



FAIR
Handelshaus
Bayern e G

FAIR Handelshaus Bayern eG

Die Genossenschaft der Weltläden und Aktionsgruppen





Von und für Weltläden

Liebe Engagierte im Fairen Handel!

Es war kein Zufall, dass am 30. Juni 1984 das bayerische Regionalzentrum des Fairen Handels in Form einer Genossenschaft gegründet wurde. Der politische Anspruch, eine alternative, demokratische Wirtschaftsform zu praktizieren, war einer der Gründe; dass die genossenschaftliche Organisationsform als Kriterium an die Handelspartner in Afrika, Asien und Lateinamerika angelegt wurde, ein anderer.

Vor allem aber war das Interesse von Aktionsgruppen, Weltläden und Engagierten groß, bei Entscheidungen mitreden zu können. Dem trägt die Rechtsform der Genossenschaft Rechnung. Und was von unseren Gründungsmitgliedern gegen manche Widerstände erfolgreich ausprobiert wurde, hat in der deutschen Fair-Handels-Szene Modellcharakter.

Auch heute ist dieser Ansatz aktuell, denn angesichts des Wachstums, das der Faire Handel in den letzten Jahren verzeichnet, steigt auch die Bedeutung eines Regionalzentrums, das die Interessen der Weltläden und Aktionsgruppen innerhalb des Fairen Handels vertritt. Voraussetzung dafür ist, dass Weltläden und Aktionsgruppen das FAIR Handelshaus Bayern eG als „ihr“ Zentrum verstehen, es mittragen und unterstützen. Der Vorstand steht auch heute zur Entscheidung der GründerInnen für die genossenschaftliche Organisationsform. Deshalb wollen wir neue Mitglieder werben und bestehenden Mitgliedern ihre Mitgliedschaft honorieren.

Eine breite Basis von Genossenschaftsmitgliedern ist für uns aus mehreren Gründen wichtig: Die Herausforderungen durch das Marktumfeld verändern sich, Kundenwünsche und Serviceerwartungen steigen kontinuierlich und neue technische Möglichkeiten sollen ausgeschöpft werden. All dies erfordert eine solide Eigenkapitalausstattung, welche von den Mitgliedern zur Verfügung gestellt wird. Zudem gilt es, politisches Gewicht in die Lobbyarbeit für den Fairen Handel der Weltläden und Aktionsgruppen einzubringen. Davon profitieren insbesondere auch die Mitglieder, die ihre Anliegen in „ihrer“ Genossenschaft einbringen und somit einen starken Partner an ihrer Seite haben.

Wir sind überzeugt, dass ein genossenschaftliches Regionalzentrum Zukunft hat – dafür stehen wir. Machen Sie mit und werden Sie Mitglied der FAIR Handelshaus Bayern eG!

Der Vorstand
der FAIR Handelshaus Bayern eG

Elisabeth Kumi
Elisabeth Kumi

Elisabeth Dersch
Elisabeth Dersch

Dr. Markus Raschke
Dr. Markus Raschke

Andreas Kronberger
Andreas Kronberger





FAIR
Handelshaus
Bayern e G

Handel, der auf Fairness baut



Norma Mugar, Geschäftsführerin bei
Alter Trade (Philippinen)
Bild: GEPA - The Fair Trade Company

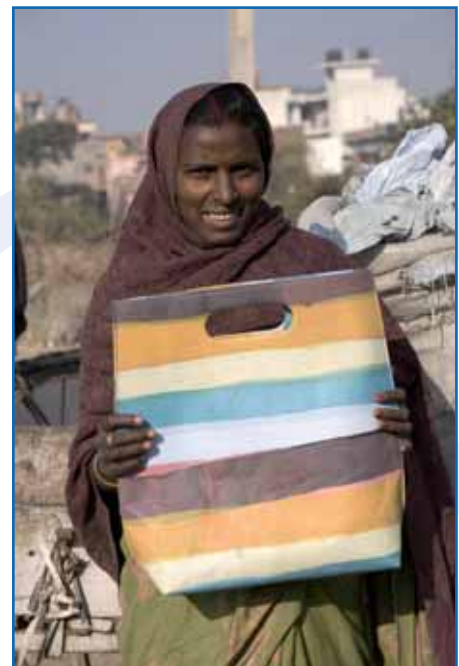
„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.

