

Introdjuhss jurssälf

Sprachspiele Genug von der Grammatikfibel? Auch Gesellschaftsspiele können Sprachkenntnisse schulen. Einige erleichtern das Lernen auf unterhaltsame Art.

Der Zungenbrecher macht seinem Namen alle Ehre. Leicht geht er Ariana nicht über die Lippen: „If two witches were watching two watches, which witch would watch which watch?“ Ihren Mitstreitern Martin, Kirsten und Christian bereitet er wegen der vielen Versprecher Spaß.

Die gesellige Runde, alle zwischen 30 und 40 und mitten im Berufsleben, spielt – und lernt. Mit Sprachspielen wollen die vier ihre eingerosteten Sprachkenntnisse auffrischen. Die vertrackten tongue twister, wie Zungenbrecher auf English heißen, unfallfrei auszusprechen, ist nur eine der unterhaltsamen Aufgaben, die sie bei „Absolutely English“ bewältigen müssen.

Dieses Sprachspiel hat im Test am besten abgeschnitten – unter anderem wegen der ebenso launigen wie lehrreichen Spielideen. Bei zehn zum Teil konzeptionsgleichen englisch- und spanischsprachigen Brett- und Kartenspielen haben wir Lernerfolg,

Spielwert und Produktinformationen untersucht (siehe „So haben wir getestet“, S. 87). Zweck der Spiele: Jugendlichen und Erwachsenen das Lernen zu erleichtern. Das gelingt mal mehr, mal weniger. Das Spektrum der test-Qualitätsurteile reicht von gut bis ausreichend.

In ihrer Bewertung können sich die Spiele in englischer und spanischer Version graduell unterscheiden. Sie sind wie „A weekend in London“ und „Un fin de semana en Madrid“ inhaltlich nicht identisch, sondern stellen teils andere Fragen. Zudem gibt es Besonderheiten, die nur für die eine oder andere Sprache gelten. Im Spanischen ist zum Beispiel die Aussprache klarer geregelt, dafür aber die Grammatik komplexer als im Englischen.

Lautschrift mal anders

Anders als „Absolutely English“, ein Quiz im Stil von „Trivial Pursuit“, bringt „New Amici“ die Spieler sprachlich nicht weit voran. Es setzt auf eine eher zweifelhafte Lehrmethode. Kern des Spiels ist es, von der Fremdsprache in die Muttersprache zu übersetzen – und umgekehrt. Um den Spielern die Aussprache zu erleichtern, wird das geschriebene Wort in eine eigene Lautschrift transferiert. Die Aufforderung „Stell dich vor“ nimmt auf der Spielkarte folgende Gestalt an: „Introdjuhss jurssälf“. So lieber nicht, urteilten unsere Experten. Sie würden der international anerkannten Lautschrift den Vorzug geben. Der Einfall der Spielmacher gilt ihnen aus didaktischer Sicht als fragwürdig.

Der Hersteller von „New Amici“ verkündet zudem auf der Verpackung vollmundig: „Im Handumdrehen sprichst du die Sprache deiner Wahl!“ Ein paar Mal gespielt –



und schon fließend Englisch oder Spanisch parliert? Das ist nahezu unmöglich. Als Zusatz zu einem Präsenzkurs oder einer Sprachreise kann ein Gesellschaftsspiel aber durchaus dazu beitragen, die bereits erworbenen Fertigkeiten mit Lust und Laune zu festigen. Im Test haben wir das unter dem Punkt Eignung zum Spracherhalt geprüft. Mitunter hapert es ausgerechnet da.

Schlicht zu simpel

Einige Spiele schneiden bei der Eignung zum Spracherhalt lediglich ausreichend ab. Der „Roundtrip of Britain and Ireland“ sowie sein spanisches Pendant „Viaje por España“ haben sich in diesem Punkt beispielsweise nicht mit Ruhm bekleckert.

