



 **claro**
FAIR TRADE

Geschäftsbericht 2010/11



Kennzahlen	Umschlag
claro fair trade in Kürze	Umschlag
Jahresbericht	
Editorial	1
Geschäftsentwicklung	2
Ausblick	7
Finanzbericht	
Erfolgsrechnung	8
Bilanz	9
Anhang zur Jahresrechnung	10
Anmerkungen zur Jahresrechnung	11
Wertschöpfungsrechnung	11
Bericht der Revisionsstelle	12
Verwaltungsrat und Geschäftsleitung	Umschlag
Organigramm	Umschlag

Alle Aussagen dieses Berichtes, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich des zukünftigen Geschäftsganges gewähren. Nicht vorhersehbare Ereignisse könnten dazu führen, dass die tatsächlichen Entwicklungen und Ergebnisse von diesen Angaben abweichen.

Der Geschäftsbericht erscheint in deutscher sowie in englischer und französischer Sprache (gekürzte Fassungen) und ist auf der Internetseite www.claro.ch abrufbar. Massgebend ist die deutsche Fassung.

Projektleitung: Yolanda Roggo, Leiterin Kommunikation

Text: Mitarbeitende der claro fair trade AG und der Klarkom GmbH, Bern

Informationsgrafiken: Andreas Sturm (nach Prof. Dr. R. Hichert)

Gestaltung/Satz: canarini.communications, Basel

Fotos: Zuckerrohrbauer und Herstellung von Mascobado-Zucker bei «Alter Trade» (Philippinen). Aufgenommen von Fabio Sagliocca, claro fair trade AG.

Litho und Druck: Druckerei Schneider AG, Bern

Papier: Munken Polar, FSC-zertifiziert, chlorfrei gebleicht

Kennzahlen

		2009/10	2010/11	Veränderung
Umsatz				
Warenverkauf brutto	CHF	20 129 694	20 228 472	+ 0,5%
Umsatzanteile	Schweiz	52%	55%	
	Export	48%	45%	
	Food	86%	86%	
	Non-Food	14%	14%	
Erfolg				
Bruttogewinn	CHF	4 359 512	4 473 785	+ 2,6%
EBITA	CHF	358 177	584 965	+ 63,3%
Unternehmensergebnis	CHF	20 506	125 111	+ 510,1%
Cashflow und Investitionen				
Cashflow (Reingewinn und Abschreibungen)	CHF	301 143	450 259	+ 49,5%
Investitionen in Sachanlagen	CHF	47 058	87 205	+ 85,3%
Wertschöpfung				
Brutto-Wertschöpfung	CHF	3 789 444	3 829 181	+ 1,0%
Netto-Wertschöpfung	CHF	3 541 550	3 454 565	− 2,5%
Netto-Wertschöpfung pro 100%-Stelle	CHF	119 445	120 368	+ 0,8%
Finanzierung				
Bilanzsumme	CHF	8 359 374	8 696 685	+ 4,0%
Fremdkapital kurzfristig	CHF	1 098 943	1 044 217	− 5,0%
Fremdkapital langfristig	CHF	2 526 445	2 413 581	− 4,5%
Verschuldungsgrad	in % der Bilanzsumme	43%	40%	
Eigenkapital	CHF	4 733 986	5 238 887	+ 10,7%
Eigenkapitalquote	in % der Bilanzsumme	57%	60%	
Management des Vermögens				
Liquidität (quick ratio)	Zahlungsmittel und Forderungen in % zum kurzfristigen Fremdkapital	316%	394%	+ 24,5%
Debitoren	Durchschnittliche Kreditzeit in Tagen	23	23	0,0%
Kreditoren	Durchschnittliches Zahlungsziel in Tagen	7	8	+ 14,3%
Lager	Durchschnittliche Lagerzeit in Tagen	46	47	+ 2,2%
Umlaufvermögen	CHF	5 482 751	6 039 752	+ 10,2%
Anlagevermögen	CHF	2 876 623	2 656 933	− 7,6%
Beschäftigung und Personalaufwand				
Mitarbeitende	Anzahl Personen	34	33	− 2,9%
Stellen	Anzahl Vollzeitstellen	29,7	28,7	− 3,4%
Personalaufwand	CHF	3 443 923	3 222 928	− 6,4%
Verkaufsstellen mit direkter Belieferung				
claro Läden	Anzahl	135	128	− 5,2%
Weitere Läden und Gruppen	Anzahl	466	721	+ 54,7%
Produzentengruppen mit direkter Beziehung				
Produzenten	Anzahl	158	204	+ 29,1%
davon Attending-Partner	Anzahl	6	6	0,0%
Sortiment				
Artikel	Anzahl	2 159	2 181	+ 1,0%

claro fair trade in Kürze

claro fair trade steht für Fairen Handel mit natürlichen und einzigartigen Spezialitäten aus dem Weltsüden. Unsere Partner sind Produzenten, die auf sozial und ökologisch nachhaltige Weise qualitativ hochwertige Erzeugnisse herstellen. claro eröffnet ihnen und ihren Produkten Absatzkanäle im Norden, fördert damit die Vielfalt einer kleinräumigen Landwirtschaft und unterstützt soziale Projekte.

claro fair trade handelt von Mensch zu Mensch. Wir setzen auf langfristige Beziehungen und persönliche, überschaubare Strukturen. So bauen wir zwischen den Produzenten dort und den Konsumenten hier als Grundlage unseres Handelns gegenseitiges Vertrauen auf.

Als Mitglied aller wichtigen nationalen und internationalen Fair-Trade-Organisationen wie Swiss Fairtrade, European Fair Trade Association und World Fair Trade Organization haben wir die Kriterien des Fairen Handels mitentwickelt und befolgen diese im täglichen Handeln.

In der Schweiz sind claro Produkte in 128 claro Vertragsläden, im ausgewählten Fachhandel, in Gastrobetrieben sowie im claro Online-Shop erhältlich. Über internationale Handelsorganisationen werden claro Produkte zudem rund um die Welt vertrieben.



