

DIGITALES ARCHIV

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

Periodical Part

Jahresbericht ... / Stiftung Warentest. 2022

Jahresbericht ... / Stiftung Warentest

Provided in Cooperation with:

Stiftung Warentest, Berlin

Reference: In: Jahresbericht ... / Stiftung Warentest Jahresbericht ... / Stiftung Warentest. 2022 (2022).

https://www.test.de/microsites/jahresbericht2022/epaper/SW_Jahresbericht-2022.pdf.

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/708477>

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. Alle auf diesem Vorblatt angegebenen Informationen einschließlich der Rechteinformationen (z.B. Nennung einer Creative Commons Lizenz) wurden automatisch generiert und müssen durch Nutzer:innen vor einer Nachnutzung sorgfältig überprüft werden. Die Lizenzangaben stammen aus Publikationsmetadaten und können Fehler oder Ungenauigkeiten enthalten.

<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. All information provided on this publication cover sheet, including copyright details (e.g. indication of a Creative Commons license), was automatically generated and must be carefully reviewed by users prior to reuse. The license information is derived from publication metadata and may contain errors or inaccuracies.



Jahres- bericht 2022



Katzenkajüte? Fellrockner?

Test Überwachungskameras (6/2022)

Kater Klaus haben die Tester diese Tierattrappe aus Kunststoff getauft, die in einer Klimakammer auf Körpertemperatur aufgewärmt wird. Anschließend – auf einer Art Laufband platziert – wird damit die Funktion der Tiererkennung der Überwachungskameras überprüft.

Jahresbericht / 2022



Vorwort

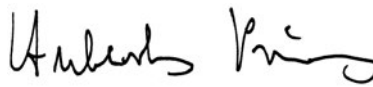
2022 war das Jahr der Krisen, ausgelöst durch den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine. Die Stiftung Warentest hat dies als verlässliche Begleiterin der Verbraucherinnen und Verbraucher besonders gefordert. Kurzfristig haben wir eine Reihe von Themen und Tests umgesetzt, die helfen, in puncto Energiesparen, Sparen im Haushalt und Geldanlage trotz Inflation die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Auch wenn wir bei test stärker als geplant im Abonnement verloren haben und der Zeitschriftenhandel weiter schwach ist, hat die Stiftung Warentest das Jahr 2022 mit einem positiven Ergebnis von 2,5 Millionen Euro abgeschlossen. Treibende Faktoren waren die gute Entwicklung von Finanztest mit einem Zuwachs des Abonnementbestands von 2 Prozent sowie ein Erlös-Plus von 2,8 Prozent bei test.de gegenüber dem bisherigen Rekordjahr 2021. Diese Umsatzsteigerung lag zwar deutlich unter dem in Friedenszeiten geplanten Wert, zeigt aber die Robustheit unseres Geschäftsmodells. Dafür spricht auch, dass die Einnahmen aus den Logolizenzen sich planmäßig entwickelten.

Bei der digitalen Transformation der Stiftung haben wir 2022 wesentliche Meilensteine erreicht. Neben der kontinuierlichen Verbesserung unseres digitalen Angebots gehörten dazu die weitere Flexibilisierung der Testplanung und die schrittweise Einführung von "Online first". Ein neuer redaktioneller Newsletter, den die Mitglieder der Chefredaktion wöchentlich im Wechsel schreiben, beleuchtet Wissenswertes zur Stiftung auch jenseits aktueller Tests.

Der Change-Prozess kann nur erfolgreich fortgesetzt werden, wenn wir unsere wichtigste Ressource, das kompetente und motivierte Stiftungsteam, weiter stärken. Daher haben wir 2022 ein neues Team Personalentwicklung innerhalb der Personalabteilung gegründet. Zudem erarbeiteten wir neue Raumnutzungskonzepte. Bei der Stiftung Warentest können die Mitarbeitenden frei wählen, ob sie mobil oder im Büro arbeiten. Zug um Zug werden mehr flexible Arbeitsplätze und Gemeinschaftsräume geschaffen. Die bisherigen Erfahrungen sind positiv, der Prozess wird 2023 fortgesetzt. Nicht zuletzt erarbeiteten wir in einem stiftungsweiten Projekt das neue „Zukunftsbild der Stiftung Warentest“, es wird 2023 eingeführt.

Dank nachlassendem Pandemiegesehen konnten wir 2022 endlich wieder Veranstaltungen ohne nennenswerte Einschränkungen durchführen. Highlight war die Preisverleihung „Jugend testet“ in Anwesenheit von Bundesverbraucherschutzministerin Steffi Lemke und mit beeindruckenden Preisträgern, die die Jury aus 826 Einreichungen – so vielen wie noch nie – ausgewählt hatte. Auf unserem traditionellen Parlamentarischen Abend gemeinsam mit dem vzbv waren zahlreiche Mitglieder des Deutschen Bundestags präsent. Nicht zuletzt war es uns eine Freude, in diesem Jahr Organisator des internationalen Fußballturniers der Testorganisationen zu sein, die im Rahmen der ICRT zusammenarbeiten.



Hubertus Primus
Vorstand



Schluckimpfung? Stehempfang?

Test Birnensaft (4/2022)

Wie bei vielen Lebensmitteltests ist auch bei diesem Saft-Test das so genannte sensorische Urteil besonders wichtig. Fünf Prüfpersonen verkosteten die anonymisierten, gut geschüttelten Säfte bei einer Produkttemperatur von ca. 20 Grad Celsius unter gleichen Bedingungen, aber in unterschiedlicher Reihenfolge. Sie beschrieben Aussehen, Geruch, Geschmack und Mundgefühl.

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-Hefte 2022
35 / Finanztest-Hefte 2022
36 / test.de
40 / Leserservice
42 / Bücher
44 / Die Bücher 2022
46 / Marketing und Vertrieb

50 / Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
52 / Mitarbeit bei anderen Institutionen

54 / Wirtschaftsdaten

60 / Kommunikation
64 / Jugend und Schule

66 / Nachhaltigkeit

69 / Rechtsangelegenheiten

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

Digitale Transformation

Die Herausforderungen der digitalen Transformation sind fester Bestandteil der Agenda von Geschäftsleitung und Verwaltungsrat der Stiftung Warentest: Wie müssen wir auf neue Geschäftsmodelle, zunehmende Komplexität und sich verändernde Lesegewohnheiten reagieren?

Wir gestalten gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Wandel. Denn bei der digitalen Transformation geht es nicht allein darum, in den sozialen Netzwerken aktiv zu sein, neue Soft- und Hardware einzuführen oder Daten über die Nutzung der eigenen Produkte zu erheben. Sie betrifft die komplette Organisation und erfordert neue Denk- und Arbeitsweisen. Dahinter steht ein Kulturwandel, der an manchen Stellen schmerzhaft ist. Wir müssen Liebgewonnenes über Bord werfen, uns auf unbekanntes Terrain begeben. Umso wichtiger ist es, dass der Vorstand und die Geschäftsleitung voll hinter den Veränderungsprozess stehen, Freiräume für Neues geben und eine positive Fehlerkultur etablieren.

Nachdem wir im Jahr 2021 unsere Chefredaktionen neu organisiert, das Team Produktmanagement gegründet und test.de gerelauncht haben, hatten wir uns auch für 2022 viel vorgenommen: Wie schaffen wir es, in unserer Untersuchungsplanung flexibler und schneller auf die Bedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher zu reagieren? Gerade der Krieg in der Ukraine hat uns unter tragischen Umständen vor Augen geführt, wie schnell sich Märkte verändern können und Themen plötzlich an Relevanz gewinnen, die zuvor in unserer Themenplanung keine Rolle gespielt haben: Strommessgeräte etwa,

wassersparende Duschköpfe oder sämtliche Fragen rund um Inflation und die Zinswende. Damit wir Verbraucherfragen zu solch aktuellen Themen fundiert, aber zugleich schnell beantworten können, haben wir unsere Planungsprozesse angepasst, Prüfprogramme verändert und auch die Verifikation und die Medienarbeit auf die neuen Arbeitsweisen umgestellt.

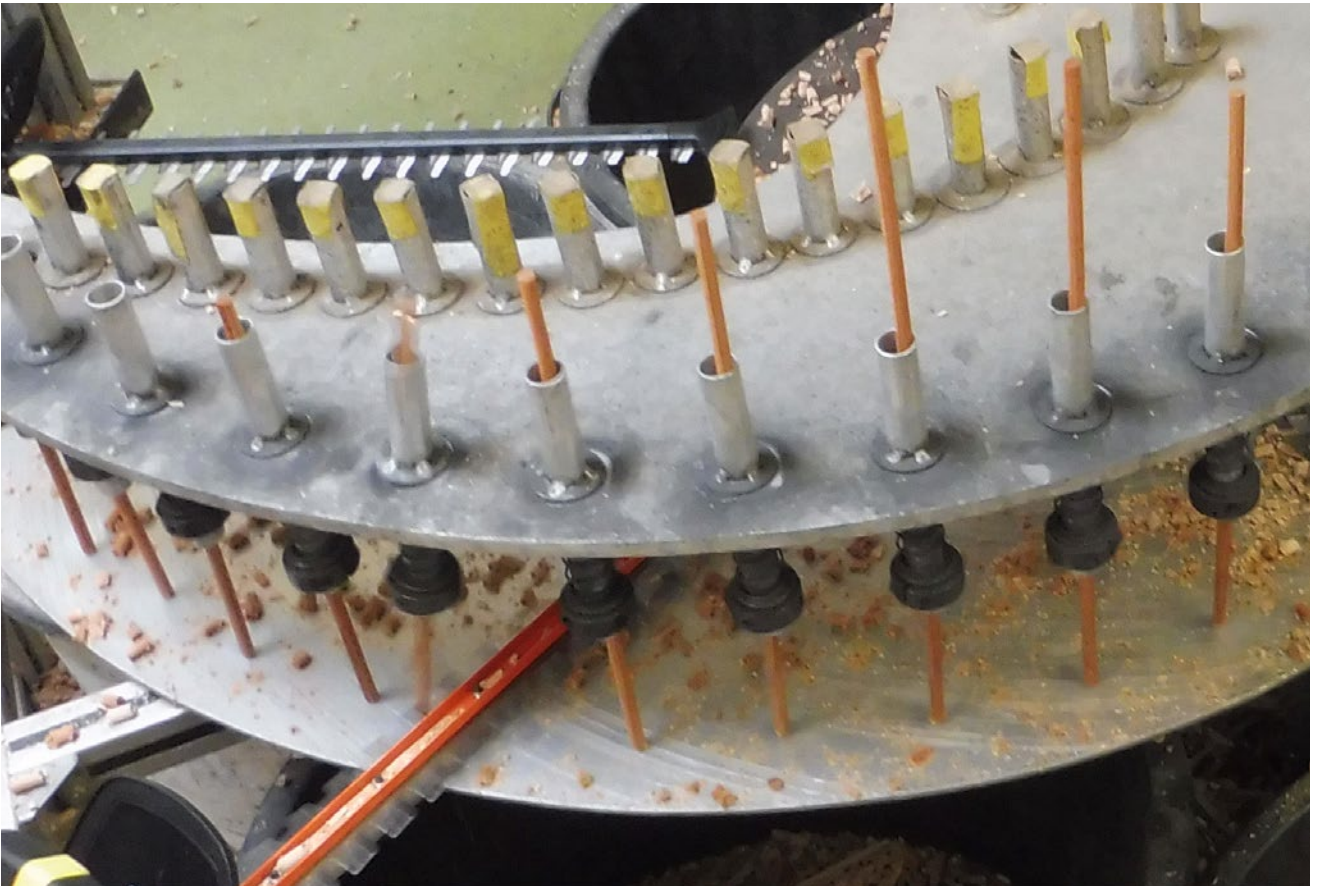
Auch bei einer anderen Frage, die uns im vergangenen Jahr beschäftigt hat, spielte die Perspektive unserer Leserinnen und Leser eine zentrale Rolle: Wie gewährleisten wir, dass wir in unseren Untersuchungen wirklich die Fragen aufgreifen, die für unser Publikum auch relevant sind? Wie können wir sicherer darin werden, dass wir Eigenschaften testen, die das Verbraucherverhalten widerspiegeln? Dazu haben unsere Expertinnen ein komplettes Methodenset entwickelt, das nun dem ganzen Haus als Leitfaden dient – damit wir auch weiterhin so relevant bleiben, wie wir es heute sind.



Pilotenausbildung? Coronaprävention?

Test Fitness-Tracker (5/2022)

Ein Hobbysportler wird mit einem Referenzgerät aus der sportmedizinischen Leistungsdiagnostik ausgestattet. Damit prüften die Tester, wie genau die Fitness-Tracker und Smartwatches im Test den Kalorienverbrauch angeben.



Wunderkerzen? Orgelpfeifen?

Test Heckenscheren (8/2022)

Wie gut die Geräte im Test schneiden, erprobten wir nicht nur an echten Hecken, sondern auch im Labor an gewässerten Buchenstäben mit einem Durchmesser von 10, 12 und 14 Millimetern.

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 sowie der Tests von Aktionsware und Neuheiten.

Die Darstellung der Testarbeit 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 test.de eingestellt werden, wo sie jederzeit abrufbar sind.

Untersuchte Produkte 2022

24 545 / Geldanlage und Altersvorsorge

3 015 / Recht und Leben

1 516 / Versicherungen

1 160 / Bauen und Wohnen

860 / Multimedia

351 / Haus und Energie

426 / Ernährung und Kosmetik

291 / Freizeit und Verkehr

327 / Gesundheit

Warentests und CSR-Untersuchungen

Die meisten Menschen in Deutschland verbinden mit der Stiftung Warentest Tests von Produkten wie Matratzen, Waschmaschinen oder Smartphones. 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.

Bereits 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 2022

53 / Multimedia

26 / Haus und Energie

23 / Ernährung und Kosmetik

19 / Freizeit und Verkehr

3 / Gesundheit

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 Expertinnen und Experten.

Dienstleistungstests 2022

40 / Geldanlage und Altersvorsorge

9 / Versicherungen

6 / Recht und Leben

4 / Gesundheit

3 / Multimedia

3 / Bauen und Wohnen

3 / Freizeit und Verkehr

1 / Haus und Energie

Marktübersichten und unter- suchungsgestützte Reports

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

nahmen – 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.

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

Marktübersichten und unter- suchungsgestützte Reports 2022

78 / Recht und Leben

40 / Geldanlage und Altersvorsorge

11 / Bauen und Wohnen

8 / Gesundheit

9 / Versicherungen

4 / Haus und Energie

1 / Ernährung und Kosmetik



Eisblumen? Korallenriff?

Test Schimmel-Entferner (2/2022)

Petrischale, in der Pilzkulturen für den Test gezüchtet wurden. Die weißlichen Fäden sind die Wachstumsorgane des Schimmelpilzes (Mycele), aus denen später die Fruchtkörper wachsen, die sogenannten Sporen.

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. Deshalb ist heute 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 10 300 Euro (ein Jahr im Lizenzmodell Silber: Werbung am Produkt, in Verkaufsstellen, in Werbematerialien, in Zeitungen und Zeitschriften sowie im Internet) und 59 300 Euro an (drei Jahre im Lizenzmodell Gold: Werbung zusätzlich auch in Kino und Fernsehen).

2022 wurden 627 Lizenzverträge abgeschlossen (2021: 667), wovon 584 auf das Lizenzmodell Silber entfielen (2021: 610). Die meisten Lizenzverträge betrafen Produkte aus den Bereichen Haushalt und Garten

(36 Prozent), Multimedia (18 Prozent) sowie Versicherungen (16 Prozent).

Die RAL gGmbH veranlasst eine regelmäßige und systematische Kontrolle der Medien und des Marktes auf missbräuchliche Werbung. Dazu wurden über 53 Geschäfte, 86 000 Handzettel und Händlerprospekte, rund 30 Webshops, 19 TV-Kanäle mit 197 TV-Spots, 80 Prozent der nationalen Werbekampagnen im Kino, 160 Tageszeitungen sowie rund 321 Publikums- und 147 Fachzeitschriften mehrmals im Jahr 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 2022 beanstandete die RAL gGmbH in 480 Fällen die Werbung von Unternehmen (2021: 381 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 2022 wurden 93 Produkte geprüft. Bei den Nachtests wurden bei einem Dienstleistungsangebot zu beanstandende Änderungen festgestellt; der Lizenzvertrag wurde außerordentlich gekündigt (2021 war dies bei fünf Produkten der Fall). Die betreffenden Produkte werden auf www.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, bei einigen Tests hatten wir die Federführung. Besonders wichtig bei der Zusammenarbeit im Rahmen von ICRT sind die kontinuierlichen Testvorhaben, in deren Rahmen teilweise mehr als 100 Produkte pro Jahr untersucht werden. Die Stiftung war 2022 an den Tests von Kameras, Smartphones, Antivirus-Software, Lautsprechern, Kopfhörern, Fernsehern, Routern, 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 33 Untersuchungen der Stiftung veröffentlicht (Vorjahr: 36).

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. Weitere Informationen: <https://prompt-project.eu/>.

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 bei Consumers International (CI).



