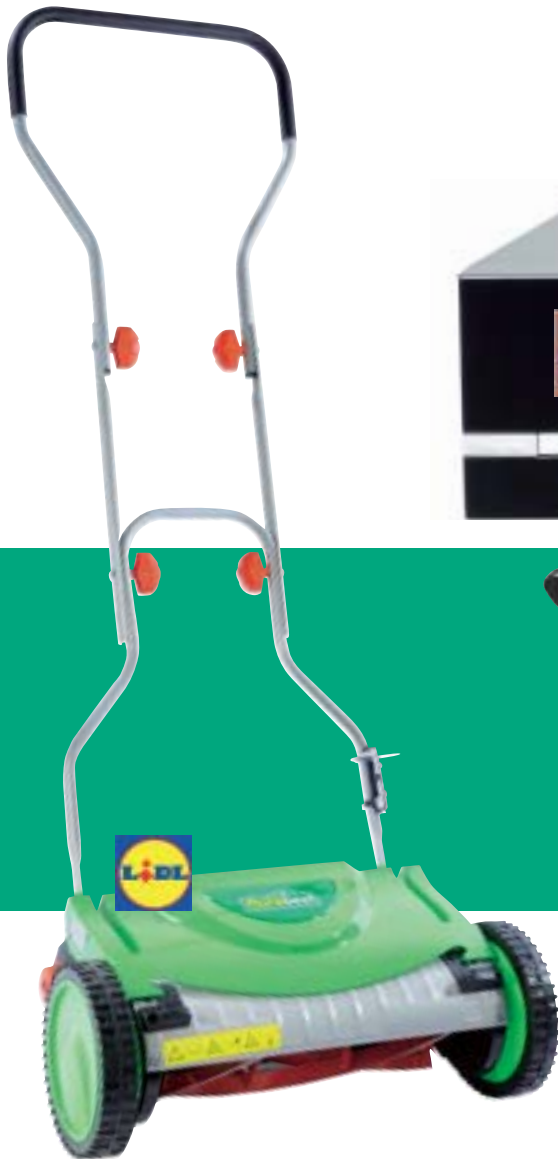


Top oder Flop



Aktionsware Das diesjährige Top-Schnäppchen ist ein Sat-Empfänger, größter Flop ein Holz-Kinderlaufrad. Die Bilanz zeigt auch: Aldi und Lidl sind die Schnäppchenkönige.

Unser Rat

An der Schnäppchenspitze stehen **Aldi** und **Lidl**. Mit etwas Abstand folgt **Tchibo**. Bei den drei Anbietern bestanden die größten Erfolgschancen für Schnäppchenjäger. Gute Qualität zum Niedrigpreis im Laden zu erkennen, ist nicht leicht. Vergleichen Sie das Aktionsangebot in Ruhe mit Markenartikeln. Vergleichskriterien und Ergebnisse finden Sie für viele Markenprodukte in Testberichten und Tabellen auf test.de. Dort finden Sie auch alle Schnelltestergebnisse. Vielleicht ist Ihr Wunschartikel ja bereits getestet.

Flott heißt es, ein Flop ist es. Das Holz-Kinderlaufrad von Penny hat im Juli negativ überrascht. Für 30 Euro gab es deutlich zu viele Schadstoffe in den Griffen, Klemmgefahr für die Finger und eine zu niedrige Sitzposition für Dreijährige. So viel Kritisches war selten. Auf test.de konnte im Juli jeder lesen: „Das Penny-Holzaufrad ist mangelhaft. Es hätte gar nicht erst verkauft werden dürfen.“ Es ist der größte Fehlkauf unter den von uns getesteten Aktionsartikeln der letzten zwölf Monate, befand die Stiftung Warentest.

Deutlich günstiger als Markengeräte
Ganz anders dagegen das Top-Schnäppchen: Eine gute Bildqualität und saubere Aufnahmen auf der Festplatte bietet der HD-Sat-Empfänger mit Festplatte – Medi-

on Life E24003 (MD26001) – von Aldi (Nord). Aber wen wundert, schließlich war sein Innenleben weitgehend baugleich mit dem zweitplatzierten Sat-Empfänger von Comag (siehe *test 2/10*). Verglichen mit Markengeräten aus dem großen Sat-Empfänger-Vergleichstest (*test 2/10*) war sein Preis noch dazu deutlich günstiger. Und so summierten sich unschlagbare Argumente für das Prädikat „Top-Schnäppchen“.

