



Max Havelaar-Stiftung
(Schweiz)
Jahresbericht
2011



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

Mehr Fairtrade: Industrie und Handel verändern ihre Werte

Der Fairtrade-Trend hält an: Mehr Handelspartner, mehr Verkaufsstellen und mehr Produkte führen zu einem Umsatzplus von 8% gegenüber dem Vorjahr. Die internationalen Fairtrade-Standards für Kleinbauern sind überarbeitet und noch stärker auf die Lebensrealitäten der Produzenten ausgerichtet. Trotz hoher Rohstoffpreise hat sich die Landwirtschaft in den Entwicklungsländern noch nicht erholt. Es sind weiterhin grosse Anstrengungen nötig, damit die Kleinbauern ein besseres und stabileres Einkommen haben.

Max Havelaar blickt auf ein gutes Jahr zurück. Im Markt konnten wir mit unseren Handelspartnern Meilensteine setzen, indem Fairtrade mit Vollumstellungen ganzer Produktlinien Einzug ins Alltagsortiment fand und neue Produkte auf den Markt gebracht wurden. Die Fairtrade-Palette im Detailhandel und in der Gastronomie wuchs damit auf rund 1'600 Produkte. International konnte Fairtrade mit grossen Partnern wie Mars neue Verträge abschliessen, die den Produzenten langfristig grosse Volumen zu fairen Bedingungen sichern werden. Fairtrade bietet Unternehmen weltweit einen glaubwürdigen Ansatz, ihre Verantwortung in der nachhaltigen Beschaffung wahrzunehmen.

Für die Kleinbauern in den Entwicklungsländern blieben die Herausforderungen gross. Die hohen Rohstoffpreise führten wohl zu höheren Einnahmen, doch konnten diese die tiefen Preise der letzten Jahre bei weitem nicht kompensieren. Zudem stiegen die Produktionskosten. Ressourcenknappheit und Spekulation führten zu verstärkter Volatilität und einem eigentlichen Kampf um die Rohstoffe, bei dem der Zwischenhandel wieder Aufwind bekam und sich direkt bei den Kleinbauern bediente. Dadurch mussten die oft weniger liquiden Kooperativen um ihre Liefermengen bangen. Fairtrade International erstellte gemeinsam mit Produzenten und Handel einen «Coffee Action Plan», der dieses Problem aufgriff: Kaffeebauern sollen befähigt werden, langfristig selbständig mit den neuen Risiken und Ansprüchen des Markts umzugehen, Massnahmen gegen klimawandelbedingte Veränderungen zu ergreifen und mit Investitionen in die Anbauflächen die Produktivität zu steigern.

Fairtrade International: Produzentinnen und Produzenten im Fokus

Fairtrade International und die zugehörigen Labelorganisationen stellten 2011 die Produzentinnen und Produzenten noch stärker in den Fokus ihrer Aktivitäten. Im Oktober beschloss die Generalversammlung von Fairtrade International, den Stimmenanteil der Produzentenvertreter auf 50% zu erhöhen. Sie werden in Zukunft auch in allen weiteren wichtigen Gremien wie dem Standards-Komitee zur Hälfte beteiligt sein. Mit dieser Organisationsstruktur ist Fairtrade unter den verschiedenen Nachhaltigkeitsinitiativen

einzigartig. Die neuen Standards für Kleinproduzenten sind realitätsnah und stärken die Produzentenorganisationen in ihrer Entwicklung. Die über 900 Fairtrade-zertifizierten Organisationen sind in drei kontinentalen Produzentennetzwerken organisiert, die im Welthandel bzw. in der Politik die Stimme erheben und wichtige Impulse setzen. Sei dies, indem sie wie Fairtrade Africa an der Klimakonferenz in Durban eine gemeinsame Position vertreten oder in der Markterschliessung zusammenarbeiten, wie das asiatische Netzwerk NAP beim Kaffee nach dem Vorbild des südamerikanischen Netzwerks CLAC.