Trödellden? Grüne Woche?

Test Camcorder (6/2022)

Hier geht es um Belichtung, Kontrastumfang, Farbwiedergabe (insbesondere von Hauttönen), Bildrauschen und Schärfeeindruck: Mit allen Testgeräten wurden Aufnahmen im Automatik-Modus bei Raumbelichtung (140 Lux) von diesem Ensemble gemacht. Unsere Probanden beurteilen anhand der verschiedenen Gegenstände die Belichtung.



Vernissage? Transmediale?

Test Camcorder (6/2022)

Hier geht es um die Bildstabilisierung: Die zu prüfende Kamera ist oben auf die Plattform eines programmierbaren Rüttelstandes montiert, um die Wackelbewegungen freihändiger Aufnahmereihen sowohl bei langen Brennweiten als auch bei wenig Licht definiert und immer wieder vergleichbar zu prüfen. Die in den Aufnahmen ersichtliche Bildschärfe wird anschließend bewertet.

Untersuchungen

Die Energiekrise und die hohe Inflation infolge des Ukrainekriegs belasten Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland. Was hilft wirklich, um Energie zu sparen? Wie lassen sich unnötige Ausgaben im Haushalt vermeiden? Und wie sollten Anlegerinnen und Anleger reagieren? Die Stiftung Warentest hat ihre Testplanung 2022 geändert und ergänzt, um den Menschen umfassende und aktuelle Antworten auf diese Fragen zu geben.

Multimedia

Erstmals seit über zehn Jahren nahm das Team Multimedia Strommessgeräte unter die Lupe und fand Produkte, mit denen sich für wenig Geld Stromfresser im Haushalt enttarnen lassen. Getestet wurden auch Mietangeboten für Elektrogeräte und deren Sparpotenzial. Viele Produktgruppen im Multimedia-Bereich werden kontinuierlich getestet. Nur so lassen sich die Märkte mit den unterjährig neu erscheinenden Produkten abbilden. Die Ergebnisse werden zeitnah „online first“ auf test.de veröffentlicht. Ergänzend zu den bereits kontinuierlich laufenden internationalen Gemeinschaftstests (Fernseher, Kopfhörer, Lautsprecher, Kameras, Smartphones und Antivirus-Software) wurden 2022 zusammen mit den Partnern das erste Mal Smartwatches und Fitnessarmbänder getestet. Die durch die internationale Zusammenarbeit reduzierten Prüfkosten ermöglichte eine noch größere Markenauswahl. Der Produktfinder auf test.de bildet somit fast den gesamten Markt der sogenannten Wearables ab.

Der erste 5G-Mobilfunk-Test zeigte nicht nur die aktuelle Versorgung sowohl in Städten als

auch im ländlichen Bereich, sondern bestätigte auch, dass die neue Technik schnellere mittlere Datenraten liefert. Zudem testeten wir Powerbanks, mit denen Mobilfunktelefone fernab jeder Steckdose geladen werden können. CO₂-Messgeräte sind ein sinnvolles Hilfsmittel nicht nur im Kampf gegen Viren, sondern helfen zudem gegen Konzentrationschwäche in langen Besprechungen – auch diese Geräte testeten wir im Jahr 2022.

Haushalt und Garten

Akkustaubsauger erfreuen sich seit einigen Jahren großer Beliebtheit. Konnten erste Geräte vor allem bei der Saugleistung nicht mit kabelgebundenen Geräten mithalten, so gibt es mittlerweile einige Produkte, die im Gruppenurteil Saugen mit Gut bis Sehr gut abschneiden. Im Jahr 2022 haben wir uns erstmals den ökologischen Fußabdruck der Akkusauger angeschaut. Das Ergebnis: Im Vergleich zu Kabelsaugern schneiden Akkusauger deutlich besser ab. Das liegt vor allem am hohen Stromverbrauch der kabelgebundenen Geräte. Allein damit häuft ein Kabelgerät fast so viele Schadenspunkte an wie ein Akkusauger im gesamten Lebenszyklus. Die ökologischen Auswirkungen von Produktion, Transport und Entsorgung liegen dagegen auf etwa gleicher Höhe.

Das Thema Energiesparen bildete auch im Bereich Haushalt und Garten einen Schwerpunkt. So ermittelten wir in einem untersuchungsgestützten Report, wie sich Investitionen in Solarthermie und Gebäudedämmung auf die jährlichen Energiekosten und die Klima- und Umweltbelastung

auswirken. Die Berechnungen zeigen, dass insbesondere die Kombination von großer Solaranlage und sehr guter Wärmedämmung den Gasverbrauch von Bestandsimmobilien deutlich senkt. Allerdings sind die Investitionen hoch und amortisieren sich nur unter der Annahme deutlich steigender Gaspreise. Doch auch ohne große Investitionen lässt sich viel Energie sparen. Unsere Testanalysen und Berechnungen haben gezeigt, dass mit vielen kleinen Tricks eine Familie mit drei Kindern über 1 000 Euro im Jahr einsparen kann. Das höchste Energieeinsparpotenzial fanden wir beim Duschen mit warmem Wasser, aber auch bei der Verwendung von programmierbaren Heizkörper-Thermostaten. Das Waschen im Energiesparprogramm und der Verzicht auf Wäschetrockner helfen ebenfalls, die Energiekosten spürbar zu senken. Will man gezielt Gas zum Heizen einsparen, sind elektrische Heizungen eine Alternative. In einem vergleichenden Report ermittelten wir das Einsparpotenzial von Heizgeräten wie Heizdecke, Heizlüfter, Infrarotheizung, Klimaanlage oder Radiator im Vergleich zur Gasheizung. Klimaanlage stellen die effizienteste Variante dar; Heizdecken verursachen die geringsten Kosten, heizen aber nicht den gesamten Raum. Alle anderen Geräte verursachen hohe Kosten und sind als dauerhafte Alternative zum Heizen mit Gas nicht empfehlenswert.

Die Stiftung Warentest prüft seit Jahren regelmäßig Matratzen auf einer starren Unterlage. Anbieter von Matratzen empfehlen aber oft spezielle Lattenroste als Matratzenunterlage. Daher haben wir im Jahr 2022 eine Auswahl von Schaumstoffmatratzen sowohl auf starrer Unterlage als auch in Kombination mit einem

Lattenrost desselben Anbieters geprüft. Der Vergleich der Liegeeigenschaften zeigt: Oft verschlechtern sich die Liegeeigenschaften mit einem Lattenrost, insbesondere für Schlafende in Rückenlage. In Seitenlage ist bei den meisten Produkten kein Unterschied spürbar, nur drei der zehn geprüften Kombis stützen den Körper teils etwas besser ab.

Freizeit und Verkehr

Der wachsenden Anzahl von elektrisch betriebenen PKW widmeten wir uns mit zwei Untersuchungen. Im Test von Wallboxen, speziellen Ladestationen für die eigene Garage, prüften wir das Zusammenspiel der Produkte mit fünf verschiedenen E-Autos. Zehn der zwölf getesteten Produkte schnitten gut ab. Sie laden die geprüften Fahrzeuge zuverlässig und sicher. Bei zwei Wallboxen stellten wir jedoch Mängel bei der elektrischen Sicherheit fest. In einem weiteren Test von Ladesäulen-Apps für E-Autos untersuchten wir, wie gut unterschiedliche Apps bei der Suche nach einer geeigneten Ladesäule unterstützen und wie hilfreich die jeweiligen Informationen zur Verfügbarkeit und zu den Ladekosten sind. Nicht alle Apps zeigen zuverlässig freie Ladestationen an.

Überrascht haben uns die Ergebnisse der Untersuchung von Crosstrainern: Sieben von acht geprüften Modellen fielen im Test durch. Schadstoffe in den Griffen, falsche Trainingswerte und sogar gebrochene und verbogene Handläufe waren die Ursachen. Bei diesen Fitnessgeräten müssen die Anbieter deutlich nachbessern.

Erstmals nahmen wir Hundespielzeug unter die Lupe. Können Hunde und Menschen mit den Spielzeugen sorglos spielen oder gibt es Risiken durch Schadstoffe? Von 15 exemplarisch ausgewählten Bällen, Quietschtieren und -knochen waren elf unbedenklich; vier enthielten krebserregende Stoffe. In einer weiteren Schadstoffuntersuchung standen Gegenstände für den Schulbedarf im Mittelpunkt. Wir prüften Textmarker, Tintenroller und Tinten auf diverse Schadstoffe. Das Ergebnis ist unerfreulich. Viele der geprüften Textmarker und Tintenroller sind stark schadstoffbelastet und damit mangelhaft. Die meisten Tintenpatronen hingegen können wir empfehlen. Waren im Jahr 2018 noch fünf von sechs Patronen mangelhaft, ist es jetzt nur noch eine von neun.

Dank des wachsenden Online-Handels boomt der Versand von Paketen. Wir testeten fünf Paketdienste, die Sendungen von und an Privatpersonen verschicken. Meist kamen sie pünktlich und heil an. Unterschiede gab es bei den Informationen zum Sendungsverlauf und zur Zustellung und beim Einhalten von Zustellzeiten. Außerdem untersuchten wir das Engagement der Anbieter im Hinblick auf Arbeitsbedingungen und Maßnahmen zum Umweltschutz. Die Arbeitsbedingungen in der Branche galten lange als prekär. In unserer CSR-Untersuchung im Jahr 2014 wurden noch drei von fünf Diensten mit mangelhaft bewertet. Das Ergebnis 2022 fällt deutlich besser aus: Ein Anbieter ist gut, vier sind befriedigend.

Ernährung, Kosmetik und Gesundheit

Versandapotheken haben inzwischen einen festen Platz in der Arzneimittelversorgung der Verbraucherinnen und Verbraucher. Für unseren Vergleich haben wir fachliche Qualität und Service von elf umsatzstarken Unternehmen geprüft. Auch haben wir ergründet, wie gut die Anbieter persönliche Daten schützten. Bei der fachlichen Qualität enttäuschten viele Versender. Unter anderem wiesen sie nicht ausreichend auf Wechselwirkungen zwischen bestellten Medikamenten hin. Außerdem hinterfragten sie zu wenig, ob gewünschte rezeptfreie Mittel für die Patientinnen und Patienten überhaupt geeignet sind. Auch beim Schutz der persönlichen Daten konnten wir Entwicklungspotentiale aufzeigen. Für unsere Leser leiteten wir Ratschläge ab, beispielsweise wie sie seriöse Versandapotheken erkennen, Rezepte einreichen und fachliche Fragen an die Online-Apotheken stellen können.

Auch im Jahr 2022 haben wir viele Medikamente aus dem verschreibungspflichtigen und rezeptfreien Markt bewertet, darunter Magenmittel und Medikamente für Hauterkrankungen. Viele Arzneistoffe werden nicht in Deutschland produziert, sondern stammen aus Fernost. Erstmals befragten wir die Pharmahersteller auch zu Arbeits- und Umweltbedingungen bei der Herstellung der Medikamente, zu denen Nutzerinnen und Nutzer 2021 am häufigsten Informationen auf test.de aufgerufen haben, etwa den Blutverdünner Plavix und das Gürtelrose-Mittel Zostex. Leider konnten wir nur wenig Transparenz schaffen; die Antworten der Pharmahersteller waren dürftig.

Etwa jeder zweite Mensch in Deutschland hat im Laufe eines Jahres mit Kopfschmerzen zu kämpfen. Zum Glück lässt sich das in vielen Fällen durch rezeptfreie Medikamente lindern. Für Menschen, die häufig von Kopfschmerz heimgesucht werden, haben wir geprüft, ob und wie sie von Kopfschmerz-Apps profitieren können. Damit lässt sich ein Schmerztagbuch führen, was für die Differentialdiagnose und individuelle Therapie im Gespräch mit dem Arzt nutzbringend ist. Die besten Apps warnen zum Beispiel auch vor einer zu häufigen Einnahme von Schmerzmitteln.

Zahngesundheit steht im Fokus des Interesses vieler Verbraucher. Auch im Jahr 2022 haben wir elektrische Zahnbürsten und Zahncremes für Erwachsene untersucht. Gute Zahnbürsten und sehr gute Zahncremes müssen demnach nicht teuer sein. Der zusätzliche Test von Kinderzahncremes fiel enttäuschend aus: Fast die Hälfte der Produkte weist nicht die zum Schutz vor Karies geforderten Flouridgehalte auf. Dafür ist in gut der Hälfte das überflüssige Pigment Titandioxid enthalten; oral aufgenommen steht es unter Verdacht, das Erbmateriale zu schädigen. Da kleine Kinder noch nicht richtig ausspucken können und ein Teil der Zahncreme verschluckt werden kann, bewerteten wir das negativ. Wir orientierten uns dabei an Lebensmitteln, in denen der Stoff seit August 2022 nicht mehr als Zusatzstoff eingesetzt werden darf.

Was früher stets flüssig war, gibt es jetzt auch im Stück: Bodylotions. Wir haben Lotionen zur Pflege trockener Haut aus beiden Gruppen getestet. Erstmals prüften wir hierbei, welche Produkte besser pflegen und

welche schonender für die Umwelt sind. In der Feuchtigkeitsanreicherung schneiden die herkömmlichen flüssigen Produkte besser ab. Dafür sind die neuen „festen Lotionen“ von Rohstoff über die Herstellung bis zur Entsorgung besser für die Umwelt. Bei den Flüssigen kommt es auch auf die Verpackung an. Erkenntnis aus der Untersuchung: Auf Pumpspender sollte man aus Umweltsicht besser verzichten.

Handlich, würzig, mit Biss: Für viele gehört die Bratwurst zum Grillen dazu. Der Klassiker mit Fleisch hat inzwischen Konkurrenz auf dem Rost bekommen – die Veggie-Bratwurst. Wir haben daher Würstchen aus beiden Gruppen geprüft: Die Produktsegmente haben ihre eigenen Stärken und Schwächen. Insgesamt erzielten sie recht gute Ergebnisse. Unter den guten Produkten waren auch preiswerte.

Recht erfreulich waren die Ergebnisse unseres Schadstofftests von Rooibosteestees. Wir untersuchten diese Teesorte aus Südafrika erstmalig und fanden bei den sechs untersuchten Schadstoff(grupp)en nur bei Chlorat auffällige Gehalte. Ein Bioprodukt überschreitet die gesetzlichen Höchstgehalte. In der mikroskopischen Kontrolle konnten wir erkennen, dass es sich in den Tees nur um rooibos-typische Blatt- und Holzstücke ohne Beimengungen handelte.

Kleinkinder, die nicht gestillt werden, sind auf Anfangsmilch angewiesen: Diese muss das Baby ab der Geburt rundum und sicher versorgen. Die meisten Pre-Nahrungen in unserem Test sind erfreulich gut – aber nicht jedes Markenprodukt. Wir prüften neben den Pulvern zum Anrühren erstmalig auch

fertige flüssige Portionseinheiten für unterwegs. Erfreulich: Im Vergleich zum Test vor sechs Jahren sind die Gehalte an schädlichen Umwandlungsprodukten aus der Fettraffination – Glycidyl- und 3-MCPD-Ester – gesunken. Gleiches gilt für Chlorat- und Perchlorat-Konzentrationen, die etwa über Desinfektionsmittel in die Produkte gelangen können.

Pünktlich zur Fußball-WM untersuchten wir Kartoffelchips. Leider fiel jedes zweite Produkt wegen Schadstoffen auf. Fünf fielen ganz durch, darunter ein bekannter Markenhersteller. Vor allem Acrylamid aus Erhitzungsvorgängen aber auch kartoffelbürtige Glykoalkaloide, die nach dem Verzehr Magen-Darmbeschwerden hervorrufen können, verderben die Freude am Knabberspaß. Für Fans des fettreichen Vergnügens können wir aber auch vier gut bewertete nennen.

Geldanlage, Altersvorsorge, Bauen und Wohnen

Die Auswirkungen der Krise infolge des Krieges waren Thema vieler Veröffentlichungen in Finanztest und auf test.de. Wie kann man helfen, wie spenden, wie spart man Energie und wie kann man besonnen anlegen? Das sind nur einige der Fragen, auf die wir schon zu Beginn der Krise Antworten gegeben haben. Im Verlauf des Jahres haben wir uns auch um viele spezielle Anlegerfragen gekümmert: Was passiert mit Aktien aus Russland, wie reagieren Fonds mit russischen Anlagen? Welche Indizes sind abhängig von russischen Einzelwerten? Wie sind russische Bankanlagen in Deutschland abgesichert?

Schon Mitte des Jahres wirkten sich die hohen Inflationserwartungen negativ auf die Baufinanzierungszinsen aus. In allen Laufzeitenbereichen stiegen die Zinsen sehr stark an. Anders dagegen der Anlagebereich, dort erhöhten sich die Zinsen nur langsam. In der zweiten Jahreshälfte 2022 hat dann die Europäische Zentralbank mehrere Zinsschritte vollzogen und damit auch Bewegung in den Anlagemarkt gebracht. Negative Zinsen sind verschwunden, in den Laufzeiten über einem Jahr wurden wieder Zinsen von über ein Prozent gezahlt. Nur das Tagesgeld hinkte noch etwas hinterher. Bei den Anlagezinsen haben wir uns dann entschlossen, in der zweiten Jahreshälfte die zweiwöchentliche Aktualisierung der Produktfinder auf test.de auf weitgehend tagesaktuelle Zinsangaben umzustellen.