Seit Ende 2002 prüfen wir regelmäßig Aktionswaren und ziehen einmal im Jahr Bilanz. Aktionsware geht über das normale Sortiment des Anbieters hinaus; er verkauft es nur zeitweise. In diesem Jahr kürten wir mit dem HD-Sat-Empfänger zum erstenmal das Top-Schnäppchen und mit dem Kinderlaufrad den größten Fehlkauf der vergangenen zwölf Monate.

Tops



Gut aufgenommen: HD-Sat-Empfänger von Aldi (Nord) für 229 Euro – ein Schnäppchen.

Gut gehalten: Christbaumständer von Aldi (Süd) für 15 Euro und die 7-Zonen-Tonnentaschenfederkernmatratze von Tchibo, 149 Euro (90 x 200 cm) – beides Schnäppchen.

Gut abgeschnitten: Florabest-Handrasenmäher von Lidl für 40 Euro – ein Schnäppchen.

gust 2010 lautet: Das Fehlkaufisiko und die Chance auf ein Schnäppchen sind in etwa gleich groß (siehe Grafik, S. 74). Es basiert auf Tests von 70 Aktionsartikeln von Aldi, Lidl, Penny, Norma und Tchibo. Im Vergleich zum vergangenen Jahr hat das Mittelmaß etwas zugenommen. Mit 46 Prozent stellt es den stärksten Anteil unter den Aktionswarekäufen.

Schnäppchenkönige Aldi und Lidl

Während in der Vergangenheit stets Aldi der Schnäppchenkönig war, hat sich Lidl nun dazugesellt. In den letzten fünf Jahren ist die Qualität der Lidl-Aktionsartikel gestiegen, der Discounter hat aufgeholt. Gemeinsam mit Aldi bildet Lidl jetzt die Doppelspitze der Schnäppchenkönige. In den betrachteten zwölf Monaten machten wir bei beiden jeweils sieben Schnäppchen. Getestet haben wir 21 Produkte von Aldi und 19 Produkte von Lidl.

Auch die Fünfjahresbilanz bestätigt diese Entwicklung (siehe Grafik, S. 74): Mit 36 und 35 Prozent Schnäppchenanteil liegen Aldi und Lidl dicht beieinander. Allerdings ist das Fehlkaufisiko bei Lidl um neun Prozentpunkte höher als das bei Aldi.

Beim Vergleich der fünf Anbieter untereinander birgt Aldi das geringste Fehlkaufisiko. Nur drei Flops gab es hier in den vergangenen zwölf Monaten. Einer dieser ▶

Flops

Was ein Schnäppchen ist

Die Ergebnisse im Schnelltest entscheiden darüber, was am Ende als Schnäppchen, Fehlkauf oder Mittelmaß rangiert. Doch was bedeutet das überhaupt? Ein Fehlkauf ist ganz einfach schlechte Qualität. Auch ein günstiger Preis im Vergleich zu Markenprodukten kann sein Niveau nicht mehr heben. Ein Schnäppchen hingegen überzeugt durch gute oder akzeptable Qualität zum Niedrigpreis. Mittelmaß nennen wir alles, was weder Schnäppchen noch Fehlkauf ist.

Starkes Mittelmaß

Das Gesamtergebnis der Aktionswarentests vom September 2009 bis Au-



Tipps

Informieren: Aldi, Lidl und Co. bieten vorab im Internet einen Überblick über ihre Aktionswaren. Nutzen Sie ihn, denn zuhause vor dem Computer können Sie sich in Ruhe informieren und vergleichen.

Vergleichen: Aktionsangebote verführen zum Kauf. Vergleichen Sie vorher mit Markenprodukten: Bietet das Produkt alle Standardfunktionen? Bietet es mehr Ausstattung? Mehr Leistung? Ist es wirklich günstig? Gibt es hübschere Designs?

Kaufen: Früh aufzustehen lohnt sich, ist aber nicht zwingend. In der Regel muss Aktionsware mindestens zwei Tage im Laden erhältlich sein. Falls das Produkt nicht vorhanden ist: Fragen Sie nach. Manchmal bekommen kleine Filialen nur eine Auswahl aller Aktionsartikel.