FOTO: STIFTUNG WARENTEST

Unser Rat

Sprachspiele können eine sinnvolle und unterhaltsame Ergänzung zu üblichen Lernmethoden sein. **Absolutely English** (23 Euro), bestes englischsprachiges Spiel, macht Laune und pusht die Sprachkompetenz. Damit Ihnen Spanisch nicht länger spanisch vorkommt, kann Ihnen **Aprender español jugando** (36 Euro), das beste Spiel für diese Fremdsprache, auf die Sprünge helfen. Rollenspiele schaffen hier nicht nur Situationskomik, sie trainieren auch das Ausdrucksvermögen.

And I am Ariana



rende Spielideen. Sie können „Roundtrip“ oder „Viaje“ zum Beispiel nutzen, um Informationen zu den realen Orten auf dem (lappigen) Spielplan recherchieren zu lassen. Auf der Verpackung findet sich kein Hinweis auf die spezielle Zielgruppe. Geworben wird vielmehr um Spieler der Niveaus A2 bis B1. So fühlen sich auch Erwachsene angesprochen.

Mehr Strategie als Spanisch

Auch „Sagrada“ zeichnet sich nicht gerade durch Förderung des Spracherhalts aus. „Man nimmt im gesamten Spiel maximal zehn Vokabeln mit“, fasst es ein Fachmann zusammen. Seine Spanischkenntnisse zu pflegen, ist bei diesem Spiel tatsächlich eher Nebensache. Die Sprachkarten bestehen aus einfachen Vokabeln wie „el labio – die Lippe“. Grammatikübungen oder Redewendungen kommen nicht vor. Dafür können Sagrada-Spieler im Verlauf einiges über Barcelona, die Prachtpromenade Rambla oder das Museo Picasso erfahren. Der Spaß wird durch Aktionen wie Singen, Jonglieren oder Tanzen angeheizt. In erster Linie ist beim symbolischen Bau der Kathedrale La Sagrada Família aber strategisches Geschick gefragt. Fans der „Siedler von Catan“ dürfte das begeistern.

Kleine Kostproben

Bedeutend besser kommen beim Spracherhalt etwa die Spiele „Learn English by playing“ und das spanische Gegenstück „Aprender español jugando“ weg. Die gute Wertung bescheren ihnen die vielseitigen Kategorien, die zum Beispiel Kenntnisse in Vokabeln, Grammatik und Redewendungen abfragen. Interkulturelles Wissen steht ebenfalls auf der Agenda.

Kleine Kostproben gefällig? Die Spiele von Lingua Ludica helfen, den Wortschatz zu erweitern. Zu den Synonymen für „betrunken sein“ gehören neben dem geläufigen „to be drunk“ die Vokabeln „plastered“, „pickled“ und „legless“. Und wer wüsste ohne weiteres, dass es auf Englisch heißt „You got a pink slip“, wenn man den Job verliert? Die Spieler schnappen solche Redewendungen in der Rubrik Idioms auf.

Die Besten sorgen für Aktion

Der Verlag setzt außerdem auf Abwechslung. Für Fremdsprachenschüler ist es eine ebenso lustige wie lehrreiche Herausforderung, Pfeffer ohne die Worte Salz, Gewürz oder essen zu umschreiben – auf Englisch beziehungsweise Spanisch selbstverständlich. Wer wagemutiger ist, darf in der Fremdsprache auch gern mit dem Gegenüber flirten, von seinem Lottogewinn schwärmen, den Chef um mehr Gehalt bitten oder mit dem imaginären Kind über das Fernsehprogramm diskutieren.

Lernen mit Landeskunde

Die getesteten Sprachspiele zeichnen sich durch viele schöne Ideen aus, die das Lernen lustig machen. Grubbe Media und Eli Publishing setzen auch stark auf landeskundliche Aspekte. Hier heben sich die beiden Brettspiele „A weekend in London“ sowie das für Spanischschüler gedachte „Un fin de semana en Madrid“ heraus. In Themenvielfalt und Aktualität sind sie mit ihrer sehr guten und guten Wertung nicht zu schlagen – und zum Beispiel als unterhaltsame Reisevorbereitung geeignet. Die Spiele führen quer über den Stadtplan von einer Sehenswürdigkeit zur nächsten. ■
Tabelle auf Seite 86.

