) Jahre. Der Krankenstand reduzierte sich von 6,7 auf 6,1 Prozent. Erhöht hat sich die Fluktuation von 5,0 auf 5,7 Prozent: Die Arbeitsverhältnisse endeten durch Zeitablauf (10), Arbeitnehmerkündigungen (4), Wechsel in die Freizeitphase der Altersteilzeit (1) sowie Berentungen (5).

Im Berichtsjahr absolvierten 9 (7) Praktikanten bei uns ein Praktikum, eine Mitarbeiterin wurde zur Redakteurin ausgebildet. Zusätzlich begannen 2 (1) Volontärinnen ihre Ausbildung in der Abteilung Marketing sowie im Lektorat Bücher.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

* Datenbasis geändert, seit 2012 auch kurzzeitig beschäftigte Mitarbeiter erfasst



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. Dezember 2016):

I. Verbraucherinstitutionen

International Consumer Research and Testing (ICRT)

Hubertus Primus (Board)
 Dr. Holger Brackemann (Management Committee)
 Dr. Markus Bautsch (Arbeitsgruppe „Evaluation Database“)
 Henry Görlitz (Arbeitsgruppe „Car“)
 Thomas Koppmann (Arbeitsgruppe „Personal Care“)
 Hans-Peter-Brix (Arbeitsgruppe „CSR“)
 Dr. Birgit Rehlender (Arbeitsgruppe „Food“)

Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC)

Dr. Holger Brackemann (General Assembly)

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

Hubertus Primus (Verwaltungsrat)

Marktwächter Finanzen und Digitale Welt

Stephan Kühnlenz (Beirat Marktwächter Finanzen)
 Simone Vintz (Stellvertretende Vorsitzende Beirat Marktwächter Digitale Welt)

Deutsche Stiftung Verbraucherschutz

Hubertus Primus (Stiftungsrat)

Bund der Energieverbraucher

Annegret Jende (Beirat)

II. Institutionen und Gremien der Normung

Deutsches Institut für Normung (DIN)

Dr. Holger Brackemann (Vorsitzender Verbraucherrat)

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

Dr. Markus Bautsch (Beraterkreis Technologie)
 Dr. Axel Joachim Neisser (K 513 – Hausgeräte, Gebrauchseigenschaften)
 Dr. Peter Schick (K 514 – Sicherheit elektrischer Geräte)
 Dr. Bernd Schwenke (K 711 – Sicherheit elektronischer Einrichtungen für Audio-/Video-, Informations- und Kommunikationstechnik)

Normenausschuss Kosmetische Mittel im DIN

Dr. Birgit Luther

Normenausschuss Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte (NAL) im DIN

Dr. Birgit Rehlender (Beirat und Arbeitsausschuss „Sensorik“)

Normenausschuss Zertifizierungsgrundlagen (Grundlagen zur Konformitätsbewertung) (NQSZ) im DINElke Gehrke

European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC)Dr. Holger Brackemann (General Assembly)
Anke Scheiber (Co-Chair Working Group Services)
Dr. Bernd Schwenke (ICT Working Group)

III. Sonstige Institutionen

Akkreditierungsbeirat (AKB) des Bundesministeriums für Wirtschaft und EnergieElke Gehrke (Mitglied)

Ausschuss für Produktsicherheit (AfPS) beim Bundesministerium für Arbeit und SozialesElke Gehrke

aid infodienst Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz e. V.Charlotte Granobs

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

Deutsche Akkreditierungsstelle (DAkkS)Elke Gehrke (Beirat)
Heike Nicodemus (Unterausschuss Verbraucherschutz, Finanzwesen und Vertrauensdienste)

Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK)Dr. Birgit Rehler (Vorsitzende und Leiterin der Fachausschüsse 5 und 7)

Deutsches Zentralinstitut für soziale FragenStephan Kühnlenz (Beirat)

Eurolab DeutschlandElke Gehrke (Leiterin des Ausschusses für Qualitätsmanagement)

Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh)Dr. Konrad Giersdorf (Hauptausschuss Detergenzien)

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

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

Schlichtungsstelle Energie e. V.Marion Weitemeier (Beirat)

Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr (söp) e. V.Falk Murko (Beirat)

Versicherungsombudsmann e. V.Beate-Kathrin Bextermöller (Beirat)
Susanne Meunier (Beirat)