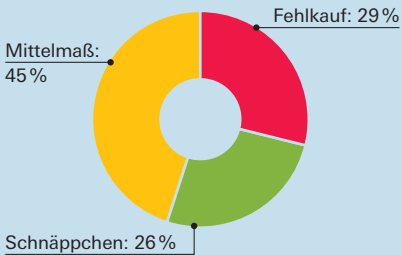
Sparen: Selbst bei Aktionsware lässt sich noch sparen. Nicht immer verkaufen Aldi, Lidl und Co. ihr gesamtes Aktionswaresortiment. Einige Wochen später ist die Ware reduziert im Angebot. Tchibo macht mehrmals pro Jahr Rotstiftrunden.

Aufbewahren: Bewahren Sie den Kassenbon gut auf. Achtung bei Thermopapier. Mit der Zeit verblasst die Schrift, bis sie nicht mehr zu sehen ist. Kopieren Sie den Kassenbon, heften Sie das Original an die Kopie.

Die Zwölfmonatsbilanz



Bei den aktuellen Aktionswaretests gab es insgesamt nur bei jedem vierten Kauf ein Schnäppchen.



Basis: 70 Aktionswaren im Test von 9/09 bis 8/10.

Die Fünfjahresbilanz: Doppelspitze aus Aldi und Lidl



Mehr Schnäppchen, weniger Fehlkäufe – das gab es bei Aldi und Lidl. Die beiden Discounter teilen sich die Spitzenposition unter den Anbietern. Umgekehrt war die Situation bei Penny und Norma: viele Fehlkäufe, wenig Schnäppchen.

(Anzahl der geprüften Produkte bestimmt die Reihenfolge)	Anteile in Prozent		
Aldi (122)	36	51	13
Lidl (63)	35	43	22
Penny (49)	14	37	49
Norma (37)	8	30	62
Tchibo (17)	29,5	29,5	41

■ Schnäppchen ■ Mittelmaß ■ Fehlkäufe

Basis: 288 getestete Aktionswaren von 9/05 bis 8/10.

Flops war neben schlechter Funktion allerdings auch durch Mängel in der Sicherheit gekennzeichnet. Der Lavastein-Gasgrill von Aldi (Nord) erwies sich im Schnelltest als ein Fehlkäufer: ein komplizierter Aufbau, eine schlechte Temperaturverteilung und weiterströmendes Gas bei erloschener Flamme. „Kein Grillvergnügen“ lautete deshalb das Fazit auf test.de.

Schlusslichter Penny und Norma

So wie Aldi und Lidl sich zur Spitze formieren, bilden Penny und Norma das Schlusslicht. Bei beiden konnten wir seit September 2009 jeweils nur ein Schnäppchen ergattern. Gekauft haben wir 11 Produkte bei Penny und 16 Produkte bei Norma.

Die Langzeitbetrachtung der Fünfjahresbilanz zeigt deutlich: Nicht nur die Chance

auf Schnäppchen ist bei Penny und Norma am kleinsten, noch dazu gibt es ein hohes Fehlkaufrisiko (siehe Grafik oben).

Warum Plus diesmal fehlt

Im Vergleich zur letzten Bilanz in test 11/09 fehlt diesmal der Discounter Plus. Das liegt daran, dass der Netto Marken-Discount 2008 alle Plus-Märkte übernommen und sukzessive umbenannt hat. In den letzten zwölf Monaten war der Netto Marken-Discount jedoch nur mit einer Aktionsware in den Tests vertreten – zu wenig für eine Auswertung. Kein Discounter, aber dennoch in der Bilanz dabei ist Tchibo. Der Hamburger Kaffeeröster verkauft seit Anfang der 70er Jahre Aktionswaren und gehört mittlerweile zu den größten Handelsunternehmen Deutschlands.

Jede Woche neue Schnelltests

Es ist schwer, auf den ersten Blick ein Schnäppchen von einem Fehlkäufer zu unterscheiden. Deshalb treffen sich jeden Donnerstagmorgen Redakteure und Produkttester der Stiftung Warentest, um die aktuellen Broschüren und Internetseiten von Aldi, Lidl und Co. nach neuen Angebo-



Schlecht gesichert: Lavastein-Gasgrill von Aldi (Nord) für 70 Euro – ein Fehlkäufer.

Schlecht gescannt: Dia- und Negativscanner Genie von Norma für 35 Euro – ein Fehlkäufer.

Schlecht bewertet: Gummistiefel für Kinder von Lidl für 6 Euro – ein Fehlkäufer.



ten zu durchforsten. Spannend, teuer oder auffallend günstig – solche Angebote aus dem Bereichen Unterhaltung, Multimedia, Haus und Garten wecken ihre Aufmerksamkeit und die Frage: Top oder Flop?