„Die Spieler fühlten sich von den Antwortmöglichkeiten zum Teil veräppelt“, sagt ein Experte, der als teilnehmender Beobachter die Eindrücke der Nutzer protokollierte. Für Erwachsene mit Vorkenntnissen sind Fragen wie „Antworte auf How are you?“ schlicht zu simpel – vor allem, wenn die Optionen „It costs £25“, „I’m very well“ oder „I’m 16 years old“ lauten.

Spaß für Schüler

Die beiden Spiele sind offenbar für den Schulunterricht konzipiert und dort nach Einschätzung unserer Experten am richtigen Platz. Schülern könnte die Abwechslung auf dem Stundenplan Spaß machen. Lehrer finden in der Anleitung weiterfüh-

Opulent. Mit „Sagrada“ lernen die Spieler zwar Barcelona kennen, zum freien Spanischsprechen animiert das Spiel dagegen nicht.



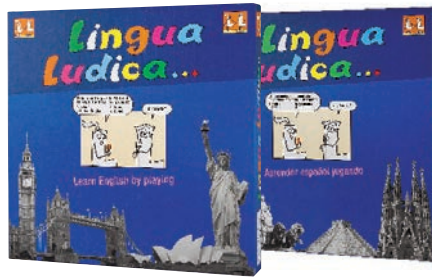


Absolutely English
Preis: 23 Euro

GUT (2,3)

Spielidee: Für Freunde des Quizspiels. Neben einem Wissenswettbewerb à la „Trivial Pursuit“ wird die Sprache gesprochen, gehört, gelesen und geschrieben. Die Spieler treten in fünf Kategorien gegeneinander an: Vokabeln, Grammatik, Ausdrücke, Dies und Das sowie Allgemeinwissen. Ziel ist es, sich für die Finalfrage zu qualifizieren. Fun-Faktor Aktionskarte: Absurde, aber komische Anweisungen wie „Leg die Hände auf den Kopf, zieh ein Knie an, zähle von zehn bis eins und hüpf dreimal auf einem Bein“ oder fremdsprachliche Zungenbrecher machen Laune.

test-Kommentar: Hoher Lerneffekt durch gutgemachte und abwechslungsreiche Quizfragen. Das Spiel ist für unterschiedliche Sprachniveaus geeignet.



Learn English by playing
Preis: 36 Euro

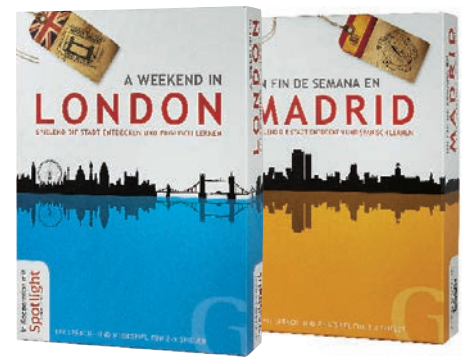
GUT (2,4)

Aprender español jugando
Preis: ca. 36 Euro

GUT (2,4)

Spielidee: Anfänger, Menschen mit mittleren Sprachkenntnissen und Fortgeschrittene müssen sich in den Kategorien Vokabeln, Grammatik, Definition, Kultur, Redewendung und Rollenspiel gegeneinander behaupten. Letztere machen Laune: Die Spieler müssen ihr Gegenüber in der Fremdsprache bezirzen oder beim Boss um mehr Gehalt bitten. Wer „Tabu“ mag, wird die Kategorie „Definitionen“ lieben: Funktioniert nach einem ähnlichen Prinzip.

test-Kommentar: Lernen und Spaß bilden ein gutes Team. Motivierend und interaktiv. Das Design ist eher langweilig.