Wirtschaftsdaten

Erträge

test:	42,2%
Finanztest:	21,2%
Bücher:	8,4%
Übrige Erträge:	12,3%
Sonstige Erlöse:	8,5%
test.de:	7,4%

Aufwendungen

Personalaufwand:	46,3%
Untersuchungsvorhaben:	13,4%
Vertrieb:	12,8%
Herstellung:	8,4%
Marketing und Öffentlichkeitsarbeit:	7,0%
Übrige:	12,1%

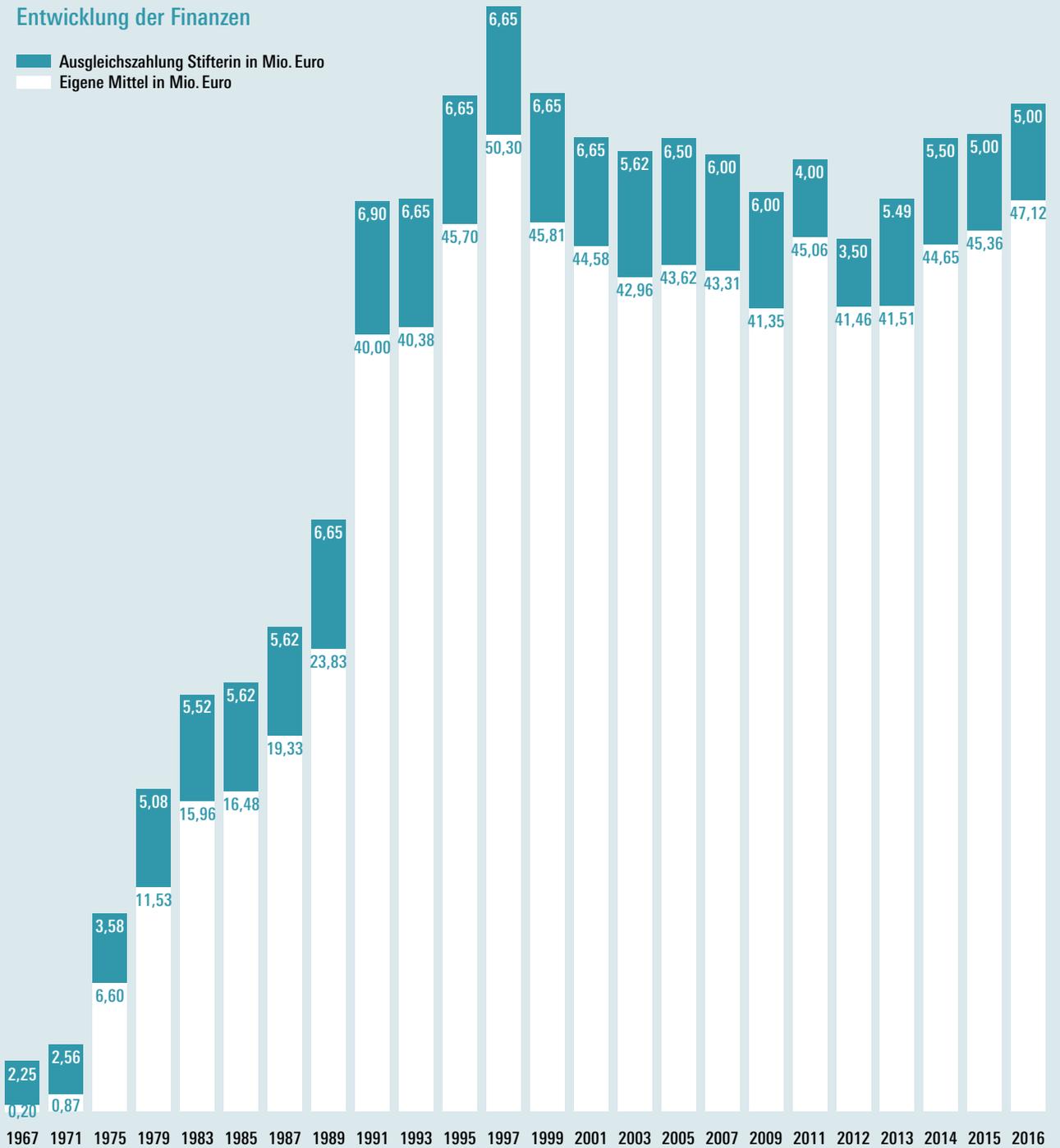
Erträge und Aufwendungen in Tausend Euro

