

Alles für die Katz?

Spenden Nur wenige Tier- und Umweltschutzorganisationen arbeiten wirtschaftlich, sind transparent und solide organisiert.

Die Internetseite ist vollgepackt mit Informationen: wie Igel am besten überwintern, was kranken Eichhörnchen hilft, dass Exoten nicht als Haustier taugen und wo es Heime für ausgesetzte Hunde und Katzen gibt. Die Organisation „Aktion Tier – Menschen für Tiere“ berichtet ebenfalls, wie „Sandy Mölling, die ehemalige Sängerin der bekannten Popband No Angels“, ein Tierschutzzimmer einweiht, in dem Kinder und Jugendliche viel über Arten- und Naturschutz lernen können.

Ausführlich beschreibt die Organisation Inhalte von Aktionen, Kampagnen und Projekten, für die sie 2011 rund elf Millionen Euro eingesammelt hat. Geht es aber um Details zur Verwendung der Gelder oder Einzelheiten der Organisationsstruktur, werden die Informationen spärlicher oder bleiben die Verantwortlichen gar stumm.

Zusammen mit dem Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) hatten wir 46 Organisationen aus den Bereichen Tier-, Natur- und Artenschutz sowie Umwelt- und Klimaschutz gebeten, an unserer Untersuchung teilzunehmen.

Aktion Tier ist eines von 19 Hilfswerken, das Auskünfte verweigert hat. Einige Organisationen reagierten auch auf Nachfrage nicht. Andere sagten die Teilnahme ab (siehe Tabelle S. 13). Wie sie mit Spendengeldern umgehen, bleibt unklar.

Unser Rat

Wenn Sie Geld für den Tier- und Umweltschutz geben und sicher sein wollen, dass von jedem gespendeten Euro mindestens 65 Cent für den guten Zweck eingesetzt werden, spenden Sie an **Atmosfair, BUND, Deutscher Tierschutzbund, Greenpeace, Provieh** oder **WWF Deutschland**. Diese Organisationen informieren ihre Unterstützer weitgehend, wohin die Spendengelder fließen. Sie sind so organisiert, dass Verschwendung vermieden und Korruption erschwert wird.

FOTOS: STIFTUNG WARENTEST



Stimmiges Gesamtpaket

Der World Wide Fund For Nature (WWF) Deutschland gehört zusammen mit fünf weiteren Spendenorganisationen zu den wirtschaftlich arbeitenden, transparenten und solide organisierten.

Nur 6 der 46 Organisationen arbeiten wirtschaftlich, sind transparent und gut organisiert: Atmosfair, BUND – Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Deutscher Tierschutzbund, Greenpeace, ProVieh und WWF Deutschland.

Am Geld scheiden sich die Geister

Wirtschaftlich arbeitet eine Spendenorganisation nach unserer Auffassung, wenn sie für Verwaltung und Werbung höchstens 35 Prozent der Ausgaben eines Jahres einsetzt. Von jedem gespendetem Euro nutzt sie bei dieser Quote 65 Cent für ihren Satzungszweck und 35 Cent für das Gehalt ihrer Mitarbeiter in der Verwaltung, für Werbe- und Bittbriefe, Repräsentation, für die Anfertigung des Jahresberichts, für die Steuererklärung oder das Ausstellen von Spendenquittungen. Die 35-Prozent-Grenze halten in unserem Test 20 Spendenorganisationen ein.

Nur wer unter dieser Kostenquote bleibt, kann das Spenden-Siegel des DZI bekommen. Dieses bescheinigt die satzungsgemäße und sparsame Verwendung der Gelder. Die Prüfung kostet eine Gebühr, die abhängig von den Einnahmen der Organisation ist. Von den Untersuchten trägt das Siegel nur der Deutsche Tierschutzbund. Ein Grund mehr, die Branche näher zu be-

leuchten. Uns gegenüber hätte jede Organisation ohne großen Aufwand zeigen können, ob sie die Gelder sorgsam ausgibt. Wir haben Satzungen, Geschäfts- und Jahresberichte ausgewertet, Organisationsstrukturen und Internetseiten betrachtet sowie aufwendige Berechnungen angestellt.

„Beim Tier- und Artenschutz ist die Gefahr sehr groß, dass die Spenden missbraucht werden“, weiß DZI-Chef Burkhard Wilke. Ähnlich wie der Einsatz für bedürftige Kinder sei dieses Thema hoch emotional. Die Spender würden mehr aus dem Bauch heraus entscheiden als sonst. Unabhängige Beratung gebe es kaum.

Vorsicht angebracht

Bei sieben Organisationen sollte man sich eine Geldspende sehr gut überlegen. Die Tierschutzorganisation Terra Mater stellte keine ausreichenden Unterlagen über ihre Verwaltungs- und Werbungskosten zur Verfügung. Wie sie mit dem Geld umgeht, können wir nicht einschätzen.

Sechs weitere arbeiten unwirtschaftlich: die Heinz Sielmann Stiftung, Peta Deutschland, Stiftung Pro Artenvielfalt, Tiere in Not, Vier Pfoten und das Vogelschutz-Komitee. Zum Beispiel Vier Pfoten: Nicht einmal die Hälfte der Ausgaben floss laut

Geschäftsbericht 2012 in Projekte und Kampagnen wie die Bärenhilfe, die artgerechte Haltung von Löwen, Rettungsstationen für Orang-Utans, die Aufklärungskampagne über Welpenhandel und Käfighaltung von Legehennen.

Der Jahresbericht der Heinz Sielmann Stiftung weist nur Verwaltungskosten von 12 Prozent aus. Unwahrscheinlich, dass die Organisation, die nach dem als Tierfilmer bekannt gewordenen Ökologen benannt ist, kein Geld für Werbung ausgibt. Nach unseren Berechnungen ist ihre Kostenquote inklusive Werbung deutlich höher.

Ohne Werbung fließt kein Geld in die Spendenkasse eines Hilfswerks. Allerdings werfen zum Beispiel Bittschreiben spätestens dann ein schlechtes Licht auf den Verein, wenn sie beim Adressaten ausdrücklich nicht erwünscht sind oder viel zu häufig verschickt werden.

Es geht auch besser

Die sechs Spendenorganisationen der Spitzengruppe arbeiten nicht nur wirtschaftlich, sie legen auch Einnahmen und Ausgaben detailliert offen, berichten über die Wirkung ihrer Projekte und sind so organisiert, dass Korruption erschwert und Verschwendung vermieden wird. ▶

FOTOS: STIFTUNG WARENTEST



Wenig transparent

Die Tier- und Artenschutzorganisation Pro Wildlife zeigt in ihrem Bericht zu den Einnahmen und Ausgaben nur wenig aussagekräftige Grafiken ohne absolute Zahlen und schweigt über die Höhe der Mitarbeiterbezüge.



Auskunft verweigert

Aktion Tier ist eine von 19 Organisationen, die ihre Teilnahme an unserer Untersuchung verweigert hat. Auch auf Nachfrage reagierte sie nicht. Wie sie mit den Spendengeldern umgeht, ist fraglich.

Checkliste

Überlegt handeln

Mit der Checkliste können Sie jede Spendenorganisation einer ersten Prüfung unterziehen. Am besten ist, wenn Sie alle Fragen mit „Nein“ beantworten können.

Werden Sie gedrängt? Lassen Sie sich nicht unter Druck setzen. Eine Spende oder Mitgliedschaft ist freiwillig, niemand sollte Sie dazu überreden. Wenn Sie Bedenken haben, unterschreiben Sie nichts.

Wird starkes Mitleid erzeugt? Aggressive, Mitleid oder Angst erzeugende sowie stark gefühlsbetonte Werbung, etwa durch grausame Bilder, können ein Indiz für unseriöse Spendensammler sein.

Wird Zeitdruck aufgebaut? Übertriebene Dringlichkeit sollte Sie misstrauisch machen. Seriöse Hilfswerke können ohne Rücksicht auf den Spendeneingang bei Katastrophenfällen sofort helfen. Sie geben Ihnen Zeit für die Entscheidung.

Beschränkt die Organisation den Ausstieg aus einem Vertrag? Einmal eine Mitgliedschaft oder Dauerspende unterschrieben, haben Sie kein generelles Rücktrittsrecht. Unterstützenswerte Hilfswerke räumen freiwillig ein Widerrufsrecht ein und Sie können bei ihnen auch später jederzeit kündigen.

Verweigert die Organisation Infos über die Spendenverwendung? Seriöse Organisationen informieren ausführlich im Jahresbericht, was sie mit dem gespendeten Geld tun. Dort sollte klar stehen, wie viel in die Verwaltung und Werbung fließt und wie viel wirklich für welchen guten Zweck ankommt.