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

claro hat das Geschäftsjahr 2010/11 positiv abgeschlossen. Mit einem Umsatz von rund 20,2 Millionen Franken wurde das Vorjahr leicht übertroffen. Im Export sind die Zahlen rückläufig, im Inland hingegen konnte der Umsatz gesteigert werden. Die grössten Herausforderungen stellten die gestiegenen Rohstoffpreise und der starke Franken dar.

Im Schweizer Markt konnte ein Umsatzwachstum von 5,9 Prozent erwirtschaftet werden. Dabei betrug das Umsatzplus bei der Produktgruppe Food 8,8 Prozent, Near Food und Kunsthandwerk gingen hingegen leicht zurück. Der Absatz über die claro- und Weltläden war rückläufig. Bei der Kundengruppe Key Accounts und Grossisten konnte claro ein beachtliches Wachstum verzeichnen. Mit einem eigenen Online-Shop stieg claro im November 2010 ins Direktvertriebsgeschäft ein.

Im Export setzte sich der Negativtrend der letzten zwei Jahre fort: Der Umsatz ging um 5,4 Prozent von 9,7 auf 9,2 Millionen Franken zurück. Die Schwächung von Euro, Dollar und Pfund gegenüber dem Schweizer Franken verteuerte claro Produkte für Exportkunden markant. Starke Margeneinbussen oder sogar Verluste für die Kunden waren die Folge. claro verlor aus diesem Grund zwei Exportkunden.

Erschwerend auf den Export wirkten sich zudem die höheren Rohstoffpreise aus. Durch klimatische Veränderungen, die steigende Nachfrage, politisch instabile Situationen und vermehrt durch Börsenspekulation werden Kaffee, Kakao, Zucker, Orangensaft oder Honig, Seide, Baumwolle oder Silber immer teurer – unabhängig davon, ob sie den Kriterien des Fairen Handels entsprechen oder nicht.

Um dem Abwärtstrend im Export entgegenzuwirken, setzte claro auf Qualitätsverbesserungen. So waren claro Mitarbeitende noch häufiger vor Ort bei den Produzenten, um Prozesse effizienter zu gestalten, die Erzeugnisse zu verbessern und die Kommunikation zu optimieren.

claro arbeitete im Berichtsjahr an der Optimierung der eigenen Geschäftsprozesse, insbesondere in Bezug auf Produktverfügbarkeit, Liefergenauigkeit und Datenpflege. Zudem handelte claro kostenbewusst und setzte weiterhin auf eine konservative Finanzpolitik. So verfügt claro mit mehr als 2 Millionen Franken über eine äusserst gute Liquidität und ist mit einer Eigenkapitalquote von über 60 Prozent sehr solide finanziert.

claro Mitarbeitende waren noch häufiger vor Ort bei den Produzenten, um Prozesse effizienter zu gestalten, die Erzeugnisse zu verbessern und die Kommunikation zu optimieren.

Dass die grossen Herausforderungen des vergangenen Jahres gut bewältigt wurden und claro wiederum mit einem positiven Ergebnis abschliessen konnte, ist den Mitarbeitenden zu verdanken, die einen grossen Einsatz geleistet haben, genauso wie den Partnerinnen und Partnern im Weltsüden und in den Läden.

Durch die Entwicklungen im Weltsüden und die Veränderungen im Marktumfeld ist claro gezwungen, die eigene Rolle und das Geschäftsmodell grundlegend zu überprüfen. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung haben deshalb begonnen, eine neue Strategie für die Jahre 2012–2017 zu erarbeiten.

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung danken Ihnen für Ihr Vertrauen.



Andreas Sturm
Präsident des Verwaltungsrats



Beat Schumacher
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Geschäftsentwicklung

Im Geschäftsjahr 2010/11 setzte die claro fair trade AG mit fair gehandelten Produkten 20,2 Millionen Franken um und erzielte so ein Umsatzwachstum von 0,5 Prozent. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITA) konnte deutlich auf 585 000 Franken gesteigert werden. Der Reingewinn betrug 125 111 Franken.

Ergebnis

Im Geschäftsjahr 2010/11 erzielte claro einen Umsatz von 20,2 Millionen Franken. Erfreulich ist das Wachstum im Schweizer Markt von 5,9 Prozent, besonders in den Bereichen Rohstoffe und Direktvertrieb. Der Export reduzierte sich – vor allem aufgrund des starken Schweizer Frankens – um 5,4 Prozent auf knapp 9,2 Millionen Franken. Der Exportanteil am Gesamtumsatz beträgt 45,3 Prozent (Vorjahr 48,1 Prozent).

Der Bruttogewinn konnte auf 4,47 Millionen Franken gesteigert werden. Die Bruttogewinnmarge verbesserte sich auf 22,8 Prozent (Vorjahr 22,3 Prozent). Diese Steigerung ist vor allem auf den relativ höheren Umsatzanteil im Inland zurückzuführen. Auch wenn der starke Franken die gestiegenen Rohstoffpreise ein wenig ausgleichen konnte, waren Preiserhöhungen unumgänglich.

Der Personalbestand wurde aufgrund der Umsatzentwicklung im Export um einen Mitarbeitenden (eine Vollzeitstelle) gesenkt. Dies geschah im Rahmen der üblichen Personalfuktuation. Am 30. Juni 2011 zählte claro 33 Mitarbeitende (28,7 Vollzeitstellen). Die Nettowertschöpfung pro Mitarbeiterin und Mitarbeiter (100%-Stelle) lag mit 120 368 Franken etwas über dem Vorjahreswert (119 445).

Dank konsequentem Kostenmanagement sank der Betriebsaufwand um 112 000 Franken, wobei beim Personalaufwand die grösste Reduktion zu verzeichnen ist. Der EBITA erhöhte sich um 227 000 Franken bzw. 63,3 Prozent auf neu 585 000 Franken. Die Abschreibungen reflektieren die betriebswirtschaftlichen Wertminderungen auf Bürogebäude und Mobiliar.

Damit ist es claro gelungen, das Geschäftsjahr 2010/11 mit einem positiven Ergebnis von 125 111 Franken abzuschliessen.

Die Liquiditätsslage (quick ratio) von claro ist sehr gut und widerspiegelt die vorsichtige Finanzpolitik des Unternehmens. Die Eigenkapitalquote konnte erhöht werden und stieg auf über 60 Prozent. Somit kann das Unternehmen nächste Wachstumsschritte selbst finanzieren.