	2016 (BiRUG)	2015 (BiRUG)*
Umsatzerlöse		
test	22.624	22.137
Finanztest	11.339	11.180
Bücher	4.478	4.267
test.de	3.944	3.620
Sonstige Erlöse	4.538	4.005
	46.923	45.209
Übrige Erträge		
Sonstige Erträge und Bestandsveränderung	6.599	6.882
	6.599	6.882
Summe Erträge	53.522	52.091
Aufwendungen		
Materialaufwand für Herstellung	4.532	4.520
Materialaufwand für Vertrieb	6.912	6.941
Materialaufwand für Untersuchungsvorhaben	7.203	6.884
Materialaufwand für Marketing	3.265	2.861
Materialaufwand für Öffentlichkeitsarbeit	512	573
Personalaufwand	24.959	23.676
Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen	1.673	1.384
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.825	4.776
Summe Aufwendungen	53.881	51.615
Ergebnis vor Finanzergebnis	-359	476
Finanzergebnis	2.335	1.965
Jahresergebnis	1.976	2.441

* Zahlen für 2015 sind an BiRUG angepasst, es ergeben sich daher Abweichungen zum Vorjahresbericht

Entwicklung der Finanzen

■ Ausgleichszahlung Stifterin in Mio. Euro
■ Eigene Mittel in Mio. Euro



Bilanz zum 31. Dezember 2016

Aktiva und Passiva in Tausend Euro

	2016	2015
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	10.741	10.589
Finanzanlagen	89.189	83.218
Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	29.413	23.051
Summe Aktiva	129.343	116.858
Passiva		
Grundstockkapital	75.000	75.000
Zustiftung	10.000	0
Kapitalerhaltungsrücklage	5.494	4.583
Sonstige Rücklagen	11.663	11.428
Ergebnisse aus Vermögensumschichtungen	3.087	2.257
Rückstellungen	8.520	8.257
Erhaltene Anzahlungen	8.663	8.382
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	6.916	6.951
Summe Passiva	129.343	116.858

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

In 7 113 (2015: 7 763) Beiträgen berichteten Hörfunk- und Fernsehredaktionen über die Arbeitsergebnisse der Stiftung Warentest, das ist weiterhin eine Resonanz auf sehr hohem Niveau. Im Fernsehen liefen 2 353 (2 253) Beiträge, der Hörfunk berichtete 4 760-mal (5 519). Bei sehr vielen dieser Beiträge standen Redakteure und Projektleiter für Interviews bereit.

In den Printmedien erschienen über 100 000 Artikel über Testergebnisse. Online wurde so häufig über die Stiftung Warentest berichtet, dass es nicht möglich ist, eine genaue Zahl zu präsentieren. Bei Spitzenthemen sind es mehrere Hundert Berichte am Tag.

Die Topthemen in den Medien waren der Vergleich von Mineral- und Leitungswasser (test 8/2016), die Erhebung der Dispozinsen der Banken (Finanztest 9/2016) sowie der Test von Olivenölen (test 2/2016).

Zur Unterstützung der Fernsehberichterstattung haben wir zu 8 (6) Themen TV-Rohschnittmaterial angefertigt, das in 472 (436) Beiträgen verwendet wurde. 46 (37) produzierte Webvideos wurden von unseren Nutzern auf YouTube, test.de und Facebook rund 3 Millionen Mal angesehen.

Das Angebot von fertigen Hörfunkbeiträgen und O-Tönen für Radiostationen haben wir im Jahr 2016 eingestellt. Stattdessen informieren wir in Audio-Podcasts über aktuelle Tests und Verbrauchertemen. Jeweils rechtzeitig zum Erscheinen des neuen Hefts erscheinen „Prüflabor“, der test-Podcast der Stiftung Warentest, und „Soll und Haben“, der Finanztest-Podcast. Sie können einzeln über test.de heruntergeladen oder abonniert werden.

Pressekonferenzen

Anlageberatung der Banken (20. Januar 2016), Leitungs- und Mineralwasser (28. Juli 2016), Fleischersatzprodukte (28. September 2016), Erhöhung des Stiftungskapitals (13. Dezember 2016).

Journalistenveranstaltungen

Journalistenseminar „Hinter den Kulissen der Stiftung Warentest“ am 21. April 2016 in Chemnitz; Editor's Meeting, 21. und 22. Juni 2016 in Berlin; Vorstellung des Buches „Brot“, 7. September 2016 in Hamburg.