Verwehrt die Organisation eine Zuwendungsbestätigung? Nur mit diesem Formular können Sie Ihre Spende an eine Organisation garantiert als Sonderausgabe beim Finanzamt geltend machen (siehe www.test.de/spenden-steuer).

test Wirtschaftlich arbeitende Organisationen

Name der Organisation	Transparenz	Organisation und Kontrolle	Einnahmen ¹⁾ (Millionen Euro)
Transparent und gut organisiert			
Atmosfair	mittel	hoch ²⁾	3,3
BUND – Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland	mittel	hoch	16,3
Deutscher Tierschutzbund	mittel	mittel	8,7
Greenpeace	mittel	mittel	54,8
ProVieh – Verein gegen tierquälerische Massentierhaltung	mittel	mittel	0,3
WWF Deutschland	mittel	hoch	52,1
Mäßig transparent oder organisiert			
Animals Asia Foundation	unzureichend	niedrig	0,8
BOS Deutschland – Borneo Orangutan Survival Deutschland	niedrig	hoch	0,9
Bund gegen Missbrauch der Tiere	unzureichend	mittel	5,0
Bundesverband Tierschutz	niedrig	niedrig	0,4
Deutsche Umwelthilfe	niedrig	mittel	7,4
IFAW Internationaler Tierschutz-Fonds	unzureichend	mittel	10,3
Mobile Tierrettung	unzureichend	mittel	1,0
NABU Naturschutzbund Deutschland	niedrig	mittel	29,5
Pro Wildlife	unzureichend	niedrig	0,3
Rettet den Regenwald	unzureichend	unzureichend	1,4
Robin Wood	niedrig	niedrig	1,0
Tierschutzliga in Deutschland	unzureichend ²⁾	mittel	0,9
Tiertafel Deutschland	niedrig	niedrig	0,9
Whale and Dolphin Conservation	niedrig	mittel	0,9

1) Einnahmen aus dem letzten uns vorliegenden Geschäftsjahr. 2) Änderungen nach Stichtag.

Stichtag: 21. Oktober 2013

Mitarbeitergehälter offengelegt

Der BUND zeigt sich transparent, was die Gehälter der Mitarbeiter betrifft. Er veröffentlicht die Bandbreite der Einkommen sowie die drei höchsten Jahresgehälter. Für eine beispielhafte Organisation und Kontrolle spricht auch: Spender, die sich besonders engagieren wollen, können stimmberechtigtes Mitglied werden.

Die Umweltstiftung WWF Deutschland veröffentlicht die Namen aller Mitglieder ihres Aufsichtsgremiums. Das ist nicht selbstverständlich für die Branche. Mitarbeiter müssen Dienstreisen unter ökologischen und ökonomischen Aspekten planen, in

erster Linie Bahnreisen zweiter Klasse. Für Flugreisen schreibt der World Wide Fund For Nature die Economyclass vor.

Atmosfair beschreibt Projekte

Flugpassagiere können mit Atmosfair „die Klimagase ihrer Flugreise kompensieren“, ist auf der Website nachzulesen. Sie zahlen freiwillig einen von den Emissionen abhängigen Beitrag.

Atmosfair beschreibt im Jahresbericht ausführlich, was mit dem eingenommenen Geld passiert. Zum Beispiel versorgt die Organisation Menschen in Entwicklungsländern mit effizienten Öfen. Das

Fleck auf weißer Weste

Das Antragsformular für eine Mitgliedschaft beim BUND informiert, dass es sich um eine Werbeaktion handelt, die teilweise erfolgsabhängig vergütet wird. Das deutliche Wort Provisionszahlung fehlt, erst recht deren Höhe.