Umfeld

In der Gesellschaft ist das Wissen um den Fairen Handel gestiegen; immer mehr Produzenten im Weltsüden sehen im Fair-Trade-System eine Möglichkeit, ihre Erzeugnisse in den Norden zu verkaufen. Parallel dazu sind jedoch auch die Herausforderungen gewachsen: So hatte claro mit hohen Rohstoffpreisen, der ungünstigen Währungssituation, klimatischen Veränderungen sowie den Entwicklungen im Schweizer Detailhandel zu kämpfen.

Steigende Rohstoffpreise

Die Preise zahlreicher Rohstoffe wie Kaffee, Kakao, Zucker, Orangensaft oder Honig sind im vergangenen Jahr stark gestiegen, unabhängig davon, ob sie nach den Kriterien des Fairen Handels hergestellt werden oder nicht. Dies betrifft auch Rohstoffe für die Fertigung von Kunsthandwerkserzeugnissen wie Baumwolle, Seide oder Silber.

Gründe der Preissteigerungen:

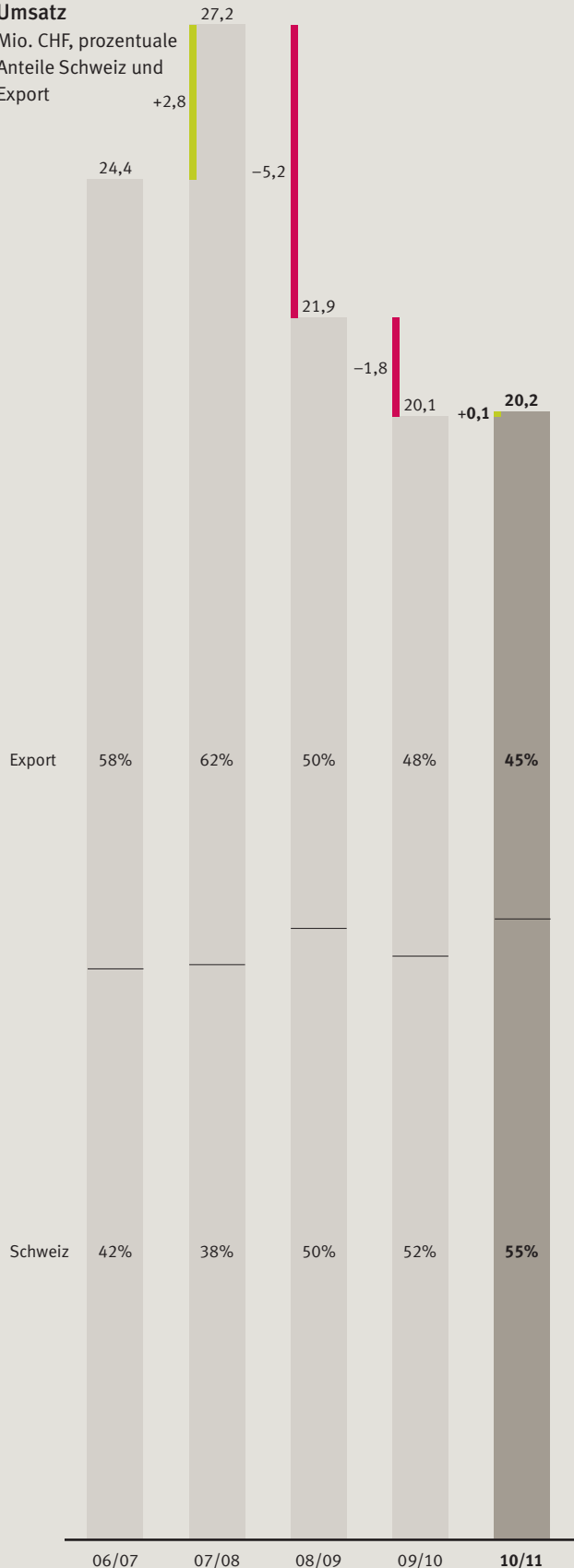
- Ernteverstärkungen, -einbussen und -ausfälle durch klimatische Veränderungen (Dürren, Überschwemmungen, kürzere oder heftigere Regenzeiten, die Verschiebung von Jahreszeiten);

Im Sinne von «True and Fair View» sind alle Grafiken massstabsgetreu dargestellt. 1 Mio. CHF entspricht 8 mm, 1 Vollzeitstelle entspricht 112 297 CHF (Ø Personalkosten 2010/11), 100% entsprechen 40 mm.

■ Aktuelles Jahr
■ Vorjahre
■ Positive Ergebniswirkung
■ Negative Ergebniswirkung