Im November 2022 haben wir erstmals die Kosten des Kaufs und der Lagerung von Krypto-Anlagen wie Bitcoin und Ethereum untersucht und große Preisunterschiede bei unterschiedlichen Verwahrformen festgestellt.

Im Baufinanzierungsbereich gab es einen Feldversuch mit einem neuen Thema: Wie funktioniert die sogenannte Immobilienrente? Diese Angebote wurden im gesamten Jahr 2022 in vielen Medien stark beworben. Auch in den Verbraucherzentralen häuften sich die Nachfragen zu diesem Thema. Unser Testdesign war einfach, aber wirkungsvoll. Wir haben mehrere Personen, die alle über 70 Jahre alt waren, bei einem fiktiven Verkauf oder Teilverkauf ihres Hauses begleitet. Mit den Ergebnissen dieses Praxistests konnten wir viele Vor- und Nachteile der verschiedenen Angebotsvarianten aufdecken und

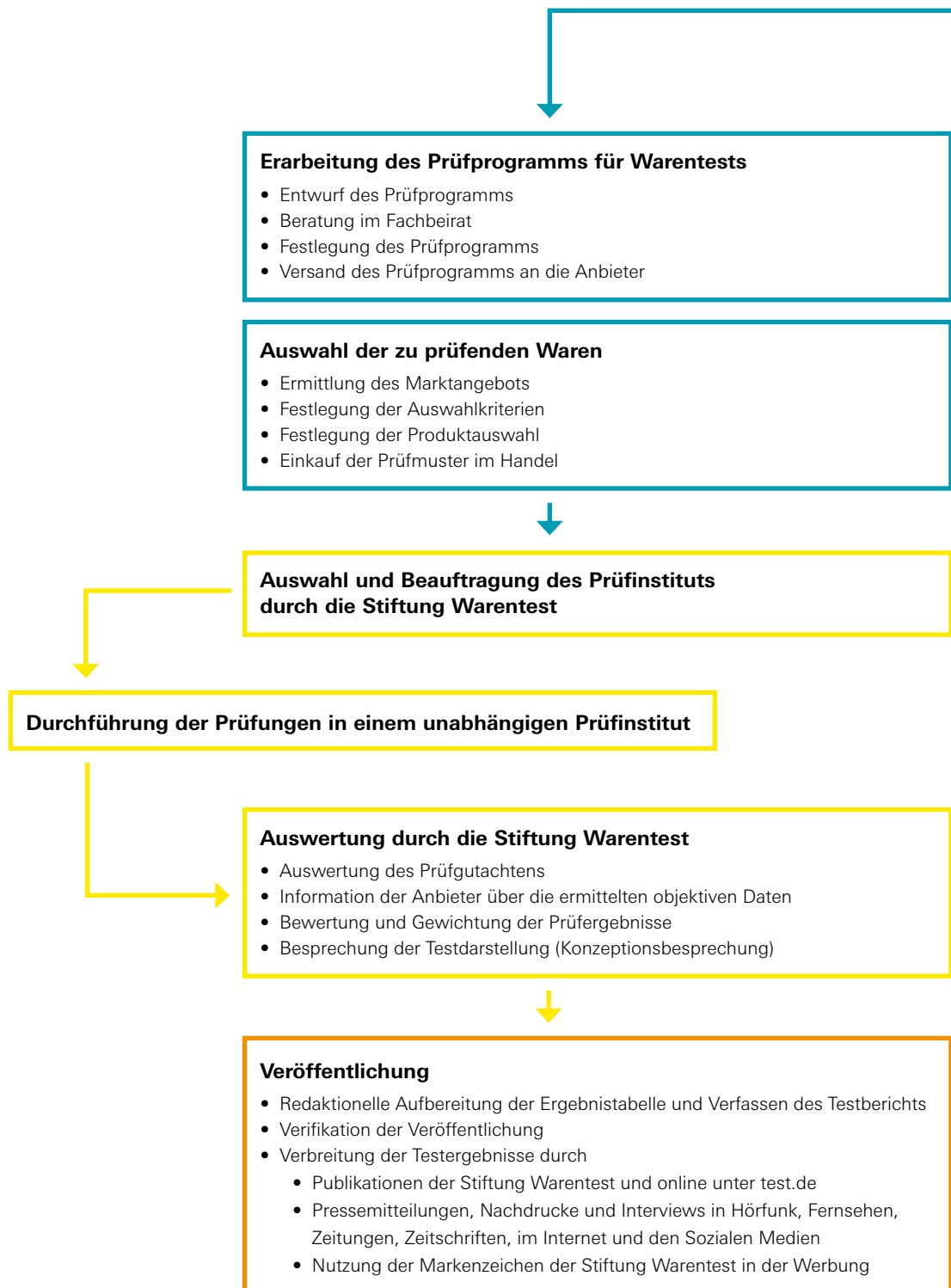
Verbraucherinnen und Verbraucher vor den größten Haken warnen.

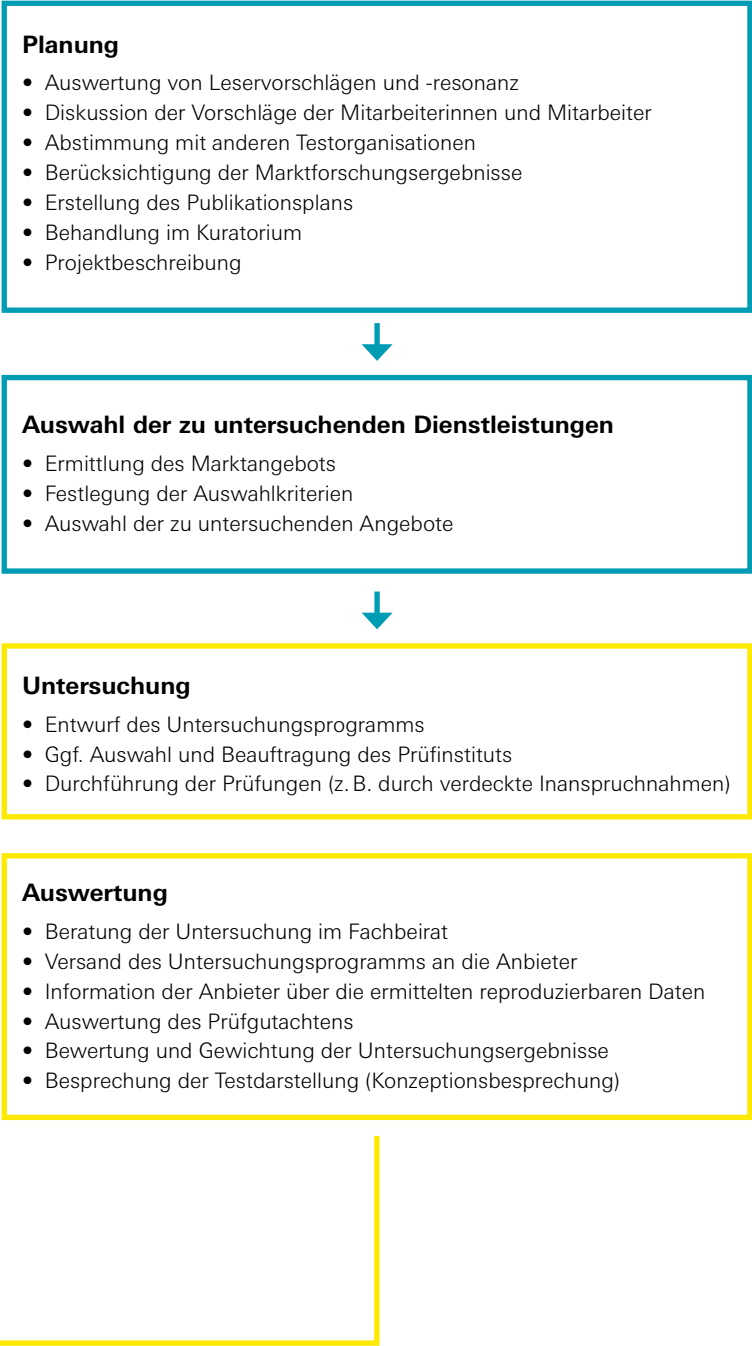
von Akku, Ladekabel und Wallbox, Bedienfehlern und Tierbiss) genau analysiert und ihr Leistungsspektrum transparent gemacht.

Versicherungen

Beim Einstieg in die Elektromobilität stellen sich viele Fragen: Welche Förderungen gibt es? Wie kann ich von der Treibhausgasminierungsquote (THG-Quote) meines E-Fahrzeugs profitieren? Gibt es spezielle Autostrom-Tarife für zuhause? Welche Versicherung brauche ich? Im Jahr 2022 untersuchten wir erstmals, wie private E-Mobilisten am THG-Quotenhandel teilnehmen können, was dabei zu beachten ist, wie viel Geld sie für eingesparte CO₂-Emissionen steuerfrei erhalten können und wie die THG-Prämie nachhaltig eingesetzt werden kann. Dabei ergab sich: Nur 14 von 36 THG-Dienstleistern haben verbraucherfreundliche Verträge. Bei der Wahl eines passenden Stromtarifs können Verbraucherinnen und Verbraucher zwischen Kombitarifen und speziellen Autostromtarifen wählen. Unsere Untersuchung zeigte, dass Autostromtarife, die einen eigenen Zähler benötigen, nicht immer günstiger sind als normale Haushaltsstromtarife. Überraschend war die Erkenntnis, dass regionale Anbieter, die in der Regel bei den großen Verkaufsportalen im Internet fehlen, in beiden Varianten oft die günstigsten Tarife im Angebot haben. Nachfragen beim lokalen Stromversorger lohnt sich also. Völlig auf sich gestellt waren bisher Verbraucherinnen und Verbraucher, wenn sie sich über Kfz-Haftpflicht- und Vollkaskotarife für Elektroautos informieren wollten. Wir haben deshalb alle verfügbaren Tarife hinsichtlich ihrer Besonderheiten für Elektroautos (unter anderem Versicherung

Ablauf von Waren- und Dienstleistungstests





```
graph TD; A[Planung] --> B[Auswahl der zu untersuchenden Dienstleistungen]; B --> C[Untersuchung]; C --> D[Auswertung];
```

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 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

Mehrere Monate dauert ein komplett neuer Produkttest der Stiftung Warentest von der Idee übers Entwickeln eines Prüfprogramms nach wissenschaftlichen Methoden bis zur Veröffentlichung, selbst wenn es schnell gehen muss. In normalen Zeiten ist das mit vorausschauender Planung kein Problem. Aber die Zeiten sind nicht normal. Anfang 2022 begann Russland einen Krieg gegen die Ukraine, die Inflationsraten stiegen auf zeitweise über 10 Prozent und ein harter Lockdown in China brachte die weltweiten Lieferketten ins Stocken.

Verbraucherinnen und Verbraucher hatten plötzlich drängende Fragen, für viele waren sie sogar existenziell: Wie sparen wir Strom und Heizenergie? Wie können wir uns für den Fall vorbereiten, dass im Winter die Gasreserven nicht reichen? Wie kommen wir trotz der Preissteigerungen mit unserem Geld über die Runden?

Die test-Redaktion hat zügig reagiert und ihre inhaltliche Planung an die neuen Anforderungen angepasst. In der Zeit, bis neue Tests durchgeführt und ausgewertet waren, hat sie die drängenden Fragen auf Basis kleinerer Untersuchungen und vorhandener Ergebnisse beantwortet. Dank der Zusammenarbeit mit internationalen Partnern konnte sie dabei auch Testergebnisse anderer europäischer Verbraucherschutzorganisationen nutzen: Die britischen Partner von Which? hatten elektrische Heizgeräte geprüft, die portugiesischen von Euroconsumers an etlichen Klimaanlagen untersucht, bei welchen Außentemperaturen es sich rechnet, Klimageräte zum Heizen zu nutzen. Im Herbst folgte die Veröffentlichung des ersten vollen Produkttests zum Themen-

feld: Ein Vergleich von 15 Strommessgeräten. Wo immer es in den Test-Veröffentlichungen des Jahres möglich war, haben wir Sparmöglichkeiten noch stärker berücksichtigt als zuvor, zum Beispiel Preistipps und Preis-Leistungs-Sieger klarer herausgestellt. Zudem haben wir etwa sichtbar gemacht, wo Stromkosten auf die Lebensdauer eines Geräts so viel ausmachen, dass vermeintliche Schnäppchen am Ende teuer kommen – wie nicht effiziente Waschmaschinen und stromdurstige Kühl-Gefrier-Kombinationen.

Auch für die Einkäufer der Stiftung Warentest barg das Jahr Herausforderungen: Aus einer Reihe von Gründen stockte der internationale Warenverkehr, verschiedenste Güter waren knapp. So mancher Kühlschrank oder Drucker zum Beispiel hatte wochenlange Lieferzeiten. Auch an bestimmten Fahrradkomponenten herrschte Mangel. Deshalb schafften es weniger E-Bikes in den Test als geplant. Vermutlich hätten die Hersteller mit direkt gelieferten Exemplaren ausgeholfen. Aber was nützen Testergebnisse für Produkte, die von unseren Leserinnen und Lesern anschließend nur schwer im Handel zu finden sind? Auch um zu vermeiden, dass wir von Anbietern handverlesene Exemplare zur Prüfung erhalten, haben wir weiterhin wie üblich anonym im Einzelhandel eingekauft.

Einen Test von Sonnenblumenöl haben die Wissenschaftler abgebrochen. Die Ukraine ist der mit Abstand größte Exporteur dieses Öls. Nach Kriegsbeginn war es unserem Einkauf über viele Wochen schlicht unmöglich, die benötigten Mengen in Supermärkten und bei Discountern zu beschaffen. Rund 30 Flaschen wären nötig gewesen – von jedem Produkt.

In den Märkten wären solche Großeinkäufe wohl kaum auf Verständnis getroffen, und unsere Einkäuferinnen und Einkäufer hätten sich zur Wahrung ihrer Anonymität nicht einmal erklären können. Zudem hätte der Test am Ende wenig Aussagekraft gehabt, da viele Flaschen im Handel bei seinem Erscheinen Ernten aus komplett anderen Quellen enthalten hätten als beim Einkauf. Stattdessen untersuchte test Olivenöl.

Ebenfalls im Kontext des Krieges in der Ukraine haben wir im März 2022 beschlossen, die kurz zuvor vergebenen test-Qualitätsurteile für die Antivirenprogramme des russischen Anbieters Kaspersky zurückzuziehen. Unseren Erkenntnissen zufolge hat sich an der Schutzwirkung der Kaspersky-Programme zwar nichts geändert. Aber es ist nicht auszuschließen, dass die russische Regierung Druck auf den Anbieter ausübt, um Änderungen an der Software zu erreichen, die sich negativ auf deren Funktionsweise auswirken. Kurz nach dieser Entscheidung warnte das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) vor dem Einsatz von Kaspersky-Produkten und empfahl, andere Antivirenprogramme zu verwenden.

Nicht alle Herausforderungen für das Leben der Menschen kommen überraschend. Klimaschutzender Konsum beschäftigt test schon viele Jahre. Im Jahr 2022 veröffentlichte die Redaktion ihre ersten Tests von Wallboxen für Elektroautos und von Lade-Apps für E-Fahrzeuge. Eine Ökobilanz für Staubsauger brachte zutage, dass Akkusauger deutlich nachhaltiger sind als kabelgebundene, eine für Körperlotionen unterstrich die Vermutung, dass feste Kosmetik deutlich besser für die

Umwelt ist als flüssige Produkte. test verglich Nachhaltigkeitslabel für Aquakulturen der Garnelenzucht und recherchierte Produktionsbedingungen bei der Herstellung von Medikamenten.

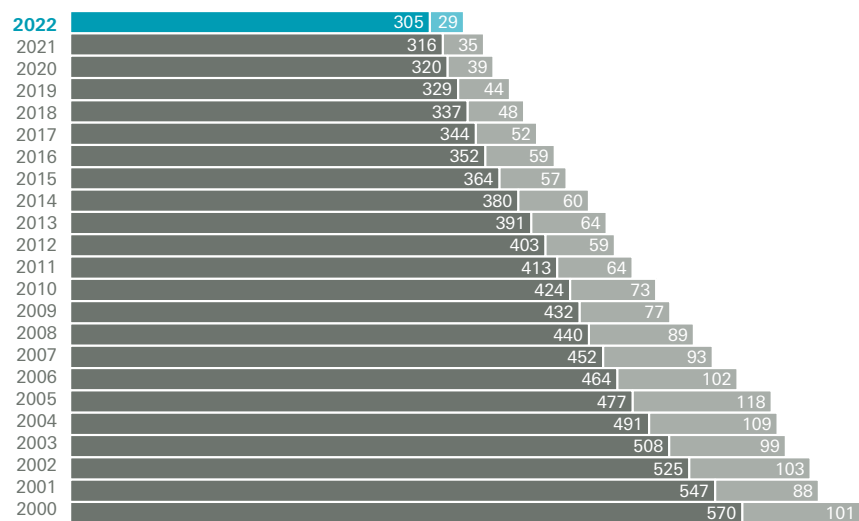
Wirtschaftliche Entwicklung

Die verkaufte Auflage von test ist 2022 – wie in der gesamten Zeitschriftenbranche – gesunken. Der Jahresschnitt lag mit 334 000 verkauften Exemplaren um rund 5 Prozent unter dem des Vorjahres. Der Anteil der Abonnements an den Verkäufen stieg leicht auf mehr als 92 Prozent. Fast unverändert hoch blieb dabei die Zahl der Leserinnen und Leser von test – viele der Hefte gehen durch viele Hände. Laut der jährlichen Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach erreichten die Ausgaben jeweils rund 2,83 Millionen Menschen, das waren 0,7 Prozent weniger als im Jahr 2021. Damit behauptete test seinen 9. Platz unter den meistgelesenen Kaufzeitschriften in Deutschland.

