

Ein Reisebericht

Produktionsbedingungen Lachs Wie steht es um den Tier- und Umweltschutz in der Lachsindustrie? Warum reist Lachs nach der Schlachtung monatelang um die Welt? Wir haben die Anbieter von Zucht- und Wildlachs besucht.

Am Nordfjord an der Westküste Norwegens herrscht die reinste Idylle. Von der Küstenstadt Måløy aus braucht es eine halbe Stunde Bootsfahrt, tief in den gewaltigen Fjord hinein, um „Krabbestig“ zu erreichen – eine Farm für atlantischen Zuchtlachs. In zehn kreisrunden Gehegen wachsen hier 1,6 Millionen Fische heran, Temperatur und Strömung sind ideal. Die großen Unterwasserkäfige lassen den Tieren viel Platz; manche springen, scheinbar vergnügt, an die Oberfläche. Auch die wenigen Farmmitarbeiter wirken zufrieden. Von ihrer Station aus füttern sie die Lachse automatisch über ein Schlauchsystem und beobachten sie über Kameras.

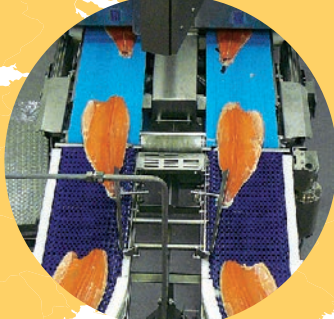
Geht es überall so friedlich zu in der Lachsindustrie? Wir recherchierten von Alaska bis Norwegen, von den Färöer-Inseln bis nach Chile. Wir wollten wissen, wie sich die 21 Anbieter der 20 Zucht- und 5 Wildlachse aus dem Warentest (siehe S. 16) für Tier- und Umweltschutz sowie für die Arbeiter einsetzen. Auf Englisch heißt das Corporate Social Responsibility, kurz CSR.

Im größten Schlachthaus Norwegens Schnell war klar: Die Idylle währt nicht ewig. Sie endet spätestens, wenn die Lachse ein Gewicht von 5 Kilo erreicht haben. Dann werden sie in den Bauch eines Schiffes gesogen und abtransportiert. Im Fall der Lachse aus Krabbestig geht es zum größten Lachsschlachthaus des Landes, vier Seestunden entfernt im Ort Fosnavåg. Dort warten die Fische in engen Becken auf ihr Ende. Ihre Körper winden sich unruhig. Durch Rohre werden sie schließlich ins Fabrikinnere gesogen. Sie passieren einen rotierenden Wassertank, der sie herunterkühlen und ruhigstellen soll. Viele Lachse schlagen sich hier blutig, in ihren Augen stehen Panik und Angst. Beim Töten fließt dann viel Blut. Stückweise arbeiten sich Maschinen und Menschenhände an ihnen ab.

1 Zuchtfarm. In Gehegen werden Junglachse bis zu 20 Monate in Meerwasser gemästet. Norwegen ist Marktführer bei der Zucht.



2 Schlachtbetrieb. Lachs wird betäubt, dann getötet. Er blutet aus, wird ausgenommen. Norwegens größte Schlachtereierbeitet 83 000 Tonnen im Jahr.



3, 4 Verarbeitung und Verpackung. In Estland, Litauen oder Polen werden die halben Lachse zu Filets verarbeitet, tiefgefroren und verpackt. In Deutschland werden sie gelagert und an den Handel ausgeliefert.



3 Verpackung. Der Wildlachs wird in Deutschland oder in einem Nachbarland verpackt, gelagert und ausgeliefert.

FOTOS: GETTY / BLOOMBERG; STIFTUNG WARENTEST / N. MERBACH

Übrig bleiben glänzende, lachsfarbene Fischhälften. In Kühl-Lkws werden sie nach Osteuropa gefahren und weiterverarbeitet. Dort sparen die Produzenten Lohnkosten.

Nur Deutsche See stark aufgestellt

Was das CSR-Engagement betrifft, schneidet allein die Firma Deutsche See gut ab, die meisten Anbieter von Zuchtlachs befriedigend. Schlechter fallen die Urteile für die Anbieter von Wildlachs aus – obwohl alle Filets das Logo des Marine Stewardship Council tragen (MSC, siehe S. 24). Verbraucher schätzen das Logo. Im Laden signalisiert es: Der Lachs stammt aus Beständen, die nicht bedroht sind. Stimmt das? Kann der Fisch „lückenlos bis auf das Boot zurückverfolgt werden“, wie MSC selbst sagt?

Fragezeichen bei MSC-Widlachs

Bei Lidl funktionierte das nicht einwandfrei. Der Discounter legte erst sehr spät MSC-Zertifikate der Lieferanten vor, diese ermöglichten aber keine eindeutige Rückverfolgung des Lachses. So blieben Zweifel, ob der angebotene Wildlachs von der genannten Fischerei kommt. Außerdem gab Lidl zum Schlachten keine Auskunft. Kurzum: Lids Engagement ist mangelhaft. Drei weitere Anbieter ermöglichten uns nicht den Besuch der Fang- und Schlachtbetriebe in Alaska und Russland. Wir konnten nicht prüfen, in welchem Ausmaß sie wichtige MSC-Kriterien umsetzen: Schutz der Fischbestände, schonende Fangmethoden, Begrenzung des Beifangs – sprich anderer Meerestiere, die sich im Netz verheddern.

Der einzige Fangbetrieb, den wir in Alaska besuchen konnten, belieferte Aldi (Süd). Auch dort erhielten wir keinen detaillierten Einblick, wie die Fische gefangen und getötet werden. Somit gab es keinen Anbieter von Wildlachs, dessen CSR-Engagement uns überzeugte. Vielmehr scheint es, dass sich die meisten über MSC-Produkte ein Stück Nachhaltigkeit erkaufen und sich damit zufriedengeben.

Blindes Vertrauen in Lieferanten

Viele Anbieter, allen voran die Handelsketten, verlassen sich zu sehr auf ihre Lieferanten. Zwar haben sie eigene Leitlinien für nachhaltigen Fischeinkauf. Persönliche Besuche vor Ort, um sich selbst einen Eindruck zu verschaffen, sind aber selten. ▶

Um die halbe Welt

Wildlachs legt in seinem Leben tausende Kilometer zurück. Als toter Fisch reist er erneut um die halbe Welt: Die Schiffsstrecke von China, wo er zu Filet verarbeitet wird, bis nach Hamburg ist rund 20 000 Kilometer lang. Zwischen Fang und Ankunft im Handel vergeht oft mehr als ein Jahr. Der Lachs ist dann weitere 18 Monate haltbar. Zuchtlachs reist durch halb Europa – übrigens auch Biolachs.

— Weg eines Zuchtlachses

— Weg eines Wildlachses

1 Fang aus dem Meer. Wildlachs wird fast ausschließlich im Pazifik gefangen, hier vor der russischen Küste. Oft wird er auf dem Schiff getötet, ausgenommen und tiefgefroren.



2 Verarbeitung. In China wird der Lachs aufgetaut, zu Filets verarbeitet und erneut eingefroren. Per Schiff gelangt er dann nach Europa.

Nüchtern betrachtet



Auf den ersten Blick. Das Siegel des unabhängigen Marine Stewardship Council steht für Wildfisch aus gesunden Beständen und für um-

weltschonende Fischerei. Der MSC zertifiziert alle Betriebe der Lieferkette – vom Fang bis zur Verpackung. Jeder Lieferant muss zurückverfolgt werden können und MSC-Fisch trennt von anderem verarbeiten.