Umsatz

Mio. CHF, prozentuale
Anteile Schweiz und
Export



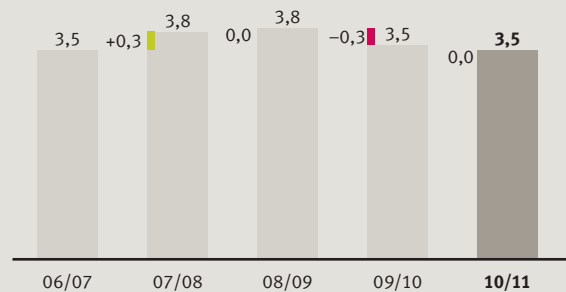
Bruttogewinn

Mio. CHF



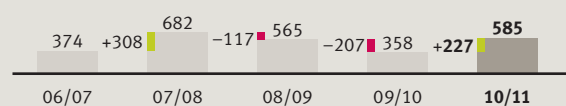
Netto-Wertschöpfung

Mio. CHF



Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen

TCHF

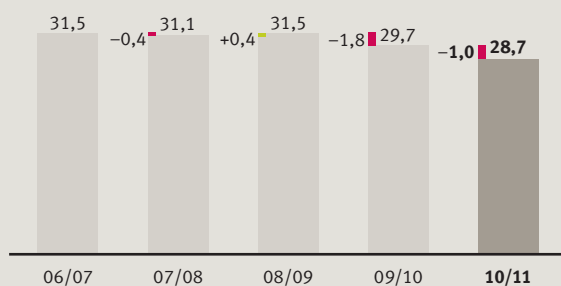


Unternehmensgewinn

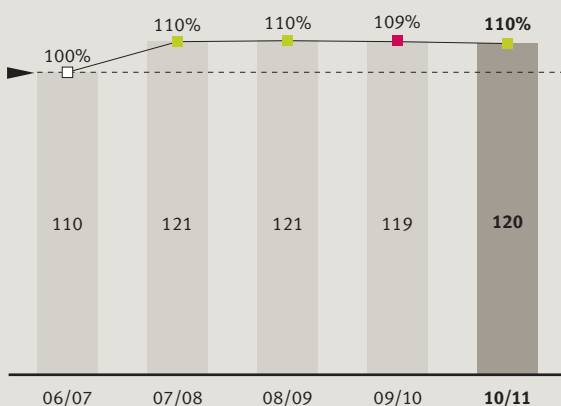
TCHF



Personalbestand Vollzeitstellen



Netto-Wertschöpfung pro Vollzeitstelle in Prozenten von 2006/07, TCHF



- zunehmende Börsenspekulation im Bereich von Lebensmittel-Rohstoffen;
- steigende Nachfrage nach Rohstoffen wie Kakao oder Kaffee in bevölkerungsreichen Schwellen- und Produzentenländern;
- politische Instabilität, z.B. in Nord- und Westafrika oder im arabischen Raum.

Aufgrund dieser Entwicklung verschwindet der Unterschied zwischen Fair-Trade-Preis und «konventionellem» Preis zunehmend. Nicht mehr der Fair-Trade-Preis, sondern der nunmehr höhere Weltmarktpreis gilt bei fast allen Fair-Trade-Rohstoffen als Referenzgrösse.

Währungskurse

claro steht auf dem internationalen Markt in Konkurrenz mit Anbietern, die ihre Produkte in Euro oder anderen Fremdwährungen anbieten. Die Schwächung von Euro, Dollar und Pfund gegenüber dem Schweizer Franken verteuerte die claro Produkte für Exportkunden im Geschäftsjahr 2010/11 markant, da claro diese in Schweizer Franken fakturiert.

Fairer Handel im Schweizer Markt

Immer mehr Grossverteiler führen ein wachsendes Sortiment an fair gehandelten Produkten. Industriefirmen ergänzen ihre konventionellen Sortimente mit Fair-Trade-Erzeugnissen. Der Begriff Fair Trade ist in der Schweiz nicht geschützt. So kann jedes Label und jede Marke die Fair-Trade-Grundsätze auf seine Art auslegen und eigene Kriterien befolgen. Das verwässert die Fair-Trade-Prinzipien. Und der Konsument kann Fair-Trade-Produkte immer weniger vergleichen, zumal er dem Produkt nicht ansieht, was und wie viel von der Ware fair gehandelt wurde.

claro steht dieser Entwicklung kritisch gegenüber und hält an der konsequenten Anwendung der bisherigen Fair-Trade-Kriterien fest. Dazu zählen das Zahlen einer Fair-Trade-Prämie, die Rückverfolgbarkeit der Produkte, ein Fair-Trade-Mindestanteil von 50 Prozent bei Lebensmitteln, die aus mehreren Rohstoffen bestehen, und der konsequente Einsatz von Fair-Trade-Rohstoffen aus dem Süden, sofern solche erhältlich sind.

claro setzt sich dafür ein, dass ein möglichst grosser Teil der Wertschöpfungskette eines Produkts im Ursprungsland erfolgt und übernimmt dabei zusätzliche Investitionen und Qualitätskontrollen sowie ein teilweise anspruchsvolleres Handling. Mit dieser klaren Fair-Trade-Ausrichtung will sich claro auch in Zukunft deutlich von den Grossverteilern unterscheiden und die Glaubwürdigkeit der Marke claro aufrechterhalten.

Strategie

claro verfolgt drei strategische Schwerpunkte:

- claro unterstützt Produzentengruppen aus dem Weltsüden bei der Vermarktung und Diversifikation ihrer Produkte auf den Märkten des Nordens.
- claro will im Schweizer Markt mindestens so stark wie der Detailhandel wachsen.
- claro will das Exportgeschäft stabilisieren.

Strategieumsetzung

Dank der jahrelangen konservativen Finanzpolitik und einem strengen Kostenmanagement steht claro finanziell solide da. Aufgrund des schwierigen Marktumfelds besteht dennoch Handlungsbedarf. Deshalb starteten Verwaltungsrat und Geschäftsleitung 2011 die Entwicklung einer neuen Strategie für den Zeitraum 2012–2017. claro wird dabei die eigene Rolle und das bisherige Geschäftsmodell kritisch hinterfragen und Optionen für die Zukunft prüfen – unter Berücksichtigung der Veränderungen im Umfeld, der Entwicklungen im Weltsüden, des Klimawandels, der vielfältigen Auslegung der Fair-Trade-Kriterien, der zunehmenden Konkurrenz, der fallenden Preise und des steigenden Margendrucks. Bei allen Überlegungen hält claro aber an ihrer Vision fest: Menschen ein gerechtes Einkommen zu ermöglichen durch fairen, partnerschaftlichen Handel mit nachhaltig positiver Wirkung.

Produzentenbetreuung

Bei der Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen gilt es zum einen, aktuellen Herausforderungen wie Klimawandel, Rohstoffverknappung oder politischen Unruhen zu begegnen. Zum andern gibt es spezifische Probleme wie Qualitätsmängel, Abweichungen bei Liefermengen oder kulturelle und kommunikative Hürden. Beispiele sind:

- Mangos von Cercle des Sécheurs, Burkina Faso: Die Veränderung der Schneideart von Scheiben zu Frites sowie der Verpackung der getrockneten Mangos erforderten eine Verifizierung der ganzen Produktverarbeitungskette. claro Mitarbeiter entwickelten zusammen mit einem Agronomen und einem Techniker Lösungen und schulten die Verantwortlichen vor Ort.
- Kakao von El Ceibo, Bolivien: Längere Regenperioden wirken sich negativ auf die Fermentation und die Qualität der Kakaobohnen aus. Kleinbauern können sich nicht mehr auf die überlieferte Erfahrung verlassen und sind verunsichert. claro lieferte erprobte Prüfgeräte und bildete mit einem Qualitätsspezialisten die Produzenten in der Handhabung aus.