Ein Jubiläum konnte die Redaktion zum Jahresende feiern: Das test-Jahrbuch, das alle Testergebnisse eines Jahres bündelt, wurde mit der im Dezember erschienen Ausgabe für 2023 runde 50 Jahre alt. Das erste test-Jahrbuch für 1973 empfahl übrigens unter anderem Gasheizautomaten, „Teuer in Anschaffung und Unterhalt – bequem im Gebrauch“. Überschrift: „Mit Vollgas in den Winter“. Das waren Zeiten!

Verkaufsentwicklung test

in Tausend Exemplaren (Jahresdurchschnitt)



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

* Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel



Christo? Schöner Wohnen?

Test Mittel gegen Kleidermotten (4/2022)

Versuchsraum mit Kleiderschrank für den Wirksamkeitstest der Mittel.

Während der Prüfung ist der zeltartige Vorhang geschlossen. Er verhindert, dass die eingesetzten Motten aus dem Versuchsraum herausfliegen können.

Finanztest

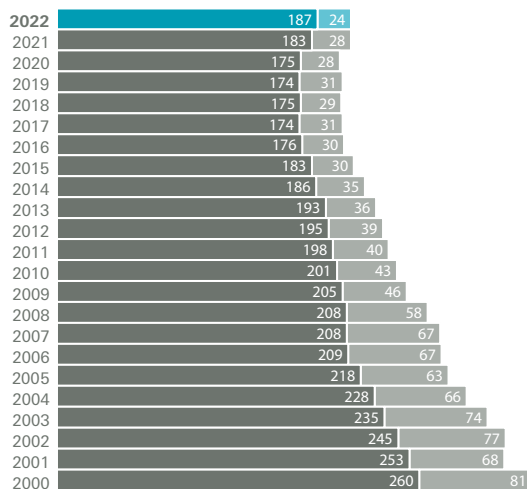
Das Jahr 2022 war bei Finanztest im Zuge der Digitalen Transformation von anhaltenden inhaltlichen und organisatorischen Innovationen und Veränderungen geprägt – und gleichzeitig von einem nachhaltigen Erfolg am Lesermarkt trotz eines herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds. So haben sich die Abonnements im letzten Jahr gegen den allgemeinen Trend sehr gut entwickelt. Mit einem Zuwachs von 2 Prozent verzeichneten wir Ende 2022 den höchsten Bestand seit 2014.

Mit Beginn des Ukraine-Kriegs im Februar 2022 hat sich Finanztest sofort auf die veränderten Leserbedürfnisse eingestellt.

Mit einer thematischen Spezial-Ausgabe wurden zunächst die Themen „Geldanlage bei russischen Banken“, Energiesparen und Fragen rund ums Spenden bearbeitet. In jeder folgenden Ausgabe des Jahres wurden aktuelle Themenblöcke vor allem zu den Fragen rund um die Inflationsauswirkungen und die Energiekosten umgesetzt. Diese von den Leserinnen und Lesern stark nachgefragten Inhalte wurden sowohl für die jeweiligen Printausgaben als auch für test.de durch das ganze Jahr hindurch auf den neuesten Stand gebracht und mit zahlreichen konkreten Beispielen und Berechnungen publiziert. Finanztest ist es im Jahr 2022 damit gelungen, als verlässliche und seriöse Stimme in

Verkaufsentwicklung Finanztest

in Tausend Exemplaren (Jahresdurchschnitt)



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

Verbraucherfragen rund um die aktuellen Krisenphänomene zu punkten. Die Redaktion recherchierte dafür mit erheblichem Aufwand die aktuell jeweils relevantesten Fragen für die Verbraucherinnen und Verbraucher in Finanz- und Energiefragen.

Neben den sehr gefragten im Jahresverlauf wiederkehrenden Themen haben wir in diesem Jahr auch einige neue Titelthemen produziert. „Mit der Sonne Geld verdienen“ behandelte die Renditemöglichkeiten mit einer eigenen Solaranlage und wurde von der Leserschaft hervorragend angenommen. Ebenso das Titelthema zu den verschiedenen Möglichkeiten, Geld für Kinder anzulegen, mit den entsprechenden Möglichkeiten der Kontrolle und Steuerung etwa für die Großeltern. Schließlich das komplexe Thema Immobilienverrentung: „Wie Sie Ihr Eigenheim zur Geldquelle machen“ war ein sehr nutzwertiges Stück Verbraucherjournalismus für alle Leserinnen und Leser, die mit dem Gedanken spielen, ihr Eigenheim in liquides Vermögen umzuwandeln. Finanztest erklärte die Unterschiede zwischen Nießbrauch, Teilkau und Kredit anhand von konkreten Beispielen mit Berechnungen für verschiedene Lebenslagen.

Organisatorische Veränderungen und wirtschaftliche Entwicklung

In den redaktionellen Abläufen waren im Jahr 2022 zahlreiche organisatorische Neuerungen nötig, um den strategischen Prozess der digitalen Transformation in effektive Publikations-Durchläufe zu übersetzen. So wurden verschiedene Planungs-Tools miteinander verbunden, der Workflow für die Bildbearbeitung neu justiert, die kanalneutrale Themenplanung in interne Dokumente implementiert, neue Übersichtspläne über die Produktion in verschiedene Kanäle geschaffen und die gesamte Produktion auf die neue Arbeitsweise ausgerichtet.

Im Markt schlägt sich Finanztest außerordentlich gut: Entgegen dem Branchentrend verzeichnete die Zeitschrift im Jahr 2022 mit 189 371 Abonnenten im Jahresschnitt erneut ein Wachstum um 2 Prozent. Der Abonnementbestand war damit so hoch wie zuletzt 2014. Auch bei der Reichweite legte Finanztest zu: Laut der jährlichen Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach erreichte eine Heftausgabe 1,28 Mio. (2021: 1,24 Mio.) Leserinnen und Leser. Prozentual sind das 1,8 Prozent (2021: 1,8 Prozent) der deutschen Bevölkerung. Lediglich beim Einzelheftverkauf verzeichneten wir 2022 eine rückläufige Tendenz.

test 2022



Finanztest 2022



Die Weiterentwicklung des Internetportals test.de stand im Jahr 2022 weiterhin im Fokus. Dazu gehörten Optimierungsschritte in Konzept und Darstellung sowie die Einführung neuer Module, um die Attraktivität der Webseite weiter zu steigern. So gab es beispielsweise eine strukturelle Überarbeitung der einführenden Texte vor der Bezahl-schnittstelle: Jetzt wissen User sofort, was sie für ihr Geld bekommen, wenn sie einen Test freischalten. Zudem haben wir die Zahl der Themenseiten reduziert – auch dies, um Inhalte möglichst aufgeräumt anzubieten. Ein neues grafisches Element signalisiert nun außerdem, wenn in einen Test oder Vergleich jüngst neue Produkte oder Anbieter eingeflossen sind. Dies ist komfortabel für alle, die regelmäßig auf unserer Seite surfen und nun direkt erkennen, wo es etwas Neues gibt.

Der Energiekrise und dem gesteigerten Interesse der Leserinnen und Leser nach Informationen rund ums Strom-, Energie- und Geldsparen im Jahr 2022 trugen wir auf test.de ebenfalls Rechnung: In einer neuen Rubrik „Sparen in der Krise“ sind aktuelle Tests und Artikel zu diesem Themenkreis gebündelt.

Im Zuge der digitalen Transformation aktualisieren wir auf test.de zunehmend sehr nachgefragte, kontinuierlich durchgeführte Untersuchungen in kürzeren Abständen um neue Produkte, teilweise auch unabhängig von Veröffentlichungen der Ergebnisse in den Heften. Dadurch stehen beispielsweise Tests nachgefragter Finanzdienstleistungen oder neuer Geräte aus dem Bereich Multimedia deutlich schneller online zur Verfügung. Im Jahr 2022 haben wir zudem regelmäßig Testartikel vorab auf test.de publiziert, zum

Teil schon ein bis zwei Wochen, bevor sie im nächsten test- oder Finanztest-Magazin erschienen sind.

Eine wichtige Neuerung war 2022 die Einführung des Newsletters „Inside Stiftung Warentest“, der direkt aus den Chefredaktionen von test und Finanztest kommt. Er wird wöchentlich am Samstag versendet und im Wechsel von einem der sechs Mitglieder der Chefredaktion verfasst. Ziel ist es, den Adressaten exklusive und spannende Einblicke in unsere Arbeit zu geben, sie „hinter die Kulissen“ blicken zu lassen. Themen waren zum Beispiel die Herausforderungen des anonymen Einkaufs oder besonders aufwändige Testverfahren. Diese Informationen verbinden wir mit Empfehlungen für aktuelle Inhalte auf test.de, idealerweise mit einem persönlichen Zugang des Autors oder der Autorin. Anfang 2023 hatten 146 912 Interessierte unseren „Inside Stiftung Warentest“-Newsletter abonniert.

Wirtschaftliche Entwicklung

Die schwierige konjunkturelle Situation infolge des Ukraine-Kriegs hinterließ auch bei den Zugriffszahlen und Umsätzen von test.de Spuren. Während sich 2021 im Zuge der Pandemie das Bedürfnis nach glaubwürdigen Informationen in konstant hohen Besucherzahlen und gestiegenem Umsatz niedergeschlagen hatte, führten vergangenes Jahr die Verunsicherung der Verbraucher und die Notwendigkeit, Kosten einzusparen, zum Rückgang der Visits um knapp 27 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz mit Einzelabrufen lag mit gut 2,9 Millionen Euro um

rund 14 Prozent unter dem von 2021. Am stärksten nachgefragt war der Fondsfinder, gefolgt von den Tests von Staubsaugern und Waschmaschinen. Bei den kostenpflichtigen Einzelabrufen standen die Waschmaschinen sogar an der Spitze. Auch die Untersuchungen von Matratzen, Saug- und Wischrobotern und Fernsehern waren 2022 online sehr gefragt.

Äußerst erfreulich haben sich die Flatrates, also die Abos für unser Angebot auf test.de, entwickelt: Die Gesamtzahl der kostenpflichtigen Flatrates lag mit 94 244 um 12,5 Prozent

über dem Vorjahr, die Umsätze mit den Flatrates sind um 21 Prozent auf 4,2 Millionen Euro gestiegen.

Insgesamt lag der Umsatz von test.de 2022 bei 7,2 Millionen Euro und damit um fast drei Prozent über dem schon starken Vorjahr. Dies ist Ansporn wie Anzeichen dafür, dass die Menschen trotz der schwierigen konjunkturellen Lage verlässliche Verbraucherinformationen wertschätzen – gerade auch in der digitalen Welt.

Die Tophemen im Einzelabruf 2022

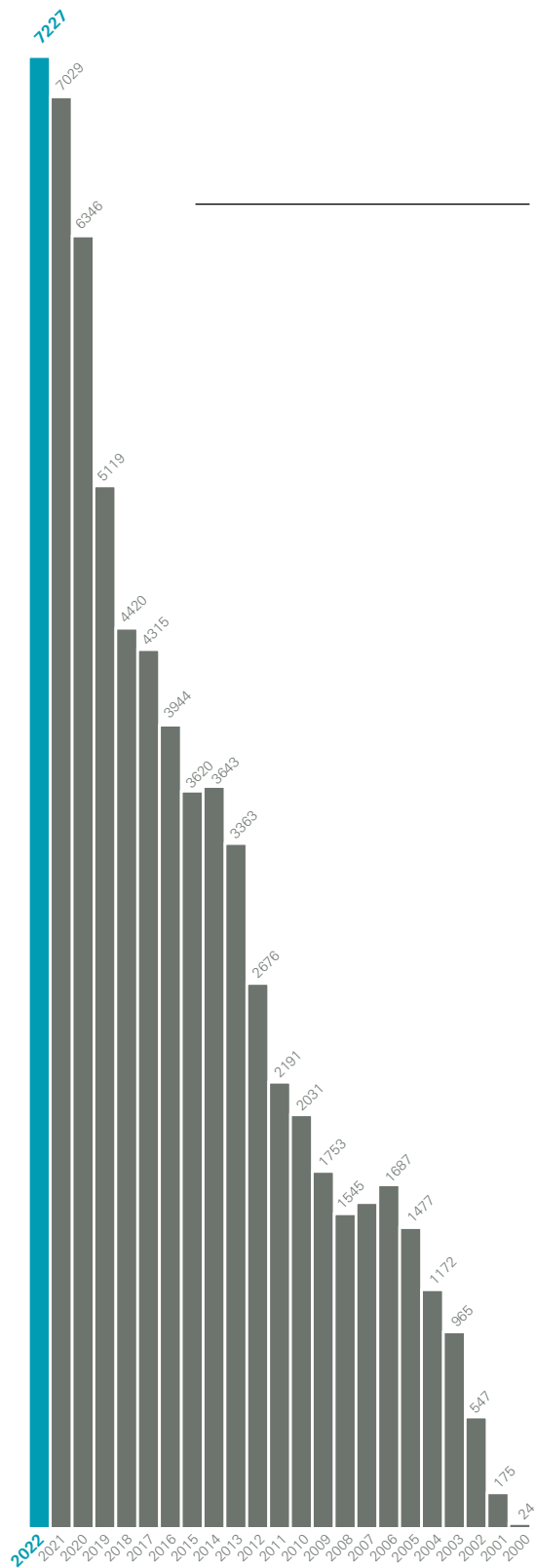
- | |
|------------------------------------|
| 1 / Waschmaschinen |
| 2 / Matratzen |
| 3 / Staubsauger |
| 4 / Saug- und Wischroboter |
| 5 / Kühlschränke |
| 6 / Fernseher |
| 7 / Geschirrspüler |
| 8 / Drucker |
| 9 / Wäschetrockner |
| 10 / Kaffee- und Espressomaschinen |

Die Tophemen bei Online-Abonnenten 2022

- | |
|------------------------------------|
| 1 / Fonds |
| 2 / Zinsen: Tages- und Festgeld |
| 3 / Smartphones |
| 4 / Medikamente im Test |
| 5 / Staubsauger |
| 6 / Fernseher |
| 7 / Drucker |
| 8 / Matratzen |
| 9 / Kopfhörer |
| 10 / Kaffee- und Espressomaschinen |

Umsatz mit kostenpflichtigen Inhalten 2022

Einzelkauf und Flatrates
(in Tausend Euro)





Eierfarbe? Fruchtlimo?

Test Schulbedarf (8/2022)

Im Labor untersuchten wir die Farben verschiedener Textmarker auf verschiedene Schadstoffe – und wurden leider überall fündig. Nur eines von 12 untersuchten Sets erreichte die Note „befriedigend“.

Leserservice

Der Krieg in der Ukraine, die Energiekrise und die hohe Inflation waren 2022 auch die prägenden Themen im Leserservice. Wie sollen private Haushalte die enorm gestiegenen Energie- und Lebensmittelpreise stemmen? Wie kann man in Krisenzeiten noch sicher anlegen? Viele Fragen erreichten uns weiterhin zum Thema nachhaltiger Konsum.

Test

Multimedia: Im Bereich Multimedia erweiterte test neben den bewährten Untersuchungen das Spektrum mit Tests zu Powerbanks, Messenger- und Musikstreaming-Diensten, Mobilfunknetzen und Apps zur Bildbearbeitung. Aufgrund zahlreicher Leserwünsche wurde auch vieles rund um die Gerätenutzung erklärt wie das Aufnehmen von Videos, das Einrichten und Bedienen von Fernsehern mit Kopfhörern oder Hörverstärkern, Druckerfarbe im Altpapier oder die Rechtslage bei der Videoüberwachung. Nach wie vor interessieren sich die Leserinnen und Leser sehr für einen ressourcenschonenden Betrieb von Geräten sowie für Datensparsamkeit und -sicherheit.

Haus, Energie, Freizeit und Verkehr:

2022 gab es viele Berichte und aktuelle Untersuchungen rund ums Energie- und Gasparen sowie über energieeffiziente Geräte (Kochfelder mit Systemvergleich, Waschmaschinen, Kühl-Gefrier-Kombinationen). Insbesondere im Herbst hat die Serie zum Energiesparen im Haushalt unseren Leserinnen und Lesern wichtige Impulse gegeben. Sie entdeckten ihre Sparpotentiale und gaben ihre Erfahrungen an den Leserservice weiter.