Pro Woche schicken sie dann ein bis zwei Artikel in den Schnelltest. Noten werden dabei am Ende aber nicht vergeben. Grund: Es handelt sich um keinen vergleichenden Warentest mit anderen Produkten. Die Ergebnisse vergangener großer Tests spielen aber auch für die Schnelltests eine Rolle. Sie liefern Anhaltspunkte für die Prüfkriterien. Außerdem lässt sich das Ergebnis grob einordnen. test.de veröffentlicht wöchentlich die neuesten Schnelltestergebnisse.

Ergebnisse stehen auf test.de

Der Vorteil der Schnelltests liegt in ihrer Geschwindigkeit. Das Flott-Holzkinderaufrad kauften die Tester am Montag, den 26. Juli 2010, bei Penny. Bereits am 28. Juli 2010 waren die Ergebnisse auf test.de zu lesen. Neben Mängeln in der Konstruktion stellten die Tester auch polyzyklische aromatische Kohlenwasserstoffe (PAK) fest sowie den Phthalat-Weichmacher DEHP in hohen Konzentrationen in den Griffen. Weil dieser Weichmacher die Fortpflanzungsfähigkeit beeinträchtigen kann, ist er EU-weit für Spielzeug verboten. Zusätzlich sendete die Stiftung Warentest eine Pressemitteilung aus, um vor dem Flott-Holzkinderaufrad zu warnen. Denn trotz Schadstoffbelastung und Konstruktionsmängeln stand auf der Verpackung „Geprüfte Sicherheit und frei von Schadstoffen“.

Bei einem positiven Schnelltestergebnis dagegen bleibt dem Verbraucher bei dieser Geschwindigkeit meist genug Zeit, um bei einem Schnäppchen noch zuzuschlagen.

Schnelltest auf Schadstoffe

Schadstoffe fanden die Tester nicht nur beim Holzaufrad, sondern auch in Gummistiefeln für Kinder und Kleinkinder. Lidl bot sie am 25. März 2010 an. Sie enthielten PAKs. Einige davon gelten als krebserzeugend, fruchtschädigend oder erbgutverändernd. Eine akute Gesundheitsgefahr bestand bei der Konzentration von knapp sieben Milligramm pro Kilogramm nicht. Dennoch sollten Materialien, mit denen Kinder unter drei Jahren längeren Hautkontakt haben, keine PAKs enthalten.

Lidl kann auch anders: Am 16. September 2010 bot der Discounter wieder Kinderstiefel an. Diesmal haben die Prüfer keine Schadstoffe nachgewiesen. Auch dieses Ergebnis stand bereits einen Tag später auf

test.de. Mit 9 Euro kosteten die schadstofffreien Kinderstiefel 3 Euro mehr als die belasteten vom Frühjahr.

Drei Monate Rückgabe bei Penny

Wer dennoch einen Flop gekauft hat, kann ihn bei den Discountern meist problemlos zurückgeben (*siehe auch Interview*): Die Anbieter sind kulant und räumen mehr als zwei Wochen Rückgaberecht bei Nichtgefallen ein. Aldi (Nord) gewährt im Rahmen der „Aldi-Garantie“ ein Rückgaberecht bis

zu einem Monat ab Kaufdatum. Eine Begründung verlangt Aldi dafür nicht, wohl aber den Kassenbon. Tchibo lässt seiner Kundschaft vier Wochen Zeit für die Rückgabe. Aldi (Süd), Norma und Lidl bieten diesen Rückgabeservice für zwei Monate. Am großzügigsten ist Penny mit der längsten „Nicht-Zufriedenheits-Garantie“. Sie gilt drei Monate ab dem Kaufdatum.

Käufer des Flott-Holzaufrads hatten also wenigstens genug Zeit, um diesen rollenden Flop bei Penny zurückzugeben. ■

Interview

„Kassenbon aufheben“

Mehr als jede vierte getestete Aktionsware war ein Fehlkauf. Juristin Carolin Uhrig von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen weiß, was zu tun ist, wenn der Kauf kein Schnäppchen war.



Was mache ich, wenn der Aktionsartikel ein Fehlkauf war?

Wichtig hierbei ist, erstmal zu klären, ob ein Mangel vorliegt oder Ihnen das Produkt einfach nicht gefällt. Bei Nichtgefallen kommt es auf die Kulanz des Händlers an. Liegt aber ein Mangel vor, bleibt das Bügeleisen zum Beispiel kalt, können Sie Ihre Gewährleistungsrechte selbstverständlich auch bei Aktionsware geltend machen.