Auf den zweiten Blick. Der MSC geht weniger streng vor, als viele Verbraucher erwarten. Anders als die Broschüren versprechen, konnte MSC-Fisch im Test nicht „bis auf das Boot“, sondern nur bis zum Fangbetrieb zurückverfolgt werden. Der MSC macht dem Betrieb keine konkreten Vorgaben, lässt ihn aber einmal jährlich überprüfen. Es bleibt dem Betrieb überlassen, mit welchen Maßnahmen er die Fischbestände bewahrt. Der MSC gibt auch keine Fangquoten vor. Er orientiert sich an den Quoten der EU, die auf Berechnungen des Internationalen Rats für Meeresforschung (ICES) beruhen. Problematisch: Pro Fanggebiet sind viele Fischereien aktiv, zertifizierte und nicht zertifizierte. Ein Bestand kann nur geschützt werden, wenn alle mit Augenmaß fischen.



Fang. Im Nordostpazifik vor Alaska wird Wildlachs etwa über Ringwaden und Stellnetze gefangen, im Nordwestpazifik vor Russland mit Fallen.

Biobranche wenig transparent

Neben Lidl ist bei drei weiteren Anbietern das Engagement mangelhaft: Paulus und Frischeparadies, der Testsieger des Waren-tests, verweigerten jede Auskunft zu ihrer CSR-Politik. Karstadt Feinkost Perfetto gab nur minimal Auskunft. Enttäuschend auch die Einblicke, die Anbieter von Biolachs gewährten. Bei Alnatura und Biopolar durften wir die irischen Zuchtbetriebe nicht überprüfen. Bei Escal und Followfish war die norwegische Farm stillgelegt. Ob Biokriterien eingehalten werden, bleibt so unklar.

Farmen häufig von Marine Harvest

Dreizehn der Lachsfilets im Test kommen aus norwegischen Zuchtfarmen wie Krabbestig, auch der Testsieger Deutsche See (Kommentar S. 26). Häufig gehören die Farmen dem Marktführer Marine Harvest, der fast ein Viertel des weltweiten Zuchtlachses produziert. Die norwegische Firma arbeitet auf hohem Niveau: Die Mitarbeiter werden gut bezahlt, der Tierschutz ist weit entwickelt. Pro Kubikmeter Wasser dürfen in Marine-Harvest-Farmen höchstens 20 Kilogramm Fisch leben – fünf Kilo weniger als das norwegische Gesetz erlaubt.

Kritisches bei der Zucht

In Norwegen prüft der Staat zudem jährlich, wie viel Futter- und Kotreste sich durch Aquakulturen am Meeresboden ablagern. Und er schreibt das Desinfizieren der Gehege nach der Ernte, also dem Entleeren, vor. Bedenklich: Dabei landen Chemikalien direkt im Meer. Weiterer Kritikpunkt bleibt das Futter. Da Lachse Raubfische sind, werden für sie Wildfische zu Fischmehl und Fischöl verarbeitet. Derzeit braucht es etwa 1,2 Kilogramm Futter, um ein Kilo Lachs zu erzeugen.



Bezahlung. In Norwegen verdient ein Arbeiter im Schlachtbetrieb mindestens 3400 Euro, auf den Färöern 2600 und in Chile mindestens 300 Euro pro Monat.

Töten ohne ausreichende Betäubung

Nicht jeder Schlachtbetrieb tötet Lachse wirklich schonend. Ein Kiemenschnitt ohne ausreichende Betäubung, wie es die Produzenten von Costa, Lidl und Rewe machen, ist Tierquälerei. Bis der Lachs das Bewusstsein verliert, können bis zu fünf Minuten vergehen. Studien belegen: Auch Fische empfinden Schmerz. In modernen Anlagen lösen Fische die Betäubung selbst aus: Sie passieren eine elektronische Schranke und werden von einem Hammer betäubt – so wie in den Betrieben von Aldi (Süd), Bofrost, Deutsche See und Eismann.

Bedingungen in Chile verbessert

In Chile, dem zweitgrößten Produktionsland, haben sich die Zuchtbedingungen verbessert. Sie orientieren sich heute an norwegischen Standards. 2008 war es in Chile wegen eines Virus zum Kollaps der Lachsbestände gekommen. Missstände wie überfüllte Zuchtbecken und hohe Medikamentengabe fanden wir in den chilenischen Zulieferbetrieben von Aldi (Nord) und Rewe nicht vor. ■
Tabelle auf Seite 26.

FOTOS: PLANPICTURE / BLUEGREEN, STIFTUNG WARENTEST

test Wildlachs: Unternehmens-

Anbieter	
Geprüft an folgendem Produkt	
test - CSR-ENGAGEMENT	100 %
UNTERNEHMENSPOLITIK¹⁾ 20 %	
CSR-Strategie des Unternehmens	
Service für Verbraucher	
LACHSFANGBETRIEB¹⁾	40 %
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	
SCHLACHTUNG¹⁾	20 %
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	
VERARBEITUNG²⁾	10 %
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	
TRANSPARENZ 10 %	
WEITERE INFORMATIONEN	
Zertifikat der Produktionsstätten	
Lachs gefangen im	
Schlachten / Verarbeitung in	
Fragebogen beantwortet	
Überprüfung des Anbieters / Fang-/Schlachtbetriebs möglich	
Arbeiterinterviews im Fangbetrieb / Schlachtbetrieb möglich	
Bewertungsschlüssel der Prüfergebnisse: ++ = Sehr gut. + = Gut. ○ = Befriedigend. ⊖ = Ausreichend. — = Mangelhaft.	
Reihenfolge nach CSR-Engagement. Bei gleicher Bewertung alphabetische Reihenfolge.	

Wildlachs: Schlechte Noten für die Anbieter



MSC-Logo schwer überprüfbar. Alle fünf Wildlachsfilets im Test tragen das MSC-Siegel (siehe S. 24), alle Anbieter legten uns MSC-Zertifikate vor – dennoch blieb unklar, ob die Fischereien vor Ort tatsächlich nachhaltig mit den Fischbeständen umgehen. Vier von fünf Fangbetrieben konnten wir nicht besuchen: Bei Iglo lag es daran, dass der Betrieb in einem schwer erreichbaren Grenzgebiet liegt. Bei Aldi (Nord) hieß es, der Betrieb sei im Winter geschlossen. Beide Anbieter haben wir nicht bewertet. Femeg und Lidl machten einen Besuch nicht möglich.

Mangelhaft für Lidl. Hauptgrund für das schlechte Urteil ist die lückenhafte Rückverfolgbarkeit: Discounter Lidl konnte nicht belegen, welcher Betrieb den Wildlachs gefangen und geschlachtet hat. Beim Besuch der Lidl-Zentrale hieß es, es handele sich um kleine, genossenschaftliche Fangbetriebe. Das mache eine Rückverfolgbarkeit unmöglich.