Fair Handels-Organisationen engagieren sich (gemeinsam mit VerbraucherInnen) für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“

FINE-Grundlagenpapier zum Fairen Handel: Gemeinsame inhaltliche Grundlagen der europäischen Fair-Handels-Bewegung

„Der Faire Handel betrachtet die ProduzentInnen in den Ländern der sog. Dritten Welt als gleichberechtigte HandelspartnerInnen und baut zu ihnen eine langfristige wirtschaftliche Beziehung auf. Ziel des Fairen Handels ist eine sozial gerechte und ökologisch verträgliche Welthandelsstruktur. Das FAIR Handelshaus Bayern will den Fairen Handel und seine Handels- und Vertriebspartner zu einem ernstzunehmenden Wirtschaftsfaktor machen. Nur durch Bewusstseins- und Verhaltensänderungen der KonsumentInnen und Stärkung der ProduzentInnen sind Veränderungen im Welthandelssystem überhaupt möglich. Diese Bewusstseinsänderung unterstützen wir durch den aktiven Verkauf von fair gehandelten Produkten und durch eine informative Bildungsarbeit über weltwirtschaftliche und politische Zusammenhänge, HandelspartnerInnen und Produkte.“

FAIR Handelshaus Bayern eG – Der Vorstand (Hrsg.): Grundsätze für sozial- und umweltgerechten Fairen Handel, Haimhausen 2007.



Mitarbeiterin des GEPA-Partners Conserve
(Indien)
Bild: GEPA - The Fair Trade Company



„Von Weltläden gegründet“ – Die Entstehung der Genossenschaft

Die Initiative zur Genossenschaftsgründung ging von den damaligen „Dritte-Welt-Läden“ aus, die sich ein eigenes „Regionallager“ in Bayern wünschten. „Der Bedarf war groß, denn die Wege zu den damaligen nächstgelegenen Stellen bei Stuttgart bzw. Frankfurt waren zu weit, die Bahnfrachtkosten zu hoch.“ hieß es rückblickend beim 15-jährigen Jubiläum. Vielleicht erinnern sich heute manche Engagierte aus jener Zeit nostalgisch an lange und manchmal abenteuerliche Fahrten zu den GEPA-Regionalstellen im Stuttgarter und Frankfurter Raum. Doch es bestand kein Zweifel, dass ein bayerisches Zentrum nicht nur das eigene Engagement erleichtern, sondern auch neue Impulse vermitteln konnte. Und so stieß die „Bayerische Dritte Welt Handel eG“ – wie sich die Organisation 15 Jahre lang nannte – bald schon die Gründung zahlreicher Weltläden und Aktionsgruppen an.





FAIR
Handelshaus
Bayern e G

Ein viertel Jahrhundert

Geschichte des FAIR Handelshaus Bayern

- Gründung der „Bayerischen Dritte Welt Handel eG“ (B3WH)
- Erste Ausgabe des Infoblattes „Ampiente“
- Einrichtung der Stelle für Gruppenberatung und entwicklungspolitische Bildungsarbeit
- Beginn der Zusammenarbeit mit französischen Winzern
- Aufbau des Großverbraucherbereiches in Zusammenarbeit mit GEPA
- rasantes Umsatzwachstum
- Wirtschaftliche Krise: Gehaltsverzicht und Stundenkürzungen
- „Politisches Selbstverständnis“ wird veröffentlicht
- Fertigstellung des 400qm großen Anbaus
- Namensänderung – jetzt heißt es „FAIR Handelshaus Bayern e.G.“; Festschrift zum 15jährigen Jubiläum
- Interne Organisationsentwicklung mit Einstellung einer Geschäftsführerin abgeschlossen
- Neue Kundenzeitschrift „FAIR Handelsinformationen“
- Jahresumsatz überschreitet erstmals 5 Millionen Euro
- Bayernreise mit Gilda Caduya und Norma Mugar von Alter Trade anlässlich 30 Jahre GEPA
- Internetshop für Wiederverkäufer wird eröffnet
- Umbau des Endverbraucher-Bereichs

Geschichte der Fair-Handels-Bewegung

- 1978** Kampagne „Jute statt Plastik“
- 1984**
- 1986**
- 1987** Weltweit erster Anbau von Bio-Tee durch den GEPA-Partner Stassen
- 1988**
- 1989** Gründung von IFAT als Weltverband der Fairhandelsorganisationen
- 1992** Gründung der Siegelorganisation TransFair
- 1993**
- 1994**
- 1995** Landessynode der Ev.-Luth. Kirche in Bayern fasst Beschlüsse zum Fairen Handel
- 1996** 1. Europäischer Weltladentag „Frühstücke mit Afrika!“
- 1997** Beginn der Professionalisierungskampagne der Weltläden
- Erste Ausgabe des Infodienstes „Welt&Handel“
- 1999** Gründung des Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.
- 2001** Erste bundesweite „Faire Woche“
- 2002** Gründung des Forums Fairer Handel
- 2003** Start der Landeskampagne „Fair Handeln Bayern“
- 2005** Fairer Handel in Deutschland überschreitet 100 Millionen Euro-Grenze
- 2007** 1. Fair Handels Messe Bayern im Augsburger Rathaus
- 2008**
- 2009**



Engagiert für Fairen Handel – wir sind für Sie da

„... wir beraten Sie gern!“

Die Weiterentwicklung der Weltläden zu attraktiven Fachgeschäften des Fairen Handels ist entscheidend für die Zukunft des Fairen Handels, wenn wir ihn nicht den Supermärkten und Discountern überlassen wollen. Bereits 1987 haben wir eine Personalstelle für Gruppenberatung und entwicklungspolitische Bildungsarbeit eingerichtet – übrigens eine der ersten dieser Art in Deutschland. Wir bieten umfassende Beratung von Ladengründung über Sortimentsauswahl bis hin zu Mitarbeitergewinnung und Marketinganalyse – ergänzt durch unsere Fortbildungsangebote in allen Fragen rund um den Fairen Handel: kein rundum-sorglos-Paket, aber dennoch das komplette Rüstzeug für die Weltladenarbeit aus einer Hand. Für unsere Kunden ein erschwinglicher und größtenteils kostenfreier Service, der aus den jeweiligen Kundenumsätzen getragen wird.

„... senden wir Ihnen umgehend zu.“

Unsere Produkte haben eine Bestimmung: über die Weltläden und Aktionsgruppen zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu kommen. Schnell, pünktlich und unkompliziert ... ein wichtiger und zugleich hoher Anspruch bei über 1800 Paletten mit gut 384 Tonnen Ware im Jahr. Auch die Post ist unser Partner: Fast 5000 Sendungen mit über 60 Tonnen Gesamtgewicht finden jährlich auf diesem Weg ihren Bestimmungsort.

„... stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.“

Unterstützung und Beratung, Auskunft und Information, Austausch und Bestätigung: Kundenberatung in unseren Verkaufsräumen, am Telefon und online hat unzählige Facetten. Mit einem mehrköpfigen Team, freundlichen Gesichtern und netten Stimmen am Telefon erleichtern wir unseren Kunden und Mitgliedern ihr Engagement für den Fairen Handel. Denn wer Fairen Handel betreibt, besitzt eine positive Grundeinstellung – und verdient sie auch von anderen.



Kundenberaterin Heidi Patzelt

„... haben wir für Sie ausgewählt.“

Vorbei die Zeiten als das Angebot fair gehandelter Waren noch überschaubar war. Mehrere tausend Artikel umfasst unser Produktangebot an Lederwaren, Körben, Textilien, Kosmetik, Büchern, CDs und genüsslichen Lebensmitteln. Unsere Einkäuferinnen stellen ein abwechslungsreiches Sortiment aus dem Angebot aller namhaften und zahlreicher kleiner Importorganisationen des Fairen Handels zusammen. Produkte von über 20 Fairtrade-Importeuren können im FAIR Handelshaus Bayern eG aus einer Hand geliefert werden: „Großhandel konsequent gedacht“ – so wird die Warenversorgung im Weltladen noch einfacher.



FAIR

Handelshaus
Bayern e G



Kundenberaterin Gabi Göbl,
Lebensmitteleinkäuferin Cornelia Fritze

„... möchten wir Sie darüber informieren, dass ...“

Heute spricht man von Kundenkommunikation, was 1986 zuerst das Infoblatt „Genossenschaftsleben“ und dann das Mitteilungsblatt „Ampiente“ war und seit dem Jahr 2002 „FAIR Handelsinformationen“ heißt.

Neue Medien sind hinzugekommen: Email-Kommunikation und www.fairbayern.de bieten im Informationszeitalter zahlreiche neue Möglichkeiten. Um die Öffentlichkeit zu erreichen muss auch der Faire Handel die Möglichkeiten von Pressearbeit, Marketing und Werbung nutzen. Neue und alte Kunden sollen angesprochen werden, Produktinformationen müssen aktuell bereitgestellt werden und ansprechende Prospekte und Materialien sollen zur Verfügung stehen. Nur so kann der Faire Handel weiter vorankommen.

„... wir sind auf Ihre Firmenbedürfnisse eingestellt.“

Neue Kundensegmente zu erschließen eröffnet Absatzmärkte und erfordert spezielle Kenntnisse und Erfahrungen. In Zusammenarbeit mit der GEPA haben wir uns seit 1992 daran gemacht, fair Gehandeltes für Büros, Kantinen und Großverbraucher anzubieten. Mit Erfolg, denn längst geht es nicht mehr nur um fairen Kaffee.

„... wir setzen uns für Sie und den Fairen Handel ein!“

Fairer Handel existiert nicht im luftleeren Raum. Deshalb sorgen wir für die Vernetzung mit anderen Initiativen im Raum der Eine-Welt-Arbeit. So haben wir das Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. mit gegründet und engagieren uns in seinen Arbeitskreisen und Initiativen. Als Genossenschaft von und für Weltläden schaffen wir Gelegenheiten für den Erfahrungsaustausch zwischen den Läden und Gruppen und unterstützen die regionalen Ladentreffen in Bayern. Wir bringen den Fairen Handel gegenüber Politik und Kirchen ins Gespräch und fordern sozialverträgliche Wirtschafts- und Arbeitsbedingungen ein.



Großverbraucher-Betreuer Hans-Otto Schmitt mit dem
damaligen Umweltminister Werner Schnappauf



Modell mit Zukunft

Ein Gespräch mit Karin Dressel,
Geschäftsführerin der FAIR Handelshaus Bayern eG

Welche Zukunft hat der Faire Handel? Wird er weiter wachsen?

Viele Anzeichen deuten darauf hin, dass der Faire Handel in den nächsten Jahren noch größer werden wird. Verbraucher/innen stellen Gegenfragen zur „Geiz ist geil“-Mentalität und wie weit das „immer billiger“ noch gehen kann. Von der deutschen Bevölkerung kauft bisher immerhin ein Fünftel gelegentlich, aber nicht regelmäßig fair gehandelte Produkte – und weitere 35% halten als Nichtkäufer den Fairen Handel für unterstützenswert.



Geschäftsführerin Karin Dressel mit Jorge Inostroza, GEPA Vertriebsleiter Weltläden und Gruppen

Ein großes Potential offensichtlich – was bedeutet das für die Weltläden, die wichtigsten Partner der FAIR Handelshaus Bayern eG?

Weltläden sind nicht nur die älteste Einzelhandelsstruktur des Fairen Handels, sondern auch diejenige mit dem umfangreichsten Sortiment. Gleichwohl bemängelt fast die Hälfte der Käufer von Fair-Handels-Ware, dass es zu wenige Läden gebe oder man nicht wisse, wo es die Produkte gibt. Das zeigt, wie wichtig es ist, dass Weltläden sich professionalisieren, gute Ladenlagen wählen, verlässlichen Service bieten und eines Tages auch in Marketing und Werbung investieren. Einschätzungen zufolge hat Deutschland das Potential, die Zahl der Weltläden mehr als zu verdoppeln. Für Bayern würde dies um die 250 zusätzliche Weltläden bedeuten.

Wo stecken darüber hinaus noch verborgene Ressourcen, um den Fairen Handel „zu einem ernstzunehmenden Wirtschaftsfaktor zu machen“, wie es in der Satzung des FAIR Handelshaus Bayern eG heißt?