Die Zusammenarbeit mit zwei neuen Produzentenorganisationen ist im Berichtsjahr so weit gediehen, dass

erste Produkte auf den Markt gebracht werden können:

- Sanduni, Sri Lanka: Die Männer von Sanduni stellen traditionell ausdrucksstarke Holztiere und -figuren her, die Frauen bemalen sie. claro organisierte und finanzierte die notwendigen formellen Abklärungen und Zertifizierungen für die Zulassung der Produkte in Europa.
- TerrEspoir, Kamerun: Die Organisation handelt mit frischen und getrockneten Früchten, die insbesondere in der Westschweiz schon länger in zahlreichen Fachgeschäften erhältlich sind. In enger Abstimmung mit der gleichnamigen Schweizer Partnerorganisation beriet claro die Produzenten mehrfach vor Ort in Fragen der Produktion und der Verarbeitungskette. claro begleitete die Produzentengruppe zudem bei der Fair-Trade-Zertifizierung und finanzierte diese.

Im Geschäftsjahr besuchte claro eine Vielzahl von Produzenten vor Ort. Dabei wurden aktuelle Fragen besprochen und die Einhaltung der Fair-Trade-Kriterien überprüft. Die Besuche wurden mit den Partnern der European Fair Trade Association (EFTA) abgestimmt, die Berichte untereinander ausgetauscht. So können gemeinsam Verbesserungsmassnahmen geplant oder wenn notwendig auch Sanktionen ausgesprochen werden.

claro Produzenten-Förderfonds

Aus dem claro Produzenten-Förderfonds flossen im Berichtsjahr 50 214 Franken in Projekte – unterstützt wurden beispielsweise:

- Cercle des Sécheurs, Burkina Faso: technischer Experte, neue Schneidmaschinen für getrocknete Mangos.
- Coopercajou, Brasilien: Beratung von Cashewnuss-Produzenten (Qualitäts- und Organisationsfragen, Warenfluss-Optimierung).
- Workshops für eine peruanische Produzentenorganisation, die Keramikerzeugnisse herstellt.

Mit dem Gewinnanteil aus dem Geschäftsjahr 2009/10, dem Umsatzprozent aus dem claro Online-Shop sowie Spenden von Privaten und Organisationen flossen dem claro Produzenten-Förderfonds 36 650 Franken zu. Der Stand per 30. Juni 2011 betrug 150 235 Franken.

Inland

Nachdem claro im Vorjahr im Inland ein Umsatzminus von 4,3 Prozent hinnehmen musste, betrug das Wachstum im Berichtsjahr 5,9 Prozent. Die Produktgruppe Food wuchs um 8,8 Prozent. Hingegen fiel der Umsatz mit Near-Food-Produkten um 2,5 Prozent, die Kunsthandwerkserzeugnisse verloren 1,8 Prozent.

Der Schweizer Fachhandel steht vor grossen Herausforderungen. Auch die claro- und Weltläden verzeichneten zum zweiten Mal in Folge einen Umsatzrückgang. Sieben claro- und Weltläden gaben die Geschäftstätigkeit auf. claro unterstützte einen Laden bei der Umsetzung des claro Ladenkonzeptes und fünf weitere Läden bei den Vorbereitungen.

Am 1. Juli 2010 wurde ein erneuerter Ladenvertrag vorgestellt, der die rechtlichen Grundlagen der Zusammenarbeit zwischen claro und dem einzelnen claro Laden darlegt. Nachdem zahlreiche Läden den Vertrag nicht unterzeichnet hatten, überarbeitete eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der claro Läden sowie der claro fair trade, das Dokument. Der überarbeitete Vertrag wird im Geschäftsjahr 2011/12 nach Genehmigung durch den Verwaltungsrat allen claro Läden unterbreitet.

Im Kundensegment Key Accounts und Grossisten konnte claro beachtlich wachsen. Den Ausschlag gab in erster Linie, dass claro wieder selbst mit Rohstoffen handelt, insbesondere mit Kakaoprodukten und Zucker für die Schokoladeproduktion. Zudem konnten im Out-of-Home-/Gastrobereich einzelne neue Kunden akquiriert werden.

Bereits seit Frühling 2009 können claro Läden ihre Bestellung über das Internet tätigen. Seit Januar 2011 steht diese Möglichkeit auch Weltläden zur Verfügung, und sie wird mittlerweile von rund 40 Prozent der angeschlossenen Läden genutzt.

Basierend auf dieser Business-to-Business-Lösung eröffnete claro im November 2010 einen Online-Shop für Endkonsumenten. Ziel ist es, aktuellen Konsumentenbedürfnissen nachzukommen und neue Kunden anzusprechen. Der bisherige Geschäftsgang entspricht den vorsichtigen Erwartungen. claro bereitete die Integration von teartrade.ch, einem im Direktversandhandel gut etablierten Mitbewerber, vor. Die Anfang Juli 2011 unterzeichnete Integrationsvereinbarung tritt per 1. Oktober 2011 in Kraft und wird das Direktgeschäft von claro stärken.

Das Produktangebot wird laufend überarbeitet. Rund 1 000 neue Kunsthandwerksprodukte wurden ins Sortiment aufgenommen, darunter hochwertige Accessoires aus Eco-Leder und handgefertigte Holztiere. claro brachte die ersten Fair-Trade-Schokolade-Truffes auf den Markt und erweiterte das Angebot bei saisonalen

Schokoladeartikeln. Zudem lancierte claro eine Fair-Trade-Naturkosmetiklinie.

Export

Hauptexportprodukt von claro war auch 2010/11 hochwertige Schokolade aus biologisch angebauten Rohstoffen. Diese Rohstoffe werden in der Schweiz zu Schokolade verarbeitet und unter der jeweiligen Marke der Kunden im Ausland vertrieben (private label). Verschiedene Mitbewerber – auch aus dem Euro-Raum – bieten vergleichbare Produkte. Dies ist mit ein Grund, weshalb sich der seit zwei Jahren anhaltende Negativtrend im Export fortgesetzt hat: Im Berichtsjahr ging der Umsatz um 5,4 Prozent zurück. Problematisch war in diesem Zusammenhang, dass claro ihre Produkte in Schweizer Franken offeriert und verrechnet, was diese aufgrund des Wechselkurses im Geschäftsjahr 2010/11 signifikant verteuerte. claro Kunden können diese Preiserhöhungen nicht in jedem Fall an die Konsumenten weitergeben. claro verlor aus diesen Gründen zwei Exportkunden. Angesichts dieser schwierigen Wechselkurssituation wurden im Export weder Aktivitäten zur Neukundenwerbung forciert noch neue Produkte lanciert.