Ausreichend für Aldi (Süd). Der einzige Fangbetrieb, den wir besuchen konnten, eine Fischerei in Alaska, Lieferant von Aldi (Süd), bewies nur schwaches Engagement. So stellte sich heraus, dass einzelne Arbeiter dort bis zu 45 Tage am Stück gearbeitet hatten.

verantwortung für Mitarbeiter, Tier- und Umweltschutz (CSR)

Tiefgekühlte Wildlachsfilets

Aldi (Süd)	Femeg	Lidl	Aldi (Nord)	Iglo
Almare Seafood Pazifik Wildlachsfilet Premiumqualität	Wildlachs Filets	Trawlic Wildlachsfilet	Golden Seafood 2 Pazifik Wildlachsfilets Premiumqualität	Fang Frisch Wildlachs Naturfilets
AUSREICHEND	AUSREICHEND	MANGELHAFT³⁾	BEWERTUNG NICHT MÖGLICH⁴⁾	BEWERTUNG NICHT MÖGLICH⁵⁾
ausreichend	ausreichend	befriedigend	befriedigend	befriedigend
○	○	○	○	○
–	⊖	○	○	⊖
ausreichend	ausreichend	mangelhaft	Entfällt ⁴⁾	Entfällt ⁵⁾
○/⊖	⊖/⊖	–/–	Entfällt/Entfällt	Entfällt/Entfällt
ausreichend	ausreichend	mangelhaft	Entfällt ⁴⁾	Entfällt ⁵⁾
○/⊖	⊖/⊖	–/–	Entfällt/Entfällt	Entfällt/Entfällt
mangelhaft	ausreichend	ausreichend	mangelhaft	ausreichend
⊖/–	⊖/⊖	⊖/⊖	⊖/–	⊖/⊖
gut	mangelhaft	mangelhaft	mangelhaft	ausreichend
MSC	MSC	MSC	MSC	MSC
Nordostpazifik	Nordostpazifik	Nordostpazifik	Nordostpazifik	Nordwestpazifik
Alaska, USA / China	Alaska, USA / China	Keine Angabe / China	Alaska, USA / China	Russland / China
Ja	Ja	Teilweise	Ja	Ja
Ja / Ja / Ja	Ja / Nein / Nein	Ja / Nein / Nein	Ja / Nein / Nein	Ja / Nein / Nein
Ja / Ja	Nein / Nein	Nein / Nein	Nein / Nein	Nein / Nein

1) Überprüfung vor Ort, wenn vom Anbieter ermöglicht.

2) Bewertung von Fragebogen und Dokumentenprüfung.

3) Während des Untersuchungszeitraums legte Lidl keine Dokumente vor, die eine Rückverfolgbarkeit des Fangbetriebs ermöglichen. Auch die kurz vor Redaktionsschluss nachgereichten Angaben zu Fischkuttern waren nicht mehr nachvollziehbar.

4) Laut Anbieter war kein Besuch des Fang- und Schlachtbetriebs möglich, da die Saison beendet und daher geschlossen sei.

5) Laut Anbieter konnten Fang- und Schlachtbetrieb wegen ihrer besonderen geografischen Lage im Untersuchungszeitraum nicht besucht werden.

Anbieter siehe Seite 96.

So haben wir getestet

Im Test: Die soziale und ökologische Unternehmensverantwortung der 21 Anbieter der 25 Lachsfilets aus dem Warentest (siehe S. 16). Der Test basiert auf 26 Kriterien (siehe www.test.de/thema/unternehmensverantwortung). Pro Produkt erhielt jeder Anbieter zwei Fragebögen. Stimmte er zu, wurde er in der Firmenzentrale von Experten besucht – sowie der Mastbetrieb der Zuchtlachse/der Fangbetrieb der Wildlachse und der Schlachtbetrieb durch Experten überprüft und Arbeiter interviewt. Bewertet wurden auch Antworten auf verdeckte Kundenanfragen, Informationen von Verpackung/Fischtheke und der Website. **Untersuchungszeitraum:** Juni bis Okt. 2012.

UNTERNEHMENSPOLITIK: 20%

Überprüft wurde die **CSR-Strategie des Unternehmens:** u. a. Unternehmensleitlinien zum sozialen und ökologischen Handeln, Austausch und Umgang mit Beschäftigten, Weiterbildung, Verankerung des Umweltschutzes, Umsetzung ökologischer Beschaffungsrichtlinien, Anforderungen an den Schadstoffgehalt des Lachses, Tierschutzanforderungen sowie Austausch mit Interessengruppen (NGOs). Geprüft wurde auch der **Verbraucherservice** mittels drei verdeckter Kundenanfragen und der Bewertung von Informationen auf Deutsch im Internet zu gesellschaftlich- und umweltrelevanten Aspekten.

WILDLACHS

**Lachsfangbetrieb: 40%,
Schlachtung: 20%, Verarbeitung: 10%**

ZUCHTLACHS

**Aufzucht der Junglachse: 10%,
Mästen in Meerwasserfarm: 35%,
Schlachtung: 15%, Verarbeitung: 10%**
Arbeitsbedingungen: Bewertet wurden in allen Produktionsstufen soziale Mindeststandards (u. a. Definition von Anforderungen, Kommunikation an die Lieferanten und deren Überprüfung). Dazu freiwillige Maßnahmen wie Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz, soziale Leistungen, Vermeidung von Überstunden und Sicherung eines Mindestlohns. **Umwelt- und Tierschutz:** Bewertet wurden ökologische Anforderungen und Tierschutzvorgaben an Aufzucht bzw. Fang der Lachse und deren Produktion (u. a. Definition von Anforderungen an das Produkt und Produktionsprozesse, Kommunikation und Überprüfung).

TRANSPARENZ: 10%

Einbezogen wurden öffentlich zugängliche Berichte wie Nachhaltigkeitsberichte, die Teilnahme an der Befragung sowie die Bereitschaft zur Überprüfung von Firmenzentrale, Produktionsstätten und zu Arbeiterinterviews.

Zuchtlachs: Nur Deutsche See gut



Seit Jahren stark engagiert. Nur die Firma Deutsche See mit Sitz in Bremerhaven bewies insgesamt ein hohes Engagement für Tier- und Umweltschutz sowie Soziales. Ihr Lachs kommt aus einer modernen Farm in Norwegen mit einem weitentwickelten Tierschutz: Die Lachse werden schonend geschlachtet. Arbeiter werden über Tarif bezahlt; ausländische Zeitarbeiter im Schlachtbetrieb bekommen Sprachkurse. Auch im Warentest schnitt der Lachs gut ab. Bereits in früheren CSR-Tests zu Lachs (test 1/05) und Garnelen (4/06) erwies sich die Firma als stark engagiert.

Mittleres Engagement



Viele befriedigende. Die meisten Anbieter – 15 der 19 – zeigen ein mittleres Engagement. Viele geben die Verantwortung für die Lieferkette zu stark an ihre Lieferanten ab – oft sind das große fischverarbeitende Unternehmen – und machen sich nur selten selbst ein Bild von Produzenten vor Ort. Nordsee hat bis heute keine hausinterne CSR-Politik entwickelt, Iceland auch nicht. Immerhin besucht Iceland seine Lieferanten mehrmals im Jahr. Aldi (Süd) ignorierte Kundenanfragen völlig.

Weitverbreitetes Zertifikat. Die meisten Aquakulturen, aus denen der Lachs im Test kommt, tragen das Zertifikat GlobalG.A.P. Dafür müssen die Farmen Maßnahmen zu Hygiene, Gesundheit und Arbeitsschutz, zum Futter-, Chemikalien- und Medikamenteneinsatz einhalten und dokumentieren. Klare Vorgaben für die Besatzdichte gibt es nicht, es gelten jeweils nationale Regelungen. Ein Garant für gute Noten war das Zertifikat nicht, da manche Kriterien nicht verpflichtend sind. Die Urteile für die Farmen fallen dementsprechend unterschiedlich aus.

test Zuchtlachs: Unternehmensverantwortung für Mitarbeiter, Tier- und Umweltschutz (CSR)