Auch Unternehmen und öffentliche Institutionen setzen sich zunehmend mit ihrer Corporate Social Responsibility auseinander: sie möchten sich als nachhaltig und sozial verantwortlich darstellen. Mit dem Großverbraucherservice haben wir hier schon wichtige Erfahrungen sammeln können. Fair gehandelte Produkte und sozial verantwortliche Firmen zusammenbringen zu können, birgt noch viele Chancen – nicht nur um den Absatz unserer Produkte zu steigern, sondern auch um Menschen und die Gesellschaft zu sensibilisieren und die Idee des Fairen Handels weiter bekannt zu machen.

„Das Marktpotential ist auch in Deutschland viel höher, als es bisher realisiert ist.“

Heidmarie Wieczorek-Zeul, Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Quelle: www.fairfeelsgood.de)



Warum gerade Genossenschaft?

„Das entwicklungspolitische Programm der Aktion Dritte Welt Handel (A3WH), wie sie in den siebziger Jahren entstanden war, sah als alternatives Konzept des Handels über längere Zeit zwei Teile vor: eine alternative Form der Beschaffung der Waren aus besonderen Entwicklungsprojekten und – als Pendant dazu – eine alternative Form der Vermarktung, insbesondere in Dritte-Welt-Läden hierzulande. Die Projektpartnerkriterien der GEPA sahen dabei besondere Maßstäbe vor, die an die organisatorische Verfasstheit der Projekte anzulegen sind. Besonders hervorgehoben wurde dabei die Form einer genossenschaftlichen Organisation. Diese sollte durch ihre Struktur die Mitbestimmung der Mitglieder und die gleichmäßige Verteilung der Erträge fördern. Wenn diese Ansprüche an Entwicklungsprojekte angelegt werden, warum dann nicht an die Organisationen hier?“

(Thomas Wex, Gründungsmitglied; Vorstandsmitglied 1984-88; Aufsichtsratsmitglied 1988-92, Vorsitzender des Aufsichtsrats 1990-92, verstorben 2004)

Was bedeutet es, Genossenschaftsmitglied zu sein?

Was ist eine Genossenschaft?

In Genossenschaften schließen sich Menschen zusammen, die gemeinsam, gleichberechtigt und demokratisch ein Wirtschaftsunternehmen betreiben. Ihr Zweck ist es, die Tätigkeit ihrer Mitglieder durch den gemeinsamen Geschäftsbetrieb zu fördern. Im Gegensatz zu anderen Unternehmensformen ist für das Stimmrecht die Mitgliedschaft und nicht die Höhe der Kapitalanteile ausschlaggebend.

Wer sind die Mitglieder der Genossenschaft?

Die Mitglieder sind die Eigentümer der Genossenschaft. Sie statten die Genossenschaft durch ihre Einlage mit Eigenkapital aus. Das besondere an Genossenschaften ist, dass die Geschäftspartner der Genossenschaft (z. B. Kunden oder Lieferanten) gleichzeitig deren Eigentümer sein können und dadurch die Geschäftspolitik der Genossenschaft beeinflussen können. Weltläden und Aktionsgruppen, die Mitglieder der FAIR Handelshaus Bayern eG sind, sind daher nicht nur Kunden – sie bestimmen im Rahmen der Genossenschaftsversammlung auch über die Geschicke des Unternehmens und übernehmen Verantwortung für „ihr“ Regionalzentrum.

Welche Pflichten sind damit verbunden?

Wer Mitglied der Genossenschaft werden möchte, muss Genossenschaftsanteile zeichnen und die entsprechende Kapitaleinlage einzahlen. Genossenschaftsanteile sind keine Spende sondern eine Unternehmensbeteiligung, die im Eigentum des Mitgliedes verbleibt und bei Austritt entsprechend der satzungsmäßigen Frist wieder ausgezahlt wird. Mit der Höhe der gezeichneten Anteile haftet das Mitglied für die Genossenschaft, darüber hinaus bestehen keine finanziellen Verpflichtungen.