Organisation

An der Generalversammlung vom 17. November 2010 im «Alten Spital» in Solothurn wurden alle drei Verwaltungsratsmitglieder für ein weiteres Jahr gewählt. claro informierte die Aktionärinnen und Aktionäre zudem mit dem Halbjahresbrief vom Februar 2011 über den Geschäftsgang.

Im Berichtsjahr tätigte claro Investitionen im Lagergebäude (Ersatz Beleuchtung, Kühlraum) und führte ein neues Mailsystem ein. Seit dem 1. Juli 2011 bezieht claro ausschliesslich zertifizierten Strom aus Wasserkraft.

claro ist Mitglied nationaler und internationaler Organisationen. So arbeiten claro Mitarbeitende in Fachgremien der European Fair Trade Association (EFTA) mit; claro ist zudem langjähriges Mitglied der World Fair Trade Organization (WFTO). Auf nationaler Ebene engagiert sich claro bei Swiss Fair Trade.

Als Unternehmen, das mit Fair Trade und biologisch angebauten Produkten handelt, muss claro unterschiedlichste Vorschriften hinsichtlich Transport, Verarbeitung, Lagerung, Produktdeklaration usw. befolgen und dokumentieren. Die jährliche Kontrolle durch FLO-CERT und bio.inspecta hat claro erfolgreich bestanden.

Ausblick

Auch im kommenden Geschäftsjahr werden die Rohstoffpreise und die Entwicklungen auf dem Währungsmarkt eine Herausforderung darstellen. claro entwickelt eine neue Strategie und bleibt dabei den eigenen Prinzipien treu.

Sei es, weil Ernten ausfallen, weil die Nachfrage nach Produkten steigt, Regierungen wechseln oder Spekulanten am Werk sind: Die Preise zahlreicher Rohstoffe steigen – und eine Entschärfung der angespannten Rohstoffmärkte und -preise zeichnet sich aufgrund der Komplexität der Ursachen nicht ab. Die Folge daraus: Der Weltmarktpreis wird bei immer mehr Rohstoffen zur Referenzgrösse und zum Preis, der auch im Fairen Handel gezahlt wird, da er über dem Minimalpreis der FLO liegt. Die weitere Entwicklung ist schwierig einzuschätzen. Auch eine Entspannung der Wechselkurs-situation zeichnet sich nicht ab. Deshalb will claro im Exportgeschäft zunächst die bestehenden Kunden und Umsatzvolumen halten.

Um die Geschäftstätigkeit der vielen kleinen Fair-Trade-Akteure mittelfristig zu sichern, könnten Konsolidierungsmassnahmen auf Anbieterseite ein mögliches Szenario darstellen. claro wird verstärkt das Gespräch mit anderen Marktteilnehmern suchen, um sich weiterzuentwickeln und die Position des unabhängigen Fair-Trade-Fachhandels zu stärken.

Einen wachsenden Stellenwert und ein grosses Potenzial sieht claro im Direktgeschäft. claro hat einen eigenen Online-Shop eingerichtet, der den Erwartungen gemäss gestartet ist. Per 1. Oktober 2011 wird er mit teartrade.ch zusammengeschlossen, einem im Direktvertrieb gut etablierten Mitbewerber mit zeitgemässer, bedienerfreundlicher Technologie. Neben der Bestellung über den Online-Shop wird claro auch ins Kataloggeschäft einsteigen. Dabei kann claro auf der mehrjährigen Erfahrung von teartrade.ch aufbauen, auf einen ansehnlichen Kundenstamm zurückgreifen und so die Marke claro einem breiteren Publikum näherbringen.

claro wird auch in näherer Zukunft vor grossen Herausforderungen stehen. Die Entwicklungen im Weltsüden, im Umfeld und in den Märkten zwingen claro, die eigene Rolle und das eigene Geschäftsmodell zu hinterfragen. Im Zentrum steht insbesondere die Frage, ob Fair Trade in Anbetracht der Entwicklungen im Markt als alleiniges Positionierungs- und Differenzierungsmerkmal ausreicht. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung starteten 2011 einen Strategieprozess. Ziel ist es, die Strategie für die Jahre 2012 bis 2017 unter veränderten Marktbedingungen zu erarbeiten.

Ziel ist es, die Strategie für die Jahre 2012 bis 2017 unter veränderten Marktbedingungen zu erarbeiten.

Fest steht schon heute, dass claro sich auch in Zukunft zur strengen Auslegung der Fair-Trade-Kriterien bekennen und an den bisher gelebten Prinzipien festhalten wird. Dazu zählen die Zahlung einer Fair-Trade-Prämie, die Rückverfolgbarkeit der Produkte und der 50%-Fair-Trade-Mindestanteil bei zusammengesetzten Produkten. claro will ebenfalls erreichen, dass möglichst viel von der Wertschöpfung eines Produktes im Ursprungsland verbleibt. Auch wenn so das Handling aufwendig ist, zusätzliche Qualitätskontrollen am Ursprungsort nötig sind oder in weitere Verarbeitungsschritte investiert wird. Nur so können wir die Glaubwürdigkeit der Marke claro fair trade aufrechterhalten.