A weekend in London
Preis: 30 Euro

BEFRIEDIGEND (2,6)

Un fin de semana en Madrid
Preis: ca. 30 Euro

BEFRIEDIGEND (3,0)

Spielidee: Kennen Sie noch „Scotland Yard“? Der Spielaufbau erinnert an das populäre Gesellschaftsspiel. Bei der Sightseeing-Tour durch London oder Madrid bewegt sich jeder Spieler auf Planquadrate durch die Hauptstädte und steuert Sehenswürdigkeiten an. Dort muss er Bildkarten sammeln oder sie loswerden. Mit Taktik und einem Quäntchen Glück kann er schnell zum Ziel kommen.

test-Kommentar: Die Aufmachung von Spielplan, Figuren und Verpackung ist hochwertig, die Fragen sind lehrreich und unterhaltsam gleichermaßen. Sehr hohe Themenvielfalt.

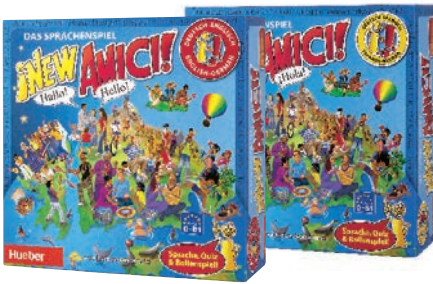
+ test Sprachspiele Englisch und Spanisch

Gewichtung	Englisch				Spanisch		
	Absolutely English	Learn English by playing	A weekend in London	New Amici	Roundtrip of Britain and Ireland	Aprender español jugando	New Amici
Verlag	Piatnik	Lingua Ludica	Grubbe Media ²⁾	Californian Products / Abanico ³⁾	Eli Publishing / Klett Sprachen	Lingua Ludica	Californian Products / Abanico ³⁾
Internationale Artikelnummer (EAN)	9001890632044	4260147020002	4280000193131	9783191095857	9783125347878	4260147020033	9783194095854
Preis in Euro ca. (laut Anbieter)	23,00	36,00	30,00	20,00	17,80	36,00	20,00
Anzahl der Spieler ¹⁾	2 bis 16	2 bis 16	2 bis 5	1 bis 4	K. A.	2 bis 16	1 bis 4
Alter der Spieler ¹⁾	Ab 12	Ab 9	Ab 14	Ab 8	K. A.	Ab 9	Ab 8
Sprachniveau ¹⁾	Anfänger und Fortgeschrittene	Anfänger bis Fortgeschrittene	Einfach und anspruchsvoll	0 bis B1 ⁴⁾	A2 bis B1 ⁴⁾	Anfänger bis Fortgeschrittene	0 bis B1 ⁴⁾
Spieldauer in Minuten ca. ¹⁾	K. A.	30 bis 45	60	45	K. A.	30 bis 45	45
+ test - QUALITÄTSURTEIL 100%	GUT (2,3)	GUT (2,4)	BEFRIEDIGEND (2,6)	BEFRIEDIGEND (2,7)	AUSREICHEND (3,8)	GUT (2,4)	GUT (2,5)
SPRACHKOMPETENZ 45%	gut (2,4)	gut (2,5)	befriedigend (2,7)	befriedigend (3,1)	ausreichend (3,9)	gut (2,3)	befriedigend (2,6)
Eignung zu Spracherhalt und -verbesserung	+	+	○	○	⊖ ¹⁾	+	+
Themenvielfalt, Aktualität	○	○	++	⊖	⊖	○	⊖
Lernerfolg aus Nutzersicht	+	○	○	○	⊖	○	○
SPIELWERT 45%	gut (2,2)	gut (2,3)	gut (2,5)	gut (2,2)	ausreichend (3,8)	befriedigend (2,6)	gut (2,2)
Spielspaß	○	+	○	○	⊖ ¹⁾	○	○
Spielanleitung	++	+	+	+	+	+	+
Aufmachung	+	○	+	+	⊖	○	+
PRODUKTINFORMATIONEN 10%	gut (1,6)	gut (2,5)	gut (2,4)	befriedigend (3,1)	ausreichend (3,6)	gut (2,5)	befriedigend (3,1)