Anbieter	Frische Zuchtlachsfilets				Tiefgekühlte Zuchtlachsfilets				
	Galeria Kaufhof	Nordsee	Karstadt Feinkost Perfetto	Frische-paradies	Deutsche See	Aldi (Nord)	Aldi (Süd)	Alnatura	
Geprüft an folgendem Produkt	Lachsfilet lose	Lachsfilet lose	Lachsfilet lose	Lachsfilet lose	Feine Lachs Filets	Golden Seafood Lachsfilets natur	Almare Seafood Lachsfilets Premiumqualität	Bio Lachs Filets Bio	
test - CSR-ENGAGEMENT	100 %	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	MANGELHAFT	MANGELHAFT⁵⁾	GUT	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND
UNTERNEHMENSPOLITIK¹⁾	20 %	befriedigend	ausreichend	ausreichend	mangelhaft	gut	befriedigend	ausreichend	gut
CSR-Strategie des Unternehmens	+	○	⊖	–	+	○	○	+	
Service für Verbraucher	○	⊖	⊖	⊖	○	○	–	+	
AUFZUCHT DER JUNGLACHSE²⁾	10 %	ausreichend	ausreichend	mangelhaft	mangelhaft	ausreichend	ausreichend	befriedigend	ausreichend
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	⊖/○	⊖/○	–/–	–/–	⊖/○	⊖/⊖	○/○	⊖/○	
MÄSTEN IN MEERWASSERFARM¹⁾	35 %	befriedigend	befriedigend	mangelhaft	mangelhaft	gut	befriedigend	befriedigend	ausreichend
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	⊖/○	⊖/○	–/–	–/–	+/+	○/+	○/+	⊖/○	
SCHLACHTUNG¹⁾	15 %	gut	gut	mangelhaft	mangelhaft	gut	befriedigend	gut	ausreichend
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	+/+	+/+	–/–	–/–	+/+	○/○	+/+	⊖/⊖	
VERARBEITUNG²⁾	10 %	befriedigend	befriedigend	mangelhaft	mangelhaft	befriedigend	ausreichend	ausreichend	befriedigend
Arbeitsbedingungen / Umwelt- und Tierschutz	○/+	○/+	–/–	–/–	⊖/+	⊖/○	⊖/○	⊖/○	
TRANSPARENZ	10 %	gut	befriedigend	mangelhaft	mangelhaft	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend
WEITERE INFORMATIONEN									
Zertifikate der Produktionsstätten	Debio, GlobalG.A.P.	Debio, GlobalG.A.P.	Keine Angabe	Keine Angabe	GlobalG.A.P., ISO 14001	GlobalG.A.P.	GlobalG.A.P., ISO 14001	Naturland	
Lachsaufzucht in	Norwegen	Norwegen	Norwegen ⁴⁾	Norwegen ⁴⁾	Norwegen	Chile	Norwegen	Irland	
Schlachten / Verarbeitung in	Norwegen / Deutschland	Norwegen / Deutschland	Keine Angabe	Keine Angabe	Norwegen / Dänemark	Chile / Chile	Norwegen / Litauen	Irland / Irland	
Fragebogen beantwortet	Ja	Ja	Teilweise	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	
Überprüfung Anbieter / Lachsfarm / Schlachtbetrieb möglich	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Nein / Nein / Nein	Nein / Nein / Nein	Ja / Ja / Ja	Ja / Ja / Ja	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Ja / Nein / Nein	
Arbeiterinterviews in Lachsfarm / Schlachtbetrieb möglich	Nein / Ja	Nein / Ja	Nein / Nein	Nein / Nein	Ja / Ja	Ja / Ja	Nein / Ja	Nein / Nein	

Bewertungsschlüssel der Prüfergebnisse:
 ++ = Sehr gut. + = Gut. ○ = Befriedigend.
 ⊖ = Ausreichend. – = Mangelhaft.
 Reihenfolge nach CSR-Engagement. Anbieter, die die Auskunft verweigerten, stehen am Ende. Bei gleicher Bewertung alphabetische Reihenfolge.

1) Überprüfung vor Ort, wenn vom Anbieter ermöglicht.
 2) Bewertung von Fragebogen und Dokumentenprüfung.

Kaum Engagement



Norwegische Betriebe am besten. Einen positiven Eindruck hinterließen die norwegischen Zucht- und Schlachtbetriebe von Bofrost und Eismann: Arbeitsbedingungen sowie Tier- und Umweltschutz sind gut. Der Lieferant von Costa und Lidl auf den dänischen Färöer-Inseln arbeitet als Einziger voll integriert; alle Produktionsschritte liegen in seiner Hand – von der Brutstation über das Futter bis zur Schlachtung. Er tötet die Lachse aber ohne ausreichende Betäubung – für uns ist der Tierschutz darum mangelhaft.

Biofarmen nicht überprüfbar. Anders als sonst zeigten Bioanbieter kein hohes Engagement. Die irischen Vertragspartner von Alnatura und Biopolar ließen keine Besuche mit Dokumentenprüfung zu. Auch die norwegische Farm von Followfish – dieselbe wie bei Escal – konnten wir nicht besichtigen. Die junge Firma Followfish präsentiert sich als hip und nachhaltig. Ein Schwachpunkt in ihrer Lieferkette: In der litauischen Verarbeitungsfabrik fehlt ein Umweltmanagementsystem. Über einen Trackingcode kann der Lachs von Followfish online zurückverfolgt werden: Die Angaben stimmen.

Die Gleichgültigen. Lachsfilets von Frischeparadies und Karstadt Feinkost Perfetto siegen im Warentest – im CSR-Test ist das Engagement der Firmen aber mangelhaft. Frischeparadies entschied sich „aus organisatorischen Gründen“ gegen die Teilnahme. Perfetto informierte in den Fragebögen nur lückenhaft. Paulus machte wieder nicht mit – so wie beim letzten CSR-Test Lachs (test 1/2005).

Der Ausreichende. Das Engagement der französischen Firma Escal ist nur ausreichend. Ihre CSR-Politik ist schwach, die norwegische Biofarm konnten wir nicht sehen. Grund: Sie sei aktuell stillgelegt. Dokumente wurden aber nachgereicht.