Neue Geschäftsleiterin für die Max Havelaar-Stiftung

Bei Max Havelaar kam es Ende 2011 zu einem Wechsel in der Geschäftsleitung: Nadja Lang übernahm per 1.1.2012 die Funktion der Geschäftsleiterin von Martin Rohner, Bernhard Herold, Leiter Qualität und internationale Zusammenarbeit, ihre Stellvertretung. Zum Anlass des 20-Jahr-Jubiläums haben Max Havelaar und Fairtrade Deutschland eine u.a. vom SECO unterstützte, breit angelegte Wirkungsstudie von Fairtrade in den Produktionsländern in Auftrag gegeben. Deren Resultate werden an einer Tagung im September 2012 präsentiert.

Zum Label STEP

Beim Teppichlabel STEP stagnierten die Lizenzeinnahmen aufgrund des schwierigen Konjunkturfeldes und des tiefen Euro-Kurses. Mit neuen Partnern in Grossbritannien und Kanada schreitet die Internationalisierung aber weiter voran. Über die Koordinationsbüros in den sechs wichtigsten Herstellungsländern trägt Label STEP zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten bei. Mit Projekten, die den Dialog zwischen allen Beteiligten der Branche fördern, setzt sich Label STEP für die Nachhaltigkeit der gesamten Teppichindustrie dieser Regionen ein.

Jedes Jahr veröffentlicht Fairtrade International eine quantitative Auswertung von Produzentendaten mit Informationen zur Soziostruktur und regionalen Verteilung der Produzentenorganisationen sowie zur Verwendung der Fairtrade-Prämie. Ende 2010 waren 1,15 Mio. Kleinbauernbetriebe und Arbeiterinnen Mitglied einer Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisation (+18%), davon rund 980'000 Kleinbauern (+16%) und rund 173'000 Arbeiterinnen und Arbeiter (+36%). 58% dieser Menschen leben in Afrika, 25% in Lateinamerika und der Karibik, 17% in Asien und Ozeanien. Total waren 905 Produzentenorganisationen (+9%) in 63 Ländern Fairtrade-zertifiziert. Die meisten Produzentinnen und Produzenten arbeiten im Kaffee (48%), gefolgt von Tee (20%) und Kakao (11%).

Beim Kakao erreichte Fairtrade 61% mehr Kleinbauern als bei der letzten Erhebung. Diese erfreuliche Zunahme hat einen direkten Zusammenhang mit dem verbesserten Marktzugang von grossen westafrikanischen Kooperativen, die u.a. Coop, claro, Kraft und Nestlé beliefern. Der Frauenanteil über alle Kleinbauern und Arbeiterinnen betrug 27%, während bei den Kleinbauern 24% der Mitglieder weiblich sind. Angesichts der Tatsache, dass sich in vielen Ländern aus soziokulturellen oder rechtlichen Gründen nur Männer als Landbesitzer und Kooperativenmitglieder registrieren lassen können, ist dies ein hoher Anteil.