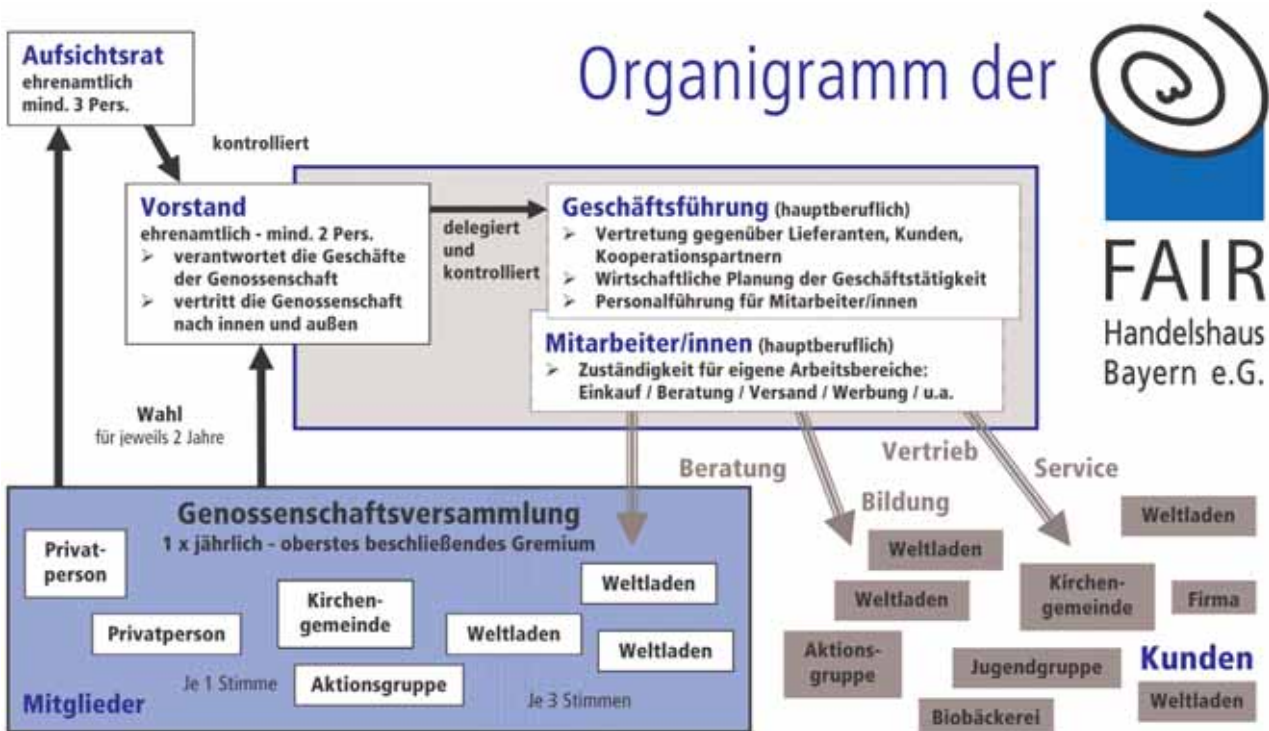
Und welche Rechte haben die Mitglieder?

Im Gegenzug haben Mitglieder Rechte: Sie können an der jährlichen Generalversammlung teilnehmen und dort Vorstände und Aufsichtsräte wählen. Bei der Generalversammlung werden sie vom Vorstand über die aktuelle Situation der Genossenschaft informiert, sie beschließen die Verwendung der Jahresüberschüsse und beraten über die Weiterentwicklung der FAIR Handelshaus Bayern eG. Weltläden haben ein besonderes Gewicht, da die Satzung ihnen drei Stimmen zuspricht. Außerdem erhalten Weltläden und Aktionsgruppen als Mitglieder beispielsweise Vergünstigungen bei Bildungsangeboten.

Wie kann ich Mitglied der FAIR Handelshaus Bayern eG werden?

Sowohl Privatpersonen als auch eingetragene Vereine und andere juristische Personen können Mitglied der FAIR Handelshaus Bayern eG werden. Dazu sind das ausgefüllte Beitrittsformular sowie die Einzahlung der Genossenschaftsanteile erforderlich.

Ein starkes Bündnis – tragen Sie es mit!
Werden Sie Mitglied der FAIR Handelshaus Bayern eG!



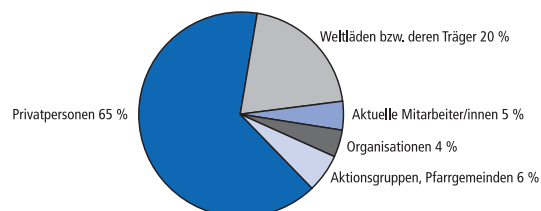


FAIR
Handelshaus
Bayern eG

Zahlen. Daten. Fakten.