Wie kulant sind die Händler?

Beim bloßen Nichtgefallen wird in einigen Geschäften ein zweiwöchiges Rückgaberecht ohne Gründe eingeräumt. Ein gesetzlicher Anspruch auf Rückgabe besteht allgemein aber nicht. Heben Sie den Kassenbon auf.

Was ist bei einem Mangel zu tun?

Als Käufer können Sie zunächst verlangen, dass das Produkt repariert oder in ein neues umgetauscht wird. Das ist die sogenannte Nacherfüllung. Kommt der Verkäufer dieser nicht oder nur unzureichend nach, kann der Käufer vom Kaufvertrag zurücktreten. Ist also zum Beispiel ein ausgetauschtes Radio wieder defekt, kann der Käufer den Kaufpreis zurückverlangen.

Braucht man die Verpackung?

In den Fällen, in denen der Artikel we-

gen eines Mangels reklamiert wird, ist es nicht notwendig, die Originalverpackung aufzuheben. Der Händler muss die Ware in jedem Fall zurücknehmen und den Mangel beheben oder Ersatz liefern. Beim einfachen Umtausch, also bei Nichtgefallen, kann der Händler allerdings verlangen, dass es im Originalkarton zurückgegeben wird.

Welche Haftungsansprüche gelten bei einem Verletzungsrisiko?

Beruht das Verletzungsrisiko auf dem Mangel, gelten die allgemeinen Gewährleistungsrechte. Weitergehende Ansprüche, wie zum Beispiel Schadenersatz, entstehen erst, wenn es aufgrund des fehlerhaften Produkts tatsächlich zu einem Schaden an Leben, Körper, Gesundheit oder Eigentum gekommen ist.

Gibt es Besonderheiten bei Rückrufaktionen?

Oft verbreiten die Hersteller ihre Warnungen nur in wenigen Medien. Es ist daher niemandem zuzumuten, sich zu informieren, ob das gekaufte Produkt zurückgerufen wurde. Ein eventueller Schadenersatzanspruch besteht fort. Der Kunde verliert ihn aber, wenn er zuverlässig von einer Rückrufaktion erfährt, sich jedoch nicht an die Anweisungen des Herstellers hält.

44867 Bochum
Tel. 0 23 27/32 50
www.schlaraffia.de

Sicherheit von Spielzeug
Seite 78–83

Althans
Horber Str. 4
96465 Neustadt-Birkig
Tel. 0 95 68/9 22 60
www.althans.de

Augusta du Bay/Hello Kitty
Jemini S.A.
ZAC „Les Trubardières“ BP 33
72220 Ecomomy
Frankreich
Tel. 00 33/2 43/21 43 97
www.jemini.fr

Bob the Builder
RC2
Max-Planck-Str. 39
50858 Köln
Tel. 0 22 34/3 79 07 11
www.learningcurve.com

Brio
O'Brien Str. 3
91126 Schwabach
Tel. 0 91 22/9 89 70
www.brio.net

caillou
Famosa
c/ San Antonio, 8
03430 Oni (Alicante)
Spanien
Tel. 00 34/9 66/54 46 00
www.famosa.es

Corolle
B.P. 33, Z.I. Sud
37130 Langeais
Frankreich
Tel. 00 33/2 47/96 18 34
www.corolle.com

Diddl
Depesche Vertrieb
Vierlander Str. 14
21502 Geesthacht
Tel. 0 41 52/93 60
www.diddl.de

Eddy Toys
Edco Eindhoven BV
Adriaan Mulderweg 9/11
5657 EM Eindhoven
Niederlande
Tel. 00 31/40/2 50 11 11
www.edco.nl

Eichhorn
Werkstr. 1
90765 Fürth/Bay.
Tel. 09 11/97 65 01
www.simbatoye.de

Fisher Price
Mattel
An der Trift 75
63303 Dreieich
Tel. 0 61 03/89 10
www.fisher-price.com

Goki
Gollnest & Kiesel
Roseburger Str. 30
21514 Güster
Tel. 0 41 58/8 82 20
www.handelshaus-goki.de

Götz
Einbergerstr. 113
96472 Rödental
Tel. 0 95 63/90 90
www.goetz-puppen.de

goula
Jumbo Spiele
Postfach 10 14 54
40834 Ratingen
Tel. 0 21 02/9 39 30
www.jumbo.eu/de