Weitere Veranstaltungen

Preisverleihung Jugend getestet, 29. Juni 2016; Frankfurter Buchmesse, 19.–23. Oktober 2016 in Frankfurt; Parlamentarischer Abend (gemeinsam mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband), 29. November 2016 in Berlin.



Nuss-Nougat-Cremes: Für den Sensoriktest verkosteten geschulte Prüfer die Aufstriche pur und anonymisiert und protokollierten die Eigenschaften.



Jugend und Schule

Zeitschriftenprojekte

94 Klassen (Vorjahr: 100) mit 2483 Schülern (Vorjahr: 2574) arbeiteten im Rahmen unseres Projekts „test macht Schule“ im Schuljahr 2015/2016 neun Monate lang mit der Zeitschrift test im Unterricht, um sich für ihre Rolle als Verbraucher fit zu machen. An unserem Projekt „Finanztest macht Schule“ nahmen im Schuljahr 2015/2016 insgesamt 94 Klassen (100) mit 2520 Schülern (2574) teil. Dabei lernten sie unter anderem, dass Zusatzgarantien für Elektrogeräte wie Tablets, Smartphones, Kameras oder Waschmaschinen oft überflüssig oder zu teuer sind.

Wettbewerb Jugend testet

Fertigsandwiches und Filzstifte, Kunstnägel und Kopfhörer, Gummibären und Glanz-Shampoos – beim Wettbewerb „Jugend testet 2016“ haben 2118 (2016) junge Leute im Alter zwischen 12 und 19 Jahren Alltägliches und Kurioses getestet. Die besten Arbeiten hat die Stiftung Warentest zusammen mit Gerd Billen, Staatssekretär im Verbraucherschutzministerium, am 29. Juni 2016 in Berlin prämiert. Insgesamt vergab die Stiftung Hauptpreise im Gesamtwert von 14000 Euro. In der Kategorie Produkttests wurde der 3. Preis zweimal vergeben, sodass insgesamt sieben Arbeiten ausgezeichnet wurden.

Preisträger Kategorie Produkttests

1. Preis: Radiergummis im Test
2. Preis: Glasreiniger
3. Preis: Welcher Nagellack für unsere Fingernägel?
3. Preis: Regenschirme im Härtestest

Preisträger Kategorie Dienstleistungstests

1. Preis: Multimedia-Kommunikationsdienstleister
2. Preis: Fußball-Liveticker
3. Preis: Spanische Sprachbücher mit CDs

Unterrichtsmaterial

Nachdem in den zwei Jahren seit erstmaligem Erscheinen des Unterrichtsmaterials „Richtig reklamieren“ bereits 40000 Exemplare von Lehrkräften angefordert wurden, haben wir im November 2016 aufgrund der großen Nachfrage nochmals 20000 Exemplare in einer 3. überarbeiteten Auflage herausgegeben.

Schulklassenbesuche

62 (66) Schulklassen, Lehramtsstudierende und sonstige Besuchergruppen – insgesamt 1330 (1438) Personen – kamen in diesem Jahr zu uns ins Haus, um sich vor Ort über die Testarbeit zu informieren.

Workshop

Gemeinsam mit Vertretern aus Wissenschaft und Bildungsministerien sowie Praktikern diskutierten wir am 21. Oktober 2016 in einem Workshop, mit welchen Angeboten und Materialien die Stiftung Warentest die schulische Verbraucherbildung weiter unterstützen und ihre Testarbeit bei Schülern noch bekannter machen kann.