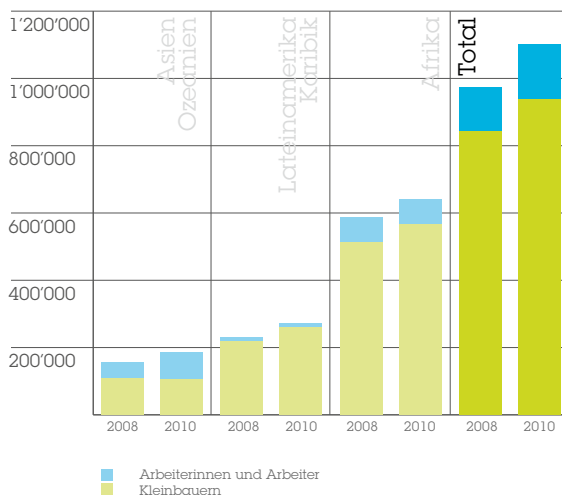
Die Verwendung der Fairtrade-Prämie

Fairtrade verfügt über Standards für Kleinbauerngenossenschaften und Plantagen. Die unterschiedlichen Bedürfnisse von Kleinbauern und Arbeiterinnen widerspiegeln sich auch in der Verwendung der Fairtrade-Prämie: Die im Erhebungszeitraum 2009/2010 berechnete Prämiensumme an Genossenschaften betrug EUR 51,5 Mio./Jahr. 17% der Gelder wurden in die Unterstützung von Gemeindeprojekten wie soziale Institutionen, bessere öffentliche Infrastruktur, Kreditmöglichkeiten und Gesundheit investiert. 24% flossen in die Entwicklung der Produzentenorganisation, 30% in die Verbesserung der landwirtschaftlichen Produktionsmethoden und die Ausbildung der Bauern. In der Kategorie «Anderes» sind Direktzahlungen, Kredite und andere Formen von finanzieller Unterstützung enthalten, die von der Genossenschaft an ihre Mitglieder vergeben werden. Im Vergleich mit den Vorjahren hat die Verwendung für Businessinvestitionen bei den Organisationen und bei den Bauern zugenommen, was darauf schliessen lässt, dass Qualität und Produktivität immer wichtiger werden.

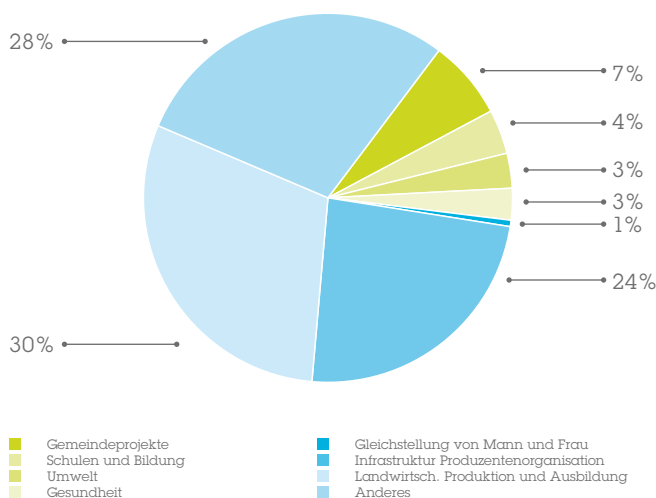
Fairtrade-zertifizierte Plantagen erhielten 2009/2010 ein Prämienvolumen von EUR 13,2 Mio. Die Verteilung war wie folgt: 33% der Ausgaben flossen in Gemeindeinvestitionen, 20% in die Bildung von Kindern und Arbeitenden und 15% in Schulungen der gewählten Arbeitervertreter. Unter die Kategorie «Anderes» fällt beispielsweise die finanzielle Unterstützung von Arbeiterfamilien in Notsituationen.