Mit Spannung warteten viele auf den Ratgeber Wärmepumpen und Energetische Sanierung und nahmen diesen sehr positiv auf.

Ernährung, Kosmetik und Gesundheit:

Klimaschutz und Nachhaltigkeit spielten 2022 in vielen Leseranfragen die zentrale Rolle. So waren Tests von vegetarischen und veganen Produkten sehr gefragt. Großen Wert legten die Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Produktbewertung auf eine umweltfreundliche und gut recyclingfähige Verpackung.

Die Vergleiche klassischer Bratwurst sowie Hähnchennuggets mit fleischlosen Alternativprodukten standen besonders im Fokus. Beim Test der Kaffeebohnen bewegte unsere Leserinnen und Leser vor allem der Nachhaltigkeitsaspekt. Große Aufmerksamkeit fanden erneut die Veröffentlichungen zu Schadstoffen in Lebensmitteln. Abweichende Schadstoffbewertungen aus Veröffentlichungen anderer Medien führten zu zahlreichen Anfragen von verunsicherten Leserinnen und Lesern.

Auch im dritten Jahr der Pandemie wurden unsere FFP2-Maskentests für Erwachsene und Kinder stark nachgefragt. Die von der Stiftung auf der Basis der Informationen des Paul-Ehrlich-Instituts und des Bundesinstituts für Arzneimittel und Medizinprodukte entwickelte Liste der Antigen-Schnelltests für den Eigengebrauch stieß auf hohes Leserinteresse.

Im Kosmetikbereich lagen die Untersuchungen von Sonnenschutzmitteln und Zahnpasta an der Spitze der Nachfragen. Besorgte Fragen erreichten uns zum Farbpigment

Titandioxid, das als erbgutschädigend gilt und dessen Einsatz bisher nur in Lebensmitteln verboten ist. Es wird aber auch in Kosmetika wie Zahnpasten und Lippenpflegeprodukten sowie in Medikamenten eingesetzt.

Die Rubrik „Verpackungsärger“ ist ein Magnet für viele Leserinnen und Leser. Beschwerden über versteckte Preiserhöhungen nahmen sehr deutlich zu. Uns erreichten zahlreiche Hinweise zu Herstellern, die den Inhalt ihrer verpackten Lebensmittel reduzierten, den Preis aber beibehielten oder sogar erhöhten.

Finanztest

Unsicherheit ist ein schlechter Ratgeber, doch „Weiter so“ war 2022 auch nicht die richtige Devise. Die Anfragen unserer Leserinnen und Leser drehten sich viel um die steigenden Zinsen. Da die Leitzinserhöhungen bei Hypothekendarlehen direkt an die Kundinnen und Kunden weitergereicht wurden, verdreifachte sich innerhalb des Jahres das Zinsniveau für Häuslebauer. Welche Anlagen jetzt noch sinnvoll sind, interessierte unsere Leserinnen und Leser am meisten. Fast jede zweite Anfrage an Finanztest drehte sich um dieses Thema. Finanztest lieferte die Antworten, informierte rund um Anlagen in ETF kombiniert mit sicheren Zinsanlagen sowie ETF-Sparpläne zum Vermögensaufbau. Viele Fragen erreichten uns zu alternativen Investments und nachhaltiger Geldanlage. Unsere Leserinnen und Leser wollten vor allem wissen: Wie nachhaltig sind „grüne“ Anlagen wirklich? Finanztest bietet dazu klare Bewertungsregeln.

Wenig überraschend interessierten sich unsere Leserinnen und Leser zudem besonders für Photovoltaik. Die eigene Photovoltaikanlage ist nicht nur ein Beitrag zum Klimaschutz, sondern kann sich auch in puncto Energiekosten- und Steuerersparnis lohnen. Finanztest lieferte das Rüstzeug für eine sinnvolle Planung.

Ein Schwerpunktthema, zu dem uns viele Anfragen erreichten, war der gesamte Komplex der steigenden Gaspreise sowie Lieferstopps und Kündigungen durch einzelne Versorger. Viele privat Krankenversicherte berichteten dem Leserservice von hohen Beitragssteigerungen. Oft bleibt hier nur der Weg in einen Sozialtarif oder die Kündigung der Zusatzpolice. Viel Lob erreichte den Leserservice für die Finanztest-Beiträge zum Thema Altersvorsorge, gesetzliche Rente, freiwillige Einzahlungen zur Erhöhung der Rentenansprüche und Tipps zum Thema „Früher in Rente“.

Leserservice-Kontakte 2022

71 739 / Kontakte, davon

12 675 / test

11 212 / Finanztest

42 092 / Onlinesupport test.de

3 865 / Leserkommentare auf test.de

1.895 / Antworten auf Leseranfragen via test.de

19 / Telefonaktionen bei Tageszeitungen

Bücher

2022 war für viele Buchverlage ein schwieriges Jahr, die Stiftung Warentest war davon leider nicht ausgenommen. Der Umsatz blieb klar hinter dem Rekordjahr 2021 zurück, dennoch gab es mit den starken Monaten November und Dezember noch einen verhältnismäßigen Abschluss.

Die guten Ergebnisse in diesen Monaten hängen nicht zuletzt mit einer Neuerscheinung zusammen, die nach einer rekordverdächtig kurzen Produktionszeit im November in den Handel kam: Unser Handbuch „Wärmepumpen für Heizung und Warmwasser“ traf auf so großes Interesse, dass innerhalb weniger Tage nach Erscheinen bereits ein Nachdruck nötig wurde.

Vieles sprach bereits im Vorfeld für einen Erfolg dieses Titels: Mit weiterhin starken Verkaufszahlen für unser ähnlich aufgemachtes Handbuch zum Thema Photovoltaik gelten wir bei Leserinnen und Lesern, aber auch im Handel als besonders vertrauenswürdige Quelle für Informationen rund um die Energiewende.

Im Bereich Haus und Wohnung kamen 2022 weitere interessante Titel auf den Markt. Alle erschienen in einer neuen, attraktiv gestalteten Reihe: „Smart Home“ und „Günstig bauen“ sind neu erschienen, die Titel Hauskauf und das Bauherrenhandbuch sind Neuauflagen bereits zuvor sehr erfolgreicher Titel, die ein neues, modernes Gewand erhalten haben.

Im Herbst startete außerdem eine neue Reihe zum Themenbereich Gesundheit. Die ersten Titel: „Schluss mit Bluthochdruck“ und „Für ein fittes Immunsystem“. Die Autorinnen und Autoren der Reihe sind fachlich führend auf ihrem Gebiet und gleichzeitig darin begabt, ihr Wissen einfühlsam und verständlich weiterzugeben. In jedem Band lockern mehr als zwanzig thematisch breit gefächerte Sonderseiten die Texte auf.

Mit den Büchern im Bereich Finanzen und Vorsorge bleibt die Stiftung unverändert Marktführer. Sehr erfolgreiche Neuauflagen der Bestseller „Das Vorsorge-Set“, „Das Pflege-Set“, „Anlegen mit ETF“ und „Geldanlage für Mutige“ stehen neben neuen spannenden Titeln wie „Vermögen aufbauen ab 30“, „Ihr Vermögens-Turbo ab 50“, „Altersvorsorge für Selbstständige“, „Anlegen mit dem Smartphone“ und dem mit viel Aufmerksamkeit bedachten Ratgeber „Gesetzliche Betreuung. Ein Ratgeber für Angehörige“.

Mit dem Buch „Noch mehr Kochen für Angeber“ veröffentlichte die Stiftung im Herbst 2022 einen Nachfolger des Erfolgstitels „Kochen für Angeber“, der sich bisher weit mehr als 20 000-mal verkauft hat.

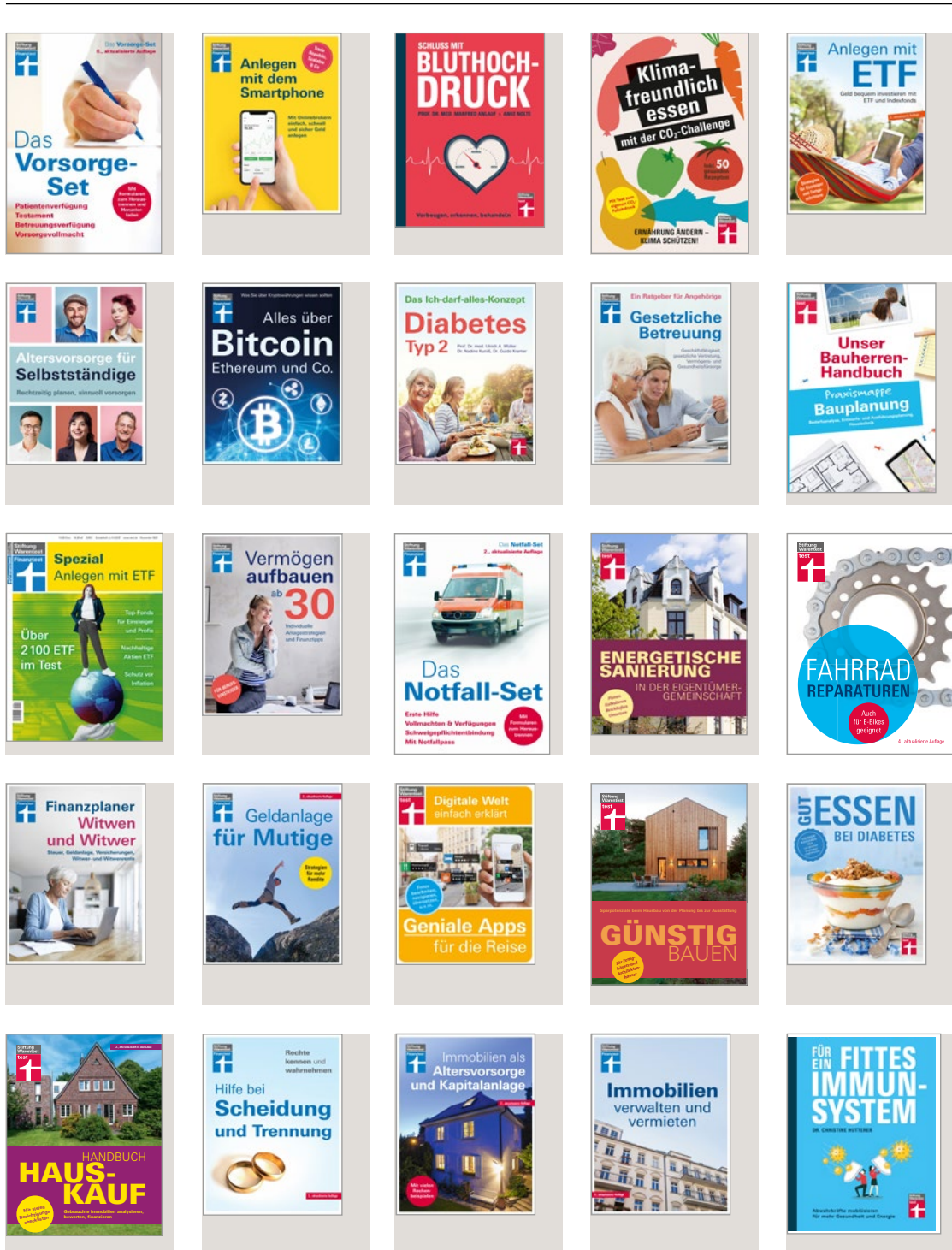
Wie im ersten Band präsentiert Professor Thomas Vilgis rund 50 Ideen und Konzepte der internationalen Küchenavantgarde und illustriert jeweils anhand eines Rezepts, welche chemischen und physikalischen Prinzipien wirksam sind. Wer Spaß am Entdecken, Genießen und Staunen hat, findet in diesem Buch eine faszinierende wie lehrreiche Beschäftigung.

Daneben entstanden noch viele weitere Titel in allen Programmbereichen - insgesamt 39 neue Titel und überarbeitete Nachauflagen wurden veröffentlicht.

Top Ten verkaufte Exemplare 2022

71 052 / Das Vorsorge-Set
21 920 / Photovoltaik & Batteriespeicher
16 510 / Anlegen mit ETF
10 737 / Wärmepumpe für Heizung und Warmwasser
9 138 / Das Nachlass-Set
7 052 / Steuererklärung 2021/22 – Rentner, Pensionäre
6 773 / Ordnung nebenbei
6 738 / Vererben und Erben
6 637 / Geldanlage für Anfänger
4 936 / Nachhaltig Geld anlegen

Die Bücher 2022





Marketing / Vertrieb

Die Zeitschriften / Nachdem sich zu Beginn des Jahres laut IVW noch kein einheitlicher Trend im Zeitschriftenmarkt erkennen ließ, waren ab dem dritten Quartal 2022 die Gesamtverkäufe in allen Printgattungen rückläufig. Im Schlussquartal verlieren die Einzelverkäufe von Presseerzeugnissen in einem ähnlichen Ausmaß wie zuletzt in der Corona-Krise. Für die Publikumszeitschriften liegt der Rückgang im Einzelverkauf bei durchschnittlich -11,9 Prozent im vierten Quartal. Diese negativen Entwicklungen sehen auch wir bei unseren Verkaufszahlen. test verlor im Einzelverkauf knapp 20 Prozent, Finanztest liegt mit rund minus 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr fast in einer ähnlichen Größenordnung (jeweils durchschnittlicher Einzelverkauf Ausgabe 1-12 2022 gegenüber 1-12 2021).

Die Rückgänge bei den Abonnements sind weniger stark, dort sinken die Verkäufe im vierten Quartal 2022 um 4,7 Prozent gegenüber Vorjahr (IVW, Segment Publikumszeitschriften). Bei unseren Zeitschriften ist das Bild positiver: Bei test verminderte sich der Abobestand um 3,8 Prozent, bei Finanztest konnten wir sogar einen Anstieg um knapp 2 Prozent verzeichnen (jeweils durchschnittlicher Abobestand gewandelte Abos 2022 gegenüber 2021).

test / Die Zeitschrift test hatte im Jahr 2022 durchschnittlich 308 942 Abonnenten (gewandelte Abonnements inkl. WBZ), 2021 waren es 321 129 Abonnements. Das sind 12.187 Abos weniger als im Vorjahr, der prozentuale Rückgang liegt bei 3,8 Prozent. Insbesondere test hat im letzten Jahr unter der konjunkturellen Lage gelitten. Es war

schwieriger, neue Abonnenten zu gewinnen, während wir gleichzeitig eine höhere Anzahl an Kündigungen verzeichneten.

Bei test konnten wir 31 708 neue Abos gewinnen, das sind 18,2 Prozent weniger als im sehr starken Vorjahr (2021: 38 748). Mit einem Anteil von rund 29 Prozent wurden die meisten Abos mit Hilfe von klassischen Print-Mailings gewonnen. 26 Prozent der neuen Abos wurden über Online-Partner generiert, Angebote auf test.de trugen mit rund 15 Prozent zu den neugewonnenen Abos bei.

Der durchschnittliche Einzelverkauf der Zeitschrift test (Ausgabe 1-12) lag bei 24 535 und damit -5 962 Exemplare unter dem Vorjahr (2021 durchschnittlich 30 497 Exemplare). Dies entspricht einem Rückgang von 19,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Finanztest / Finanztest verzeichnete im Jahr 2022 durchschnittlich 189 371 Abonnenten (gewandelte Abonnements inkl. WBZ), das sind 3 711 Abonnements mehr als im Vorjahr (2021: 185 660). Somit verzeichneten wir einen Zuwachs von 2 Prozent und den höchsten Bestand seit 2014, ein großer Erfolg.

Im Jahr 2022 haben wir 31 424 neue Abos gewonnen. Das sind 24,5 Prozent weniger als im vergangenen Jahr (2021: 41 638), das aufgrund des Jubiläumsangebots zum 30-jährigen Bestehen von Finanztest außergewöhnlich erfolgreich war. Mit einem Anteil von 27 Prozent wurden die meisten Abos über test.de verkauft. 23 Prozent der neuen Abos wurden über Online-Partner generiert, gut 20 Prozent mit Print-Mailings.

Der durchschnittliche Einzelverkauf der Zeitschrift Finanztest lag im Jahr 2022 bei 21 773 Exemplaren (Ausgabe 1-12) und somit 15,4 Prozent unter dem Vorjahresniveau (minus 3 974 Exemplare unter dem Vorjahr, das bei 25 747 Exemplaren in Ausgabe 1-12 2021 lag).