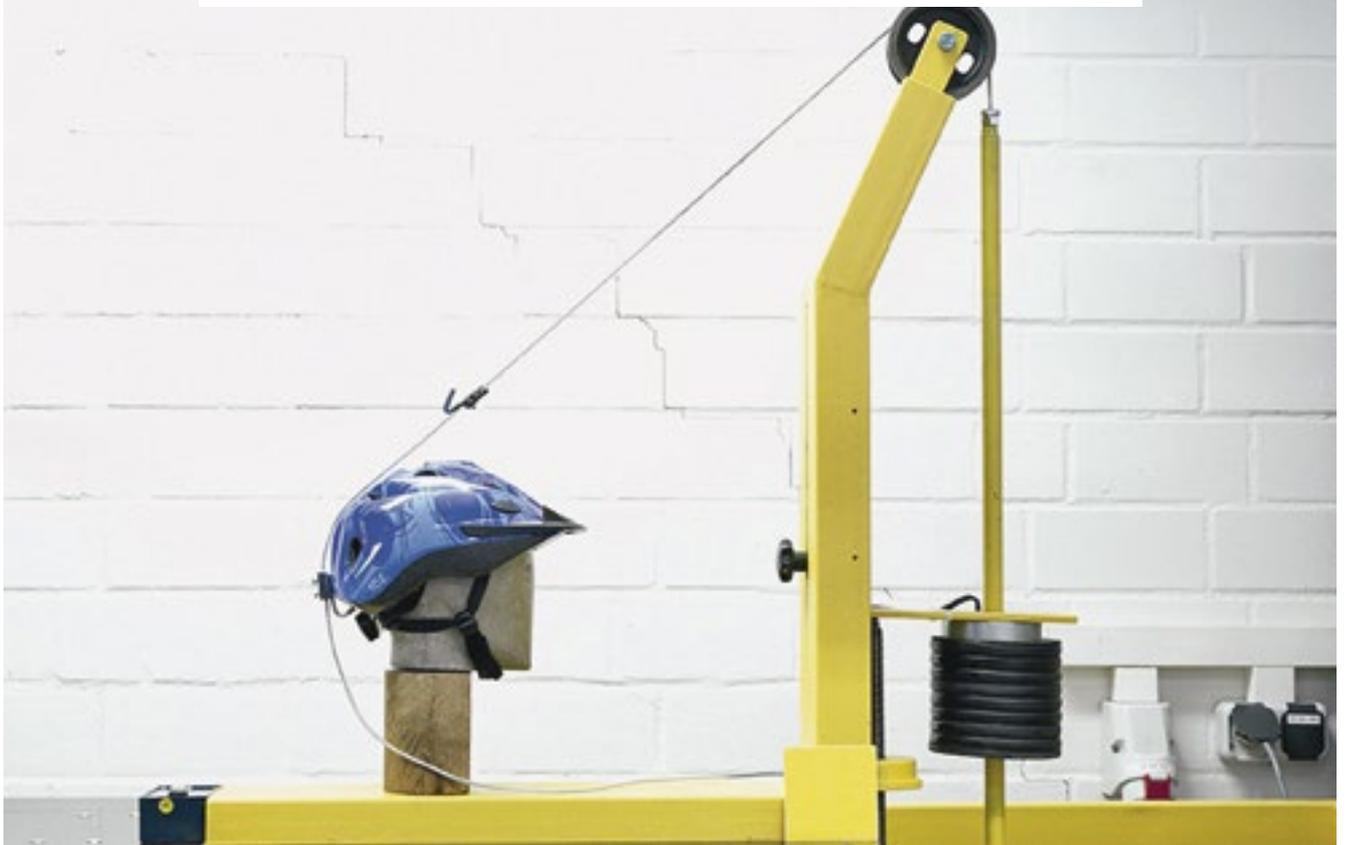


Funktionsjacken: Im Regenturm zeigt sich, welche Jacke auch nach mehreren Wäschen dicht hält.





Fahrradhelme: Bei jedem Helm wird mithilfe eines Laserpunkts der gleiche Aufprallpunkt gesetzt. Mit einem Gewicht wird ermittelt, ob sich der Helm leicht vom Kopf streifen lässt.



Umweltschutz

Die Information der Öffentlichkeit über die Umweltverträglichkeit von Waren und Dienstleistungen ist in der Satzung der Stiftung Warentest als Stiftungszweck verankert. Mit unseren Untersuchungen und warentkundlichen Empfehlungen leisten wir mittelbar erhebliche Beiträge zum Schutz der Umwelt. Was wir von Anbietern fordern und Verbrauchern empfehlen, machen wir auch zum Maßstab für das eigene Handeln.

Die Aktivitäten der Stiftung zum Umweltschutz koordiniert eine Arbeitsgruppe, die regelmäßig an die Geschäftsleitung berichtet und in zweijährigem Rhythmus einen Umweltbericht verfasst, der auf test.de veröffentlicht wird. Der Umweltbericht wurde 2016 in einer aktuellen Fassung, die alle Daten bis Ende 2015 berücksichtigt, veröffentlicht. Die Arbeitsgruppe verfolgt die weiteren Entwicklungen auf der Basis von Umweltkennzahlen.