Quelle: www.maxhavelaar.ch/wirkung

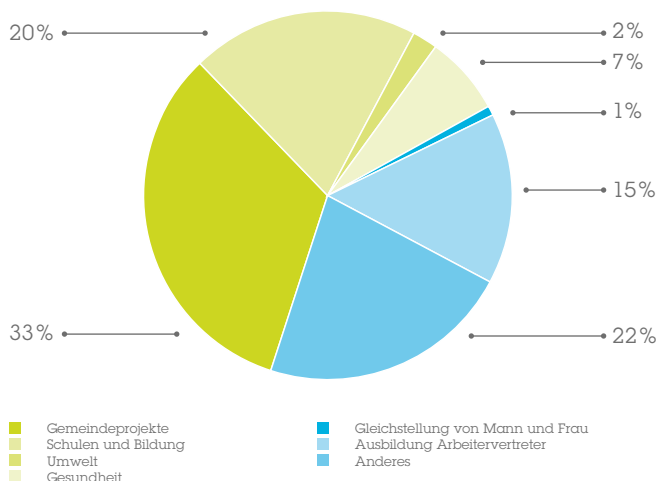
Anzahl Kleinbauern und Arbeiterinnen



Prämienverwendung bei Kleinbauernorganisationen



Prämienverwendung bei Plantagen



Erfolgsrechnungen 2011

Max Havelaar und Label STEP

Erfolgsrechnung Max Havelaar

AUFWAND CHF	2011	2010	ERTRAG CHF	2011	2010
Personalaufwand	3'157'656	3'065'743	Lizeneinnahmen	5'983'015	5'859'308
Verwaltungskosten	596'889	571'091	Sonstiger Ertrag	69'487	76'474
Marketing/Kommunikation	811'773	752'877	Spenden	1'273	333
Monitoring/Standard Setting (Fairtrade Int.)	1'255'160	1'331'253	Finanzertrag	6'172	6'183
Abschreibungen	100'245	91'804			
Finanzaufwand	3'660	26'807			
Operatives Ergebnis	134'565	102'722			
a.o. Aufwand	500	–			
Bildung Rückstellungen	1'273	14'634	Auflösung Rückstellungen	6'501	70'000
Total Aufwand	5'927'156	5'854'210	Total Ertrag	6'066'449	6'012'298
Jahresergebnis	139'293	158'088			

Max Havelaar schliesst die Rechnung 2011 mit einem Überschuss von CHF 139'293 ab. Die Lizeneinnahmen stiegen aufgrund des Umsatzwachstums um 2,1%. Auf der Aufwandseite war einerseits ein Wegfall der Kosten für das Trade Audit zu verzeichnen, andererseits nahmen

die Beiträge an Fairtrade International und FLO-CERT zu. Insgesamt erhöhte sich der Aufwand mit 1,5% geringfügiger als der Ertrag. Der unter dem Finanzaufwand abgebuchte Wechselkursverlust auf Euro-Guthaben war wesentlich tiefer als im Vorjahr.

Erfolgsrechnung Label STEP

AUFWAND CHF	2011	2010	ERTRAG CHF	2011	2010
Personalaufwand	304'531	273'040	Lizeneinnahmen	372'233	378'230
Verwaltungsaufwand	81'203	72'206	Beiträge DEZA/SECO/ADA/GIZ	159'853	370'981
Marketing/Kommunikation	14'494	27'491	Spenden	117'330	81'445
Verifikation/Monitoring/Koordinationen	169'281	172'042	Sonstiger Ertrag	36'712	12'405
Projektunterstützungen	159'888	278'894	Finanzertrag	2'186	980
Abschreibungen	4'167	6'057			
Finanzaufwand	7'184	25'893			
Operatives Ergebnis	-52'435	-11'582			
Debitorenverluste	1'936	4'401			
a.o. Aufwand	13'110	–	a.o. Aufwand	94'470	–
Bildung Rückstellungen/Reserven	22'441	–	Auflösung Rückstellungen	–	1'972
Total Aufwand	778'235	860'023	Total Ertrag	782'784	846'012
Jahresergebnis	4'549	-14'011			

Label STEP schliesst mit einem Überschuss von CHF 4'549 ab. Aufwand und Ertrag waren insgesamt niedriger als im Vorjahr. Auf Empfehlung der Revisionsstelle wurde eine stille Reserve bei den durch DEZA-Beiträge und Spenden finan-

zierten Projekten aufgelöst. Aufgrund des stagnierenden Teppichmarkts und schwierigen konjunkturellen Umfelds sanken die Lizeneinnahmen um 1,6%. Die Spenden hingegen stiegen um 44%.

Gesamt-Jahresrechnung 2011

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Bilanz Max Havelaar-Stiftung

AKTIVEN CHF	31.12.2011	31.12.2010	PASSIVEN CHF	31.12.2011	31.12.2010
Umlaufvermögen	3'251'768	3'384'808	Fremdkapital	893'156	1'130'717
Flüssige Mittel	1'536'059	1'229'996			
Forderungen aus Lieferungen & Leistungen	1'396'770	1'490'093	Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen	257'022	281'460
Forderungen Übrige	288'531	625'548	Verbindlichkeiten Übrige	197'797	94'395
Warenvorräte	4'400	17'550	Zweckgebundene Fonds	202'319	405'495
Transitorische Aktiven	25'969	21'620	Transitorische Passiven	236'017	349'367
Anlagevermögen	217'585	178'267	Eigenkapital	2'576'198	2'432'357
Mobilien	217'585	178'267	Stiftungskapital	190'002	190'002
			Neubewertungsreserven	74'610	74'610
			Erarbeitetes Kapital		
			Anfangsbestand	2'167'745	
			+ Jahresergebnis	143'842	
			= Endbestand	2'311'586	2'167'745
Total Aktiven	3'469'354	3'563'074	Total Passiven	3'469'354	3'563'074

Erfolgsrechnung Max Havelaar-Stiftung

AUFWAND CHF	2011	2010	ERTRAG CHF	2011	2010
Personalaufwand	3'462'187	3'338'783	Lizenzentnahmen	6'355'249	6'237'538
Verwaltungskosten	678'092	643'298	Beiträge DEZA/SECO/ADA/GIZ	159'853	370'981
Marketing/Kommunikation	826'267	780'368	Spenden	118'603	81'778
Monitoring/Standard Setting/Koordination	1'424'441	1'503'295	Sonstiger Ertrag	106'199	88'879
Projektunterstützung STEP	159'888	278'894			
Abschreibungen	104'412	97'861			
Finanzaufwand	10'844	52'699	Finanzertrag	8'358	7'163
Operatives Ergebnis	82'130	91'140			
Debitorenverluste	1'936	4'401			
a.o. Aufwand	13'610	-	a.o. Aufwand	94'470	
Bildung Rückstellungen	23'714	14'634	Auflösung Rückstellungen	6501	71'972
Total Aufwand	6'705'391	6'714'233	Total Ertrag	6'849'233	6'858'310
Jahresergebnis	143'842	144'077			

Die Bilanz zeigt die Werte per 31.12.2010 und per 31.12.2011. Die Erfolgsrechnung der Max Havelaar-Stiftung ist ein Zusammenzug der Erfolgsrechnungen von Max Havelaar und STEP. Der Gesamtüberschuss von CHF 143'842 wurde mit dem

Eigenkapital verrechnet, welches sich somit von CHF 2,17 Mio. auf CHF 2,31 Mio. erhöhte. Dies entspricht einer Reserve von rund vier Ausgabemonaten.

	Absatz		Umsatz (gerundet)		Prämie (gerundet) (CHF) 2011	Bioanteil*	Marktanteil**
	2011	2010/11	(CHF) 2011	2010/11			
Bananen	28'118 t	-0,2%	85'261'000	-5,5%	1'652'000	48%	55,3%
Blumen	84'115'613 Stiele	5,0%	80'624'000	1,4%	1'754'000	0%	-
Kaffee	1'690 t	-3,4%	35'202'000	15,0%	820'000	62%	5,3%
Fruchtsäfte	9'798'155 l	4,8%	34'359'000	4,7%	258'000	0%	8,6%
Zusammengesetzte Produkte	3'221 t	220,1%	19'434'000	94,0%	118'000	27%	-
Kakao/Schokolade	995 t	126,0%	16'777'000	72,4%	148'000	43%	1,6%
Baumwollprodukte	1'128'017 Stk.	-6,7%	13'458'000	-12,8%	59'000	99%	-
Convenience-Früchte	516 t	108,8%	9'663'000	87,5%	84'000	0%	-
Reis/Quinoa	1'846 t	37,4%	6'952'000	20,0%	120'000	11%	8,9%
Trockenfrüchte/Nüsse	371 t	39,6%	6'673'000	32,1%	82'000	84%	-
Honig	456 t	-1,8%	5'882'000	-1,8%	95'000	4%	13,2%
Ananas	1'296 t	-2,3%	4'339'000	-3,4%	75'000	3%	14,8%
Andere Exoten***	280 t	23,0%	2'566'000	18,7%	22'000	16%	-
Tee	44 t	-4,5%	2'313'000	-8,4%	24'000	69%	6,8%
Rohrzucker	483 t	4,8%	1'969'000	6,0%	32'000	66%	16,2%
Sportbälle	39'975 Stk.	-25,4%	1'489'000	-21,8%	12'000	0%	-
Gewürze	37 t	73,8%	1'361'000	113,0%	7'000	100%	-
Pflanzen	29'457 Stk.	79,1%	243'000	140,9%	2'000	0%	-
Total			328'565'000	8,1%	5'364'000		

* Bioanteil basiert auf Absatzmengen ** geschätzter Marktanteil Detailhandel (Mengen) *** u.a. Mango, Avocado, Physalis, Limette, Kokosnuss

Mehr Auswahl für die Konsumentinnen und Konsumenten

Der Wachstumstrend von Fairtrade-Produkten hält an: Der Umsatz im Schweizer Markt stieg auf CHF 328,6 Mio. (+ 8.1%), während die Fairtrade-Prämie für die Produzentinnen und Produzenten auf CHF 5,4 Mio. anstieg (+15%).

Folgende Faktoren haben zu diesem positiven Ergebnis beigetragen: erstens die Vollumstellungen bei Coop auf ganze Fairtrade-Sortimente bei den Eigenmarken, wie Tafel-schokoladen, Kaffee und Reis, oder die Convenience-Früchte unter der Marke Betty Bossi (u.a. Ananas, Mango). Zweitens die guten Verkäufe bei den Blumen (hauptsächlich Rosen) bei der Migros, drittens die Einführung von Produktneueheiten, u.a. die Einführung von zwei neuen Varianten bei der Marke Ben & Jerry's sowie neue Sorten Joghurt und Eistee.

Bei den Bananen konnte sich der Absatz knapp halten, aufgrund von Preisreduktionen im Markt und hoher Aktions-tätigkeit blieb der Umsatz hingegen hinter Vorjahr zurück. Der Marktanteil stieg auf über 55%, was weltweit einmalig ist. Während der Kaffeeconsum im Ausserhausbereich weiterhin

anstieg, hatte der Röstkaffee im Detailhandel zu kämpfen und verzeichnete einen Absatzrückgang. Die Umsätze stiegen dennoch aufgrund von Preiserhöhungen im Detailhandel.

Bei den Textilien verkauften sich insbesondere Baby- und Kinderbekleidung gut. Das übrige Sortiment litt jedoch unter dem schwierigen Marktumfeld, was gesamthaft zu einem Absatz- und Umsatzrückgang führte. Fairtrade-Produkte bei claro fair trade (v.a. bei Nüssen, Olivenöl und Kaffee) verzeichneten ebenfalls ein Umsatzplus, was zeigt, dass auch Fachgeschäfte beliebte Verkaufskanäle sind.

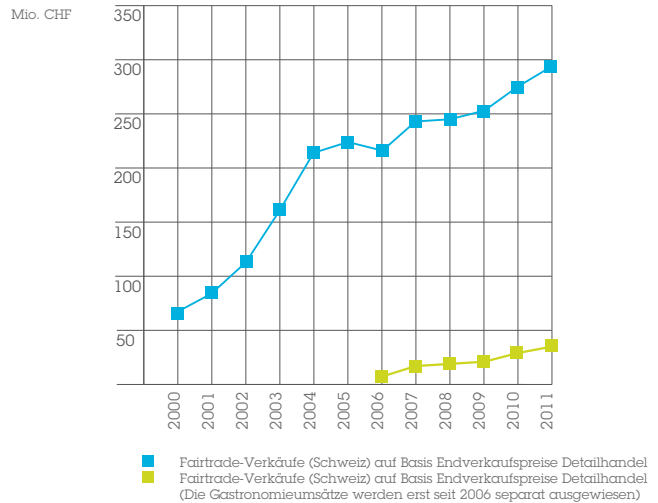
Im Ausserhauskonsum konnten wir an den Vorjahreserfolg anknüpfen. Mit einem Wachstum von 18% und einem Anteil von 11% am Gesamtumsatz von Max Havelaar entwickelt sich die Gastronomie immer mehr zu einem wichtigen Absatzkanal. Catering-Partner wie der Zürcher Frauenverein und Compass sowie eine Vielzahl weiterer Betriebe aus der Gemeinschaftsgastronomie, Hotellerie und Restauration verstärkten ihr Engagement.