Bewertungsschlüssel der Prüfergebnisse:
 ++ = Sehr gut (0,5–1,5). + = Gut (1,6–2,5).
 ○ = Befriedigend (2,6–3,5). ⊖ = Ausreichend (3,6–4,5).
 — = Mangelhaft (4,6–5,5).

***) Führt zur Abwertung**
 (siehe „So haben wir getestet“ auf Seite 87).
 K. A. = Keine Angabe.

1) Angaben laut Verpackung und Spielanleitung.
 2) In Kooperation mit dem Magazin Spotlight.
 3) Bis September 2012 Vertrieb im Buchhandel durch den Hueber Verlag.



New Amici English
Preis: 20 Euro

BEFRIEDIGEND (2,7)

New Amici Spanish
Preis: 20 Euro

GUT (2,5)

Spielidee: Drei Sprachniveaus. Wer sich als Anfänger, Fortgeschrittener oder Experte einstuft, ist nicht leicht zu entscheiden. In der Heimatrunde wird vom Englischen oder Spanischen ins Deutsche übersetzt, in der Reiserunde ist es umgekehrt. Daher eignet es sich für verschiedensprachige Lernpartner. Gespielt werden Kategorien wie Vokabeln, Zeit, Zahlen, Speisen und Getränke und Kultur.
test-Kommentar: Fragwürdige Phonetik. Die Sprachen werden in eigene Lautschrift übersetzt. Rollenspiele und Quiz peppen den Spaß etwas auf. Durchwachsener Lerneffekt.



Sagrada
Preis: 29 Euro

BEFRIEDIGEND (3,3)

Spielidee: Unvollendetes vollenden. Ziel des Spiels ist es, die Kirche La Sagrada Família in Barcelona fertigzustellen. Dafür erhält jeder Spieler Puzzlestücke, die er freikaufen muss. Das nötige Geld bekommt er durch das Eintauschen von Kapital- und Sprachkarten. Freunde der „Siedler von Catan“ kommen voll auf ihre Kosten. Das Spanischlernen gerät jedoch ins Hintertreffen. Allerdings lernen die Spieler Barcelona und seine Sehenswürdigkeiten kennen. Durch Ereigniskarten kommt außerdem Bewegung ins Spiel: Purzelbaum, Jonglieren und Flamenco stehen auf dem Programm der Sagrada-Spieler.
test-Kommentar: Für Strategen. Wenig Lernfortschritte – das Spiel animiert nicht zum freien Spanischsprechen.



Roundtrip of Britain and Ireland
Preis: 17,80 Euro

AUSREICHEND (3,8)

Viaje por España
Preis: 17,80 Euro

AUSREICHEND (3,7)

Spielidee: Die Spieler reisen auf einer Landkarte durch Großbritannien und Irland oder Spanien, lernen Städte, Sehenswürdigkeiten und Sprache kennen. Sie spielen mit zwei ziemlich untauglichen Pappwürfeln, die sie selbst zusammenfalten müssen. Spielfiguren sind im Lieferumfang nicht enthalten. Es gibt zu wenige Quizkarten für die lange Rundreise.
test-Kommentar: Angesichts des Preises enttäuscht die Wertigkeit des Materials. Für Erwachsene sind die Fragen zu simpel. Da kommt kaum Spaß auf. Lernfortschritte lassen auf sich warten.