Haba
Habermasß
August-Grosch-Str. 28–38
96476 Bad Rodach
Tel. 0 95 64/92 91 00
www.haba.de

Heros
Hermann Rossberg
Lohberger Str. 2
93462 Lam/Oberpf.
Tel. 0 99 43/9 40 50
www.heros-toys.de

Heunec
Am Moos 11
96465 Neustadt
Tel. 0 800/8 43 86 32
www.heunec.de

Ikea
Am Wandersmann 2–4
65719 Hofheim/Ts.
Tel. 0 180 5/35 34 35
www.ikea.de

Its imagical
Imaginarium
Müllerstr. 27
80469 München
Tel. 0 800/0 22 54 50
www.imaginarium.de

Kid's World
JMV
Wilderthstr. 88
80993 München
Tel. 0 89/1 48 86 60

Kik
Siemensstr. 21
59199 Bönen
Tel. 0 23 83/95 40
www.kik-textilien.de

Karstadt/Kuschelwuschel
45119 Essen
Tel. 0 201/72 71
www.karstadt.de

Lego duplo
Technopark II
W.-v.-Siemens Ring 14
85630 Grasbrunn
Tel. 0 89/45 34 60
www.lego.de

Lena
Simm Marketing
Waltersbacher Weg 2
91154 Roth/Mittelfr.
Tel. 0 91 71/95 40
www.simm-marketing.com

Lissi
Hutstr. 31
96465 Neustadt
Tel. 0 95 68/92 10 91
www.lissi.com

Nanu-Nana
Lange Str. 48
26122 Oldenburg
Tel. 0 4 41/92 24 10
www.nanunana.de

Nici
Langheimer Str. 94
96264 Altenkunstadt
Tel. 0 95 72/7 22 00
www.nici.de

Plan Toys
Stadtbauer
Rennbahn Allee 1
5412 Puch/Österreich

Tel. 00 43/6 62/88 92 10
www.stadtbauer.at

Play Big Bloxx
Big
Werkstr. 1
90765 Fürth/Bay.
Tel. 09 11/9 76 30
www.big.de

Playmobil
geobra Brandstätter
Brandstätterstr. 2–10
90513 Zirndorf
Tel. 09 11/9 66 60
www.playmobil.de

Ravensburger
Robert-Bosch-Str. 1
88214 Ravensburg
Tel. 0 75 1/8 60
www.ravensburger.de

Selecta
Römerstr. 1
83533 Edling
Tel. 0 80 71/1 00 60
www.selecta-spielzeug.de

Sigikid
H. Scharrer & Koch
Am Wolfgangarten 8
95511 Mistelbach
Tel. 09 201/7 05 05
www.sigikid.de

Smiki
Spiele Max
Haynauer Str. 72 a
12249 Berlin
Tel. 0 30/7 67 90 40
www.spielmax.de

Steiff
Richard-Steiff-Str. 4
89537 Giengen/Brenz
Tel. 0 180 5/13 11 00
www.steiff.com

Tedi
Brackeler Hellweg 301
44309 Dortmund
Tel. 0 23 31/55 57 70
www.tedi-discount.com

Thomas & Friends
siehe Bob the Builder

Toys' R' Us
Köhlstr. 8
50827 Köln
Tel. 0 22 1/5 97 20
www.toysrus.de

vtech
Martinstr. 5
70794 Filderstadt
Tel. 0 180 5/00 10 64
www.vtech.de

Zapf Creation
Mönchrödener Str. 13
96472 Rödental
Tel. 0 95 63/7 25 10
www.zapf-creation.de

Zeeman/Lovely Doll
Zeeman textielSupers
Postbus 301
2400 AH Alphen aan den Rijn/Niederlande
Tel. 00 31/1 72/48 29 11
www.zeeman.com

Pflegestützpunkte
Seite 86–91

Diakonisches Werk Pilotpflegestützpunkt Gladenbach
Tel. 0 64 62/65 58

Diakonisches Werk-Stadtmission Plauen Pilotpflegestützpunkt

Plauen
Tel. 0 37 41/15 39 35
www.diakonie-plauen.de

Pflegestützpunkt Bremen
Tel. 0 4 21/6 96 24 20
www.bremen-pflege-stuetzpunkt.de

Pilotpflegestützpunkt Denkendorf
Rathaus
Tel. 07 11/34 16 80 38
www.denkendorf.de

Pilotpflegestützpunkt Erkner
Tel. 0 33 62/29 98 52
www.pflegestuetzpunkt-te-brandenburg.de