Wesentliche Umweltauswirkungen der Liegenschaft resultieren aus dem Strom- und Wärmeverbrauch. Die Wärmeversorgung des Stiftungsgebäudes wurde 2010 auf Fernwärme umgestellt. In Verbindung mit weiteren Maßnahmen an der Heizungsanlage und an der Gebäudehülle wurde in den letzten zehn Jahren eine Verringerung des klimabereinigten Energieverbrauchs von etwa 1,0 auf 0,7 Millionen kWh/Jahr erreicht. Beim Stromverbrauch nahmen wir Minderungsmaßnahmen insbesondere bei der IT und der Beleuchtung vor. Sie führten dazu, dass der Verbrauch seit 2010 von etwa 665 000 auf 464 000 kWh/Jahr verringert werden konnte. 2016 stieg der Stromverbrauch allerdings an, da der zentrale Serverraum ersetzt wurde und im Zuge der Umstellung zwei Serverräume parallel in Betrieb waren. Für die Folgejahre wird wieder eine Verringerung erwartet, da die neuen Server stromsparender arbeiten und auch die Umstellung der Beleuchtung auf moderne LED-Beleuchtung (ausgestattet mit Präsenzmeldern und Tageslichtsteuerung) fortgesetzt wird.

Im Zuge der Erneuerung des Dachaufbaues wurde im Jahre 2009 eine Photovoltaik-Anlage (PV) aus Dünnschichtelementen errichtet. Da diese Technologie nicht ausgereift war, musste die Anlage nach dem Ausfall mehrerer Module aus Sicherheitsgründen 2016 zurückgebaut werden. Sie wurde innerhalb von einem Monat durch eine neue PV-Anlage mit „klassischen“ kristallinen PV-Modulen ersetzt. 2016 konnte trotz der Umstellung ein Ertrag von 19 381 kWh PV-Strom erzielt werden. Der bisherige maximale Ertrag der alten Anlage betrug 19 875 kWh im Jahr 2009.

Für den Fuhrpark wurde ein PKW-Kombi mit Erdgas-Benzin-Antrieb angeschafft, der ein entsprechendes Dieselfahrzeug ablöste. Die Stiftung Warentest nutzt für den Transport von Testgütern auch einen LKW; im Jahr 2016 wurde ein moderner 12-t-LKW angeschafft, der die Abgasnorm Euro 6 erfüllt. Für Fahrten in der Stadt wurde 2016 der bisherige Roller mit Verbrennungsmotor durch einen Elektroroller ersetzt, der von den Mitarbeitern gut angenommen wird.

Die Stiftung Warentest verwendet für die Herstellung ihrer Druck-Erzeugnisse überwiegend Recycling-Papier, das mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“ ausgezeichnet ist. Der Anteil an Recycling-Papier lag – bezogen auf alle hergestellten Publikationen – im Jahr 2016 bei über 90 Prozent. Ein großer Teil davon entfällt auf den Druck der Innenseiten der Zeitschriften test und Finanztest, der seit 2013 auf Umweltzeichen-Papier erfolgt.

Rechtsangelegenheiten

Werbung mit Testergebnissen

Der Rechtsstreit von Wilkinson gegen Procter & Gamble ist im sechsten Jahr in erster Instanz vor dem Landgericht Stuttgart anhängig. Gestritten wird um die (seit mehreren Jahren) nicht mehr geschaltete Werbung mit fünf von der Stiftung vergebenen test-Qualitätsurteilen für Herrennassrasierer der Marke Gillette (test 12/2010). Die Stiftung ist dem Rechtsstreit auf Seiten von Procter & Gamble beigetreten. Grund hierfür ist die Klagebegründung, nach der die der Werbung zugrunde liegenden Ergebnisse der Untersuchung methodisch fehlerhaft zustande gekommen seien.

Ergebnis: Das Landgericht Stuttgart wird den gerichtlich bestellten Sachverständigen zu seinem 2015 vorgelegten Gutachten im März 2017 anhören.

Irreführende Angebote zu Werbezwecken

Der Geschäftsführer der envitra Energie GmbH (nach Umfirmierung: DEG Deutsche Energie GmbH), Tilmann Raith, klagte gegen die Stiftung und eine Redakteurin auf Unterlassung und Schadenersatz. In der Sache ging es um zu Werbezwecken abgegebene Gutscheine für kostenlose Downloads, die zu Abonnements führten, und Internet-by-call-Angebote, die von der Stiftung als Tariftäuschung bewertet wurden. Das OLG München hat die Berufung des Klägers zurückgewiesen. Die Revision zum Bundesgerichtshof wurde nicht zugelassen.