Entwicklung von Print- und Online-Abonnements / Wenn man Print- und Online-Abonnements (Jahresflatrates) in der Summe betrachtet, können wir trotz der schwierigen konjunkturellen Lage für 2022 eine stabile Bestandsentwicklung verzeichnen. Der durchschnittliche Bestand 2022 von 582 203 Abonnements (Verlagsabonnements inkl. WBZ und kostenpflichtigen Jahresflatrates) hat sich gegenüber Vorjahr um 0,7 Prozent gesteigert (2021: 578 421).

test.de / Nach den – vor allem bedingt durch Corona und die steigende Online-Nutzung – starken Vorjahren wirkten sich die konjunkturellen Umstände im Jahr 2022 auch auf test.de aus. Umso schöner ist es, dass der Umsatz trotzdem gesteigert werden konnte. Der Umsatz liegt bei 7,227 Mio. Euro und damit 2,8 Prozent (2021: 7,029 Mio. Euro) über Vorjahr. Bei den Einzeldownloads verzeichneten wir mit einem Umsatz von 2,899 Mio. Euro zwar einen Rückgang von 13,7 Prozent (2021: 3,361 Mio. Euro), die Flatrate-Umsätze wuchsen aber erfreulicherweise deutlich um 21 Prozent auf 4,188 Mio. Euro (2021: 3,461 Mio. Euro).

2022 verzeichneten wir insgesamt gut 72 Mio. Website-Visits und liegen mit einem Rückgang von 26,9 Prozent deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (2021: 99 Mio. Visits),

aber auf dem Niveau des Jahres 2019 (72 Mio. Visits). Unsere wichtigste Traffic-Quelle sind weiterhin organische Suchergebnisse der Suchmaschinen. Der Anteil an den Gesamt-Visits bleibt auf dem Niveau der Vorjahre (2020: 67 Prozent, 2021: 67,8 Prozent, 2022: 67,3 Prozent).

Die Anzahl der kostenpflichtigen Jahresflatrates lag Ende 2022 bei 85 998, sie konnte gegenüber Vorjahr um 14,8 Prozent (plus 11 114 Flatrates) gesteigert werden (2021: 74 884). Insgesamt hatten wir zum Jahresende 94 244 Kunden mit kostenpflichtiger Flatrate, eine Steigerung von 12,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2021: 83 744). Darüber hinaus nutzten 62 861 Kunden ihre Flatrate als Doppelabonnenten kostenlos (2021: 61 990).

Die Anzahl der im Jahr 2022 neu gewonnenen Jahresflatrates liegt bei 22 561 und ist gegenüber dem Vorjahr um starke 38,1 Prozent gestiegen (2021: 16 335).

Um die historisch gewachsene Angebotsstruktur stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Interessenten auszurichten, führte die Abteilung Marketing und Vertrieb im ersten Quartal 2022 ein umfangreiches Marktforschungsprojekt durch. Zusammen mit dem Partner Vocatus, einer auf Pricing und Vertriebsthemen spezialisierten Beratungsfirma, befragten wir unterschiedliche Zielgruppensegmente, insgesamt wurden online über 13 000 Befragungen durchgeführt. Aus den Ergebnissen der Studie konnte eine Vielzahl von Optimierungs-Maßnahmen abgeleitet werden.

Bücher / Der Ratgebermarkt weist im Umsatz für das Gesamtjahr ein Minus von 6,8 Prozent gegenüber Vorjahr aus. Die E-Commerce-Umsätze sind sogar zweistellig rückläufig (18,5 Prozent), eine Besonderheit im Vergleich zum dynamischen Wachstum aus den Vorjahren. (Quelle: buchreport 1/2023). Die Umsatzerlöse im Buchbereich der Stiftung Warentest lagen 2022 bei 4,705 Mio. Euro (Vorjahr: 5,521 Mio. Euro) und damit 14,8 Prozent unter Vorjahr. Während der Print-Vertrieb über den Handel im Jahr 2022 auf ein deutliches Minus von 20,2 Prozent zurückblickt und nun bei knapp 2,5 Mio. Euro liegt, schrumpft der Direktvertrieb der Print-Bücher um nur knapp 9,2 Prozent auf 1,7 Mio. Euro Umsatz. Damit verschiebt sich der Anteil des Direktvertriebs (Print und Digital) auf knapp 45 Prozent, 2021 lag er noch bei 42 Prozent. Auch der Anteil der E-Books am Gesamtumsatz wächst. Während er im Vorjahr noch bei 9,3 Prozent lag, sind es im Jahr 2022 10,2 Prozent.

Die Zahl der Neuerscheinungen bei den Büchern liegt mit 38 unter dem Niveau des Jahres 2021 (44). Auch 2022 war „Das Vorsorge-Set“ mit über 71 000 verkauften Exemplaren unser erfolgreichster Titel des Jahres. Mit knapp 22 000 Exemplaren folgt „Photovoltaik & Batteriespeicher“ auf Platz 2 der meistverkauften Titel, gefolgt von „Anlegen mit ETF“ mit über 16 500 verkauften Exemplaren. Darauf folgen „Wärmepumpen für Heizung und Warmwasser“ mit gut 10 700 verkauften Exemplaren und „Das Nachlass-Set“ mit gut 9 000 verkaufte Exemplaren, jeweils inkl. E-Books.

E-Mail-Marketing / Im E-Mail-Marketing wurden im Jahr 2022 84 Newsletter-Kampagnen versendet. Diese konnten einen Gesamtumsatz von 358 000 Euro erzielen. Auf Projektseite lag der Fokus auf der Einführung des Newsletters der Chefredaktion „Stiftung Warentest inside“.

Marktforschung / Laut Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2022 verliert test nur minimal an Reichweite (Leser pro Ausgabe) im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2021. test erreicht pro Ausgabe 2,83 Mio. (2021: 2,85 Mio.) Leserinnen und Leser – das sind 4,0 Prozent (2021: 4,0 Prozent) der Deutschen. Finanztest gewinnt sogar leicht an Reichweite und erreicht mit einer Heftausgabe 1,28 Mio. (2021: 1,24 Mio.) Leserinnen und Leser. Prozentual sind das 1,8 Prozent (2021: 1,8 Prozent) der deutschen Bevölkerung.



Weihnachtsschmuck? Bastelbedarf?

Test Kartoffelchips (11/2022)

Eines von 25 verschiedenen Kartoffel-Knabbererzeugnissen im Test.

Leider fanden wir bei einigen Produkte hohe Schadstoffmengen, darunter Acrylamid und Glykoalkaloide.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

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 2022 beschäftigten wir 237 (Vorjahr: 237) Mitarbeiterinnen und 139 (137) Mitarbeiter. Diese sind auf 321,46 (319,17) Stellen tätig. Davon werden 194 (201) in Teilzeit ausgeübt. 51,6 (53,7) Prozent der Gesamtbelegschaft verbinden so Beruf, Familie und Freizeit in einer auf ihre Lebenssituation angepassten Weise. Das Durchschnittsalter betrug 47,3 (49,8) Jahre, die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit 13,6 (14,5) Jahre, der Krankenstand 5,2 (4,6) Prozent. Erhöht

hat sich die Fluktuation von 4,9 auf 6,4 Prozent: Die Arbeitsverhältnisse endeten durch Zeitablauf (6), Berentungen (10), Arbeitnehmerkündigungen (5) sowie Wechsel in die Freizeitphase der Altersteilzeit (3).

Die Stiftung Warentest engagiert sich in der Ausbildung. Im Berichtsjahr absolvierten 4 (2) Studierende bei uns ein Praktikum. Ein (1) Mitarbeiter startete seine Ausbildung zum Redakteur (Jungredakteur). Zusätzlich begannen 3 (2) Volontärinnen eine Ausbildung jeweils in den Abteilungen Kommunikation, Marketing und Vertrieb sowie im Thementeam Geldanlage, Altersvorsorge, Kredite und Steuern. Außerdem boten wir einer Studierenden im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre die Möglichkeit, ihre Praxisphasen in unserem Bereich Finanzen, Personal und IT zu gestalten.



■ Anzahl der Mitarbeitenden, Stand 31.12.2022

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: 31.12.2022).

I. Verbraucherinstitutionen

International Consumer Research and Testing (ICRT)

Hubertus Primus (Board)
Dr. Holger Brackemann (Management Committee)
Dr. Markus Bautsch (Arbeitsgruppe „Evaluation Database“)
Renate Ehrnsperger (Arbeitsgruppe „Child“)
Dr. Thomas Koppmann (Arbeitsgruppe „Personal Care“)
Michael Morys (Arbeitsgruppe „Sustainability“)
Danielle Leven (Management Committee, Arbeitsgruppe „Market Analysis“ und „Product Tracker“)
Dr. Dirk Lorenz (Arbeitsgruppe „Domestic Appliances“)
Florian Ostermann (Arbeitsgruppe „Automation & API Working Group“)
Anke Scheiber (Arbeitsgruppe „UX“)
Dr. Gunnar Schwan (Arbeitsgruppe „Surveys“)
Sarah Vasconi (Arbeitsgruppe „Child“)
Simone Vintz (Arbeitsgruppe „IoT connected Products Test Programme“)
Dr. Jochen Wettach (Arbeitsgruppe „Food“)

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)

Dr. Dirk Lorenz (Verbraucherrat)
Holger Rohde (Normenausschuss Dienstleistungen)
Janine Schlenker (Normenausschuss Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte)
Elke Gehrke (Normenausschuss Zertifizierungsgrundlagen)
Renate Ehrnsperger (Normenausschuss Chemische Sicherheit von Spielzeug)

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)

European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC)

Anke Scheiber (Working Group Services)

Darüber hinaus arbeiten weitere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Stiftung in vielen Normenausschüssen im Rahmen von DIN, DKE und VDE mit.

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)

Michael Nischalke (Versicherungsbeirat)

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI)

Dr. Markus Bielecki (Beirat Digitaler Verbraucherschutz)

Bundeszentrum für Ernährung (BZfE)

Charlotte Granobs

Deutsche Akkreditierungsstelle (DAkkS)

Elke Gehrke (Beirat)

Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK)

Dr. Jochen Wettach (Mitglied der Fachausschüsse 1, 2 und 3)

Janine Schlenker (Mitglied der Fachausschüsse 5, 6 und 7)

Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen

Stephan Kühnlenz (Beirat)

Eurolab Deutschland

Elke Gehrke (Leiterin des Ausschusses für Qualitätsmanagement)

Fokusgruppe private Altersvorsorge des Bundesministeriums der Finanzen

Stephan Kühnlenz

Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh)

Dr. Thomas Koppmann (Arbeitsgruppe Aromastoffe)

Dr. Sara Wagner-Leifhelm (Hauptausschuss Detergenzien)

Jury Umweltzeichen („Blauer Engel“)

Dr. Axel Neisser

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

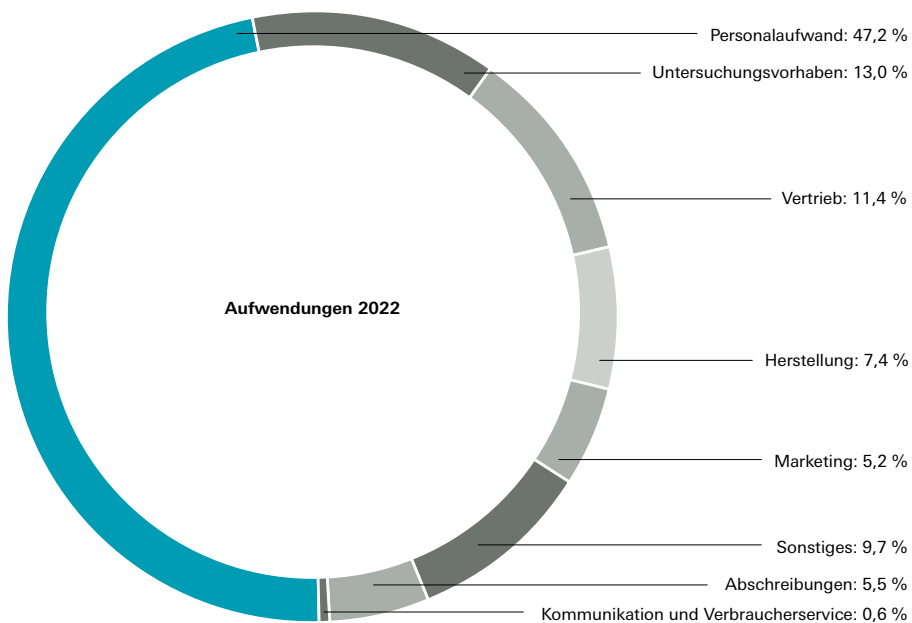
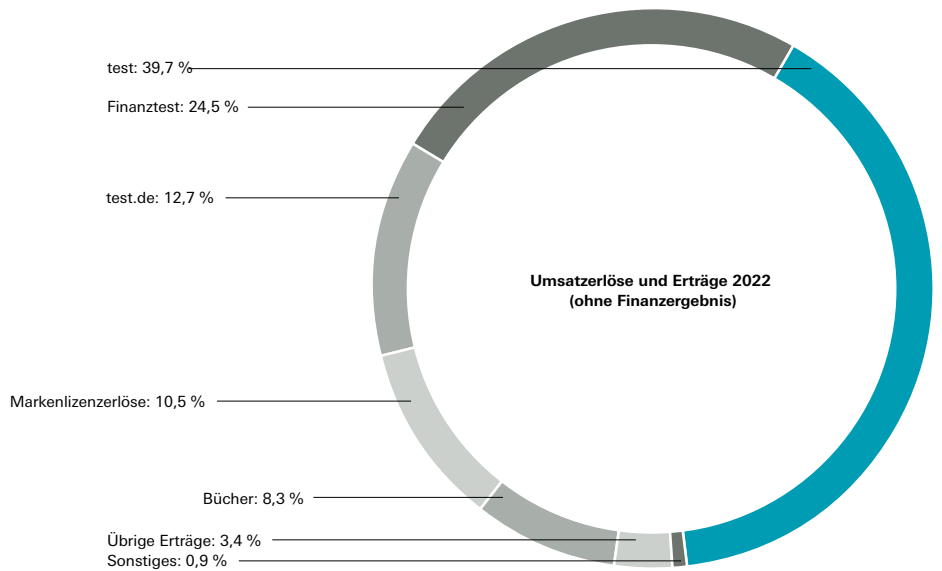
Beate-Kathrin Bextermöller (Beirat)

Susanne Meunier (Beirat)

Zentrale Stelle für die Digitale Rentenübersicht (ZfDR) des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales

Stephan Kühnlenz (Steuerungsgremium)

Wirtschaftsdaten



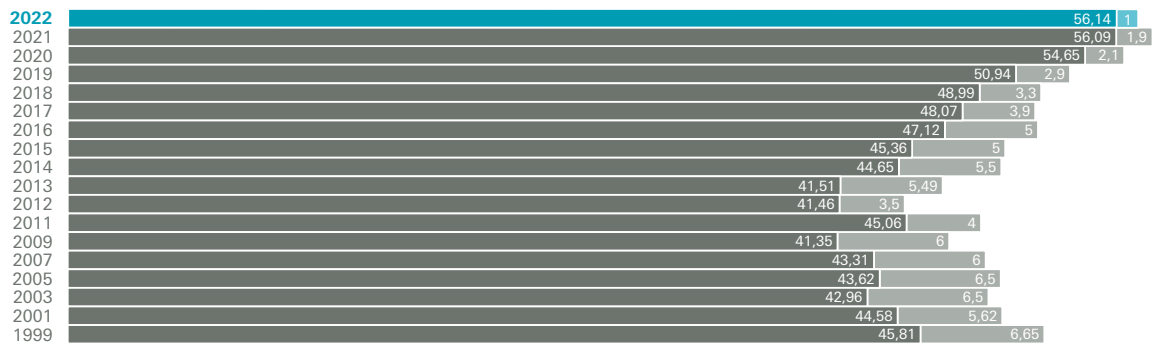
Erträge und Aufwendungen

in Tausend Euro

	2022	2021
Umsatzerlöse		
test	22.691	23.175
Finanztest	14.004	13.785
Bücher	4.705	5.521
test.de	7.227	7.029
Markenlizenzerlöse	6.011	5.713
Sonstiges	538	379
	55.176	55.602
Übrige Erträge		
Zuwendung der Stifterin	970	1.900
Bestandsveränderung und Sonstiges	964	488
	1.934	2.388
Summe Erträge	57.110	57.990
Aufwendungen		
Materialaufwand für Herstellung	4.492	3.768
Materialaufwand für Vertrieb	6.852	7.262
Materialaufwand für Marketing	3.162	3.052
Materialaufwand für Untersuchungen	7.861	7.782
Materialaufwand für Kommunikation und Verbraucherservice	342	342
Personalaufwand	28.441	28.910
Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen	3.352	3.508
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5.849	5.068
Summe Aufwendungen	60.306	59.692
Ergebnis vor Finanzergebnis	-3.196	-1.702
Finanzergebnis	5.737	5.711
Ertragsteuern	-29	219
Jahresergebnis	2.570	3.790

Entwicklung der Finanzen

in Mio. Euro



■ Eigene Mittel ■ Ausgleichszahlung der Stifterin

Bilanz zum 31. Dezember 2022

Aktiva und Passiva in Tausend Euro

	2022	2021
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	13.064	14.402
Finanzanlagen	206.800	187.996
Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	20.114	36.948
Summe Aktiva	239.978	239.346
Passiva		
Grundstockkapital	180.000	180.000
Kapitalerhaltungsrücklage	15.691	12.137
Sonstige Rücklagen	12.914	13.898
Ergebnisse aus Vermögensumschichtungen	5.387	5.387
Rückstellungen	8.171	9.958
Erhaltene Anzahlungen	11.867	11.307
Sonstige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	5.948	6.659
Summe Passiva	239.978	239.346