Nach dem zweistelligen Wachstum im Vorjahr konnten Max Havelaar und ihre Partner 2011 daran anknüpfen und den Umsatz mit Fairtrade-Produkten um 8% steigern. Lag der Gastronomieumsatz vor fünf Jahren noch bei 3%, werden heute bereits 11% des Gesamtumsatzes mit Fairtrade-Produkten im Ausserhauskonsum erzielt – die Gastronomiestrategie zeigt Wirkung.

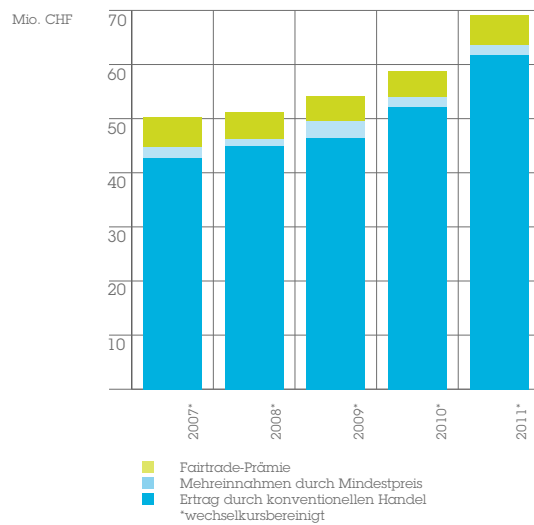
Der Gesamterlös der Produzentenorganisationen durch Fairtrade-Verkäufe stieg sprunghaft von CHF 58,7 Mio. auf runde CHF 70 Mio. Diese massive Zunahme ist bedingt durch die anhaltend hohen Weltmarktpreise bei vielen Rohstoffen. Diese für die Bauern an sich erfreuliche Entwicklung wird jedoch durch die gestiegenen Produktionskosten und andere Faktoren stark relativiert. Bei Bananen, Baumwolle, Ananas oder Orangensaft kam dennoch der Fairtrade-Mindestpreis zur Anwendung. Die Gesamtsumme der Fairtrade-Prämien stieg überproportional zu den Verkäufen um 15% auf CHF 5,4 Mio., da für wichtige Produkte wie Kaffee, Orangensaft und Kakao im 2011 Prämien erhöhungen in Kraft traten. Insgesamt betragen die Mehreinnahmen gegenüber den Einnahmen, die die Produzenten im konventionellen Handel erhalten hätten, dank Mindestpreis plus Prämie 11,8%.

Die Ausgaben der Max Havelaar-Stiftung waren um 1,5% höher als im Vorjahr. Die Kostenverteilung verlagerte sich parallel zu den sich verändernden Schnittstellen mit Fairtrade International. So konnten die Ausgaben für die Geld- und Warenflusskontrolle (Trade Audit) von 8% im Vorjahr auf 2,4% reduziert werden. Das gesamte Trade Audit wird seit 2011 von FLO-CERT gemäss den ISO-65-Richtlinien durchgeführt. Die Ausgaben des Bereichs internationale Zusammenarbeit nahmen leicht zu, zum einen weil die Mitgliederbeiträge zur Stärkung der Dachorganisation erhöht wurden (20% der Lizenzeinnahmen), zum andern weil Mitarbeitende von Max Havelaar vermehrt in den internationalen Gremien mitwirkten. Der Anteil der Kommunikationsausgaben blieb mit 26% gleich wie im 2010.