test Unwirtschaftliche Organisationen und Verweigerer

Name der Organisation	Transparenz	Organisation und Kontrolle	Einnahmen ¹⁾ (Millionen Euro)
Unwirtschaftlich arbeitende Organisationen			
Heinz Sielmann Stiftung	mittel	mittel	8,4
Peta Deutschland	unzureichend	unzureichend	3,5
Stiftung Pro Artenvielfalt	unzureichend	niedrig	1,7
Tiere in Not	unzureichend ²⁾	niedrig	3,5
Vier Pfoten - Stiftung für Tierschutz	mittel	niedrig	10,9
Vogelschutz-Komitee	unzureichend	niedrig	0,9
Wirtschaftlichkeit aufgrund ungenügender Unterlagen nicht ermittelbar			
Terra Mater Umwelt- und Tierhilfe ³⁾	unzureichend	niedrig	Keine Angabe
Die Verweigerer sowie die Absager und ihre Ausreden			
Aktion Tier – Menschen für Tiere	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Allgemeiner Tierhilfsdienst	Telefonische Absage ohne Begründung		
Animal Friends International	Aufwand sei für eine kleine Organisation zu groß		
Animals' Angels	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Bund Deutscher Tierfreunde	Bezweifelt, dass Fragebogendaten Bewertung zulassen		
Charity für Tiere	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Deutsche Gesellschaft Tiere & Natur	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Deutscher Tierhilfe Verband	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Europäischer Tier- und Naturschutz	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Futter für Tiere in Not	Telefonische Absage ohne Begründung		
Mensch Umwelt Tier	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Retriever in Not	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Robin Hood Tierheimservice	Sammelt angeblich keine privaten Spenden		
SOS Projects für Mensch und Tier	Sammelt angeblich keine Spenden		
Stiftung Menschen für Tiere	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Südeuropäische Tierhilfe	Mitgliederversammlung muss angeblich zustimmen		
Tasso – Haustierzentralregister für die BRD	Trotz Nachfragen keine Rückmeldung		
Tierschutzförderverein	Mitgliederversammlung muss angeblich zustimmen		
Welttierschutzgesellschaft	Kürzliche Umstrukturierung verhinderte Teilnahme		

1) Einnahmen aus dem letzten uns vorliegenden Geschäftsjahr. 2) Änderungen nach Stichtag.

3) Seit 1. Januar 2013 als vorläufig gemeinnützig eingestuft.

Stichtag: 21. Oktober 2013

führt zu einem geringeren Verbrauch von teurem Brennholz und damit zu einem geringeren CO₂-Ausstoß.

Provisionen für Helfer verschwiegen

Bei den meisten Spendenorganisationen in der Untersuchung hapert es mit der Bereitschaft zur Transparenz. Ein Beispiel ist, darüber zu informieren, wenn Helfer Provisionen für geworbene Mitglieder bekommen. Mobile Tierrettung, Tierschutzliga und Tiere in Not zum Beispiel verschweigen den potenziellen Unterstützern auf Anträgen für Fördermitgliedschaften, dass sie Provisionen für die Mitgliederwerbung zahlen. Der Naturschutzbund Deutschland, Nabu, informiert im Mitgliedsantrag verklausuliert, dass der Werber „teilweise erfolgsabhängig vergütet wird“ – und schweigt, wie auch der BUND, über die Höhe.

Für Seriosität spricht, wenn potenziellen Mitgliedern des Hilfswerks ein anfängliches Widerrufsrecht und später eine jederzeitige Kündigung eingeräumt werden, so wie es zum Beispiel der WWF Deutschland macht.

Schutz gegen Spendenmissbrauch

Eine seriöse Organisation regelt die Verantwortlichkeiten ihrer Leitungsmitglieder für jedermann nachvollziehbar. Sie verfügt über Kontrollmechanismen und Aufsichtsgremien, die Korruption und Missbrauch der Gelder erschweren. Fragwürdig finden wir, wenn Leitungsmitglieder miteinander verwandt oder in anderer Weise persönlich verbunden sind, so wie bei den Vorstandsmitgliedern von Rettet den Regenwald, die miteinander verheiratet sind – ebenso wie Präsidentin und Vizepräsident beim Bundesverband Tierschutz.

Ob es sinnvoller ist, für die Rettung des Regenwalds zu spenden, die Rechte von Tieren in Massentierhaltung zu stärken, sich für die Einsparung von CO₂ zu engagieren oder für die Abschaffung von Tierquälerei, muss jeder für sich entscheiden. ■

Aktuell wird für viele Spendenwillige die Hilfe für die Taifunopfer auf den Philippinen im Vordergrund stehen. Wie Sie seriöse Hilfswerke erkennen, steht in der Checkliste Seite 12 und unter www.test.de/spenden.

So haben wir getestet

Im Test in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI): 46 Organisationen aus den Bereichen Tier-, Natur- und Artenschutz sowie Umwelt- und Klimaschutz. Änderungen durch die Anbieter nach dem Stichtag 21. Oktober 2013 sind unberücksichtigt geblieben.

WIRTSCHAFTLICHKEIT

Eine wirtschaftliche Haushaltsführung ist gegeben, wenn die Spendenorganisation für Verwaltung und Werbung höchstens 35 Prozent ihrer Gesamtausgaben einsetzt.