Finanzbericht

Erfolgsrechnung

per 30.06.2011 in CHF

	2009/10	2010/11		Veränderung ¹
			– +	
Ertrag				
Verkauf Food Schweiz	7 630 216	8 305 409		+675 193
Verkauf Food Export	9 685 632	9 167 428		–518 204
Verkauf Food	17 315 848	17 472 837		+156 989
Verkauf Bio-/Ökoprodukte (Near-Food)	1 088 925	1 061 948		–26 977
Verkauf Handwerk	1 724 921	1 693 687		–31 234
Verkauf Non-Food	2 813 846	2 755 635		–58 211
Warenverkauf brutto	20 129 694	20 228 472		+98 778
Ertragsminderungen	–558 397	–638 824		–80 427
Betriebsertrag	19 571 297	19 589 648		+18 351
Aufwand				
Einkauf Rohmaterial	258 111	1 383 482		+1 125 371
Einkauf Produkte	13 433 696	12 280 414		–1 153 282
Einkauf Verpackungsmaterial	782 319	679 429		–102 890
Übriger Warenaufwand	297 516	345 131		+47 615
Eingangsfrachten und Einfuhrzölle	440 143	427 407		–12 736
Warenaufwand	15 211 785	15 115 863		–95 922
Bruttogewinn	4 359 512	4 473 785		+114 273
Personal	3 443 923	3 222 928		–220 995
Miete und Unterhalt	73 207	90 457		+17 250
Verwaltung und EDV	342 793	427 436		+84 643
Werbung	141 412	147 999		+6 587
Betriebsaufwand	4 001 335	3 888 820		–112 515
Ergebnis				
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg und Abschreibungen (EBITA)	358 177	584 965		+226 788
Finanzaufwand	106 313	124 973		+18 660
Finanzertrag	–42 133	–51 124		–8 991
Abschreibung Anlagen	280 637	325 148		+44 511
Finanzerfolg und Abschreibungen	344 817	398 997		+54 180
Betriebsergebnis	13 360	185 968		+172 608
Ausserordentlicher/betriebsfremder Ertrag	–20 767	–36 834		–16 067
Ausserordentlicher/betriebsfremder Aufwand	839	65 508		+64 669
Steuern	12 782	32 183		+19 401
Ausserordentlicher und betriebsfremder Ertrag, Steuern	–7 146	60 857		+68 003
Unternehmensergebnis	20 506	125 111		+104 605

¹ 1 Mio. CHF entspricht 10 mm.

Bilanz

per 30.06.2011 in CHF

	Anmerkungen ¹	30.06.2010	30.06.2011		Veränderung ²
Aktiven				– +	
Flüssige Mittel	1	1 761 519	2 002 027	■	+240 508
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen Dritte	2	751 249	1 194 494	■	+443 245
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen Aktionäre	2	279 298	369 026	■	+89 728
Delkredere		–118 000	–130 000		–12 000
Übrige Forderungen Dritte		52 446	35 037		–17 409
Warenvorräte		2 008 077	1 928 089		–79 988
Vorauszahlungen für Lieferungen und Leistungen		670 681	554 939		–115 742
Aktive Rechnungsabgrenzung		77 481	86 140		+8 659
Umlaufvermögen		5 482 751	6 039 752	■	+557 001
Sachanlagen	3	2 739 822	2 501 879	■	–237 943
Finanzanlagen		93 801	112 054		+18 253
Tochtergesellschaften		43 000	43 000		–
Anlagevermögen		2 876 623	2 656 933	■	–219 690
Aktiven		8 359 374	8 696 685	■	+337 311
Passiven					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen Dritte		277 162	294 048		+16 886
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen Aktionäre		6 664	53 181		+46 517
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	4	415 613	223 463	■	–192 150
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten Gruppe		759	833		+74
Passive Rechnungsabgrenzung		398 745	472 692		+73 947
Fremdkapital kurzfristig		1 098 943	1 044 217		–54 726
Darlehen von Dritten	5	605 800	530 300		–75 500
Darlehen Gruppe		25 000	25 000		–
Darlehen von Aktionären	5	512 350	477 350		–35 000
Hypotheken von Dritten	5	1 070 000	1 030 000		–40 000
Hypotheken von Aktionären		90 000	90 000		–
Zweckgebundene Fonds		163 885	150 235		–13 650
Rückstellungen Dritte		59 410	110 696		+51 286
Fremdkapital langfristig		2 526 445	2 413 581	■	–112 864
Aktienkapital	6	4 343 420	4 710 612	■	+367 192
Gesetzliche Reserven		109 435	74 807		–34 628
Reserven aus Kapitaleinlage		–	26 426		+26 426
Freie Reserve		79 499	79 499		–
Gewinnvortrag	181 126		222 432		
Jahreserfolg	20 506		125 111		
Bilanzgewinn		201 632	347 543	■	+145 911
Eigenkapital		4 733 986	5 238 887	■	+504 901
Passiven		8 359 374	8 696 685	■	+337 311

¹ Siehe «Anmerkungen zur Jahresrechnung 30.06.2011», Seite 11.

² 1 Mio. CHF entspricht 10 mm.

Anhang zur Jahresrechnung

per 30.06.2011 in CHF

		30.06.2010	30.06.2011
Eigentumsbeschränkung bilanzierter Aktiven zur Sicherung eigener Verpflichtungen			
Abtretung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		1 030 547	1 563 520
Liegenschaft Byfangstrasse 19, 2552 Orpund	Buchwert	900 000	900 000
Neubau Büroräumlichkeiten	Buchwert	1 707 072	1 505 435
Brandversicherungswert der Anlagen			
	Gebäude	1 897 500	1 897 500
	Neubau	2 100 000	2 100 000
	Einrichtungen	540 000	540 000
	Total	4 537 500	4 537 500
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen			
AHV, Ausgleichskasse Orpund		0	0
Stiftung Abendrot		0	0
Derivate Finanzinstrumente mit Absicherungszweck			
Absicherung Devisentermingeschäfte		449 331	759 046
Auflösung stille Reserven			
		keine	keine
Besitz von eigenen Aktien			
Anfangsbestand	268	72 800	93 800
Zunahme nom. CHF 316 zum Kurs von CHF 350	29	21 700	10 150
Abnahme nom. CHF 316 zum Kurs von CHF 350	-107	-700	-37 450
Endbestand	190	93 800	66 500
Tochtergesellschaft			
claro fair trade shops AG, 2552 Orpund, Beteiligung zu 100%			
Gründung: 30.08.2002 (Eintrag im Handelsregister)			
Statutarisches Aktienkapital CHF 100 000			
Liberiertes Aktienkapital CHF 50 000			
Buchwert unserer Beteiligung		43 000	43 000
Genehmigte Kapitalerhöhung			
Beschluss der Generalversammlung vom 12.11.2008:			
Erhöhung um max. 2 530 Aktien zu nominal CHF 316/Aktie		799 480	-
Risikobeurteilung			
Der Verwaltungsrat hat periodisch ausreichende Risikobeurteilungen vorgenommen und allfällige sich daraus ergebende Massnahmen eingeleitet, um zu gewährleisten, dass das Risiko einer wesentlichen Fehlaussage in der Rechnungslegung als klein einzustufen ist.			