Pilotpflegestützpunkt Flensburg
Stadt Flensburg/
Fachbereich 2
Fachstelle für Senioren/Pflegestützpunkt
Tel. 0 4 61/85 20 02
www.pflege.schleswig-holstein.de

Pilotpflegestützpunkt Friedrichshain-Kreuzberg (Berlin)
Tel. 0 30/25 70 06 73
www.pflegestuetzpunkteberlin.de

Pilotpflegestützpunkt Hamburg-Mitte
Tel. 0 40/4 28 99 10 50
www.hamburg.de/pflegestuetzpunkte

Pilotpflegestützpunkt Ingelheim
Tel. 0 61 32/71 67 00

Pilotpflegestützpunkt Jena
Goethegalerie Jena
Tel. 0 36 41/50 76 60

Pilotpflegestützpunkt Langenhagen
Tel. 05 11/5 90 42 18
www.pflegestuetzpunkt-langenhagen.de

Pilotpflegestützpunkt Mönchengladbach
Stadt Mönchengladbach/Beratungsstelle Pflegen und Wohnen
Tel. 0 21 61/25 67 25
www.pflege-mg.de

Pilotpflegestützpunkt St. Wendel
Tel. 0 68 51/80 15 22
www.psp-saar.net

Pilotpflegestützpunkt Wismar
Im AOK Servicecenter
Tel. 0 38 41/73 81 56
www.psp-mv.de

Soziale Beratungsstelle für Pflegebedürftige Pilotpflegestützpunkt Hettstedt
Rathaus Hettstedt
Tel. 0 34 76/85 75 92
www.alter-hatzukunft.org

Zapf Zentrale Anlaufstelle Pflege
Pilotpflegestützpunkt Nürnberg-Südstadt
Tel. 09 11/5 39 89 53
www.za-pflege.de



Herausgeber und Verlag

Stiftung Warentest, Lützowplatz 11–13, 10785 Berlin, Postfach 30 41 41, 10724 Berlin.
Telefon: 0 30/26 31-0, Telefax: 0 30/26 31 27 27
Internet: www.test.de
Postbank Berlin, Konto: 306 02 100/BLZ 100 100 10

Verwaltungsrat
Prof. Dr. Karl-Heinz Fezer (Vorsitzender), Volker Angres, Gerd Billen, Prof. Dr. Manfred Hennecke, Dr. Günter Mülcher, Prof. Dr. Andreas Oehler, Prof. Dr. Lucia Reisch

Kuratorium
Dr. Günter Hörmann (Vorsitzender), Dr. Thomas Förster, Christoph Hahn, Dr. Sven Hallscheidt, Dr. Jutta Harre, Prof. Dr. Heinrich Heidt, Wolfgang Hellhake, Dr. Markus Hild, Prof. Dr. Herbert Kubicek, Sigrid Leue-Esch, Dr. Stefanie Märzheuser, Dr. Klaus Mayer, Klaus Müller, Prof. Dr. Friedrich Wilhelm Schwartz, Prof. Dr. Achim Stiebing, Cornelia Tausch, Dr. Ralph Walther, Prof. Dr. Reiner Wittkowski

Vorstand
Dr. Werner Brinkmann

Weiteres Mitglied der Geschäftsleitung
Hubertus Primus (Bereichsleiter Publikationen)

Untersuchungen
Dr. Holger Brackemann (Bereichsleiter)

Produkttests I
Jürgen Nadler (Leiter); Projektleiter: Dr. Markus Bautsch, Jenny Braune, Dr. Dirk Lorenz, Marcus Pritsch, Dr. Bernd Schwenke, Simone Vintz, Dr. Kirstin Wohlfart; Marktanalyse und Projektsassistent: Heike Clemens, Thomas Grund, Lutz Konzag, Danielle Leven

Produkttests II
Elke Gehrke (Leiterin); Projektleiter: Hans-Peter Brix, Christiane Böttcher-Tiedemann, Renate Ehrnsperger, Dr. Konrad Giersdorf, Henry Görlitz, Martin Hofmann, Dr. Dagmar Saubier, Dr. Peter Schick, Dr. Achim Schröder, Jörg Siebolds; Marktanalyse und Projektsassistent: Ingo Bengelsdorf, Toralf Hainsch, Wolfgang Lerch, Yvonne Sanguinette, Michael Vogt