TRANSPARENZ

Wir haben geprüft, ob der **Jahresbericht** die Einnahmen und Ausgaben konkret nennt, ob er nachvollziehbare Aussagen zu den Verwaltungs- und Werbekosten enthält und die Mitglieder des **Leitungsorgans** namentlich aufzählt sowie die der **Aufsichtsorgane**, wenn sie weniger als acht Mitglieder haben. Die **Website** musste aktuell sein. Wir haben untersucht, ob die Organisation über Struktur und Bandbreite der **Mitarbeitervergütungen** informiert. Positiv haben wir gewertet, wenn die Organisation das DZI-Spenden-Siegel hat, die Initiative Transparente Zivilgesellschaft unterzeichnet hat oder Mitglied im Deutschen Spendenrat ist.

ORGANISATION UND KONTROLLE

Wir haben geprüft, ob es eine eindeutige **Leitung** gibt und sie den Vorgaben der Satzung entspricht. Der Leitung darf es nicht erlaubt sein, auf der einen Seite einen Vertrag für die Organisation und auf der anderen Seite für sich selbst oder eine andere Firma zu unterschreiben (**In-Sich-Geschäfte**). Das Aufsichtsorgan muss die Leitungsmitglieder und die Rechnungsprüfer bestimmen und entlasten. **Satzungsänderungen** müssen vom Aufsichtsorgan mit Zweidrittelmehrheit beschlossen werden. Spender sollten bei Vereinen die Möglichkeit haben, **stimmberechtigtes Mitglied** zu werden. Positiv sind ein anfängliches **Widerrufsrecht** und eine später jederzeit aussprechbare **Kündigungsmöglichkeit**. Für die Vertretungsbefugnis der Leitungsmitglieder beziehungsweise der Geschäftsführung sollte das **Vier-Augen-Prinzip** gelten. Die **Reisekostenrichtlinie** sollte für Flüge die Economy-Class und für Bahnfahrten die zweite Klasse vorgeben. Als **Korruptionsvorsorge** sind eine Beschaffungsordnung und eine Vergaberichtlinie notwendig. Die **Rechnungslegung** kann bis 250 000 Euro Jahreseinnahmen intern, darüber extern durch einen Steuerberater erfolgen. Ab 2,5 Millionen Euro wird eine beanstandungsfreie Prüfung durch einen Wirtschaftsprüfer oder vereidigten Buchprüfer gefordert.

Remington Varta Alfred-Krupp-Str. 9 73479 Ellwangen Tel. 0 79 61/8 37 70 Fax 0 800/8 27 82 74 www.remington.de
Holzspielzeug Seite 70 – 75
Beluga Schwabacher Str. 166 90513 Zirndorf Tel. 09 11/9 60 60 33 Fax 09 11/96 06 03 59 www.beluga-spielwaren.de
Brio O'Brien Str. 3 91126 Schwabach Tel. 091 22/98 97 40 Fax 091 22/98 97 40 www.brio.net
Eichhorn Simba Dickie Group Werkstr. 1 90765 Fürth Tel. 09 11/97 65 01 Fax 09 11/9 76 51 20 www.simba-dickie-group.de
Goki Gollnest & Kiesel Roseburger Str. 30 21514 Güster Tel. 041 58/8 82 20 Fax 041 58/8 82 22 www.goki.eu
Goula Jumbo Spiele Wasserburg Haus zum Haus 40878 Ratingen Tel. 021 02/9 39 30 Fax 021 02/93 93 20 www.jumbo.eu
Haba Habermas August-Grosch-Str. 28–38 96476 Bad Rodach Tel. 095 64/92 96 01 00 Fax 095 64/9 29 66 23 00 www.haba.de
Happy People Postfach 10 41 01 28041 Bremen Tel. 04 21/38 88 90 Fax 04 21/38 88 99 www.happypeople.de
Heimess siehe Goki
Heros siehe Eichhorn
Hess Grünthaler Str. 112 09526 Olbernhau Tel. 03 73 60/73 70 Fax 03 73 60/7 37 30 www.hess-holzspielzeug.de
Ikea Am Wandersmann 2–4 65719 Hofheim Tel. 061 92/9 39 99 99 Fax 061 92/9 39 99 98 www.ikea.de