Finanzierung der Stiftung Wartentest

in Tausend Euro

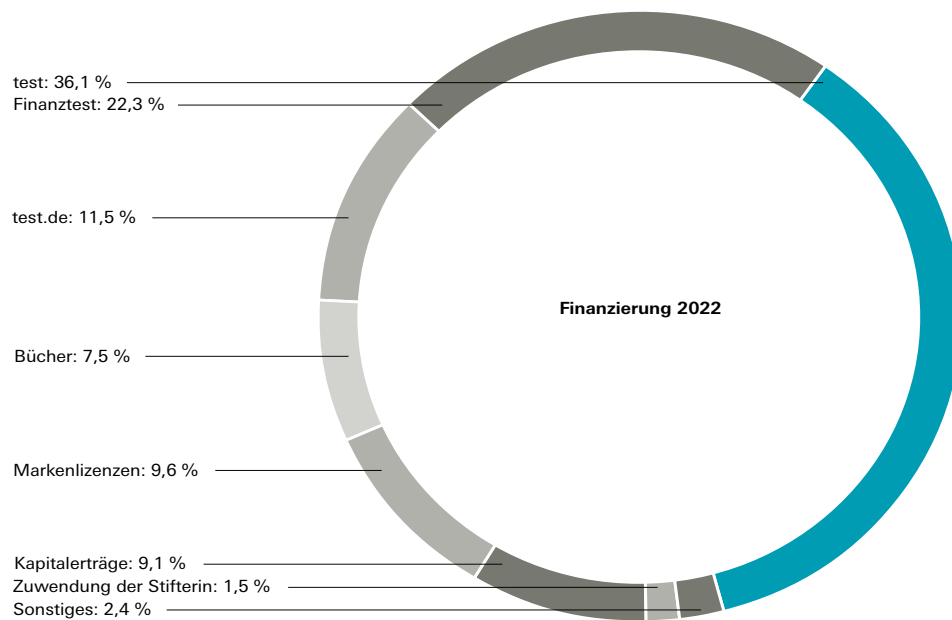
2022

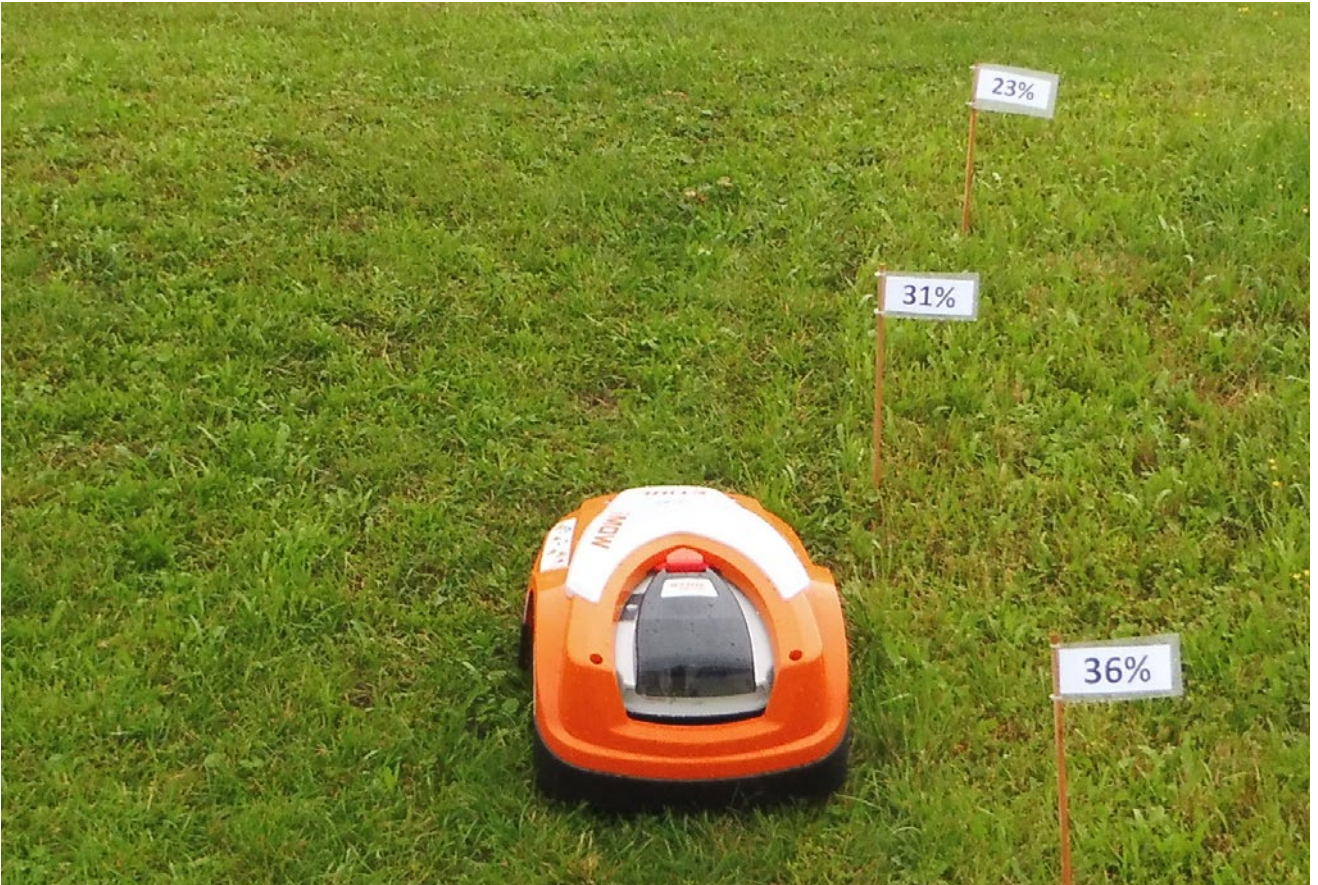
Einnahmen nach Kategorien

test	22.691
Finanztest	14.004
test.de	7.227
Bücher	4.705
Markenlizenzen	6.011
Kapitalerträge	5.737
Zuwendung der Stifterin	970
Sonstiges	1.502

Gesamt

62.847





Sonderangebot? Minigolf?

Test Mähroboter (4/2022)

Rasenroboter im Test sollen auch steile Hängen mähen. Auf den Fähnchen rechts ist die Steigung an der jeweiligen Stelle in Prozent angegeben.

31 Prozent zum Beispiel bedeutet, dass der Mähroboter auf einer Länge von einem Meter eine Höhe von 31 Zentimeter überwinden muss. Solche Hänge schaffen nicht alle Modelle.

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 sowie über die Sozialen Medien.

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. Nicht selten löst die Berichterstattung über unsere Testergebnisse weiterführende Diskussionen aus, die zu Reaktionen auf Anbieterseite oder durch die Politik im Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher führen. Zudem sorgen wir mit Informationen über die Stiftung und ihre Arbeit für Transparenz über das Stiftungshandeln.

Journalistinnen und Journalisten schätzen den umfassenden Presseservice der Stiftung. Neben Texten und kompetenten Interviewpartnerinnen und -partnern stellen wir Fotos und TV-Rohschnittmaterial sowie Töne für den Hörfunk zur Verfügung, um das Prüfschehen erlebbar zu machen. Im März 2022 luden wir nach längerer Pandemie-Pause wieder zu einem Pressebesuch in ein Prüfinstitut ein. Der Bereichsleiter Untersuchungen Dr. Holger Brackemann und die test-Chefredakteurin Isabella Eigner sowie Fachleute im Prüfinstitut ermöglichten den Teilnehmenden

einen tiefen Blick hinter die Kulissen der Testarbeit. Im Ergebnis erschienen zahlreiche Medienberichte, unter anderem in der Welt am Sonntag, den Zeitungen der Ippen-Gruppe sowie bei t-Online. Im Dezember berichtete das rbb Fernsehen ausführlich über unsere Arbeit mit Bereichsleiter Dr. Holger Brackemann als Studiogast. Interesse gab es auch bei den Fachmedien: Auf der Plattform des Digital-Marketing-Anbieters OMR erschien ein großes Interview mit Vorstand Hubertus Primus. Das Fachmagazin kress pro hob ein Interview zur digitalen Transformation bei der Stiftung mit Bereichsleiterin Julia Bönisch auf den Titel.

Presse, TV und Hörfunk griffen die breite Palette unserer Themen im Jahr 2022 sehr gut auf. Besonders große Aufmerksamkeit erzielten Themen rund ums Energiesparen sowie zum Sparen im Alltag und Geldanlage in Zeiten der Inflation. Nachrichtensendungen griffen unter anderem unsere Informationen zu Fluggastrechten, zu FFP2-Masken, zu Krankenkassenbeiträgen und zum sogenannten „Konto für alle“ auf, für das Banken zum Teil sehr hohe Gebühren nehmen. Auch unsere Lebensmitteltests waren in den Medien beliebt, z.B. Kartoffelchips, Stollen und Salz.

Nach zweijähriger Pandemie-Pause waren wir in diesem Jahr wieder mit einem Stand auf der Frankfurter Buchmesse vertreten. Das Interesse der Fachbesucher und des Publikums an unseren Ratgeber-Büchern war groß. In Veranstaltungen informierten unsere Expertinnen unter anderem über Vorsorge-Themen. Die aktive Medienarbeit für die Ratgeber-Bücher zahlte sich ebenfalls aus, unter ande-

rem die Titel „Gelassen leben“ und „Günstig bauen“ sowie der Finanzplaner für Berufseinsteiger erzielten ein gutes Medienecho.

Insgesamt sind im Jahr 2022 online über 17 000 Beiträge sowie 14 550 Artikel in Printmedien über die Stiftung Warentest und ihre Themen erschienen. Die Expertinnen und Experten der Stiftung Warentest absolvierten zudem mehr als 900 Interviews und Auftritte in TV und Hörfunk, die größtenteils vielfach ausgestrahlt wurden. Die Zahl der Sendungen, in denen Themen der Stiftungen aufgegriffen wurden, liegt weit darüber. Von einer Voll-Beobachtung sehen wir im Bereich TV und Hörfunk aus Kostengründen ab.

Social Media

Die Stiftung Warentest ist mit eigenen Kanälen in den großen Sozialen Netzwerken vertreten: auf Youtube seit 2007, auf Facebook und Twitter seit 2009 sowie auf Instagram seit 2018. Seit 2021 gibt es einen eigenen Instagram-Kanal für Finanztest.

Auf unseren Leadkanälen Instagram und Facebook transportieren wir die breite Palette nützwertiger Themen der Stiftung mit einer von Humor und Prägnanz geprägten Tonalität und Bildsprache. Wir erreichen damit insbesondere die Generation der Mitte 20- bis Mitte 40-Jährigen.

Insgesamt haben wir mit unseren Inhalten auf Facebook und den beiden Instagram-Kanälen im Jahr 2022 fast 44 Millionen Menschen erreicht (Facebook: 26,3 Mio., Instagram test: 13,8 Mio., Instagram Finanztest: 3,7 Mio.). Die

durchschnittliche Reichweite eines Postings lag bei ca. 70 000. Auf YouTube erzielten wir 3,3 Mio. Videoaufrufe.

Während die Nutzerzahl auf Facebook mit rund 675 000 Fans im Vergleich zu den Vorjahren relativ stabil bleibt, wächst sie auf Instagram test kontinuierlich, 2022 um 10 Prozent auf 150 000 Follower. Der noch junge Finanztestkanal konnte um reichlich 16 Prozent auf 18 000 Follower wachsen.

Eine besonders gute Performance erzielten Beiträge aus den Themenbereichen Nachhaltigkeit, Familie sowie Ernährung und Gesundheit.

Einige Beispiele:

Unser Post zum Trendspielzeug Pop-it erzielte auf Facebook eine organische Reichweite von rund 1 Million und erhielt über 1 300 Likes und 500 Kommentare. Die meisten Kommentare (6 300) erhielt ein Beitrag, in dem Veggie-Bratwürste mit traditionellen aus Fleisch verglichen wurden.

Auf Instagram test waren eine Kurzmeldung zum Thema natriumarmes Salz (190 000 Reichweite, 9 000 Likes, 100 Kommentare) und die Mogelpackung von Sanella (140 000 Reichweite, 3 500 Likes und 230 Kommentare) die erfolgreichsten Posts des Jahres.

Bei Instagram Finanztest erzielte ein Special zu Flugausfällen im Sommer eine für unseren jüngeren und kleineren Kanal sehr hohe Reichweite von 113 000.

Besonders viel Zustimmung und positives Feedback brachte uns ein Post, in dem wir die

Finanzierung der Stiftung erläuterten (Insgesamt knapp 10 000 Likes, 400 000 Reichweite und 500 Kommentare). Dies zeigt auch, wie wichtig die Aufklärung über den Hintergrund der Stiftung ist, und wie viel Interesse es an Einblicken in unsere Arbeit gibt.

Insgesamt erreichen wir auf Facebook, Instagram und YouTube im Durchschnitt jüngere Menschen als unsere Print- und Online-Leserschaft. 30 Prozent unserer Facebook-Fans und Instagram-Follower sind zwischen 35 bis 44 Jahre alt. Bei Facebook ist dies gefolgt von 25 Prozent bei den 45- bis 54-Jährigen. Die Instagram-Follower sind jünger: Hier ist die zweitgrößte Altersgruppe die der 25- bis 34-Jährigen mit 26 Prozent. Auf YouTube ist das Publikum älter: Insgesamt 42 Prozent gehören den über 45-Jährigen an. Die Nutzer der Altersgruppen 35 bis 44 und 25 bis 34 sind mit 24 Prozent bzw. 23 Prozent nahezu gleich groß.

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

57 Prozent der Follower Frauen. Bei YouTube dominiert hingegen der Anteil der männlichen Nutzer (74 Prozent).

Veranstaltungen

Höhepunkte des Veranstaltungsjahres 2022 waren der Parlamentarische Abend am 9. Mai, zu dem wir gemeinsam mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) in die Deutsche Parlamentarische Gesellschaft einluden, sowie die Preisverleihung des Wettbewerbs „Jugend testet“ am 23. Juni in Anwesenheit der für Verbraucherschutz zuständigen Bundesministerin Steffi Lemke und die Teilnahme an der Frankfurter Buchmesse im Oktober. Auch zu internen Veranstaltungen konnten die Mitarbeitenden und Gremienmitglieder wieder in Präsenz zusammenkommen: Auf dem Sommerfest, der Weihnachtsfeier sowie dem Treffen des Lucie-Beyer-Kreises fand reger Austausch statt.

Nutzerzahlen zum Ende des Berichtsjahrs 2022

675 000 / Facebook

150 000 / Instagram test

18 000 / Instagram Finanztest

37 000 / Twitter

55 000 / YouTube



Jugend und Schule

Wettbewerb Jugend testet

3 142 (2021: 2 454) Schülerinnen und Schüler im Alter von 12 bis 19 Jahren haben sich beim Wettbewerb „Jugend testet 2022“ beteiligt und insgesamt 826 (2021: 750) Arbeiten eingereicht - ein Rekord in der über 40-jährigen Geschichte des Wettbewerbs. Die Tests der Jugendlichen deckten auch diesmal ein sehr breites Spektrum ab, darunter Eistee und E-Scooter, Fitness-Apps und Fastfood-Ketten, Gaming-Tastaturen und Grillanzünder, Wimperntusche und Whiteboard-Schwämme. Die besten sechs Arbeiten hat die Stiftung Warentest zusammen mit Verbraucherschutzministerin Steffi Lemke, Schirmherrin des Wettbewerbs, am 23. Juni 2022 in Berlin ausgezeichnet.

Preisträger

Kategorie Produkttests:

1. Preis: Tischtennisbälle
2. Preis: Pflaster
3. Preis: Luftballons

Preisträger

Kategorie Dienstleistungstests:

1. Preis: Passwortmanager
2. Preis: Führerschein-Apps
3. Preis: Nachrichtenkanäle auf Instagram

Seit 2019 ist der Wettbewerb Jugend testet Mitglied der Arbeitsgemeinschaft bundesweiter Schülerwettbewerbe.

Am 16. und 17. Mai 2022 trafen sich die Leiterinnen und Leiter der in der Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossenen Wettbewerbe mit den zuständigen Referentinnen und Referenten bei den Kultusministerien der Länder. In verschiedenen Workshops zum



Thema „Future Skills“ wurde deutlich, wie sehr Schülerwettbewerbe dazu beitragen, Schülerinnen und Schülern die Kompetenzen zu vermitteln, die sie für die zukünftige Arbeitswelt benötigen.

Bettina Dinger, Leiterin des Wettbewerbs, ist in dieser Funktion in die Jury der „Auszeichnung Verbraucherschule“ des Verbraucherzentrale Bundesverbands e. V. berufen worden. Am 6. Mai 2022 konnten wir zudem den Wettbewerb angehenden Lehrkräften an der Technischen Universität Berlin vorstellen. Im Rahmen eines Master-Seminars führten die Studierenden eigenständig Produkt- oder Dienstleistungstests durch und reflektierten, wie Schülertests im Unterricht umgesetzt werden können.