Gründungsdatum	30. Juni 1984
Unternehmensform	Eingetragene Genossenschaft
Eigenkapital	114.951 Euro (31. März 2008)
Genossenschaftsmitglieder	225 (31. März 2008)
Gremien	Generalversammlung Aufsichtsrat Vorstand
Aufsichtsrat	Evelyn Zuber (Vorsitzende) Jürgen Chmiel Hans Klusch Ingo Zenth
Vorstand	Elisabeth Dersch Andreas Kronberger Elisabeth Kumi Dr. Markus Raschke
Geschäftsführung	Karin Dressel
Mitarbeiterschaft	Voll- und Teilzeitkräfte im Umfang von ca. 14 Vollzeitstellen Geringfügig Beschäftigte

Genossenschaftsmitglieder nach Gruppen

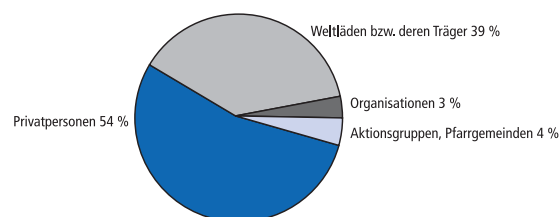


Gesamtwarenumsatz (alle Vertriebsbereiche / Geschäftsjahr 2007/08)
5,27 Millionen Euro

Vertriebsbereichsanteile (im Geschäftsjahr 2007/08)

Weltläden/Aktionsgruppen/Bio	80 %
Großverbraucher	16 %
Endverbraucher	4 %

Genossenschaftskapital nach Gruppen



Leistungen für die Kunden

- fair gehandeltes Warenangebot von namhaften Importeuren „aus einer Hand“
- Informations- und Bildungsmaterialien zu Produkten und HandelspartnerInnen
- direkter, persönlicher Kundenservice
- Beratung von Weltläden und Aktionsgruppen
- Seminare und Fortbildung zu Themen des Fairen Handels
- Gestaltungshilfen, Werbematerialien, Aktionsangebote

Kooperationspartner und Gebietsvertretung

GEPA – The Fair Trade Company

Mitgliedschaften

Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.
Oekogeno eG
Oikocredit, Bayerischer Förderkreis
Genossenschaftsverband Bayern
dwp eG, Ravensburg
Eine Welt Handel AG, Österreich
copino eG, Stuttgart

Mitarbeit und Vernetzung

Runder Tisch Fairer Handel Bayern
Forum Globales Lernen
Arbeitsgemeinschaft bio-regional-fair
Arbeitsgemeinschaft Gerechtigkeit und Frieden
der kath. Erwachsenenbildung
Konferenz der Fair-Handels-Berater/innen

Stand: 04/2009



„... den Fairen Handel zu einem ernstzunehmenden Wirtschaftsfaktor machen ...“

aus der Satzung der FAIR Handelshaus Bayern eG

Impressum:

Herausgeber:
FAIR Handelshaus Bayern eG
Alte Kreisstraße 29
85778 Haimhausen-Amperpettenbach

Tel.: 0 81 33 / 14 82 oder 84 36
Fax: 0 81 33 / 67 44
info@fairbayern.de

Vorstand: Elisabeth Dersch, Elisabeth Kumi, Andreas Kronberger, Dr. Markus Raschke
Vertretungsberechtigt: Karin Dressel, Geschäftsführerin
Vorsitzende des Aufsichtsrats: Evelyn Zuber
Registergericht München 2468
UID: DE 128252340
DE-037-Öko-Kontrollstelle
EG-Kontrollnummer D-BY-037-87184-H

Konzeption und Texte: Dr. Markus Raschke
Fotos: FAIR Handelshaus Bayern eG, GEPA The Fair Trade Company (C. Nusch, A. Welsing, u.a.),
Excellent Plizen, Ökotopia (B. Hashagen), Eine Welt Handel AG, BioArt AG
Layout: Heike Gewehr, www.e-synergy.de
Druck: Kelly-Druck, Abensberg
gedruckt auf Recymago plus aus 100 % Altpapier

Haimhausen 2009

www.fairbayern.de