Produkttests III
Dr. Ursula Loggen (Leiterin); Projektleiter: Katrin Andruschow, Dr. Heike Dieckmann, Dr. Birgit Luther, Sabine Melz, Christiane Nientimp, Dr. Birgit Rehlender, Anke Scheiber, Janine Schlenker, Dr. Jochen Wettach; Marktanalyse und Projektsassistent: Michaela Backhus, Julia Leise, Harry Mallok, Anngret Plock, Nada Quenzel, Gabriele Scheefe
Verifikation: Sibylle Bürgel, Claudia Gaca, Susanne Neunzerling, Hartmut Schäfer
Preiserhebungen: Manfred Groß; Prüfmustereinkauf: Dirk Weinberg
Finanz- und Umweltanalyse: Annegret Jende, Simone Lindemann
Internationales Sekretariat: Dr. Heinz Willnat

Weiterbildungstests
Projektleitung: Dr. Michael Cordes, Sandra Mämecke, Alfred Töpfer; Verifikation: Dr. Anett Brauner; Marktanalyse und Projektsassistent: Benjamin Barkmeyer, Johanna Keske-Fouda, Andrea Kiesner

Marketing, Leserservice und Vertrieb
Jens-Peter Liedtke (Bereichsleiter); Vertrieb Zeitschriften: Frank Beich (Ltg.); ZENIT Pressevertrieb GmbH, Julius-Hölder-Straße 47, 70597 Stuttgart, Tel. 07 11/7 25 21 90, Fax 07 11/7 25 23 40

Presse
Heike van Laak (Leiterin), Ute Bränzel, Bettina Dingler, Petra Rothbart

Redaktion test

Chefredakteur
Hubertus Primus (verantwortlich)

Stellvertretender Chefredakteur
Peter Gurr

Textchefin
Marina Pauly

Ernährung, Kosmetik, Gesundheit
Isabella Eigner (Leitung), Ina Bockholt-Lippe, Ursula Lüders, Nicole Merbach, Swantje Waterstraat
Journal Gesundheit: Carl-Friedrich Theill (Leitung), Ursula Falkenstein
Henning Withöft (Leitung), Peter Knaak, Svenja Markert, Herbert Noll, Michael Wolf

Computer, Telefon, Bild, Ton
Lothar Beckmann (Leitung), Nicole Jagusch, Brigitte Kluth-Kosnik, Michael Koswig, Thomas Müller, Falk J. Murko, Jürgen Tewes, Christine Wimberger
Geld, Recht: Michael Bruns

Weiterbildung
Nina Gerstenberg (Leitung), Christina Engel, Alrun Jappe
Redaktionsassistent: Britta Ossig-Moll, Christine Jannack, Ina Schieman

Grafik
Nina Mascher (Art Direction), Susanna Donau, Anne Lehmann, Katja Späth, Beate Theill, Susann Unger

Bildredaktion
Kerstin Babrikowski, Margrit Porzelt, Gabriele Theune

Produktion
Catrin Knaak, Martin Schmidt, Yuen Men Cheung

Produktfotos
Ralph Kaiser, Michael Haase

Verlagsherstellung
Rita Brosius (Leitung), Susanne Beeh

Litho
tiff.any GmbH Berlin

Druck
Umschlag: KonradinHeckel Nürnberg; **Bestellkarte:** Offsetdruck Nürnberg; **Innenteil:** PRINOVIS Nürnberg

Abonnement
Jahresabonnement Inland: 47,50 Euro (inklusive gesetzlicher MwSt. und Versandkosten); Jahresabonnement Ausland: Euro-Länder 47,50 Euro, Schweiz 87,60 sfr., andere Länder 53,50 Euro
Preis für das Einzelheft: 4,50 Euro (inklusive gesetzlicher MwSt.)
Auslandspreis für das Einzelheft: 4,50 Euro / 8,50 sfr (bei Postzustellung zuzüglich Porto)

ISSN
0040–3946

Bildnachweis
Titel: iStockphoto / PK-Photos
Rücktitel: Stockfood / M.Müller; iStockphoto; Your Photo Today / BSIP
Fotos: Ralph Kaiser; Michael Haase; Hama (S. 38); Fujifilm (S. 43)
Editorial: Anke Jacob
Infografiken: Kati Hammling / www.ktrafix.de

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.

0 800 Kostenfrei. 0 180 2 6 Cent/Anruf. 0 180 5 14 Cent/Min.
0 180 1 3,9 Cent/Min. 0 180 3 9 Cent/Min. 0 900 1 Hier können Kosten von 49 bis 124 Cent/Min. entstehen.

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.