Biopolar (Ökofrost)	Bofrost	Costa	Edeka	Eismann	Followfish (Fish & More)	Iceland Seafood	Lidl	Penny ⁶⁾	Rewe	Escal (Nutrana)	Paulus
Bio Lachs-Filets „Natur“	Lachsfilet	Natur Lachs Filets	Gut & Günstig Norwegische Lachsfilets Premiumqualität	Lachsfilet-Portionen	Bio Lachs Filets	Lachsfilets	Trawlic Lachsfilet	Berida Lachs Filets Premium-Qualität	ja! 2 Lachs-Filets Premiumqualität ⁷⁾	bio 2 Lachsfilets roh	Lachsfilet
Bio					Bio					Bio	
BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	BEFRIEDIGEND	AUSREICHEND	MANGELHAFT⁵⁾
gut	befriedigend	gut	gut	ausreichend	befriedigend	ausreichend	befriedigend	gut	gut	ausreichend	mangelhaft
+	○	+	○	⊖	○	⊖	○	+	+	⊖	–
+	⊖	○	+	⊖	+	○	○	+	+	⊖	–
ausreichend	befriedigend	befriedigend	befriedigend	ausreichend	ausreichend	befriedigend	befriedigend	ausreichend	ausreichend	ausreichend	mangelhaft
⊖/○	○/○	○/○	○/○	⊖/○	⊖/○	○/○	○/○	⊖/○	⊖/○	⊖/○	–/–
ausreichend	gut	gut	befriedigend	gut	befriedigend	gut	gut	befriedigend	befriedigend	befriedigend	mangelhaft
⊖/○	+/+	+/+	○/○	+/+	⊖/○	+/+	+/+	○/+	○/○	⊖/○	–/–
ausreichend	gut	ausreichend	befriedigend	gut	gut	befriedigend	ausreichend	gut	ausreichend	gut	mangelhaft
⊖/⊖	+/+	○/–	+/○	+/+	+/+	+/○	○/–	+/+	○/–	+/+	–/–
befriedigend	mangelhaft	ausreichend	befriedigend	befriedigend	mangelhaft	befriedigend	befriedigend	ausreichend	ausreichend	mangelhaft	mangelhaft
⊖/○	–/–	⊖/○	⊖/+	⊖/+	–/–	⊖/+	○/+	⊖/⊖	–/+	–/–	–/–
ausreichend	gut	gut	befriedigend	gut	befriedigend	gut	gut	gut	sehr gut	befriedigend	mangelhaft
Naturland	GlobalG.A.P., ISO 14001	GlobalG.A.P.	GlobalG.A.P., ISO 14001	GlobalG.A.P., ISO 14001	Debio, GlobalG.A.P.	GlobalG.A.P., ISO 14001	GlobalG.A.P.	GlobalG.A.P., ISO 14001	GlobalG.A.P., ISO 14001	Debio, GlobalG.A.P.	Keine Angabe
Irland	Norwegen	Färöer	Norwegen	Norwegen	Norwegen	Norwegen	Färöer	Norwegen	Chile	Norwegen	Chile
Irland / Irland	Norwegen / Polen	Färöer / Färöer	Norwegen / Estland	Norwegen / Dänemark	Norwegen / Litauen	Norwegen / Estland	Färöer / Färöer	Norwegen / Norwegen	Chile / Chile	Norwegen / Norwegen	Keine Angabe
Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Teilweise	Nein
Ja / Nein / Nein	Ja / Ja / Ja	Ja / Ja / Ja	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Ja / Ja / Ja	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Ja / Ja / Ja	Ja / Ja / Ja	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Ja / Ja / Ja	Ja / Teilweise ³⁾ / Ja	Nein / Nein / Nein
Nein / Nein	Ja / Ja	Ja / Ja	Nein / Ja	Ja / Ja	Nein / Ja	Ja / Ja	Ja / Ja	Nein / Ja	Ja / Ja	Nein / Ja	Nein / Nein

3) Prüfung von nachgereichten Dokumenten.
4) Laut Angabe an der Fischtheke.

5) Anbieter verweigert Auskunft. Informationen von Verpackung bzw. Fischtheke, aus Kundenanfragen und Internetauftritt ausgewertet.
6) Gehört zur Rewe-Gruppe.

7) Laut Rewe wird inzwischen ausschließlich norwegischer Zuchtachs vertrieben.

Anbieter siehe Seite 96.

Lachsfillets

Seite 22–27

Aldi (Nord)/Golden Seafood
Postfach 13 01 10
45291 Essen
Tel. 02 01/8 59 30
Fax 02 01/8 59 33 18
www.aldi-nord.de

Aldi (Süd)/Almare Seafood
Postfach 10 01 52
45401 Mülheim a.d.R.
Tel. 02 08/9 92 70
Fax 02 08/99 27 36 10
www.aldi-sued.de

Alnatura
Darmstädter Str. 63
64404 Bickenbach
Tel. 06 257/9 32 20
Fax 06 257/9 32 26 88
www.alnatura.de

Biopolar
Ökofrost
Bregener Str. 5
10707 Berlin
Tel. 030/78 77 66 66
Fax 030/78 77 66 10
www.biopolar.de

Bofrost
An der Oelmühle 6
47638 Straelen
Tel. 028 34/70 71 80
Fax 028 34/70 73 66
www.bofrost.de

Costa
Stedinger Str. 25
26723 Emden
Tel. 049 21/9 61 30
Fax 049 21/9 61 32 20
www.costa.de

Deutsche See
Postfach 10 12 47
27512 Bremerhaven
Tel. 04 71/13 30 00
Fax 04 71/13 14 00
www.deutscheese.de

Edeka/Gut & Günstig
22291 Hamburg
Tel. 040/6 37 70
Fax 040/63 77 42 75
www.edeka.de

Eismann
Seibelstr. 36
40822 Mettmann
Tel. 021 04/21 90
Fax 021 04/21 96 50
www.eismann.de

Escal bio
Nutrana
Postfach 18 05
77678 Kehl
Tel. 078 51/9 56 95 89
Fax 00 33/3 88 60 78 50
www.escal.fr

Femeg
Gletzower Landstr. 6
19217 Rehna
Tel. 03 88 72/52 10
Fax 03 88 72/52 19 00
www.femeg.de

Followfish
Allmandstr. 8
88045 Friedrichshafen
Tel. 075 41/2 89 00
Fax 075 41/28 90 33
www.followfish.de

Frischeparadies
Lärchenstr. 80
65933 Frankfurt/M.
Tel. 069/3 80 32 30
Fax 069/38 03 23 33
www.frische-paradies.de

Galeria Kaufhof
Leonhard-Tietz-Str. 1
50676 Köln
Tel. 02 21/22 30
Fax 02 21/22 32 80 00
www.galeria-kaufhof.de

Iceland Seafood
Großer Grasbrook 9
20457 Hamburg
Tel. 040/4 50 22 70
Fax 040/45 02 27 50
www.iceland-seafood.de

Iglo
Osterbekstr. 90c
22083 Hamburg
Tel. 040/1 80 24 90
Fax 040/1 80 24 91 30
www.iglo.de

Karstadt Feinkost
Stolberger Str. 92
50933 Köln
Tel. 02 21/14 90
Fax 02 21/1 49 95 12
www.perfetto.de

Lidl/Trawlic
Stiftsbergstr. 1
74167 Neckarsulm
Tel. 0800/4 35 33 61
Fax 071 32/94 22 36
www.lidl.de

Nordsee
Postfach 10 12 48
27512 Bremerhaven
Tel. 04 71/13 02
Fax 04 71/13 14 00
www.nordsee.com

Paulus
Blätternweg 6
66663 Merzig
Tel. 06 86 61/7 0 80
Fax 06 86 61/77 08 40
www.bpaulus.de

Penny/Berida
50603 Köln
Tel. 0 180 3/33 10 10
Fax 02 21/1 49 90 00
www.penny.de

Rewe/Ja!
50603 Köln
Tel. 02 21/14 90
Fax 02 21/1 49 90 00
www.rewe-group.com

Lippenstifte
Seite 30–33
Art Deco
Postfach 11 20
85749 Karlsfeld
Tel. 081 31/39 01 10
Fax 081 31/39 01 10
www.artdeco.de

Astor
Coty Beauty
Rheinstr. 4e
55116 Mainz
Tel. 061 31/30 60
Fax 061 31/30 67 45
www.coty.com

Catrice
Cosnova
Am Limespark 2
65843 Sulzbach
Tel. 061 96/76 15 60
Fax 061 96/76 51 99
www.cosnova.com

Christian Dior
LVMH Parfums & Kosmetik
Divisions Parfums
Christian Dior
Postfach 30 08 16
40408 Düsseldorf
Tel. 02 11/4 38 40
Fax 02 11/4 38 41 25
www.dior.com

Clarins
Postfach 15 62
82317 Starnberg
Tel. 081 51/2 60 30
Fax 081 51/2 60 35
www.clarins.de

Clinique
Estée Lauder
Companies
Division Clinique
Postfach 03 40
80911 München
Tel. 0 89/23 68 60
Fax 0 89/23 68 61 11
www.clinique.de

Kiko
Friedrichstr. 191
10117 Berlin
Tel. 030/20 65 91 50
Fax 030/20 65 91 83
www.kikocosmetics.com

La Roche-Posay
siehe L'Oréal
www.laroche-posay.de

Lancôme
siehe L'Oréal
www.lancome.de

L'Oréal
Postfach 30 06 62
40406 Düsseldorf
Tel. 0 180 1/00 20 10
Fax 0 180 1/00 20 40
www.loreal.de