Un fin de semana en Madrid	Sagrada	Viaje por España
Grubbe Media ⁵⁾	Parland Spiele ⁶⁾	Eli Publishing / Klett Sprachen
4280000193162	4260071875853	9783125347908
30,00	29,00	17,80
2 bis 5	2 bis 4	K. A.
Ab 14	Ab 9	K. A.
Einfach und anspruchsvoll	Anfänger bis Fortgeschrittene	A2 bis B1 ⁴⁾
60	45 bis 75	K. A.
BEFRIEDIGEND (3,0)	BEFRIEDIGEND (3,3)	AUSREICHEND (3,7)
befriedigend (3,1)	ausreichend (4,3)	ausreichend (3,6)
○	⊖ [*]	⊖
+	⊖	⊖
⊖	⊖	○
befriedigend (3,0)	befriedigend (2,6)	ausreichend (3,8)
○	○	⊖ [*]
+	+	+
+	+	⊖
gut (2,4)	gut (2,4)	ausreichend (3,6)

4) Nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) von A1 bis C3. 5) In Kooperation mit dem Magazin Ecos. 6) In Zusammenarbeit mit Pons. Anbieter siehe Seite 96.

So haben wir getestet

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium für Bildung und Forschung

von mindestens zwei Personen gespielt werden können. Vier Hersteller bieten Spiele mit identischem Konzept für Englisch und Spanisch an. Je ein Spiel gibt es nur in einer der beiden Sprachen.
Einkauf: Juni bis September 2012.
Preise: Laut Anbieterangaben, September 2012.

METHODIK

Jedes Spiel wurde von je drei Experten begutachtet. Außerdem wurden die Spiele in einem Nutzertest von zwei Teams zu je vier Personen gespielt. Der Spielverlauf wurde von Experten beobachtet und protokolliert. Die Nutzer hielten ihre Eindrücke in Fragebögen fest.

ABWERTUNGEN

War die Eignung zu Spracherhalt und -verbesserung ausreichend, konnte das Urteil Sprachkompetenz nicht besser sein. Gleiches gilt für den Spielspaß und das Urteil Spielwert.

Im Test: 10 Sprachspiele, je 5 in Englisch und Spanisch. Berücksichtigt wurden Brett- und Kartenspiele, die das Anfängerniveau übersteigen und

SPRACHKOMPETENZ: 45 %

Die Experten haben die Spiele hinsichtlich der **Eignung zu Spracherhalt und -verbesserung** beurteilt. Das Augenmerk galt dem Sprechen, Hören und Lesen, dem Wortschatz und der Grammatik. Weitere Prüfpunkte waren **Themenvielfalt** und **Aktualität** der Lerninhalte. Den **Lernerfolg aus Nutzersicht** haben die Spieler in Form einer Selbsteinschätzung abgegeben.

SPIELWERT: 45 %

Der **Spielspaß** ist ein wesentliches Kriterium. In die Bewertung eingeflossen sind unter anderem Spannung, Originalität, Motivation, Interaktion, Kommunikation, Aufwand und Nutzen, Logik des Spiels, Wiederspielbereitschaft, Weiterempfehlung. Außerdem wurde die **Spielanleitung** beurteilt. Dabei stand die Verständlichkeit im Fokus. Geprüft wurde auch die **Aufmachung**, vor allem die Wertigkeit des Materials.

PRODUKTINFORMATIONEN: 10 %

Ein Experte hat die Informationen auf und in der Verpackung geprüft. Dazu gehören unter anderem Alter und Anzahl der Spieler, Sprachniveau, Spieldauer, Packungsinhalt, Lernziele und -inhalte.

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 Scherfenberg, Christian Schlüter, Michael Wolf
Verifikation	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
Multimedia	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	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 Mallo, Anngret Plock, Nada Quenzel, Gabriele Schaefer Isabella Eigner (Journalistische Leiterin); Redakteure: Ina Bockholt-Lippe, Ursula Lüders, Nicole Merbach, Dr. Bettina Sauer, Sara Waldau, Swantje Waterstraat
Ernährung, Kosmetik und Gesundheit	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
Weiterbildung	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
Redaktionsassistentin	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
Litho	tiff.any GmbH Berlin
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

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.

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, Sattlertr. 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.