

STIFTUNG WARENTEST

STIFTUNG WARENTEST

- seit 41 Jahren Informationen für Verbraucher
- test, Auflage: 600 000 Ex.
- FINANZtest, Aufl.: 290 000 Ex.
- Reichweite gesamt:
ca. 3,5 Mio. Leser monatlich
- Internet: ca. 50 000 User täglich

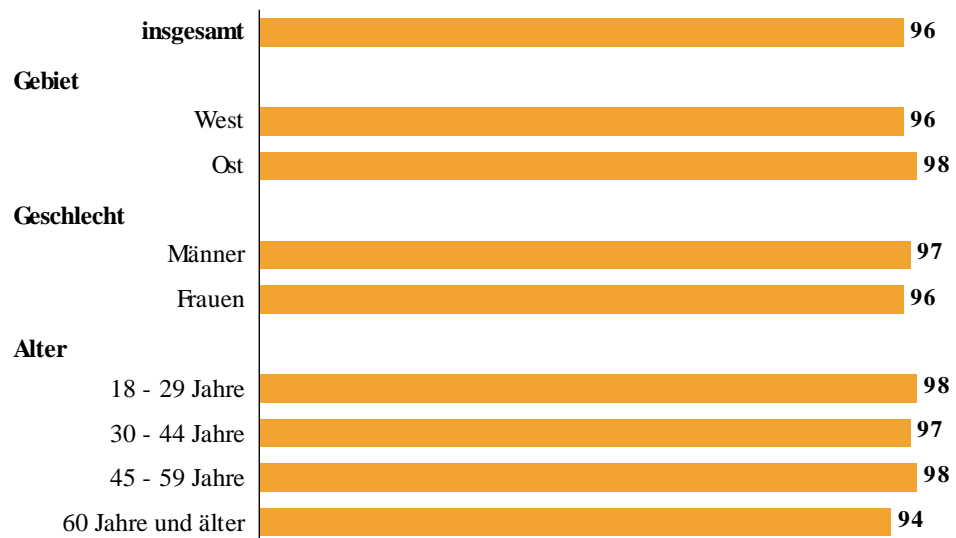


VERBREITUNG DER TEST-ERGEBNISSE IN DEN MEDIEN:

- Hörfunk: 2 700 Interviews p.a. (~ 7 tgl.)**
- TV: 3 500 Interviews p.a. (~ 9 tgl.)**
- Print: 4 000 – 5 000 Artikel monatlich,
Aufl.: rd. 150 – 200 Mio.**

Bekanntheit der Stiftung Warentest

Es kennen die Stiftung Warentest:



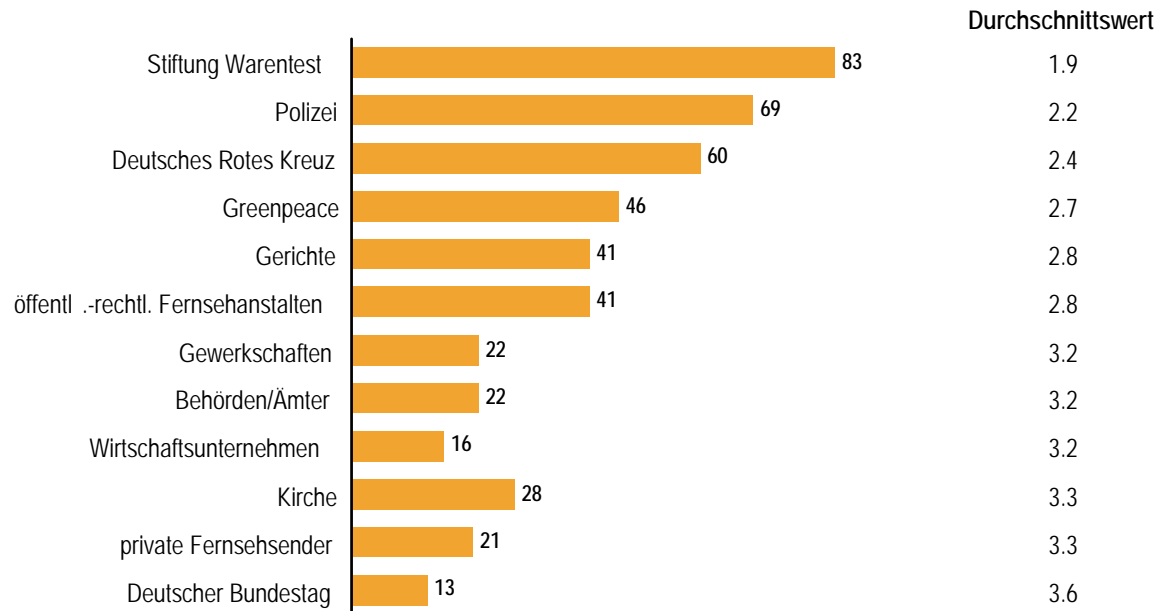
Basis: 2.012 Befragte

Angaben in Prozent

forsa. P3922.1 01/00 Wi

Vertrauen in Institutionen

Es haben sehr hohes/hohes Vertrauen (Skalenpunkte 1 und 2 auf einer 5er Skala):



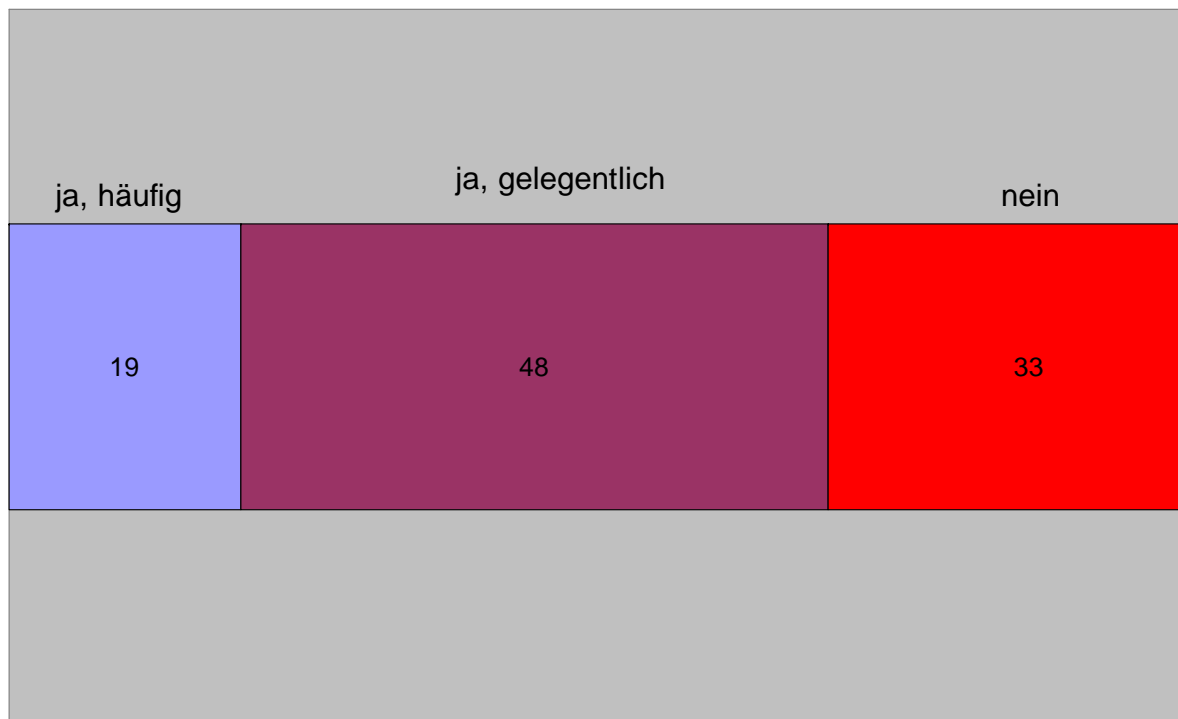
Basis: 1.939 Befragte, die die Stiftung Warentest kennen

Angaben in Prozent

forsa . P3922.9 01/00 Wi

Nutzer der Testergebnisse

Es nutzen die Testergebnisse:



(Angaben in Prozent)

**Materialien
für
Schule & Unterricht**

www.test.de/schule

JUGEND & KONSUM

- **Unterrichtsbroschüre mit didaktischen Vorschlägen für Lehrer**
- **Themen:**
 - Geld, Ernährung, Kosmetik, Sport etc.**
- **begleitendes Filmmaterial**