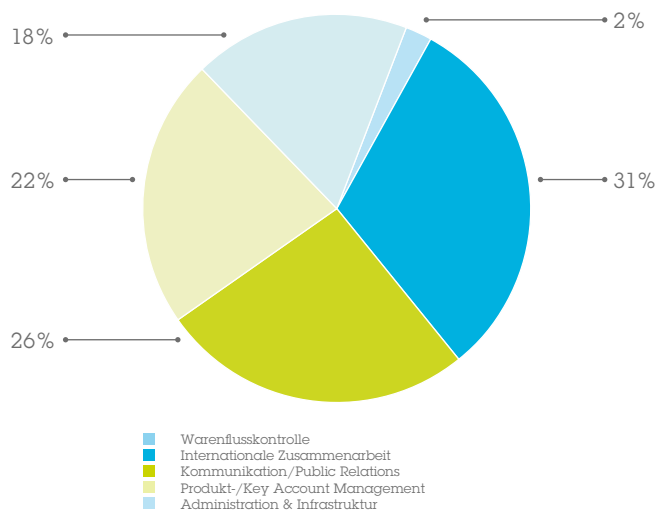
Umsatzentwicklung Fairtrade-Produkte



Entwicklung Produzentenerlöse



Aufwand nach Bereichen



Fairtrade Max Havelaar und Label STEP: zwei Label im Zeichen des fairen Handels

Die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) wurde 1992 von den sechs Hilfswerken Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helvetas und Swissaid gegründet. Die Max Havelaar-Stiftung fördert als Labelorganisation den Konsum von zertifizierten Fairtrade-Produkten, betreibt aber selbst keinen Handel. Sie vergibt in der Schweiz das Fairtrade Max Havelaar-Label an Produkte, die fair gehandelt sowie nach strengen sozialen und ökologischen Kriterien produziert werden. Das Firmenlabel Label STEP wurde 1995 von der Stiftung STEP ins Leben gerufen. Label STEP fördert den Absatz von fair gehandelten und produzierten handgeknüpften Teppichen in der Schweiz, in Österreich, Frankreich und Deutschland. 2007 wurde Label STEP in die Max Havelaar-Stiftung integriert.

Geschäftsleitung Max Havelaar-Stiftung

Nadja Lang, Geschäftsleiterin
Bernhard Herold, Leiter Qualität &
internationale Zusammenarbeit, stv. Geschäftsleiter
Monika Baumberger, Leiterin Marketing
& Key Account Management
Jacqueline Born, Leiterin Finanzen & Administration

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Max Havelaar-Stiftung

Geschäftseinheit Max Havelaar:
28 (21,95 Vollzeitstellen)
Geschäftseinheit Label STEP:
Nord: 2 (1,7 Vollzeitstellen), Süd: 20 (15,85 Vollzeitstellen)

Stiftungsrat

Geert van Dok, Caritas Schweiz (Präsident)
Miges Baumann, Brot für alle (Vizepräsident)
Markus Brun, Fastenopfer
Melchior Lengsfeld, Helvetas
Jürg Rückert, C.M.C. Consulting-Management-Coaching AG
Esther Oettli, HEKS
Patric Fuhrmann, Swissaid

Stifterorganisationen

CARITAS
Schweiz
Suisse
Svizzera
Svizra



BROT FÜR ALLE
PAIN POUR LE PROCHAIN
PANE PER TUTTI
KREPAD FOR ALL

HEKS
Ittihad der Evangelischen Kirchen Schweiz

FASTENOPFER

SWISSAID

Adressen Max Havelaar

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)
Malzgasse 25, CH-4052 Basel
T +41 61 271 75 00
F +41 61 271 75 62
info@maxhavelaar.ch
www.maxhavelaar.ch

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)
Konradstrasse 6, CH-8005 Zürich



Adressen Label STEP

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)
Label STEP
Malzgasse 25, CH-4052 Basel
T +41 61 271 77 66
F +41 61 271 77 60
info@label-step.org
www.label-step.org

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)
Label STEP
Seftigenstrasse 23b, CH-3007 Bern

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)
Label STEP
Neulinggasse 29/17, A-1030 Wien



Bild Titelseite:
Kaffeebäuerin Belaynesh Mamo,
Kooperative Sidama, Äthiopien,
FLO-ID: 2519