Mac
Estée Lauder
Mac Division
Leopoldstr. 256
80807 München
Tel. 0 89/23 68 60
Fax 0 89/23 68 61 11
www.estelauder.de

Manhattan
siehe Astor
www.manhattan.de

MaxFactor
Procter & Gamble
65824 Schwalbach
am Taunus
Tel. 061 96/89 01
Fax 061 96/89 49 29
www.de.pg.com

Maybelline Jade
siehe L'Oréal
www.maybelline.de

Tablet-PCs
Seite 36–43
Acer
Kornkamp 4
22926 Ahrensburg
Tel. 0800/2 24 49 99
Fax 0800/2 24 49 98
www.acer.de

Apple
Arnulfstr. 19
80335 München
Tel. 0800/2 00 01 36
Fax 089/99 64 01 80
www.apple.de

Asus
Harkortstr. 21–23
40880 Ratingen
Tel. 0 180 5/01 09 20
Fax 0 21 02/95 99 31
www.asus.de

Fujitsu
Mies-van-der-Rohe-Str. 8
80807 München
Tel. 0 180 5/37 21 00
Fax 0 180 5/37 22 00
www.fujitsu.de

Intenso
Diepholzer Str. 15
49377 Vechta
Tel. 044 41/99 99 10
Fax 044 41/99 91 20
www.intenso.de

Lenovo
Gropiusplatz 10
70563 Stuttgart
Tel. 0800/5 51 13 30
www.lenovo.com

Odys
Formerweg 9
47877 Willich
Tel. 021 54/8 82 60
Fax 021 54/8 82 61 00
www.odys.de

Samsung
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach/Ts.
Tel. 0 180 5/7 26 78 64
Fax 0 180 5/12 12 14
www.samsung.de

Sony
Kemperplatz 1
10785 Berlin
Tel. 0 180 5/25 25 86
Fax 0 180 5/25 25 87
www.sony.de

Toshiba
Hammfelddamm 8
41460 Neuss
Tel. 0 180 5/96 90 10
Fax 0 21 31/15 83 41
www.toshiba.de

Fernseher
Seite 44–50
Grundig
Beuthener Str. 41
90471 Nürnberg
Tel. 0 180 5/23 18 80
Fax 09 11/7 03 84 67
www.grundig.de

LG
Berliner Str. 93
40880 Ratingen
Tel. 021 02/7 00 80
Fax 021 02/7 00 87 77
www.lg.com/de

Loewe
Industriestr. 11
96317 Kronach
Tel. 092 61/9 90
Fax 0 180 1/22 25 00
www.loewe.de

Metz
Postfach 12 67
90506 Zirndorf
Tel. 09 11/9 70 62 39
Fax 09 11/9 70 63 40
www.metz.de

Panasonic
Winsberggring 15
22525 Hamburg
Tel. 0 180 5/01 51 40
Fax 0 180 5/01 51 45
www.panasonic.de

Philips
Lübeckertordamm 5
20099 Hamburg
Tel. 040/2 89 90
Fax 040/2 89 98 29
www.philips.de

Samsung
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach
Tel. 0 180 5/7 26 78 64
Fax 0 180 5/12 12 14
www.samsung.de

Sharp
Postfach 10 55 04
20038 Hamburg
Tel. 0 180 5/29 95 29
Fax 040/23 76 25 10
www.sharp.de

Sony
Kemperplatz 1
10785 Berlin
Tel. 0 180 5/25 25 86
Fax 0 180 5/25 25 87
www.sony.de

Toshiba
Postfach 10 14 62
41414 Neuss
Tel. 04 31/24 89 45 50
Fax 02 31/15 83 41
www.toshiba.de

Heimkinoanlagen
Seite 51–55
LG
Berliner Str. 93
40880 Ratingen
Tel. 021 02/7 00 80
Fax 021 02/7 00 87 77
www.lg.com/de

Panasonic
Winsberggring 15
22525 Hamburg
Tel. 0 180 5/01 51 40
Fax 0 180 5/01 51 45
www.panasonic.de

Philips
Lübeckertordamm 5
20099 Hamburg
Tel. 0800/0 00 75 20
Fax 040/28 99 28 29
www.philips.de

Pioneer
Hanns-Martin-Schleyer-Str. 35
47877 Willich
Tel. 021 54/91 30
Fax 021 54/42 96 70
www.pioneer.de

Samsung
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach
Tel. 0 180 5/7 26 78 64
Fax 0 180 5/12 12 14
www.samsung.de

Sony
Kemperplatz 1
10785 Berlin
Tel. 0 180 5/25 25 86
Fax 0 180 5/25 25 87
www.sony.de

Espressomaschinen
Seite 60–66
Bosch
Bosch u. Siemens
Hausergeräte
Postfach 83 01 01
81701 München
Tel. 089/45 90 01
Fax 089/45 90 31 12
www.bosch-home.com

De'Longhi
Am Reitpfad 20
63500 Seligenstadt
Tel. 0 180 5/22 55 21
Fax 061 82/9 20 61 11
www.delonghi.com

Jura
Postfach 99 01 44
90268 Nürnberg
Tel. 09 11/2 52 50
Fax 09 11/2 52 52 50
www.jura.com

Krups
Groupe SEB
Postfach 10 16 64
63016 Offenbach a.M.
Tel. 0 69/8 50 40
Fax 0 69/8 50 45 30
www.groupeseb.com
www.krups.de

Melitta
Postfach 12 26
32372 Minden
Tel. 05 71/8 60
Fax 05 71/86 18 10
www.melitta-caffee.de

Nivona
Nivona Apparate
Südwestpark 90
90449 Nürnberg
Tel. 09 11/2 52 66 30
Fax 09 11/25 26 63 63
www.nivona.de

Philips Saeco
Philips
Lübeckertordamm 5
20099 Hamburg
Tel. 0800/0 00 75 20
Fax 040/28 99 28 29
www.philips.de

Siemens
siehe Bosch

W.I.K.
WIK
Elektro-Hausgeräte
Schacht-Neu-Cöln 12
45355 Essen
Tel. 02 01/8 66 60
Fax 02 01/8 66 61 21
www.wik.de

Dampfbügeleisen und Bügelstationen
Seite 68–73
AEG
Electrolux Hausgeräte
Fürther Str. 246
90429 Nürnberg
Tel. 0 180 5/55 45 55
Fax 09 11/3 23 49 26 00
www.aeg.de

Bosch
Robert Bosch
Hausergeräte
Postfach 83 01 01
81701 München
Tel. 089/45 90 01
Fax 089/45 90 31 12
www.bosch-home.com

Braun
Frankfurter Str. 145
61476 Kronberg/Ts.
Tel. 0800/27 28 64 63
Fax 061 73/30 28 75
www.braun.de

De'Longhi
Am Reitpfad 20
63500 Seligenstadt
Tel. 0 180 5/22 55 21
Fax 061 82/9 20 61 11
www.delonghi.com

Laurastar
Richmodstr. 6
50667 Köln
Tel. 0 180 3/23 24 00
Fax 02 21/92 04 22 00
www.laurastar.com

Philips
Lübeckertordamm 5
20099 Hamburg
Tel. 0 180 3/38 68 52
Fax 040/2 89 97 85 20
www.philips.de

Rowenta
Groupe SEB
Markenbereich
Rowenta
Postfach 10 16 64
63016 Offenbach
am Main
Tel. 0 69/8 50 40
Fax 0 69/8 50 45 30
www.rowenta.de

Severin
Röhre 27
58466 Sundern
Tel. 0 29 33/98 20
Fax 0 29 33/98 23 33
www.severin.de