MARKT & WARENTEST

- Unterrichtsbroschüre mit didaktischen Vorschlägen für Lehrer
- Themen:
 - Rolle des Verbrauchers am Markt, Werbung, Psychologie des Kaufs, Verbraucherorg. etc.
- begleitendes Filmmaterial



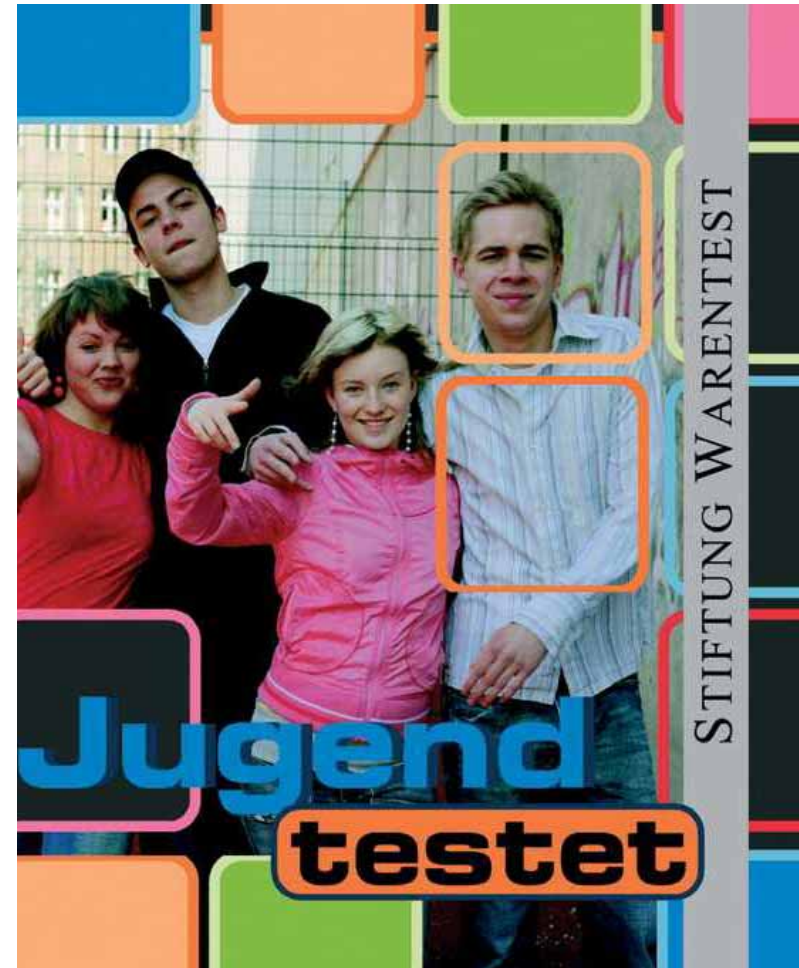
EU-SCHÜLERKALENDER "Meine Rechte als Konsument"

- sehr großer Erfolg in Deutschland
 - 2004/2005: Aufl. 130 000
 - 2005/2006: Aufl. 170 000
 - 2006/2007: Aufl. 140 000
- Bedarf: mind. 500 000 Ex.



WETTBEWERB "Jugend testet"

- für 13- bis 19-Jährige
- Aufgabe:
Planung und
Durchführung
eines eigenen Tests
- ca. 3 000 - 3 500
Teilnehmer



WETTBEWERB „Jugend testet“



MEDIENPÄDAGOGISCHES SCHULPROJEKT „test macht Schule“

- 100 Schulklassen, 2 900 Schüler
- Lehrer setzen 'test' im Unterricht ein
- Fächer: Deutsch, Biologie, Chemie, Wirtschafts- u. Sozialkunde etc.
- großer Erfolg bei Lehrern und Schülern



Resonanz bei Schülern:

„... Außerdem habe ich gelernt, dass man nicht gleich drauflos kaufen sollte, sondern dass man sich vorher informieren sollte, z. B. um Geld zu sparen.“

... Schüler gehen in die Schule, "nicht weil man muss, sondern weil es Spaß machte".

WEITERE AKTIVITÄTEN:

- **Vorträge für Schulklassen**
- **Präsenz auf Jugendmesse YOU**
- **Wanderausstellung für Kinder**
- **geplant:
Online-Portal für Jugendliche**