Karstadt/Babalu 45119 Essen Tel. 02 01/72 71 Fax 02 01/7 27 52 16 www.karstadt.de
Lena Simm Waltersbacher Weg 2 91154 Roth Tel. 09 171/95 40 Fax 09 171/95 42 50 www.simm-marke-tung.com
New Classic Toys Ambachtsweg 9 1617 GB Medemblik Niederlande Tel. 0031/2 27/54 50 53 Fax 0031/2 27/54 79 93 www.newclassictoys.com
Ostheimer Margarete Ostheimer Boschstr. 23 73119 Zell unter Aichelberg Tel. 0 71 64/9 42 00 Fax 0 71 64/94 20 15 www.ostheimer.de
Plantoy's Stadlbauer Rennbahn Allee 1 5412 Puch bei Hallein Österreich Tel. 0043/6 62/88 92 10 Fax 0043/6 62/88 92 15 10 www.stadlbauer.at
Ravensburger Robert-Bosch-Str. 1 88214 Ravensburg Tel. 07 51/8 60 Fax 07 51/86 13 11 www.ravensburger.de
Selecta Römerstr. 1 83533 Edling Tel. 080 71/1 00 60 Fax 080 71/10 06 40 www.selecta-spielzeug.de
Spiele Max/Smiki Haynauer Str. 72a 12249 Berlin Tel. 030/7 67 90 40 Fax 030/76 79 04 19 www.spielemax.de
Thomas & Friends Mattel An der Trift 75 63303 Dreieich Tel. 061 03/89 10 Fax 061 03/89 13 00 www.mattel.de
Toys"R"Us/Universe of Imagination Köhlstr. 8 50827 Köln Tel. 02 21/5 97 20 Fax 02 21/5 92 21 50 www.toysrus.de
Vedes/Spielmaus Beuthener Str. 43 90471 Nürnberg Tel. 09 11/6 55 60 Fax 09 11/6 55 62 51 www.vedes.com

Walter nic Spiel + Art Uhlmannstr. 42 88471 Laupheim Tel. 0 73 92/9 70 00 Fax 0 73 92/97 00 79 www.nictoys.de
Rodel, Schlitten, Bobs Seite 80 – 83
Alpengaudi IPV Ezetalstr. 1 35410 Hungen Tel. 0 64 02/80 72 81 Fax 0 64 02/80 72 59 www.ipv-hungen.de
Gloco Brunnenstr. 3 89440 Lutzingen Tel. 09 74/13 71 Fax 09 74/55 16 www.gloco.de
Graf Kirchstr. 1 8583 Sulgen Schweiz Tel. 0041/71/6 42 20 80 Fax 0041/71/6 42 20 33 www.graf-schlitten.ch
Hamax Mittelstedter Str. 35 61440 Oberursel Tel. 061 72/49 98 20 Fax 061 72/49 98 63 www.hamax.de
Hudora Jägerwald 13 42897 Remscheid Tel. 021 91/93 48 40 Fax 021 91/9 34 95 69 www.hudora.de
Innsbruck Stripe Sweety-Toys Pluschtier Abtswiesenstr. 3 96215 Lichtenfels Tel. 095 74/65 46 90 Fax 095 74/65 46 91 www.sweety-toy.de
Kathrein Gießenstr. 7 6522 Putz Österreich Tel. 0043/54 72/63 07 Fax 0043/54 72/23 76 www.rodel.at
KWH Alte Lage 1a 98716 Geschwenda Tel. 03 62 05/74 90 Fax 03 62 05/7 49 34 www.kwh-geschwenda.de
Mini Bob Loeger Hauptstr. 57 82327 Tutzing Tel. 081 58/30 20 Fax 081 58/72 88 www.mini-bob.com
Ress Ress-Kutschen Gulbranssonstr. 15 97525 Schwebheim Tel. 097 23/70 44 Fax 097 23/37 08 www.ress-kutschen.de

Sirch Waldmühle 5 87736 Böhen Tel. 083 38/4 88 Fax 083 38/10 18 www.sirch.de
Stiga Achim Ihl Vertrieb Im Petersborn 3 56244 Ötzingen Tel. 02 62/07 7 03 74 Fax 02 62/95 91 81 www.schlitten-shop.de
Lernsoftware für Englisch Seite 84 – 85
Sybox Apollo Medien Emil-Hoffmann-Str. 1 50996 Köln Tel. 022 36/3 99 92 00 Fax 022 36/3 99 92 29 www.apollo-medien.de
Avanquest Sckellstr. 6 81667 München Tel. 0 180 5/33 97 90 www.avanquest.de
bhv Publishing Watelerstr. 38 41239 Mönchengladbach Tel. 021 31/76 52 00 Fax 021 31/76 52 99 www.bhv.de
Bizzons eMarketing Nikolaiplatz 4 8020 Graz Österreich Tel. 0043/ 3 16/26 94 44 00 Fax 0043/ 3 16/23 11 23 45 03 www.birkenbihl-sprachen.com
Digital Publishing Tumlingerstr. 32 80337 München Tel. 089/7 47 48 20 Fax 089/74 79 23 08 www.digitalpubli-hing.de
Sprachenlernen24 Widenmayerstr. 18 80538 München Tel. 089/52 03 34 79 www.sprachenlernen24.de
Strokes Publishing Hagenholzstr. 92 8050 Zürich Schweiz Tel. 0041/43/4 43 99 54 Fax 0041/43/4 43 99 56 www.strokes-international.com
Tell Me More Christophstr. 31 50670 Köln Tel. 02 21/13 97 57 10 Fax 02 21/13 97 57 20 www.tellemore.de