Ergebnis: Über die vom Kläger hiergegen eingelegte Nichtzulassungsbeschwerde ist im Berichtsjahr nicht mehr entschieden worden.

Schutzfähigkeit des Unternehmens-Emblems in Presseveröffentlichungen?

Die DEG Deutsche Energie GmbH desselben Unternehmers hat mit ihrer Unterlassungsklage vor dem Landgericht Erfurt keinen Erfolg gehabt. Der Antrag richtete sich gegen die Verwendung des Unternehmens-Emblems envitra in einem Beitrag der Stiftung. Der Kläger sah hierin eine Urheberrechtsverletzung. Das Landgericht Erfurt hat die Klage abgewiesen, der Kläger hat hiergegen Berufung zum Thüringischen Oberlandesgericht in Jena eingelegt.

Ergebnis: Das Berufungsgericht hat im Januar 2017 die Berufung zurückgewiesen und die Revision zum Bundesgerichtshof nicht zugelassen.

Schwangerenrechte gegenüber Fitnessstudio

Der Inhaber eines Fitnessstudios hatte vor dem Landgericht Hamburg Klage auf Unterlassung und Schadenersatzfeststellung wegen Aussagen in dem Artikel „Klagedrohung von Fitnessstudio: Studios missachten Schwangerenrechte“ in www.test.de eingereicht. Er wandte sich gegen die Aussage der Stiftung, dass das Studio Frauenrechte bei Schwangerschaft dadurch verletze, dass die außerordentliche Kündigung nach den allgemeinen Geschäftsbedingungen verwehrt werde. Die Pressekommission hat die Klage abgewiesen, der Kläger hat hiergegen Berufung zum Hanseatischen Oberlandesgericht eingelegt.

Ergebnis: Der Kläger hat die Berufung zurückgenommen.

Ermittlungsverfahren wegen Verdachts des Kapitalanlagebetruges, Warnliste Geldanlage

Mit einer im Berichtsjahr erhobenen Hauptsacheklage hat die fairvesta Holding AG vor dem Landgericht München I ihren Kreuzzug gegen die Stiftung nach Abschluss der vorhergehenden Verfahren in gleicher Sache fortgesetzt. Sie hat, teilweise weitergehend, Klage auf Unterlassung eingereicht. Diese bezieht sich auf Aussagen der Stiftung in der Finanztest-Warnliste dubioser Geldanlagen und einer Finanztestmeldung, in der dem Unternehmen Anlagebetrug vorgeworfen worden war. Zuvor waren die Klägerin bzw. ihre verbundenen Unternehmen bereits seit dem Jahr 2013 in mehreren Verfahren über mehrere Instanzen vor den Gerichten in Köln und München in der Sache erfolglos geblieben.

Ergebnis: Nach Durchführung der mündlichen Verhandlung im Dezember ist im Berichtsjahr über die Klage nicht mehr entschieden worden.

Organisationsplan der Stiftung Warentest

Verwaltungsrat Vorsitzender

Prof. Dr. Andreas Oehler

Chefredaktion test

Anita Stocker

Bereich Untersuchungen

Dr. Holger Brackemann

Chefredaktion Finanztest

Heinz Landwehr

Thementeam Multimedia

Journalistischer Leiter
Henning Withöft

Wissenschaftlicher Leiter
Jörg Zymnossek

**Thementeam Geldanlage, Altersvorsorge,
Kredite und Steuern**

Journalistischer Leiter
Michael Beumer

Wissenschaftlicher Leiter
Stephan Kühnlitz

Thementeam Haus, Energie, Freizeit und Verkehr

Journalistischer Leiter
Werner Hinzpeter

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
Isabella Eigner

Wissenschaftliche Leiterin
Dr. Ursula Loggen

Verlagsherstellung

Rita Brosius

Verifikation

Prüfmustereinkauf

**Wissenschaftliches Team
Weiterbildung**

Vorstand

Hubertus Primus

Kuratorium Vorsitzender

Dr. Günter Hörmann

Bereich Finanzen, Personal und IT

Daniel Gläser

**Chefredaktion test.de, Leserservice,
Journalistisches Team Weiterbildung**

Andreas Gebauer

Abteilung Controlling und Finanzen

Dr. Petra Raderschall

Abteilung Kommunikation

Heike van Laak

Abteilung Personal

Claudia-Yvonne Lorsch

Abteilung Marketing und Vertrieb

Dorothea Kern

Abteilung Informationstechnologie (IT)