Zeitschriftenprojekte

test in der Schule

Im Schuljahr 2021/2022 setzten im Rahmen unseres Projekts „test in der Schule“ wieder 19 Lehrkräfte (2021: 32) die Zeit-

schrift test regelmäßig im Unterricht ein, um so kritisches Konsumverhalten mit ihren 470 Schülerinnen und Schülern (2021: 811) einzuüben.

Finanztest in der Schule

An unserem Projekt „Finanztest in der Schule“ nahmen im Schuljahr 2021/2022 insgesamt 69 Lehrkräfte mit 1 911 Schülerinnen und Schülern teil.

Stiftung Lesen: „Zeitschriften in die Schulen“

Neben ihren eigenen Projekten beteiligte sich die Stiftung Warentest 2022 auch am Projekt „Zeitschriften in die Schulen“ der Stiftung Lesen und des Medienverbands der freien Presse e. V. (MVFP). Für die Digitalkomponente des Projekts stellte die Stiftung die Ausgabe test 2/2022 digital zur Verfügung. Im Zeitraum April bis Juli konnten über 10 000 Lehrkräfte auf insgesamt 120 digitale Titel zugreifen. Mit 921 Downloads gehörte test zu den am häufigsten heruntergeladenen Titeln. Mit der Aktion haben wir einmalig rund 23 000 Schülerinnen und Schüler erreicht.

Lehrkräfte

Der Verband der Rechtskundelehrer NRW informierte sich am 2. November 2022 in unserem Hause über die Arbeit der Stiftung Warentest. Dabei stießen auch die Materialien und Projekte, die die Stiftung Lehrkräften für die schulische Verbraucherbildung zur Verfügung stellt, auf sehr großes Interesse.

Unterrichtsmaterialien

Nachdem auch die 6. Auflage des Unterrichtsmaterials „Richtig reklamieren“ im Sommer 2022 vergriffen war, haben wir das Material für die 7. Auflage komplett aktualisiert und überarbeitet.

Ab Januar 2023 können Lehrkräfte wieder kostenfrei Arbeitshefte für ihre Klassen mit Sachinformationen, Materialien und Aufgaben rund ums Reklamieren sowie die Unterschiede zwischen Online- und Ladenkauf bei uns bestellen und erhalten dazu ein Lehrerheft mit Anregungen, Hintergrundinformationen und Lösungen.

Auch die anderen Materialien, Artikel und Tests, die wir Lehrkräften online zur Verfügung stellen, wurden gut genutzt und rund 12 000 Mal (2021: 12 000) heruntergeladen. Darüber hinaus forderten im Jahr 2022 insgesamt 625 (2021: 876) Lehrkräfte Klassensätze von test, Finanztest und den gedruckten Ausgaben unserer Unterrichtsmaterialien an.

Danke für die großartige
Arbeit der
Stiftung Warentest und
Danke für deren
Nettverh. „Jugend testet“
Großartig! Steffi Lembke

Eintrag von Bundesverbraucherschutzministerin
Steffi Lembke ins Gästebuch der Stiftung anlässlich
der Preisverleihung „Jugend testet“

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist Teil der Stiftungsidentität. Schon in den achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts hat die Stiftung Warentest die Gewässerbelastung durch Waschmittel getestet und so zur Verbesserung der Produkte beigetragen. Seither haben wir die Fragestellungen ausgeweitet und die Prüfmethode weiterentwickelt. Das Interesse unserer Leserinnen und Leser sowie der Öffentlichkeit an fundierten und konkreten Informationen zu nachhaltigem Konsum wächst kontinuierlich.

Daher berücksichtigen wir Nachhaltigkeitsaspekte bereits bei der Themen- und Produktauswahl, indem wir Themen mit Nachhaltigkeitsanspruch aufnehmen, umweltverträglichere Produktsegmente prüfen ebenso wie Produkte mit einschlägigen Labels wie dem EU-Biosiegel. So untersuchten wir 2022 neben Bodylotions aus der Flasche auch feste Varianten aus der Pappschachtel, deren Ökobilanz deutlich besser ist (test 4/22). Im Grillwürstchen-Test stellten wir die Klassiker mit Fleisch neben vegane und vegetarische Alternativen (test 8/22). Auch Mietdienste für Werkzeug und Elektronik nahmen wir unter die Lupe und stellten fest, dass die Anbieter noch einiges verbessern könnten (test 7/22). Ferner prüften wir erstmals Wallboxen für Elektroautos (test 3/22).

Finanztest (4/22) nahm sich spezielle Stromtarife für Elektroautos vor und zeigte, dass diese sich durchaus lohnen können. Anbieter von CO₂-Kompensation, die sich auch an Privatkunden richten, waren Gegenstand einer weiteren spannenden Untersuchung in diesem Segment (Finanztest 11/22). Der Photovoltaik widmeten wir erstmals sogar

ein Titelthema (Finanztest 3/22). Bereits ein Klassiker sind unsere regelmäßigen Tests von Fonds und ETFs mit Nachhaltigkeitsanspruch, wo wir mit unserem Untersuchungs- und Bewertungsansatz Vorreiter sind: Die Finanztest-Nachhaltigkeitsbewertung ist streng und bezieht sich auf den gesamten Auswahlprozess der Fonds. Die Bewertung von 29 Ausschlusskriterien machen am Ende 50 Prozent der Gesamtnote aus. 2022 prüften wir zudem die Beratungsqualität der Banken zum Thema – mit eher mittelmäßigen Ergebnissen (Finanztest 4/22).

Darüber hinaus sind Testverfahren, die die Nachhaltigkeit von Produkten abbilden, mittlerweile Standard bei all unseren Tests. Für Prüfkriterien wie Energie- und Wasserverbrauch, Schadstoffgehalt und Haltbarkeit gilt das schon seit langem. Reparierbarkeit, die Verfügbarkeit von Ersatzteilen, Recyclingfähigkeit von Verpackungen sowie im Falle von Smartphones und Tablets die Updatehäufigkeit kamen in den letzten Jahren hinzu. Die Erkenntnisse fließen prominent in die Test-Veröffentlichungen ein, etwa in Form eines prominenten Umwelt-Tipps im Kasten „Unser Rat.“ Häufig ergänzen wir die Tests auch um Hinweise zu nachhaltigem Verhalten. 2022 standen hier insbesondere alle Energiespar-Themen im Fokus.

Weitere wichtige Untersuchungen sind Ökobilanzen und umfassende CSR-Tests. In test 2/22 ging es beispielsweise um die Ökobilanz von kabelgebundenen und Akku-Staubsaugern – mit dem eindeutig besseren Ergebnis für die Akku-Sauger, vor allem aufgrund ihres geringeren Stromverbrauchs. CSR-Untersuchungen, bei denen es um die

Unternehmensverantwortung, insbesondere bei der Herstellung von Produkten oder der Bereitstellung von Dienstleistungen geht („Corporate Social Responsibility“), führten wir 2022 bei Paketdiensten durch, wo wir unter anderem eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen feststellen konnten. Außerdem befragten wir Pharmaunternehmen, unter welchen Bedingungen für Arbeiterinnen und Arbeiter sowie die Umwelt Arzneiwirkstoffe hergestellt werden. Allerdings bleibt dies auch nach unserer Untersuchung weitgehend unklar, denn die Branche, die vor allem in China und Indien produzieren lässt, mauerte.

Wie bei den Tests sind auch bei unseren Büchern Nachhaltigkeitsaspekte ein fester Bestandteil fast jedes Ratgebers. 2022 gab es darüber hinaus mehrere Neuerscheinungen mit genau diesem Schwerpunkt. Dazu gehört der Titel „Klimafreundlich essen“, der in Form einer Challenge unterhaltsam darlegt, wie jeder und jede allein durch das Essen bis zu einer Tonne CO₂ einsparen kann. Gleich mehrere neue Titel stellten klimafreundliches Heizen und Energieeffizienz in den Mittelpunkt, so der sehr stark nachgefragte Ratgeber „Wärmepumpen für Heizung und Warmwasser“ sowie die Bücher „Energetische Sanierung in der Eigentümergemeinschaft“ und „Richtig dämmen“.

Was die Stiftung von Herstellern verlangt, gilt natürlich auch für unser eigenes Handeln. Für die Druckerzeugnisse verwendet die Stiftung Warentest 92 Prozent Recycling-Papier, davon ist 89 Prozent mit dem Blauen Engel zertifiziert. Gedruckt wird ausschließlich in Deutschland, weil hier hohe Umwelt-

standards gelten und kurze Transportwege für geringere CO₂-Emissionen sorgen.

Beim Druck von Büchern werden vorwiegend mineralölfreie Farben verwendet. Zum Versenden von Einzelheften nutzen wir umweltfreundliche Folie (90 Prozent aus recyceltem Altmaterial und zu 100 Prozent recyclingfähig, Entsorgung über die gelbe Tonne). Der Versand von Paketen aus dem Direktvertrieb erfolgt via GoGreen.

Der Stromverbrauch des Firmensitzes in Berlin sinkt seit Jahren kontinuierlich und lag im Jahr 2022 bei rund 335 000 kWh. Vor zehn Jahren lag er bei mehr als 581 000 kWh. Die hauseigene Photovoltaik-Anlage produzierte 2022 rund 23 000 kWh Strom. Das sind ca. 4 000 kWh mehr als im Vorjahr. Der Bezug von Fernwärme lag 2022 bei rund 418 000 kWh. Vor 10 Jahren waren es noch 678 000 kWh.

Stiftungsbienen

Im April 2022 freuten wir uns über neue fleißige Mitarbeitende in Form von zwei Bienenvölkern, die unter der Aufsicht eines Imkers ihre Heimat auf einer begrünten Fläche bei den Besucherparkplätzen gefunden

haben und im nahen Berliner Tiergarten ihrer Sammelleidenschaft nachgehen. Der Ertrag 2022 waren 115 Kilo feiner Honig, mit dem wir zu Weihnachten viel Freude bei unseren Vertriebspartnern verbreiteten.



Rechtsangelegenheiten

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 unter 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 eine Sachverständige hinsichtlich der Behauptung der Klägerin bestellt, dass die Stiftung die Decke nicht nach den für das Verfahren der schonenden Nassreinigung geltenden Vorgaben gereinigt hat. Das Gutachten kommt zu einer für die Stiftung negativen Einschätzung. Nachdem die Stiftung und das ZDF dem entgegengetreten sind, hat das Gericht die Sachverständige mit einem Ergänzungsgutachten beauftragt.

Rauchmelder alarmiert zu spät

Die Pyrex GmbH hatte gegen die Bewertung ihres Rauchmelders (in test 1/2021) mit dem Gesamturteil Mangelhaft und einzelnen Aussagen hierzu nach einem – zunächst erfolglos in Köln beim Landgericht und Oberlandesgericht geführten – einstweiligen Verfügungsverfahren Klage beim Landgericht Frankfurt a. M. erhoben. Das Produkt hatte bei der Prüfung in den vorgenommenen Prüfbränden nicht innerhalb der normativ geforderten Voraussetzungen den Alarm ausgelöst.

Ergebnis: Das Landgericht Frankfurt a. M. hat im Berichtsjahr in der Sache nicht entschieden.

Werbung mit Testsieg irreführend?

Die bett1.de GmbH will der Stiftung gerichtlich untersagen lassen, im geschäftlichen Verkehr zu behaupten, dass die Matratze eines Wettbewerbers, die 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. Über die hiergegen von der Klägerin eingelegte Berufung hat das Kammergericht auch in diesem Berichtsjahr nicht entschieden.

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 2022 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 zu lassen. Die Firma hat hiergegen Berufung zum Kammergericht eingelegt. Das Kammergericht hat die Berufung einstimmig wegen offenkundiger Aussichtslosigkeit kostenpflichtig verworfen. Die bett1.de GmbH hat dies als endgültige Regelung anerkannt. Die Auseinandersetzung ist damit abschließend beendet.

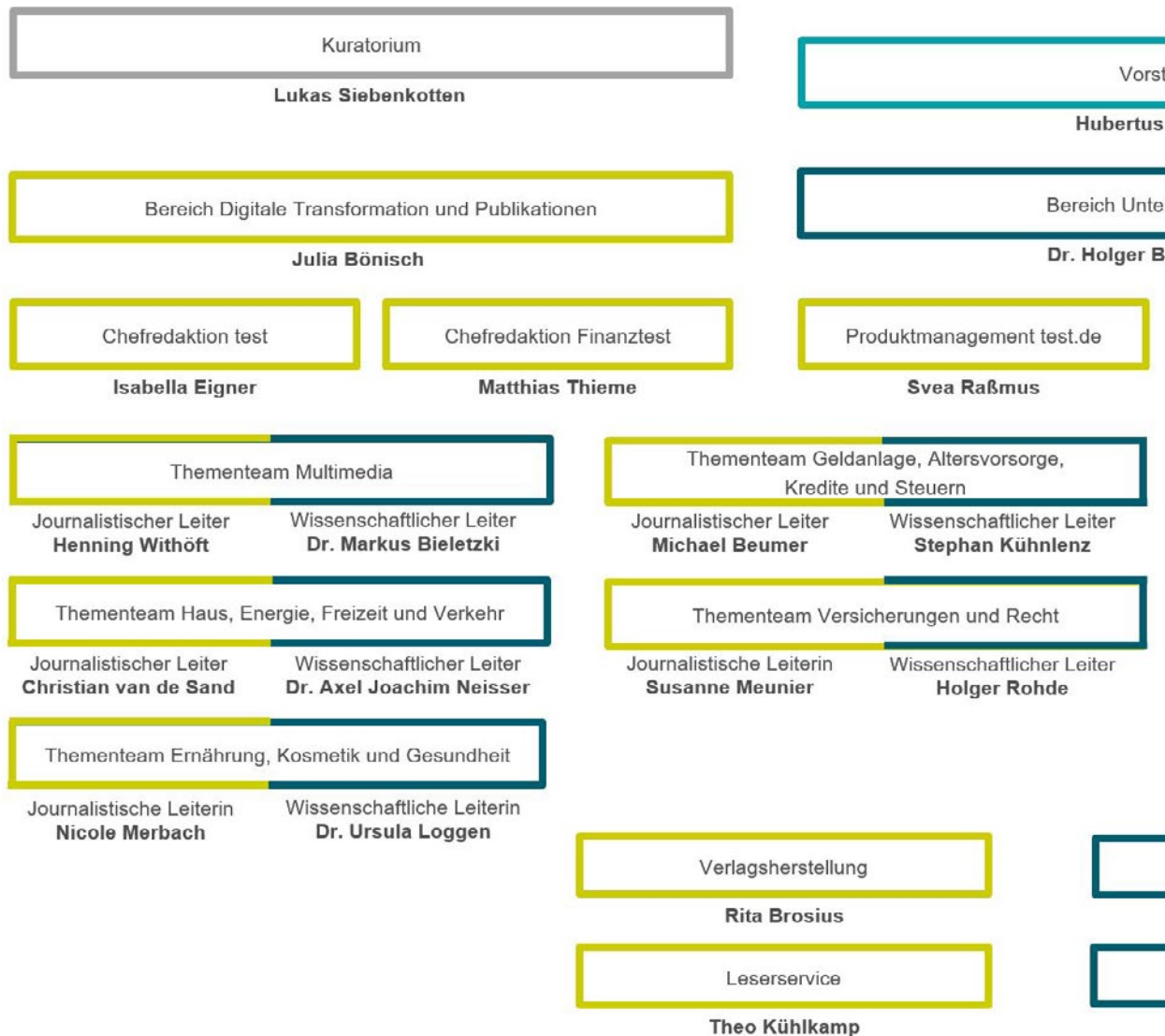


Frühjahrsputz? Treffer versenkt?

Test E-Bikes (6/2022)

Im Labor wurden die SUV-Bikes im Test ordentlich nass – um zu prüfen, wie gut Display, Motor und Akku wassergeschützt sind.

Organisationsplan der Stiftung Warentest



73

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

Isabel Rothe (Vorsitzende)

Präsidentin der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin

Prof. Dr. Barbara Brandstetter (stellv. Vorsitzende)

Hochschule Neu-Ulm, Leiterin Kompetenzzentrum Media & User Experience

Volker Angres

Journalist und Moderator

Klaus Müller

Präsident der Bundesnetzagentur

Prof. Dr. Andreas Oehler

Universität Bamberg, Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Dr. Inge Paulini

Präsidentin Bundesamt für Strahlenschutz

Lina Timm

Geschäftsführerin der Medien.Bayern GmbH

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	Dirk Stein 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



Zauberer? Telekinese?

Test Drohnen (1/2022)

Zu den Geräten im Test gehörten auch Minidrohnen ohne GPS.

Sie sind eher für Innenräume geeignet als für den Einsatz im Freien.

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, Bearbeitung: Regine Kreitz

Bildnachweis: Stiftung Warentest, S. 68: Getty

Grafik, Bildauswahl: Josephine Rank, Berlin

Stand: 31. Dezember 2022 (soweit nicht anders angegeben)

ISSN 1617-9502

ISSN 1617-9502