Siemens
Postfach 83 01 01
81701 München
Tel. 089/45 90 09
Fax 089/45 90 23 47
www.siemens-home.de

Tefal
Groupe SEB
Markenbereich Tefal
Postfach 10 16 64
63016 Offenbach
am Main
Tel. 0 69/8 50 40
Fax 0 69/8 50 45 30
www.tefal.de

Starterbatterien
Seite 73–79
Banner
Banner Str. 1
4021 Linz
Österreich
Tel. 00 43/7 32/3 88 80
Fax 00 43/7 32/3 88 82 13 99
www.bannerbatterien.com

Bosch
Johnson Controls
Autobatterie
Am Leineufer 51
30419 Hannover
Tel. 05 11/9 75 01
Fax 05 11/9 75 10 10

Exide
GNB Industrial Power
Thiergarten
63654 Büdingen
Tel. 06 042/8 13 43
Fax 06 042/8 17 45
www.gnb.com

JCI/Varta
siehe Bosch

Moll
Akkumulatorenfabrik
Angerstr. 50
96231 Bad Staffelstein
Tel. 095 73/9 62 20
Fax 095 73/9 62 21 11
http://moll-batterien.de

Skihelme
Seite 80–83
Alpina
Alpina Sports
Äußere Industriest. 8A
86316 Friedberg/
Derching
Tel. 08 21/78 00 30
Fax 08 21/7 80 03 50
www.alpina-sports.de

Atomic
Lackengasse 301
5541 Altenmark
Österreich
Tel. 00 43/64 52/3 90 00
Fax 00 43/64 52/3 90 01 20
www.atomicsnow.com

Bollé
Bushnell
Performance Optics
An der Alten Spinnerei 1
83055 Kolbermoor
Tel. 080 31/23 34 80
Fax 080 31/23 34 88 18
www.cebe.com

Carrera
Safilo
Carrera Sport Division
Otto-Hahn-Str. 7
50997 Köln
Tel. 0800/5 60 56 07
Fax 022 36/94 53 56
www.carreraroworld.com

Casco
Casco Schutzhelme
Gewerbetrieb Süd 11
01900 Brettnig
Tel. 03 59 55/83 90
Fax 03 59 55/83 99
www.casco-helme.de

Cratoni
Cratoni helmets
Tannbachstr. 10–14
73635 Rudersberg
Tel. 071 83/93 83 00
Fax 071 83/93 30 30
www.cratoni.com

Giro
Giro
Otto-Hahn-Str. 17
65520 Bad Camberg
Tel. 064 34/2 00 82 00
Fax 064 34/2 00 82 50
www.giro.com

Head
Velaskostr. 8
85622 Feldkirchen
Tel. 089/9 09 99 50
Fax 089/9 09 99 55
www.head.com

Limar
Sophienstr. 4
65189 Wiesbaden
Tel. 06 11/58 08 76 50
Fax 06 11/58 08 76 59
www.limar.com

Poc
Soxxa 102 81 04
Moosfeldstr. 1
5101 Bergheim
Österreich
Tel. 00 43/6 62/89 00 90
Fax 00 43/6 62/89 00 90 15

Red
Burton Sportartikel
Hallerstr. 111
6020 Innsbruck
Österreich
Tel. 00 800/28 78 66 13
Fax 00 43/5 12/23 09 90
www.anonoptics.com

Salomon
Amer Sports
Parkring 15
85748 Garching
Tel. 089/8 98 01 02
Fax 089/8 98 01 29
www.amersports.com

Scott
Scott Sports
Gutenbergsstr. 27
85748 Garching
Tel. 089/8 98 83 60
Fax 089/8 98 78 36 50
www.scott-sports.com

Smith
Vista-Sport
Neubohlingen 1/1
78135 Radolfzell am
Bodensee
Tel. 07 73/82 32 80
Fax 07 73/82 32 81
www.smithoptics.com

TSG
24/7 Distribution
Kesselerweg 4
48155 Münster
Tel. 02 51/91 98 92 47
Fax 02 51/91 98 92 22
www.247dist.com

Uvex
Uvex Sports
Postfach 2509
90715 Fürth
Tel. 09 11/9 77 40
Fax 09 11/9 77 43 50
www.uvex-sports.de

Wintex
Albrechtstr. 26
4614 Marchtrenk
Österreich
Tel. 00 43/72 43/5 28 00
Fax 00 43/72 43/5 30 00
www.wintex.at

Sprachspiele
Seite 84 – 87

Englisch

A weekend in London
Grubbe Media
Manzostr. 14
80997 München
Tel. 0 89/36 89 96 63
Fax 0 89/36 89 96 64
www.grubbe-media.de

Absolutely English
Wiener
Spielkartenfabrik
Ferd. Piatnik & Söhne
Hütteldorfer Str.
229–231
1140 Wien
Österreich
Tel. 00 43 1/9 14 41 51
Fax 00 43 1/9 11 14 45
www.piatnik.com

Learn English by playing
Lingua Ludica
Helenenwallstr. 14
50679 Köln
Tel. 02 21/32 01 77 31
www.lingualudica.com

New Amici
Abanico
Kettelerweg 2
57462 Olpe
Tel. 02 27 61/94 15 83
Fax 02 27 61/53 98 30
www.abanico-deutschland.de

Roundtrip of Britain and Ireland
ELI Publishing
PO Box 6
62019 Recanati (MC)

Italien
Tel. 00 39 71/75 07 01
Fax 00 39 71/97 78 51
www.elionline.com

Roundtrip of Britain and Ireland
Ernst Klett Sprachen
Rotebühlstr. 77
70178 Stuttgart
Tel. 07 11/66 72 13 33
Fax 07 11/98 80 90 00 99
www.klett.de

Spanisch

Aprender español jugando
Lingua Ludica
Helenenwallstr. 14
50679 Köln
Tel. 02 21/32 01 77 31
www.lingualudica.com

New Amici
Abanico
Kettelerweg 2
57462 Olpe
Tel. 02 27 61/94 15 83
Fax 02 27 61/53 98 30
www.abanico-deutschland.de

Sagrada
Parland Spiele
Grolandstr. 72
90408 Nürnberg
Tel. 09 11/24 7 69 50
www.parland.de

Un fin de semana en Madrid
Grubbe Media
Manzostr. 14
80997 München
Tel. 0 89/36 89 96 63
Fax 0 89/36 89 96 64
www.grubbe-media.de

Viaje por España
ELI Publishing
PO Box 6
62019 Recanati (MC)
Italien
Tel. 00 39 71/75 07 01
Fax 00 39 71/97 78 51
www.elionline.com