Herausgeber und Verlag

Stiftung Warentest, Lützowplatz 11–13, 10785 Berlin, Postfach 304141, 10724 Berlin.
Telefon: 030/263 10, Telefax: 030/263 11 27 27
Internet: www.test.de
Commerzbank AG, Konto: 0870 099 00/BLZ 100 400 10
IBAN: DE 11 1004 0000 0870 0999 00, BIC: COBADEFFXXX

Verwaltungsrat	Prof. Dr. Andreas Oehler (Vorsitzender), Volker Angres, Gerd Billen, Prof. Dr. Manfred Hennecke, Prof. Dr. Lucia Reisch, Isabel Rothe, Prof. Dr. Volker Wolff
Kuratorium	Dr. Günter Hörmann (Vorsitzender), Prof. Dr. Barbara Brandstetter, Dr. Thomas Förster, Dr. Jörg Freiherr Frank von Fürstenwerth, Dr. Rainer Griefhammer, Christoph Hahn, Dr. Sven Hallscheidt, Prof. Dr. Herbert Kubicek, Sigrid Leue-Esch, Dr. Stefanie Märzheuser, Klaus Müller, Prof. Dr. Achim Stiebing, Karin Voß, Prof. Dr. Ulla Walter, Dr. Ralph Walther, Christoph Wendker, Manfred Westphal, Prof. Dr. Reiner Wittkowski
Vorstand	Hubertus Primus
Weiteres Mitglied der Geschäftsleitung	Dr. Holger Brackemann
Bereich Untersuchungen	Dr. Holger Brackemann (Bereichsleiter) Preiserhebungen: Manfred Groß; Prüfmustereinkauf: Dirk Weinberg
Verifikation	Claudia Gaca, Ralf Gaida, Susanne Neunerling, Sibylle Schalock, Hartmut Schäfer
Multimedia	Jürgen Nadler (Wissenschaftlicher Leiter); Projektleiter: Dr. Markus Bautsch, Jenny Braune, Dr. Dirk Lorenz, Marcus Pritsch, Dr. Bernd Schwenke, Simone Vintz, Dr. Kirstin Wethelkam; Marktanalyse und Projektassistenz: Heike Clemens, Philipp Dammschneider, Thomas Grund, Lutz Konzag, Danielle Leven, Henning Withöft (Journalistischer Leiter); Redakteure: Ronald Dammschneider, Martin Gobbin, Peter Knaak, Christian Schlüter, Sandra Schwarz, Michael Wolf
Haus, Energie, Freizeit und Verkehr	Elke Gehrke (Wissenschaftliche Leiterin); Projektleiter: Hans-Peter Brix, Christiane Böttcher-Tiedemann, Renate Ehrnsperger, Dr. Konrad Giersdorf, Henry Görlitz, Till Kolja Oppel, Dr. Dagmar Saurbier, Anke Scheiber, Dr. Peter Schick, Jörg Siebolds; Marktanalyse und Projektassistenz: Ingo Bengelsdorf, Toralf Hainsch, Wolfgang Lerch, Simone Lindemann, Yvonne Sanguinette, Michael Vogt, Werner Hinzpeter (Journalistischer Leiter); Redakteure: Michael Koswig, Cecilia Meusel, Thomas Müller, Falk J. Murko, Herbert Noll, Stephan Scherfenberg, Claudia Tüll
Ernährung, Kosmetik und Gesundheit	Dr. Ursula Loggen (Wissenschaftliche Leiterin); Projektleiter: Katrin Andruschow, Dr. Heike Dieckmann, Charlotte Granobs, Dr. Birgit Luther, Christiane Nientimp, Dr. Birgit Rehender, Janine Schlenker, Dr. Gunnar Schwan, Dr. Jochen Wettach; Marktanalyse und Projektassistenz: Michaela Backhus, Julia Leise, Harry Mallo, Anngret Plock, Nada Quenzel, Gabriele Scheefe
Weiterbildung	Isabella Eigner (Journalistische Leiterin); Redakteure: Ina Bockholt-Lippe, Katrin Langhans, Lea Sophie Lukas, Nicole Merbach, Alina Reichardt, Dr. Bettina Sauer, Sara Waldau, Swantje Waterstraet
Marketing und Vertrieb	Dr. Michael Cordes (Wissenschaftlicher Leiter); Projektleiter: Dr. Anett Brauner, Sandra Baumert, Dr. Gabriele Gollnick; Verifikation: Dr. Andrea Goldenbaum; Marktanalyse und Projektassistenz: Benjamin Barkmeyer, Sylvia Keske-Fouda, Andrea Kiesner
Presse	Alrun Jappe (Journalistische Leiterin); Redakteure: Christina Engel, Andrea Frey, Dorothea Kern (Leiterin); Vertrieb Zeitschriften: Frank Beich (Leitung); Einzelverkauf: DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, Düsternstr. 1–3, 20355 Hamburg, www.dpv.de Abonnement: ZENIT Pressevertrieb GmbH, Postfach 81 06 60, 70523 Stuttgart Heike van Laak (Leiterin), Ute Bränzel, Bettina Dingler, Petra Rothbart