Andreas Schlien

Justiziar

Winfried Ellerbrock

Team Innerer Dienst

Gruppe Technischer Dienst

Norbert Böhmer

Lektorat Bücher

Niclas Dewitz

Gruppe Beschaffung und Information

Jörg Schnappauf

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 2016 bis 31. März 2020

Prof. Dr. Andreas Oehler (Vorsitzender)

Universität Bamberg, Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Volker Angres

Leiter der Redaktion Umwelt beim ZDF, Mainz

Maria Krautzberger

Präsidentin des Umweltbundesamtes, Dessau

Klaus Müller

Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv), Berlin

Prof. Dr. Lucia Reisch

Copenhagen Business School, Department of Intercultural Communication and Management

Isabel Rothe

Präsidentin der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin

Prof. Dr. em. Volker Wolff

Universität Mainz, Journalistisches Seminar

Vorstand

Hubertus Primus

Vorstand

Weitere Mitglieder der Geschäftsleitung:

Dr. Holger Brackemann, 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 2013 bis 30. September 2017

Ordentliches Mitglied	Stellvertretendes Mitglied
Vertreter der Verbraucher	
Dr. Günter Hörmann Verbraucherzentrale Hamburg	Eva Bell Verbraucherzentrale Berlin
Lukas Siebenkotten Deutscher Mieterbund	Sigrid Lewe-Esch Deutscher Evangelischer Frauenbund
Wolfgang Schuldzinski Verbraucherzentrale NRW	Petra Kristandt Verbraucherzentrale Niedersachsen
Dr. Ralph Walther Verbraucherzentrale Thüringen	Cornelia Tausch Verbraucherzentrale Baden-Württemberg
Manfred Westphal Verbraucherzentrale Bundesverband	Judith Vitt Verbraucherzentrale Bundesverband
Christoph Hahn DGB-Bundesvorstand	Martin Stuber DGB-Bundesvorstand
Vertreter der Wirtschaft	
Christoph Wendker Bundesverband der Deutschen Industrie	Dr. Werner Wolf Bundesverband der Deutschen Industrie
Dr. Thomas Förster Bundesverband der Deutschen Industrie	Dr. Alexander Dröge Markenverband
Dr. Sven Hallscheid Deutscher Industrie- und Handelskammertag	Barbara Meißner Deutscher Städtetag
Karin Voß Hauptverband des Deutschen Einzelhandels	Philipp Skorning Hauptverband des Deutschen Einzelhandels
Prof. Dr. Achim Stiebing Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft	Ute Pesch Zentralverband des Deutschen Handwerks
Dr. Jörg Frh. Frank von Fürstenwerth Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft	Dr. Olaf Langner Deutscher Sparkassen- und Giroverband
Neutrale Mitglieder	
Dr. Rainer Grielshammer Öko-Institut	Prof. Dr. Heinrich Heidt Bad Berka
Prof. Dr. Barbara Brandstetter Hochschule Neu-Ulm	Eva Günther Bonn
Prof. Dr. Herbert Kubicek Universität Bremen	Hans-Jörg Windberg Dortmund
Dr. Stefanie Märzheuser Bundesarbeitsgemeinschaft Mehr Sicherheit Für Kinder e. V.	Dr. Evelyn Hagenah Umweltbundesamt
Prof. Dr. Ulla Walter Medizinische Hochschule Hannover	Uwe Möller WDR
Prof. Dr. Reiner Wittkowski Bundesinstitut für Risikobewertung	Dr. Renate Beck Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit



Corporate Social Responsibility bei der Espressoproduktion: Beim Test von Espressobohnen wurden auch die Arbeitsbedingungen der Arbeiter vor Ort untersucht.



Impressum

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

Vorstand: Hubertus Primus

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

Verantwortlich für den Inhalt: Heike van Laak

Redaktion, Bearbeitung: Heike van Laak

Bildnachweis: Stiftung Warentest

Gestaltung: Martina Römer, www.nahtief.de

Druck: brandenburgische universitätsdruckerei und verlagsgesellschaft
potsdam mbh, www.bud-potsdam.de

Diese Publikation wurde auf 100 % Recyclingpapier gedruckt

Stand: 31. Dezember 2016 (soweit nicht anders angegeben)

ISSN 1617-9501