Anmerkungen zur Jahresrechnung per 30.06.2011

1. Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel erhöhten sich um 240 508 Franken auf gut 2 Millionen Franken. Der Zufluss an flüssigen Mitteln ist das Ergebnis der vollzogenen Aktienkapitalerhöhung und der gesteigerten Ertragskraft des Unternehmens. Die hohe Liquidität widerspiegelt die bewusst vorsichtige Finanzpolitik des Unternehmens.

2. Forderungen

Diese Position hat per Stichtag um über 0,5 Millionen Franken zugenommen. Die Erhöhung ist vorwiegend auf einen erhöhten Debitorenbestand im Zusammenhang mit dem Exportgeschäft zurückzuführen.

3. Sachanlagen

Die Reduktion der Sachanlagen zeigt – neben Investitionen von rund 87 000 Franken – die Wertminderung durch die getätigten Abschreibungen.

4. Andere kurzfristige Verbindlichkeiten

Diese Position verminderte sich um 192 150 Franken, was vorwiegend auf eine Reduktion der Anzahlungen von Kunden im Zusammenhang mit dem rückläufigen Exportgeschäft zurückzuführen ist.

5. Darlehen/Hypotheken

Aufgrund der sehr guten Liquiditätslage hat das Unternehmen Darlehen und Hypotheken in der Höhe von netto 150 500 Franken zurückbezahlt.

6. Aktienkapital

Das Aktienkapital erhöhte sich um 367 192 Franken. Es wurden 1 162 neue Namenaktien zum Nominalwert von 316 Franken ausgegeben. Das neue Aktienkapital wurde am 18.08.2010 im Handelsregister eingetragen. Somit ist die genehmigte Kapitalerhöhung aus dem Jahre 2008 abgeschlossen.

Wertschöpfungsrechnung

	2009/10	%	2010/11	%
Erarbeitung der Wertschöpfung				
Umsatz	20 129 694		20 228 472	
Vorleistungen				
Produzenten/Lieferanten	– 15 347 399		– 15 331 883	
Labelorganisationen	– 100 513		– 72 441	
Übrige Lieferanten	– 892 338		– 994 967	
Brutto-Wertschöpfung	3 789 444		3 829 181	
Abschreibungen, Rückstellungen und ausserordentliche Verluste/Gewinne	– 247 894		– 374 616	
Netto-Wertschöpfung	3 541 550	100,0	3 454 565	100,0
Verteilung der Wertschöpfung				
Mitarbeitende (Lohnsumme)	3 443 923	97,2	3 222 928	93,3
Fremdkapitalgeber (Zinsaufwand netto)	64 180	1,8	73 849	2,1
Aktionäre (Dividende)	0	0,0	0	0,0
Öffentliche Hand (Steuern, Gebühren und Abgaben)	12 941	0,4	32 677	1,0
Unternehmen (einbehaltene Gewinne)	20 506	0,6	125 111	3,6
Kenngrossen				
Netto-Wertschöpfung pro 100%-Stelle	119 445		120 368	
Anzahl 100%-Stellen (Durchschnitt)	29,7		28,7	

Bericht der Revisionsstelle



Tel. 034 421 88 24
Fax 034 422 07 46
www.bdo.ch

BDO AG
Kirchbergstrasse 215
3401 Burgdorf

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

Claro Fair Trade AG, Orpund

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Claro Fair Trade AG für das am 30. Juni 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Burgdorf, 5. August 2011

BDO AG

Fritz Rüfenacht
Leitender Revisor
Zugelassener Revisionsexperte

i. V. Simon Kehrli

Beilagen

Jahresrechnung

Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns

BDO AG, mit Hauptsitz in Zürich, ist die unabhängige, rechtlich selbstständige Schweizer Mitgliedsfirma des internationalen BDO Netzwerkes.

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

Verwaltungsrat

Andreas Sturm

Dr. rer. pol., lic. oec. HSG, 1964, CH

Präsident des Verwaltungsrats, Mitglied seit 2003

Andere Mandate: Inhaber Sturm Consulting, Riehen / Mitbegründer und Verwaltungsrat der Ellipson, Basel / Mitbegründer und Verwaltungsratspräsident der phorbis Communications AG, Basel / Mitglied des Beirates Nachhaltigkeit der Bank Coop AG, Basel / Mitglied des Bankrates der Basler Kantonalbank und Mitglied des Audit-Ausschusses, Basel / Mitglied der Advisory Group des African Technology Development Forum (ATDF)

Elisabeth Dalucas

lic. phil., 1961, CH, Mitglied seit 2005

Andere Mandate: Präsidentin Stiftungsrat Fondazione Internazionale per la Scultura (TI) / Mitglied Schweizerische PR-Gesellschaft / Mitglied der Vereinigung der KunsthistorikerInnen der Schweiz / Beratende Tätigkeit für kulturelle und wissenschaftliche Organisationen

Urs Iselin

eidg. dipl. Einkäufer, 1951, CH, Mitglied seit 2009

Andere Mandate: CEO und Verwaltungsratspräsident der Varistor AG, Neuenhof / Privat engagiert in diversen Sozialprojekten im In- und Ausland

Geschäftsleitung

Beat Schumacher

Vorsitzender der Geschäftsleitung, 1964, CH

Marcel Etterlin

Leiter Finanzen und Services, 1970, CH

Monica Mazzocco

Leiterin Marketing, 1954, CH

Manfred Steinlechner

Leiter Logistik und Infrastruktur, 1960, CH

Daniel Nigg

Leiter Verkauf, 1966, CH (bis 31.07.2011)

Stabsstellen

Andrea Fankhauser

Assistenz Geschäftsleitung/Personal, 1980, CH

Yolanda Roggo

Kommunikation, 1968, CH

Organigramm