Viaje por España
Ernst Klett Sprachen
Rotebühlstr. 77
70178 Stuttgart
Tel. 07 11/66 72 13 33
Fax 07 11/98 80 90 00 99
www.klett.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. 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), 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 Lewe-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	Hubertus Primus
Weiteres Mitglied der Geschäftsleitung	Dr. Holger Brackemann
Bereich Untersuchungen	Dr. Holger Brackemann (Bereichsleiter) Preiserhebungen: Manfred Groß; Prüfmustereinkauf: Dirk Weinberg Claudia Gaca, Susanne Neunzerling, Sibylle Schalock, Hartmut Schäfer Jürgen Nadler (Wissenschaftlicher Leiter); Projektleiter: Dr. Markus Bautsch, Jenny Braune, Dr. Dirk Lorenz, Marcus Pritsch, Dr. Bernd Schwenke, Simone Vintz, Dr. Kirstin Wethekam, Marktanalyse und Projektassistenz: Heike Clemens, Philipp Dammschneider, Thomas Grund, Lutz Konzag, Danielle Leven Henning Withöft (Journalistischer Leiter); Redakteure: Ronald Dammschneider, Peter Knaak, Stephan Scherfenberger, Christian Schlüter, Michael Wolf Elke Gehrke (Wissenschaftliche Leiterin); Projektleiter: Hans-Peter Brix, Christiane Böttcher-Tiedemann, Renate Ehrnsperger, Dr. Konrad Giersdorf, Henry Göriltz, Till Kolja Opperl, Dr. Dagmar Saubier, Anke Scheiber, Dr. Peter Schick, Jörg Siebolds; Marktanalyse und Projektassistenz: Ingo Bengelsdorf, Toralf Hainisch, Wolfgang Lerch, Simone Lindemann, Yvonne Sanguinette, Michael Vogt Lothar Beckmann (Journalistischer Leiter); Redakteure: Brigitte Kluth-Kosnik, Michael Koswig, Cecilia Meusel, Thomas Müller, Falk J. Murko, Herbert Noll, Jürgen Tewes
Haus, Energie, Freizeit und Verkehr	
Ernährung, Kosmetik und Gesundheit	Dr. Ursula Loggan (Wissenschaftliche Leiterin); Projektleiter: Katrin Andruschow, Dr. Heike Dieckmann, Dr. Birgit Luther, Christiane Nientimp, Dr. Birgit Rehlender, Janine Schlenker, Dr. Gunnar Schwan, Dr. Jochen Wettach; Marktanalyse und Projektassistenz: Michaela Backhus, Julia Leise, Harry Mallok, Annegret Plock, Nada Quenzel, Gabriele Schaefer Isabella Eigner (Journalistische Leiterin); Redakteure: Ina Bockholt-Lippe, Ursula Lüders, Nicole Merbach, Dr. Bettina Sauer, Sara Waldau, Swantje Waterstraat
Weiterbildung	Dr. Michael Cordes (Wissenschaftlicher Leiter); Projektleiter: Dr. Anett Brauner, Sandra Baument, Gabriele Gollnick; Verifikation: Dr. Andrea Goldenbaum; Marktanalyse und Projektassistenz: Benjamin Barkmeyer, Sylvia Keske-Fouda, Andrea Kiesner Alrun Jappe (Journalistische Leiterin); Redakteure: Christina Engel, Andrea Frey Vertrieb Zeitschriften: Frank Beich (Ltg.); ZENIT Pressevertrieb GmbH, Julius-Hölder-Straße 47, 70597 Stuttgart, Tel. 07 11/72 52 19, Fax 07 11/7 25 23 40 Heike van Laak (Leiterin), Ute Bränzel, Bettina Dingler, Petra Rothbart
Marketing, Leserservice und Vertrieb	
Presse	

Redaktion test

Chefredakteurin	Anita Stocker (verantwortlich)
Stellvertretender Chefredakteur	Peter Gurr
Textchefin	Marina Pauly
Redaktionsassistenz	Britta Ossig-Moll
Grafik	Nina Mascher (Art Direction), Susanna Donau, Anne Lehmann, Katja Späth, Beate Theill, Susann Unger
Bildredaktion	Kerstin Babrikowski, Margrit Perzelt, Gabriele Theune
Produktion	Catrin Knaak, Martin Schmidt, Yuen Men Cheung
Produktfotos	Ralph Kaiser, Michael Haase
Verlagsherstellung	Rita Brosius (Leitung), Susanne Beeh
Weitere Mitarbeiter dieser Ausgabe	Jürgen Armbricht, Michael Beumer, Michael Bruns, Hans W. Fröhlich, Martin Gobbin, Alisa Gottschewsky, Alena Hecker, Christoph Herrmann, Sophie Mecchia, Susanne Meunier, Kirsten Schiekiera tiff.any GmbH Berlin
Litho	
Druck	Umschlag: KonradinHeckel Nürnberg; Bestellkarte: Offsetdruck Nürnberg; Innenteil: PRINOVIS Nürnberg
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 / Ralph Kaiser; Jura; Uvex; Plainpicture; fotolia / Stefan Welz; iStockphoto; Thinkstock; Sharp; Samsung; Acer; Atomic; Bosch Rücktitel: Getty / St. Marks; Motorola Fotos: Ralph Kaiser; Michael Haase; Anke Jacob (S. 3); Sharp (S. 4); Nikon (S. 35); Samsung (S. 50); Uvex (S. 81) Infografiken: Kati Hammling / www.ktgrafix.de

Verbraucherinstitutionen

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)
Markgrafenstr. 66, 10969 Berlin
Tel. 0 30/25 80 00
info@vzbv.de, www.vzbv.de

DHB – Netzwerk Haushalt, Berufsverband der Haushaltsführenden
Oxfordstr. 10, 53111 Bonn
Tel. 02 28/23 77 18
www.dhb-netzwerk-haushalt.de

Europäisches Verbraucherzentrum Deutschland
77694 Kehl, Bahnhofplatz 3
Standort Kiel:
24103 Kiel, Andreas-Gayk-Str. 15
Tel. 0 78 51/99 14 80, Fax 0 78 51/99 14 81 11,
info@cec-zev.eu, www.cec-zev.eu

VerbraucherService Bayern im KDFB Landesgeschäftsstelle
Dachauer Str. 5/V, 80335 München
Tel. 0 89/51 51 87 43
info@verbraucherservice-bayern.de
www.verbraucherservice-bayern.de

Beratungsstellen:
E-Mail-Adressen der Beratungsstellen: Ort (z. B. augsburg)@verbraucherservice-bayern.de
63739 Aschaffenburg, Dalbergstr. 15 (Rathaus, Sitzungsgebäude)
Tel. 0 60 21/3 30 12 18

91522 Ansbach, Nürnberger Str. 32/1
Tel. 09 81/97 78 97 93

86152 Augsburg, Ottmarsgässchen 8
Tel. 08 21/15 70 31

96047 Bamberg, Grüner Markt 14
Tel. 09 51/20 25 06

93413 Cham, Obere Regenstr. 15
Tel. 09 97 11/67 53

86609 Donauwörth, Münsterplatz 4
Tel. 09 06/82 14

91301 Forchheim, Sattlerstorstr. 5
Tel. 09 19/16 46 89

85049 Ingolstadt, Kupferstr. 24
Tel. 08 41/95 15 99 90

85375 Neufahrn, Bahnhofstr. 32
Tel. 081 65/6 07 48,
verbraucher@neufahrn.de

94032 Passau, Ludwigsplatz 4/1
Tel. 08 51/3 62 48

93047 Regensburg, Frauenberg 4
Tel. 09 41/5 16 04

92421 Schwandorf, Spitalgarten 1 (neues Rathaus),
Tel. 09 431/4 52 90

83278 Traunstein, Bahnhofstr. 1
Tel. 08 61/6 09 08

97070 Würzburg, Bahnhofstr. 4–6
Tel. 09 31/30 50 80

VerbraucherService im Katholischen Deutschen Frauenbund
Bundesgeschäftsstelle
Kaesenstr. 18
50677 Köln
Tel. 02 21/86 09 20
bundesverband@frauenbund.de
www.frauenbund.de

Aktion Bildungsinformation Verbraucherschutz in Bildungsfragen
Lange Str. 51
70174 Stuttgart
Tel. 07 11/22 02 16 30
info@abi-ev.de,
www.abi-ev.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.

0700 Kostenfrei.	01803 9,0 Cent/Min.
0800 Kostenfrei.	01805 14 Cent/Min.
01801 3,9 Cent/Min.	018809 49 Cent/Min.
01802 6,0 Cent/Anruf.	09001 Hier können Kosten von 49 bis 124 Cent/Min. entstehen.