Redaktion test

Chefredakteurin	Anita Stocker (verantwortlich)
Stellvertretender Chefredakteur	Peter Gurr
Textchefin	Marina Pauly
Redaktionsassistentin	Britta Ossig-Moll
Grafik	Nina Mascher (Art Direction), Susanna Donau, Anne Lehmann, Katja Späth, Beate Theill, Susann Unger
Bildredaktion	Kerstin Babrikowski, Margrit Porzelt, Gabriele Theune, Detlev Davids
Produktion	Catrin Knaak, Martin Schmidt, Yuen Men Cheung
Produktfotos	Ralph Kaiser, Michael Haase
Verlagsherstellung	Rita Brosius (Leitung), Susanne Beeh
Weitere Mitarbeiter dieser Ausgabe	Kerstin Backofen, Michael Beumer, Michael Bruns, Richard Buch, Christian Eigner, Stefan Fischer, Dr. Catrin Gesellensetter, Stephan Kühnlenz, Susanne Meunier, Stephanie Pallasch, Ulrike Steckkönig, Volker Wartmann
Litho	tiff.any GmbH Berlin
Druck	STARK Druck GmbH + Co. KG, Pforzheim
Abonnement	Jahresabonnement Inland: 51,70 Euro (inklusive gesetzlicher MwSt. und Versandkosten); Jahresabonnement Ausland: Euro-Länder 51,70 Euro, Schweiz 87,60 sfr., andere Länder 57,70 Euro Preis für das Einzelheft: 4,90 Euro (inklusive gesetzlicher MwSt.) Auslandspreis für das Einzelheft: 4,90 Euro/8,50 sfr (bei Postzustellung zuzüglich Porto)
ISSN	0040–3946
Bildnachweis	Titel: Stiftung Warentest; Getty / D. Muir; Stockfood / Maximilian Stock Ltd Rücktitel: Masterfile; Telecom; Stockfood / Richter Fotos: Ralph Kaiser; Michael Haase; Jura (S. 62, 4); Braun (S. 4); Melitta (S. 63); Bodrum (S. 65); Philips (S. 66); AOK (S. 86) Infografiken: Kati Hammling / www.ktgrafix.de

Rechte: Alle in test veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Das gilt auch gegenüber Datenbanken und ähnlichen Einrichtungen. Die Reproduktion – ganz oder in Teilen – durch Nachdruck, fototechnische Vervielfältigung oder andere Verfahren – auch Auszüge, Bearbeitungen sowie Abbildungen – oder die Übertragung in eine von Maschinen, insbesondere Datenverarbeitungsanlagen verwendbare Sprache oder die Einspeisung in elektronische Systeme bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags. Alle übrigen Rechte bleiben vorbehalten.

Tarife der Servicenummern

Die Preise gelten für Anrufe aus dem deutschen Festnetz. Die Kosten aus dem Mobilfunknetz dürfen 42 Cent pro Minute oder 60 Cent pro Anruf nicht überschreiten.

0800	Kostenfrei.	01805	14 Cent/Min.
01801	3,9 Cent/Min.	01806	20 Cent/Anruf.
01802	6,0 Cent/Anruf.	018809	49 Cent/Min.
01803	9,0 Cent/Min.	09001	Preis laut Ansage, maximal 3 Euro/Min.