



**RHEIN.MAIN.FAIR**

---

Vorhaben

# Auf dem Land ist alles anders

Online-Veranstaltung am 16.12.2024

## Dokumentation

Stand: 18.12.2024

## Projektträger

Rhein.Main.Fair e.V.  
Kurhausstraße 2  
65719 Hofheim  
[www.rheinmainfair.org](http://www.rheinmainfair.org)

### Moderation der Veranstaltung:

Dr. Andrea Soboth  
IfR Institut für Regionalmanagement  
Humboldtstraße 5  
35394 Gießen  
[soboth@ifr-regional.de](mailto:soboth@ifr-regional.de)

### Dokumentation der Veranstaltung:

André Haußmann  
Marketing Effekt GmbH  
Lohstraße 8  
61118 Bad Vilbel  
[Andre.haussmann@marketing-effekt.de](mailto:Andre.haussmann@marketing-effekt.de)

Hinweis: Screenshots entstammen alle der Online-Veranstaltung vom 16.12.2024.

## 1. Aufgabenstellung

Die Beförderung und Sicherstellung von fairem Handel ist ein umfassendes Ziel, dem sich an allen Orten gewidmet werden sollte. In dem hier behandelten Vorhaben geht es vor allem darum, sich mit der Frage zu beschäftigen, **wie kann der faire Handel in ländlichen Räumen befördert werden.**

Rhein.Main.Fair e.V. setzt sich langem für die Stärkung des fairen Handels und der Beförderung einer nachhaltigen Entwicklung in der Metropolregion ein. Als Unterstützungs- und Vernetzungsplattform begleitet Rhein.Main.Fair dabei Kommunen und Landkreise (und Regionen) seit 2019.

Als Einstieg in die öko-soziale Beschaffung in den Kommunen und Landkreisen kann nach Auffassung von Rhein.Main.Fair der Weg über die Zertifizierung als Fairtrade-town bzw. Fairtrade-Landkreis gesehen werden. Betrachtet man dabei den aktuellen Umsetzungsstand in der Metropolregion wird deutlich, dass es deutlich weniger Zertifizierungen in ländlich geprägten Bereichen gibt bzw. diese sich mit dem Zertifizierungsprozess schwerer tun.

Mit dem Vorhaben „Auf dem Land ist alles anders“ soll daher der Fokus auf die ländlichen Räume gelegt werden. Es soll gemeinsam mit ländlichen Akteuren aus Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft beleuchtet werden, ob die Rahmenbedingungen für den fairen Handel in ländlichen Räumen andere sind und ob es hier besondere Herausforderungen oder Chancen gibt. Wohlwissend das ländliche Räume sehr unterschiedlich sein können, gilt es explorativ Ansatzpunkte für die Beförderung der ökosozialen Beschaffung im ländlichen Raum zu finden. Um die Unterschiedlichkeit von ländlichen Räum in der Metropolregion abbilden zu können, wurde sich stellvertretend vertiefter mit dem Odenwaldkreis und dem Wetteraukreis beschäftigt.

Zentraler Bestandteil des Vorhabens war die fachliche Vorbereitung und Durchführung eines moderierten, virtuellen Gesprächs, das sich an Leitfragen orientierte. Die Online-Veranstaltung fand am 16.12.2024 statt.

Mit der Begleitung und Moderation dieses Vorhabens wurden Dr. Andrea Soboth, IfR Institut für Regionalmanagement, Gießen beauftragt. Die Dokumentation der Veranstaltung und Auswertung der Ergebnisse erfolgte durch André Haußmann, Marketing Effekt GmbH, Bad Vilbel.

## 2. Durchführung

Das Vorhaben wurde von Oktober bis Dezember 2024 bearbeitet. Um die Online-Veranstaltung „Auf dem Land ist alles anders“ am 16.12.2024 von 11-13 Uhr durchführen zu können, wurde ein persönliches Einladungsmanagement durchgeführt. Akteuren, die den Termin am 16.12.2024 nicht wahrnehmen konnten, wurde ein Einzelgespräch (telefonisch, Zoom-Meeting) angeboten. Diese Einzelgespräche wurden überwiegend im Vorfeld der Online-Veranstaltung durchgeführt, sodass die Impulse in die Veranstaltung als auch in die Ergebnisauswertung einfließen konnten.

Die Veranstaltung am 16.12.2024 wie auch die Online-Einzelmeetings wurden zum Nachweis und zur Erleichterung der Auswertung aufgezeichnet.

### **Folgende Einzelgespräche wurden durchgeführt (nach Datum sortiert):**

- Frank Matiaske (Landrat Odenwald, 25.11.2024)
- Christian Sperling, Jonas Bielke (Wetteraukreis, Kreisverwaltung, 29.11.2024)
- Elfriede Pfannkuche (Verein Oberhessen e.V., 2.12.2024)
- Knut John (Hessischer Landesbeauftragter für ländliche Räume, 3.12.2024)
- Dr. Isabell Tammer (Bürgermeisterin Stadt Münzenberg, 17.12.2024)

### **An der Online-Veranstaltung am 16.12.2024 haben folgende Personen teilgenommen:**

- Patrick Koch (Bürgermeister Pfungstadt)
- Karin Lichtblau (Gemeindevertreterin Breuberg, Odenwaldkreis)
- Henrike Strauch (Bürgermeisterin Glauburg, Wetteraukreis)
- Rüdiger Holschuh (MdL, Kreistagsvorsitzender Odenwald)
- Michael Merle (Bürgermeister Butzbach, Wetteraukreis)
- Lea Bruder (Klimaschutzmanagerin Odenwaldkreis)
- Julia Übelhör (Nachhaltigkeitsmanagement Eltville)
- Miriam Förstle (Landesgartenschau Oberhessen 2027 GmbH)
- Gisela Stang (Rhein.Main.Fair e.V.)
- Oliver Becht (Rhein.Main.Fair. e.V.)
- Kimberley Sundermann (Rhein.Main.Fair e.V.)



Zunächst wurden die Teilnehmenden durch die Moderatorin Dr. Andrea Soboth begrüßt, die im Weiteren durch die Online-Veranstaltung führte. Frau Soboth stellte den Kreis der Diskutantinnen und Diskutanten vor und erläuterte, dass bewusst verschiedene Blickpunkte auf das Thema integriert werden sollten. Es finden sich daher Vertretungen sowohl aus den Kommunen als auch den Landkreisen, Personen, die bereits in bestehenden Prozessen arbeiten, als auch solche, die aktuell Prozesse vorbereiten. Ziel der Veranstaltung ist es ein offenes Nachdenken über die Thematik „Fairtrade“ zu erreichen, um gemeinsam über neue Ansatzpunkte zu diskutieren.

Seitens des Veranstalters Rhein.Main.Fair begrüßte Gisela Stang die Anwesenden und erläuterte, warum der Fokus besonders auf den ländlichen Raum gelegt werden sollte.

***„Uns geht es nicht darum, immer unsere eigene Meinung wieder zu verfestigen, sondern es geht durchaus auch darum, wirklich auch Gründe zu erfahren (...) wo der ländliche Raum steht.“***  
(Gisela Stang)

Ziel der Veranstaltung sei es weiterhin, Weiterentwicklungen der Unterstützungsleistungen von Rhein.Main.Fair zu diskutieren, um insbesondere ländlich geprägten Kommunen und Landkreisen adäquate Angebote der Hilfestellung und des Austauschs anbieten zu können.

Kommunen können aus Sicht von Rhein.Main.Fair einen wirksamen Impuls für die Beförderung des fairen Handels auslösen, wenn sie sich der Thematik dauerhaft und engagiert annehmen.

***„Wir wissen um die Kraft der lokalen Ebene.“***  
(Gisela Stang über die Bedeutung der Kommune für Nachhaltigkeit und fairen Handel)

Aus diesem Grund wurde die Arbeitsfrage für die Online-Veranstaltung wie folgt definiert und mit weiteren Detailfragen unterlegen (s.u.).




Um inhaltlich in das Thema einzusteigen, stellte Frau Soboth erste Ergebnisse einer Blitzlicht-Befragung der Kommunen in der Metropolregion vor, die von Rhein.Main.Fair durchgeführt und abgeschlossen wurde. Mit der Befragung sollte ein Eindruck zum aktuellen Umsetzungsstand der öko-sozialen Beschaffung in den Kommunen und Landkreisen erzeugt werden.



Workplace Meeting
Ergebnisse von Andrea Seibert
Aufzeichnung läuft


### Befragungsergebnisse von Rhein.Main.Fair

- Ihre Dienstanweisung entsprechend angepasst haben nur 24 Prozent der Befragten. Als Hauptgrund für nicht angepasste Dienstanweisungen wurde die "Überlastung der Verwaltung" (24 Nennungen) angegeben.
- Als größte Hürden bei der Zertifizierung als Fairtrade-Town wurden die Antwortmöglichkeiten "Unterstützung aus der Zivilgesellschaft finden" (34 Mal genannt) und "Unterstützung im Rathaus finden" (18) gewählt.
- Die Befragten würden "mehr im Bereich öko-soziale Beschaffung machen", wenn mehr finanzielle Mittel (42 Mal genannt) und mehr Zeit (37) zur Verfügung stehen würden.



Michael Merle
Michael Merle

Miriam Förstle
Miriam Förstle



Audio
Video
Teilnahme
Chat
Reaktionen
Freigeben
Werkzeuge
AI Companion
Apps
Aufzeichnung, Infocenter, Benachrichtigungen
Mehr
Verlassen

Anschließend erläuterte Frau Soboth die Detailfragen, an denen sich der gemeinsame Austausch orientieren konnte.

### Folgende Fragen wurden gestellt:

- Gibt es aus Ihrer Sicht einen Unterschied zwischen urbanen und ländlichen Räumen – mit Blick auf diese Fragestellung? Welche sind das?
- Hat der ländliche Raum ein anderes Verständnis vom fairen Handel?
- Was fördert die Idee vom fairen Handel in ländlichen Räumen?
- Was sind Motoren im ländlichen Raum für Fairen Handel?
- Hilft der Einstieg über die Zertifizierung zur Fair-Trade-Town bzw. zum -LK wirklich, das Thema zu befördern?
- Was sind Hindernisse für Fair Trade im ländlichen Raum?
- Welche Relevanz hat das Thema in ländlichen Räumen in Politik, Zivilgesellschaft und Institutionen? Hat sich das in den vergangenen Jahren verändert? Wichtiger geworden? Weniger wichtig?
- Muss sich bei der Idee des Fairen Handels in der Kommunikation und Vermittlung im ländlichen Raum etwas ändern? Wenn ja, was wäre das?



Die Darstellung der Diskussionsergebnisse erfolgte aggregiert und den Fragen zugeordnet. Einzelne Zitate aus der Online-Veranstaltung werden ergänzend aufgeführt. Handlungsempfehlungen werden an geeigneter Stelle ausgesprochen.



### 3. Ergebnisse

**„Gibt es aus Ihrer Sicht einen Unterschied zwischen urbanen und ländlichen Räum – mit Blick auf diese Fragestellung? Welche sind das?“**

In der Diskussion wurde deutlich, dass es den ländlichen Raum so nicht gibt und es auch keine klare Definition für „den“ ländlichen Raum gibt. Die am Vorhaben Teilhabenden waren sich jedoch einig, dass ländliche Räume Eigenheiten besitzen, die sie gegenüber Großstädten unterscheiden und die für die Beschäftigung mit dem Thema Fairer Handel relevant sind.

Auch wenn die Bevölkerungsdichte nicht allein entscheidend dafür ist, ob Prozesse zur Beförderung des fairen Handels erfolgreich gestartet und gestaltet werden können, spielt die Größe der Kommune eine Rolle. Im Vergleich zu ländlichen Räumen ist der Kreis potenzieller Akteure in Städten deutlich größer, hier erreicht man schneller eine kritische Masse an Interessierten und Akteuren, die das Thema fairen Handel stark machen wollen.

In ländlich geprägten Kommunen kann es diese Akteursgruppen auch geben, die Teilnehmenden berichten jedoch aus verschiedenen Orten, dass es oftmals eine besondere Schwierigkeit darstellt, ausreichend Akteure für einen Prozess zu finden.

Durchgängig berichten die Teilnehmenden von einem anderen Lebensgefühl oder Lifestyle in den ländlichen Räumen. Die Menschen sind sich näher, man kennt sich, persönliche Beziehungen und Vertrauen spielen eine größere Rolle. Das Leben auf dem Land wurde von vielen Menschen bewusst gewählt, oftmals ziehen gerade Familien mit Kindern in die kleineren Kommunen und suchen dieses Lebensgefühl.

Vor diesem Hintergrund beschreiben die Teilnehmenden eine stärkere Distanz vor Ort zum Thema „Fairer Handel“, die Menschen scheinen nicht so affin zu dem Thema zu sein.

Dies wird auf verschiedene Gründe zurückgeführt. Zum einen verstehen die Menschen vor Ort fairen Handel oftmals als regionalen Handel. Regionaler Handel wird gleichgesetzt mit fairen Produktionsbedingungen und Preisen in einem von Mindeststandards abgesicherten Produktionssystem in Deutschland.

Die originäre Fokussierung von Fairtrade auf Produkte des Globalen Südens ist den Menschen oftmals nicht bewusst, der Nutzen von Fairtrade Produkten ist oftmals nicht vollständig klar. Das regionaler Handel und Fairtrade kein Widerspruch sein müssen, wird nicht durchgängig verstanden.

Hinzu kommt, dass ländliche Räume oftmals noch „näher an der landwirtschaftlichen Produktion dran“ sind. Menschen auf dem Land sehen noch die Produktion in der Nachbarschaft, kaufen direkt vor Ort z.B. auf dem Hofladen ein. Das persönliche Vertrauen in die faire (öko-soziale) spielt eine größere Rolle als das abstraktere Vertrauen in Siegel. Der direkte Bezug von regionalen Produkten wird befürwortet und über einen höheren Preis gewertschätzt.

Aus Sicht der Teilnehmenden ist dies interessant, da gerade der Faire Handel als preissensibel eingestuft wird. Dies bedeutet, dass aufgrund der oftmals geringeren Kaufkraft in ländlichen Räumen sowohl Verbraucher als auch Kommunalverwaltung von den teureren Fairtrade-Produkten absehen („das muss man sich ja leisten können“). Gleichzeitig gibt es aber eine deutliche Nachfrage nach regionalen Produkten.



Gleichzeitig ist die Integration von Fairtrade-Produkten in die Gastronomie im ländlichen Raum nach Auffassung der am Vorhaben Teilhabenden deutlich schwieriger.

Es wird angeführt, dass die Dynamik in der Gastronomie in Städten deutlich größer ist, hier gibt es ein breiteres Angebot an gastronomischen Leistungsträgern, die Nachfrage ist ebenfalls breiter. Hinzu kommt, dass das gastronomische Angebot in Städten oftmals weiter ausdifferenziert ist und es spezifische Angebote (bspw. vegetarische, vegane, Bio-Produkte) gibt. Die Integration von Fairtrade-Produkten in diesen Bereichen gestaltet sich leichter, da die Gastronomen affiner sind. Da auch die Kaufkraft in Großstädten höher ist, ist es ebenso leichter höhere Preise für ein entsprechendes gastronomisches Angebot zu bezahlen.

In ländlichen Räumen gestaltet sich die Situation sehr unterschiedlich. Hier besteht schon seit vielen Jahren (nicht erst seit Corona und in den letzten Jahren) ein Rückzug der Gastronomie aus der Fläche. Aktuell wird sogar von einem Gastronomiesterben gesprochen. Die Situation ist für Gastronomen in ländlichen Räumen schwierig, sehr viele Leistungsträger kämpfen ums Überleben. Die Nachfrage nach fairen Produkten ist in diesem Bereich nicht da, entsprechende Angebote werden zum Teil wieder zurückgefahren, da sie nicht angenommen wurden. Andere Teilnehmende in länger bestehenden Prozessen berichten allerdings auch, dass Gastronomen, die seit längerem auf Fairtrade setzen, dabei auch bleiben.

Für den Einstieg ins Thema über den Zertifizierungsprozess Fairtrade-Town bzw. -Landkreis stellt diese Situation in ländlichen Räumen jedoch eine besondere Schwierigkeit dar, müssen doch eine gewisse Anzahl von Gastronomen für die Zertifizierung gewonnen werden.

Als besonderen Unterschied mit Blick auf das Thema Fairtrade wurde von den Teilnehmenden der Ressourcenunterschied in den Verwaltungen zwischen großen und kleinen Städten genannt. Gerade kleine Kommunen scheinen nicht ausreichend Ressourcen zu besitzen, um das Thema voranzubringen.

Verwaltungen sind deutlich kleiner, es gibt weniger Personal, die Aufgabenfülle ist im Vergleich jedoch ähnlich groß. In der Regel findet sich in ländlichen Räumen kein Personal, das sich vor allem um das Thema Fairtrade kümmern kann. Vielmehr wird der Bereich in der Verwaltung mitangedockt, oftmals beim Klimaschutz. Bei der aktuellen Situation der Kommunen (Haushaltsslage, Fachkräftemangel in den Verwaltungen, wenig Handlungsspielräume), wird für den ländlichen Raum in vielen Gesprächen konstatiert, dass „schlicht Kapazitäten“ fehlen.

Darüber hinaus berichten jedoch Teilnehmende aus bestehenden Prozessen, dass es in ländlichen Kommunen durchaus eine sehr erfolgreiche Beschäftigung mit der Thematik gelingen kann, wenn ein besonderes Engagement und ein politischer Wille gegeben sind. Gerade die kleinere Größe, die direkten Wege und die sofortige Sichtbarkeit des Handelns können hier positiv wirken.

**„Die großen Kommunen haben dieselben Probleme, da ist das Grundrauschen ein noch höheres“ (...) „in kleinen Kommunen kennt man sich (...) man steht mehr im Fokus“ (...) (und) hat „sofort eine Resonanz.“**

*(Gisela Stang)*

### ***Hat der ländliche Raum ein anderes Verständnis vom fairen Handel?***

Wie dargelegt, ist in ländlichen Räumen die Nähe zur landwirtschaftlichen Produktion noch sehr spürbar. Das Verständnis von fairem Handel wird stärker mit dem direkten Umfeld verknüpft. Die Teilnehmenden berichten, dass die Rückmeldungen aus ihren Orten zeigen, dass regionaler Handel sehr unterstützt wird und hierunter auch fairer Handel verstanden wird.

Insgesamt scheinen sich die Menschen in den ländlichen Raum schwer mit den verschiedenen Siegeln zu tun, hier besteht nach Auffassung vieler am Vorhaben Teilhabenden mehr Skepsis als Vertrauen in die Strukturen. Oftmals ist den Menschen vor Ort unklar, dass der Faire Handel zunächst auf gerechtere Standards für Produzenten des globalen Südens ausgerichtet war. In Deutschland gibt es bereits viele gesetzliche Standards, die teilweise strenger als Fair-Trade-Kriterien sind. Relevanz des Siegels wird daher im Inland kritisch gesehen.

Auch wenn die Idee des fairen Handels sehr unterstützt wird, berichten die Teilnehmenden von Ermüdungserscheinungen der Menschen hinsichtlich Labels, Logos, Siegel und Zertifizierungsprozessen. Die spezifischen Vorteile des Fair-Trade-Siegels können oft nicht klar wahrgenommen werden. Zudem seien viele Konsumenten auch nicht bereit, für einen unklaren Nutzen höhere Preise zu bezahlen.

### ***Was fördert die Idee vom fairen Handel in ländlichen Räumen?***

Durchgängig in allen Einzelgesprächen wie auch im Online-Meeting am 16.12.2024 wurde herausgestellt, dass „Begeisterung von Menschen“ für das Thema Fairer Handel dieses am stärksten befördert.

Wie bei allen erfolgreichen Prozessen gilt, dass diese von Menschen, die sich einsetzen und andere motivieren, getragen werden. Es gilt also diese Menschen zu finden, zu unterstützen und in ihrem Tun bestmöglich zu begleiten.

***Wenn man für ein Thema brennt (...), dann kriegt man das auch hin. Wenn man das eher als Last, als Hemmnis oder als Vorschrift sieht, dann wird man sich nicht dafür einsetzen. Ich glaube das ist (...)  
der Ansatzpunkt: Wir müssen Leute finden, die für diese Themen brennen und damit kriegt man auch eine Umsetzung hin, auch in einer sehr stark belasteten Verwaltung“***  
*(Rüdiger Holschuh - über die Bedeutung von persönlichem Engagement)*

### ***Was sind Motoren im ländlichen Raum für Fairen Handel?***

In ländlichen Räumen gibt es nach Auffassung der Teilnehmenden verschiedene Motoren, die das Thema Fairer Handel voranbringen. Dabei wird zwischen der kommunalen Ebene und der des Landkreises unterschieden. Auf Landkreisebene wird das Thema Fairer Handel in der Regel politisch gesetzt. Zu Beginn findet sich ein politischer Beschluss, der einen Umsetzungsantrag für die Verwaltung enthält. Die Befassung mit dem Thema wird durch politische Anträge initiiert, die sich oftmals auf gut gelaufene Prozesse im Umfeld beziehen (z.B. Fairtrade-Zertifizierungen von Nachbarkreisen). Initiativen für Fairen Handel kommen hier selten aus der Zivilgesellschaft. Das findet sich eher auf der kommunalen Ebene. Auf Landkreisebene wird dann die Umsetzung in der Regel durch die Verwaltung gesteuert und koordiniert.

Auf kommunaler Ebene finden sich nach Rückmeldungen aus den Gesprächen verschiedene Motoren. Wie auf Ebene der Landkreis kann das Thema durch einen politischen Beschluss gesetzt und anschließend durch die Verwaltung umgesetzt werden. Beobachtet werden kann auch, dass der Impuls direkt von Mitarbeitenden aus der Verwaltung kommt und erst dann eine politische Befassung erfolgt.

Ob man Motoren für das Thema findet ist auch im ländlichen Raum abhängig von Akteursgruppen vor Ort, die hierzu affin sind.

Eine besondere Bedeutung spielen hier jedoch schon immer die Kirchen, die schon früh das Thema getragen haben. Kirchen sind nach wie vor wichtige Akteure, verfügen sie doch über andere Zugänge in die Gesellschaft hinein als Verwaltung und Politik. Allerdings scheint es nach Auffassung der Teilnehmenden auch für Kirchen zunehmend schwieriger, Engagierte für das Thema „Gerechtigkeit für den globalen Süden“ zu finden. Kirchen finden sich in großen Transformationsprozessen, die sie mit zunehmend weniger Gemeindemitgliedern und Ressourcen bewältigen müssen. Sie bleiben daher wichtige Akteure im ländlichen Raum, können jedoch wahrscheinlich nicht in der Breite die zentralen Akteure für die Beförderung des Themas sein. Weltläden sind ebenfalls Motoren für Fairtrade, allerdings finden sich diese eher in Städten oder im ländlichen Raum angegliedert an eine kirchliche Initiative.

Nach Auffassung verschiedener Teilnehmender sollten junge Menschen als Motoren angesprochen werden. Jüngere Menschen scheinen dem Thema offener gegenüber zu stehen, sind aufgeschlossener und oftmals auch bereits globaler in ihrem Leben ausgerichtet. Insbesondere Orte, die über einen höheren Anteil junger Bevölkerung verfügen (z.B. Universitätsstandorte wie Witzenhausen), sind offener für die Thematik.

Schulen und Kindergärten können hier ebenfalls wichtige Impulse setzen, indem sie Kinder früh für das Thema interessieren und entsprechende Impulse auch in die Familien bringen. Fairer Handel als Bildungsauftrag in Schulen wird von verschiedenen Teilnehmenden sehr begrüßt.

Nach wie vor gilt, dass Kommunen– trotz aller beschriebener Schwierigkeiten – auch im ländlichen Raum wichtige Motoren sind und bleiben. Kommen sie ihrer Vorbildfunktion nach, können sie in Summe durch die eigene Beschaffung einen beträchtlichen Effekt für den Fairen Handel und prozessual vor Ort einen Schneeballeffekt auslösen.

Ergänzend wird im Vorhaben andiskutiert, ob große Events als Motoren für das Thema dienen können.

In Oberhessen wird aktuell die Landesgartenschau 2027 vorbereitet. Hier soll der Faire Handel als Querschnittsthema verankert werden. Die Landesgartenschau könnte dann als Präsentationsplattform dienen, sodass viele Gäste und Besucher mit Fairtrade in Kontakt kommen können. Ebenfalls könnte durch die Landesgartenschau ein wichtiger Impuls für faire Produkte gesetzt werden, wenn konsequent nach Vorgabe der öko-sozialen Beschaffung gearbeitet wird.

**Hilft der Einstieg über die Zertifizierung zur Fair-Trade-Town bzw. zum -LK wirklich, das Thema zu befördern?**

Wie bereits an anderer Stelle beschrieben, wird von Teilen der Gesprächspartner auf die Schwierigkeiten mit Siegeln und Zertifizierungsprozessen hingewiesen. In den Gesprächen wird berichtet, dass Akteure (z.B. in Verwaltungen) möglichst minimalen Aufwand im Prozess wünschen, um das Thema im Konzert der wichtigen Themen bearbeiten zu können. Bei möglichst geringem Aufwand, bleibt der Effekt für den Geist des Fairen Handels jedoch überschaubar.

**Was sind Hindernisse für Fair Trade im ländlichen Raum?**

Wie bereits an verschiedenen Stellen ausgeführt, lassen sich als Hindernisse für Fairtrade im ländlichen Raum folgende Aspekte festhalten:

- Vorhandene Skepsis hinsichtlich Fairtrade-Siegel, stärker orientiert an persönlichem Vertrauen (Hofladen, Einzelprojekte)
- Weniger Akzeptanz der Menschen für höhere Preise
- Weniger Ressourcen in Verwaltungen, Aufgabenüberlastung
- Thematische Prioritätensetzung in Kommunen liegt aktuell nicht auf Fairem Handel, auch wenn grundsätzlich das Thema als richtig und wichtig erachtet wird („machen wir, wenn wir mal Zeit haben“)
- Zertifizierungsprozess zu Fairtrade-Town in ländlichen Räumen schwieriger, da Infrastruktur anders organisiert ist. Insbesondere die notwendigen gastronomischen Betriebe können nur schwer gewonnen werden.
- Kleinere Akteurslandschaft als in Städten, weniger Akteure die potenziell für das Thema ansprechbar sind. Bspw. beim Einsatz von Fairen Produkten bspw. in Kitas oder Schulen: abhängig davon, dass Caterer gefunden werden, die dies anbieten. Oftmals im ländlichen Raum schwierig überhaupt einen Caterer zu finden, der die Versorgung übernimmt. Wenn nur ein Anbieter vorhanden ist, dann ist kein Handlungsspielraum da.
- Affine Akteure (z.B. Cafés, Hofläden) haben zum Teil direkte Kooperationen zu Produzenten, die fairen Handel als Ziel aufgreifen, nicht aber zertifiziert sind.
- Aktuell wenig Kapazität bei Politik wie Verbrauchern zu sehen, sich mit dieser Thematik auseinander zu setzen. „Grüne Themen haben keine Konjunktur“.

**Welche Relevanz hat das Thema in ländlichen Räumen in Politik, Zivilgesellschaft und Institutionen? Hat sich das in den vergangenen Jahren verändert? Wichtiger geworden? Weniger wichtig?**

In der Gesprächsrunde wurde von den Teilnehmenden festgehalten, dass sich die Relevanz des Themas in den letzten Jahren verändert hat. Es ist eher schwieriger geworden, Fairtrade in der Vielzahl der wichtigen Themen im ländlichen Raum zu positionieren. Andere Themen werden als wichtiger eingeschätzt (z.B. kommunale Wärmeplanung) und politisch und in der Verwaltung priorisiert.

Zudem wird darauf hingewiesen, dass die aktuell schwierige wirtschaftliche Situation mit hohen Preisen dazu führt, dass die Menschen stärker preissensibel reagieren. Ein breites Umdenken in der Masse wird aktuell nicht erwartet.

**Muss sich bei der Idee des Fairen Handels in der Kommunikation und Vermittlung im ländlichen Raum etwas ändern? Wenn ja, was wäre das?**

Von den Teilnehmenden wird darauf hingewiesen, dass die engagierte Bildungsarbeit zum Fairen Handel weitergeführt werden sollte. Rhein.Main.Fair bietet hier viel Unterstützung, die von den Teilnehmenden gerne angenommen wird.

**„Ich denke es ist ganz wichtig, dass man immer wieder informieren muss“ (...) „durch entsprechende Veranstaltungen, durch Informationen in den Medien usw. sagen muss, warum machen wir (Fairtrade), warum ist der faire Handel so wichtig?“ „Aufzeigen, dass der Kaffee, den wir morgens trinken, wenn er fair gehandelt ist, nur unwesentlich mehr kostet als der konventionell produzierte (Kaffee und) auf die Auswirkungen hinweisen.“**

*(Karin Lichtblau zu Problemen und Möglichkeiten im ländlichen Raum)*

Andiskutiert werden in den Gesprächen und in den Online-Veranstaltungen folgende Ansätze zur Kommunikation:

- Bodenständigere Kommunikation zu Fairtrade, die im ländlichen Raum anschlussfähiger ist.
- Keine Anglizismen, keine hippen Wortschöpfungen.
- In der Kommunikation weiter persönlicher werden, Gesichter sprechen lassen, weniger Kommunikation über Siegel führen.
- Kommunikation auf die Ergänzung von regionalem Handel und Fairtrade legen.
- Herausstellen, dass das kein Widerspruch sein muss. Fokus auf Produkte des Globalen Südens legen. Botschaft: Kaufe vor Ort regionale Produkte, Produkte, die es hier nicht gibt, kaufe als Fairtrade-Produkte.
- Flyer mit einer Übersicht zu den verschiedenen Siegeln ergänzend anbieten.

## 4. Fazit

**„Wie bekommen wir die Kommunen im Ländlichen Raum dazu mehr auf den Fairen Handel zu setzen bzw. diesen zu befördern?“**

Wie die Gesprächsergebnisse zeigen, scheint das Thema Fairtrade für Kommunen in ländlichen Räumen oftmals hinter anderen Themen zurückzustehen, die als dringender erachtet werden. Dennoch sind sich die Gesprächsteilhabenden einig, dass es weiterhin richtig und wichtig ist, sich für mehr Nachhaltigkeit und faire Produktions- und Beschaffungsprozesse einzusetzen. Erfolgreiche Prozesse und neue Initiativen wie die Positionierung von Fairtrade in der Landesgartenschau 2027 zeigen, dass bei Engagement und politischem Wille auch im ländlichen Raum Fairer Handel gezielt gefördert werden kann.

Gerade im ländlichen Raum kann die Nähe zur landwirtschaftlichen Produktion ein Hebel sein, über eine gute Kombination von regionalem Handel und Fairtrade-Produkten des globalen Südens ein größeres Bewusstsein für faire und gerechte Produkte zu schaffen.

**„Ich glaube, man hat im Moment wirklich eine gute Situation, eine gute Chance, Handel im ländlichen Raum kreativer zu gestalten“ (...)** „Wir haben (...) im ländlichen Raum die Ressourcen und die Möglichkeiten, Fairen Handel, mit bewussterem Einkaufen, mit bewussterer Information der Verbraucherinnen und Verbraucher (..) auszugestalten.“  
(Rüdiger Holschuh zu Chancen der ländlichen Regionen).

Wichtig ist aber dabei auch, in der Kommunikation und Sprache anschlussfähig an das Lebensgefühl im ländlichen Raum zu sein. Bodenständige Kommunikation, keine Anglizismen und neue Wortschöpfungen, konkrete und direkte Kommunikation scheinen hier von den Menschen stärker gewünscht zu werden.

Der Einstieg von ländlich geprägten Kommunen und Landkreisen über einen Zertifizierungsprozess wird zum Teil kritisch gesehen. Auf der einen Seite stellt ein vorgegebener und vergleichbarer Prozessrahmen einen Weg in die Beschäftigung mit Fairtrade dar. Dies ist hilfreich für eine politische Initiative und anschließende Umsetzung des Prozesses durch eine Steuerungsgruppe, die von Verwaltung begleitet wird. So ist es möglich, über diesen ersten Einstieg sich grundsätzlicher mit der Thematik zu beschäftigen. Unterstützungsangebote, bspw. durch Rhein.Main.Fair, helfen diesen Weg zu beschreiten.

Auf der anderen Seite geht der vorgegebene Zertifizierungsprozess davon aus, dass die Unterschiedlichkeit von Räumen allein über Größe bzw. Anzahl von Partnern abgebildet werden kann. Ländliche Räume haben aber zum Teil andere Ausgangsbedingungen, wie das Beispiel der Gastronomie zeigt. Zu prüfen wäre daher, ob Anpassungen für ländliche Kommunen denkbar sind.

Die Bildungsarbeit und die kontinuierliche Information der Bevölkerung und der Akteure bleibt weiterhin zentraler Baustein in der Beförderung der Thematik. Gerade in einer Zeit, in der eine Vielzahl drängender Themen auf der Agenda stehen, ist es wichtig an die Bedeutung von Gerechtigkeit im globalen Handel zu erinnern. Auch wenn nachfolgendes Zitat gilt, kann man es doch weiterhin versuchen:

**„Wir können nicht ehrenamtlich versuchen die Welt zu retten, die hauptamtliche von vielen Menschen in den Zustand gebracht wird, in der sie gerade ist.“**  
(Gisela Stang)