



## Erfolgreiche Paywall: test.de steigert Umsatz mit Paid Content um 20 Prozent

Erfolgreiche Paywall: test.de steigert Umsatz mit Paid Content um 20 Prozent  
test.de, das Onlineportal der Stiftung Warentest, hat im Jahr 2012 mit kostenpflichtigen Inhalten einen Umsatz von 2,7 Mio. Euro erzielt, das sind 20 Prozent mehr als im Jahr davor. Auch die Anzahl der Visits stieg um 20 Prozent und lag insgesamt bei 56 Millionen. "Mit den richtigen Inhalten und dem richtigen Konzept funktioniert Paid Content. Die aktuellen Zahlen von test.de zeigen das eindrücklich", sagte Andreas Gebauer, Chefredakteur von test.de. Bereits seit 12 Jahren bietet die Stiftung Warentest auf ihrer Internetseite test.de Premiuminhalte hinter einer Paywall an. Dies wurde von den Nutzern von Anfang an gut angenommen und brachte auch in den letzten Jahren jeweils zweistelliges Umsatzwachstum. Zahlreiche Inhalte von test.de sind kostenlos. Schnelltests, aktuelle Meldungen oder Specials sind zum Beispiel kostenfrei anklickbar. Aktuelle Testergebnisse kosten durchschnittlich 2 Euro. Nutzer können aber auch ein Online-Abonnement abschließen. Die monatliche test.de-Flatrate kostet 7 Euro, die jährliche 50 Euro. Mehr als 20.000 Nutzer bezahlen inzwischen für ihre Flatrate. Sie haben damit Zugriff auf alle Inhalte. Das sind neben den aktuellen Tests inzwischen auch 18 Produktdatenbanken, für die die Stiftung Warentest ständig neue Produkte bewertet oder neue Daten erhebt. Diese "Produktfinder" genannten Datenbanken zeigen zum Beispiel die Testergebnisse von rund 1000 Digitalkameras, 500 Fernsehern oder 125 Handys und Smartphones. Es gibt aber auch Bewertungen für 9000 Medikamente oder die aktuell besten Zinsangebote. Ebenso wie die beiden Zeitschriften test und Finanztest ist test.de komplett anzeigenfrei. Da sich die Stiftung Warentest zu fast 90 Prozent durch den Verkauf ihrer Publikationen finanziert (dazu kommen die Erträge aus dem Stiftungskapital und eine Zuwendung des Verbraucherschutzministeriums), war es von Anfang an notwendig, ein kostenpflichtiges Onlineangebot einzuführen. Alle Informationen sind unter [www.test.de](http://www.test.de) abrufbar. Stiftung Warentest  
Lützowplatz 11-13  
10785 Berlin  
Deutschland  
Telefon: (030) 2631-2345  
Telefax: (030) 2631-2429  
Mail: [pressestelle@stiftung-warentest.de](mailto:pressestelle@stiftung-warentest.de)  
URL: <http://www.test.de>

### Pressekontakt

Stiftung Warentest

10785 Berlin

test.de  
[pressestelle@stiftung-warentest.de](mailto:pressestelle@stiftung-warentest.de)

### Firmenkontakt

Stiftung Warentest

10785 Berlin

test.de  
[pressestelle@stiftung-warentest.de](mailto:pressestelle@stiftung-warentest.de)

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage