

Konzept<sup>1</sup>

## Rheingau-Taunus-Fairtradekreis



„Vielfalt ist unsere Stärke - Kultur, Geschichte, Wein & Wald“

---

<sup>1</sup> Das RTK FAIR Konzept basiert auf dem Konzept von Rhein.Main.Fair - vgl.a. S. 24

Abb:<sup>2</sup>

## Inhalt

### Vorwort

#### 1. Projekt-Hintergrund

Fairer Handel und die Kampagne Fair Trade Towns<sup>3</sup>

Fairer Welthandel & Fluchtursachen

Der Blick aufs Ganze - die Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs<sup>4</sup>)

Fair Trade Towns im Rheingau Taunus Kreis

Im Rheingau-Taunus-Kreis zuhause

#### 2. Leitbild

Mission - Warum wir existieren

Werte - Was uns wichtig ist

Vision - Was wir sein wollen

#### 3. Ziele

Darstellung konkreter, umsetzbarer und nachprüfbarer Ziele

#### 4. Strategie

Wie wollen wir diese Ziele erreichen (Strategie<sup>5</sup>, bzw. Business Model<sup>6</sup>)

An welche Zielgruppen<sup>7</sup> richten sich die Maßnahmen

Stellschrauben für Nachhaltigkeit

#### 5. Maßnahmen / Aktivitäten

Darstellung konkreter, umsetzbarer Maßnahmen

---

<sup>2</sup> Quelle: <https://www.ev-jugend-westfalen.de/einzelansicht/news/detail/News/mitmachen-ich-wills-fair/>

<sup>3</sup> Kampagne Fairtrade Towns - vgl. <https://www.fairtrade-towns.de/nc/startseite/>

<sup>4</sup> SDGs - Sustainable Development Goals / <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

<sup>5</sup> Unter Strategie werden die längerfristig geplanten Verhaltensweisen von Organisationen zur Erreichung ihrer Ziele verstanden. [https://de.wikipedia.org/wiki/Strategie\\_%28Wirtschaft%29](https://de.wikipedia.org/wiki/Strategie_%28Wirtschaft%29)

<sup>6</sup> die Beschreibung von Geschäfts- oder Organisationsmodellen helfen, die Schlüsselfaktoren des Organisationserfolges oder Misserfolges zu verstehen, zu analysieren und zu kommunizieren

<sup>7</sup> Die Grundlage zur Zielgruppenfindung ist die Marktsegmentierung. Als Zielgruppe kann jede Art von Anspruchsgruppe gelten. <https://de.wikipedia.org/wiki/Zielgruppe>

## 6. Organisation

### Vorwort

Das Konzeptpapier RTK FAIR soll als interne Arbeitsgrundlage den Mitgliedern des RTK Steuerkreises Fairtrade Orientierung bieten und neuen Mitgliedern helfen, schneller in die Problematik Fairtrade & Fairer Handel im RTK hinein zu finden. Das Konzept soll den jeweils aktuellen Entwicklungsstand und die Ziele des Projekts Fairtrade im Rheingau-Taunus-Kreis zusammenfassend beschreiben. Das Papier basiert auf dem Konzept von Rhein.Main.Fair - Auf dem Weg zur Fairen Metropolregion, in deren Konzept AG wir aktiv beteiligt waren und welches nun für unseren Landkreis konkretisiert werden soll. Dieses zusammenfassende Arbeitspapier (RTK FAIR Strategie) hat der Steuerkreis als Leitfaden für seine zukünftige Arbeit in der Sitzung vom 30. Mai 2017 einstimmig beschlossen.

### 1. Projekthintergrund: Fairer Handel & Rheingau-Taunus Fairtradekreis

#### Fairer Handel<sup>8</sup>

... „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 Produzent/innen und Arbeiter/innen** – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen **Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung**. Fair Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit Verbraucher/innen - für die Unterstützung der Produzent/innen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“<sup>9</sup>

Der Faire Handel hat den Weg bereitet, der die VerbraucherInnen ermutigt und befähigt hat, die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Konsequenzen ihres Kaufverhaltens wahrzunehmen. Wir wollen dazu beitragen, dieses Bewusstsein durch Kampagnen, Aktionen und Schulungsveranstaltungen im Rheingau-Taunus-Kreis auszubauen.

---

<sup>8</sup> [http://www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was\\_ist\\_fairer\\_handel/fairtrade\\_Grundsatz\\_Charta\\_des\\_fairen\\_Handels.pdf](http://www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was_ist_fairer_handel/fairtrade_Grundsatz_Charta_des_fairen_Handels.pdf)

<sup>9</sup> FINE-Grundlagenpapier Fairer Handel, 2001/ <http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition/>

## Was ist die Fairtrade Town Kampagne<sup>10</sup>

Die Kampagne Fairtrade-Towns ist eine weltweite Kampagne, die in Deutschland von TransFair e.V. getragen wird. TransFair e.V. ist ein gemeinnütziger Verein und vergibt das weltweite anerkannte Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte. Die Kampagne bringt unterschiedliche Akteure aus Handel, Politik und Zivilgesellschaft zusammen. Weitere Akteure innerhalb der Kampagne sind als Vertreter des *integrierten* Fairen Handels das Forum Fairer Handel sowie der Weltladen Dachverband.

Fairtrade-Towns fördern gezielt den Fairen Handel auf kommunaler Ebene und sind das Ergebnis einer erfolgreichen Vernetzung. In Gemeinden, Städten und Landkreisen wird eine lokale Steuerungsgruppe gebildet, die die Kampagne koordiniert. Diese setzt sich aus Vertretern von Verwaltungen, Kirchen, Wirtschaft, NGOs, Bildungseinrichtungen, Medien und der Zivilgesellschaft zusammen, die sich gemeinsam für den Fairen Handel stark machen.

Und das nicht ohne Grund, denn das Thema Fairer Handel liegt im Trend: In Deutschland wächst zunehmend das Bewusstsein für gerechte Produktionsbedingungen, sowie soziale und umweltschonende Herstellungs- und Handelsstrukturen.

Auf kommunaler Ebene spielt der Faire Handel in allen gesellschaftlichen Bereichen eine wichtige Rolle, zunehmend auch bei der öffentlichen Beschaffung.

### Die Fairtrade-Towns Kampagne bietet:

- Startschuss für ein faires, nachhaltiges Engagement in Ihrer Kommune
- Übernahme sozialer Verantwortung
- Positionierung als innovative und weltoffene Kommune oder Region
- Anstoß für interessante Projekte neuer Kooperationspartner
- Vorbildfunktion für Bürgerinnen und Bürger
- Umsetzung von Aktivitäten im Rahmen der Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs)
- Impuls für das Thema nachhaltige Beschaffung
- Teilhabe am Netzwerk bestehender Fairtrade-Towns
- Internationale Vernetzung mit über 2200 Fairtrade-Kommunen in über 26 Ländern

---

<sup>10</sup> <https://www.fairtrade-towns.de/fairtrade-towns/was-sind-fairtrade-towns/>

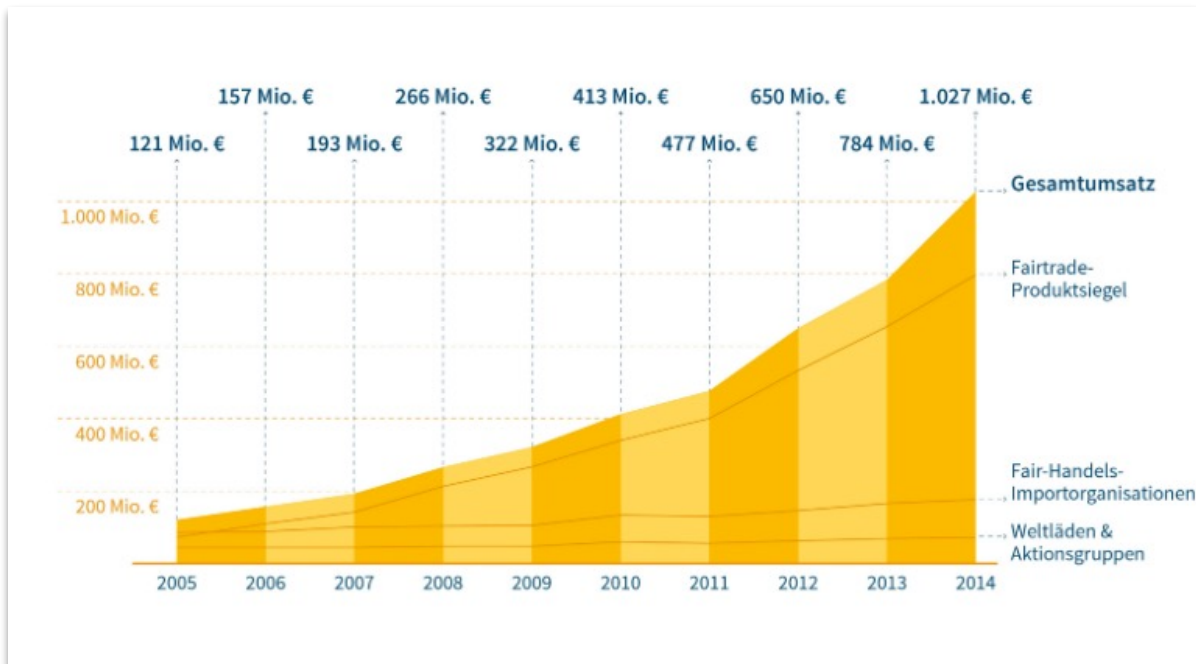
**Aktuell gibt es im Rheingau-Taunus Fairtradekreis folgende Fairtrade Towns (FTT):**

- Heidenrod
- Idstein
- Oestrich-Winkel
- Walluf

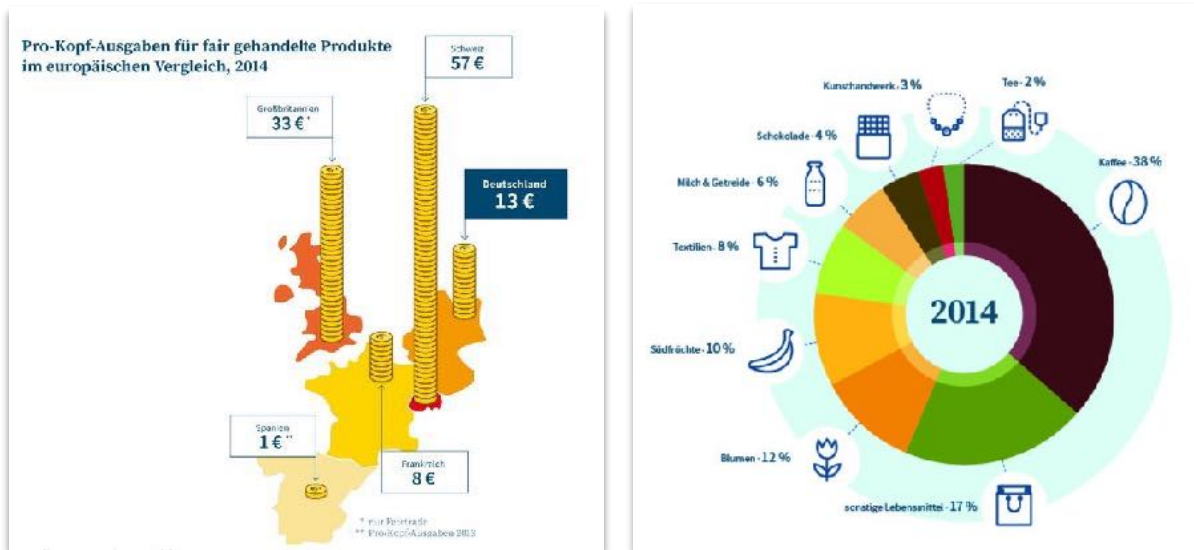
**und folgende Fairtrade Schools (FTS)**

- IGS Wallrabenstein, Hünstetten
- Limeschule, Idstein
- Montessori Schule, Idstein

**Zahlen & Fakten zum Thema, vgl. Grafiken<sup>11</sup>**



<sup>11</sup> Grafiken von Forum Fairer Handel - <http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/zahlen-fakten/>



### Ausgangspunkt & Arbeitsschwerpunkte:

Die FTT-Kampagne ist der Kern unserer Bemühungen und Aktivitäten. Wir betrachten das Erreichen der Auszeichnung zum Fairtrade Landkreis als erste wichtige Stufe auf einer langen Treppe in Richtung Nachhaltigkeit, deren Ende wir mit dem Umsetzen der SDGs 2030 hoffentlich näher gekommen sind.

Aktuell gibt es neben dem wieder ausgezeichneten Rheingau-Taunus Fairtradekreis vier (4) ausgezeichnete Fairtrade Towns (FTT): Heidenrod, Idstein, Oestrich-Winkel & Walluf.

Die Kommunen:

- Aarbergen
- Eltville
- Hünstetten
- Taunusstein
- Niedernhausen

befinden sich zur Zeit auf dem Wege zur Fairtrade Town.

Weiterhin gibt es bisher drei (3) ausgezeichnete Fairtrade Schools (FTS):

- IGS Wallrabenstein
- Limeschule Idstein
- Montessori Schule Idstein.

Im Januar 2017 haben wir zwei (2) Hochschulen im Kreis angesprochen, Fairtrade Universities (FTU) zu werden: die Hochschule Fresenius, Idstein und die Hochschule Geisenheim University, Geisenheim. Die Hochschule Fresenius hat einen Beschluss gefasst und sich auf den Weg gemacht, die 1. Fairtrade University in Hessen zu werden.

Wir haben bisher eine gute Basis geschaffen - der RTK ist Fairtrade Kreis - auf der wir aufbauen können, um alle Kommunen, Schulen und Universitäten im Landkreis zu überzeugen, auch mitzumachen. Bei den Kommunen haben wir aktuell einen Zielerreichungsgrad von 28.74%, d.h. Einwohner, die im RTK schon in ausgezeichneten Fairtrade Towns leben. Unser Ziel ist es, 100% zu erreichen. Diese Zielmarke streben wir auch bei Schulen & Universitäten an.

### **Fairer Welthandel & Fluchtursachen<sup>12</sup>**

Entwicklungsminister Gerd Müller hat angesichts der wachsenden Flüchtlingsströme in der Welt mehr Fairness und Gerechtigkeit zugunsten der ärmeren Länder gefordert. **„Statt Freihandel müssen wir einen Fairhandel schaffen“** und im Welthandel eine global ausgleichende Gerechtigkeit zwischen armen und reichen Ländern zu fördern.

Nötig sei eine globale Partnerschaft, ein Interessenausgleich zwischen Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländern, schrieb er im „Handelsblatt“. Müller führte an, dass 20 Prozent der Menschheit derzeit 80 Prozent der Ressourcen verbrauchen. Zudem litten unter dem Klimawandel gerade die besonders, die dazu am wenigsten beigetragen hätten. Wenn diese Ungleichgewichte nicht korrigiert würden, drohten weitere Flüchtlingsbewegungen.

---

<sup>12</sup><http://www.euractiv.de/section/entwicklungspolitik/news/entwicklungsminister-muller-will-mit-fairem-handel-fluchtlingskrisen-vermeiden/>



## Im RTK - Rheingau-Taunus-Kreis zuhause:

### „Vielfalt ist unsere Stärke - Kultur, Geschichte, Wein & Wald“

- *UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal*
- *Straußwirtschaften - eine Rheingauer Institution*
- *Heimat der Romantik - der Rudesheimer Niederwald*
- *Ora et labora - Das Kloster Eberbach*
- *Benediktinerinnen Abtei St. Hildegard, Rudesheim*
- *UNESCO-Welterbe Limes*
- *Die heimliche Hauptstadt - Naussauische Residenzstadt Idstein*
- *Fachwerkstadt - ein Kleinod mit Hexenturm*
- *umgeben von ausgedehnten Wäldern, den größten in Hessen*
- *Naturpark Rhein-Taunus - für Wild & Wanderer*
- *Limes Premium Wanderweg*
- *Archehof-Region Taunus*
- *Fairtrade Landkreis*



## Kritisch auf das große Ganze hinweisen

Vor dem bisher skizzierten Hintergrund will auch der Rheingau-Taunus-Kreis dazu beitragen, bis 2030 die Ziele für Nachhaltige Entwicklung<sup>13</sup> (SDGs) umzusetzen:



die 17 Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs)

<sup>13</sup> Quelle:

<http://www.wri.org/sites/default/files/uploads/SDGs-GlobalGoalsForSustainableDevelopment-05.jpg>

## 2. Leitbild<sup>14</sup> - Rheingau-Taunus-Fairtradekreis

*„Natürlich interessiert mich die Zukunft. Ich will schließlich den Rest meines Lebens darin verbringen.“* Mark Twain

### **Unsere Ziele sind Faire Globalisierung und weltweite Gerechtigkeit**

Die weltweite Globalisierung ist eine Tatsache, der Handel über alle Grenzen hinweg eine Selbstverständlichkeit. Doch mit der gleichen Selbstverständlichkeit, mit der wir weltweit produzierte Waren konsumieren, sollten wir uns auch darum sorgen, wie diese Waren hergestellt werden. Denn es ist eine Tatsache, dass die meisten dieser Menschen für den Kaffee und die Schokolade, die wir genießen oder für die Baumwolle in unserer Kleidung noch immer unter ausbeuterischen Bedingungen arbeiten und leben müssen. Daher fördern wir den Fairen Handel (Fair Trade), Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) und unterstützen Kampagnen zur Erreichung dieser Ziele.

### **Der Rheingau-Taunus-Kreis (RTK) fördert Bio-Anbau<sup>15</sup>, Fairen Handel, regional produzierte Waren & nachhaltigen Konsum**

Wir möchten die Bürgerinnen und Bürger, Politik, Wirtschaft und Verwaltung im Landkreis von der Notwendigkeit nachhaltiger Verhaltens- und Konsumgewohnheiten überzeugen und die Bedeutung des BioFairen Handels<sup>16</sup> stärken („Öko & Fair ernährt mehr!“<sup>17</sup>), um den ausbeuterischen Bedingungen etwas entgegenzusetzen. Daher wäre es wünschenswert, die Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) in allen Bildungseinrichtungen des Kreises zu verankern. Wir wollen zu globaler Gerechtigkeit beitragen, zumal auch unsere Region wirtschaftlich durch ihre Internationalität profitiert.

---

<sup>14</sup>Leitbild : „Ein Leitbild beschreibt die Mission, die Werte und die Vision einer Organisation“ und bildet den „Rahmen für Strategien, Ziele und operatives Handeln“ - <https://de.wikipedia.org/wiki/>

<sup>15</sup>[http://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/\\_Texte/VeroeffentlichungZukunftsstrategieOekologischerLandbau.html](http://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/VeroeffentlichungZukunftsstrategieOekologischerLandbau.html)

<sup>16</sup><https://www.oekolandbau.de/verbraucher/wissen/bio-fair/kampagne-oeko-fair-ernaehrt-mehr/>

<sup>17</sup> <https://www.oekolandbau.de/verbraucher/wissen/bio-fair/kampagne-oeko-fair-ernaehrt-mehr/>

Nur durch BioFairen Handel<sup>18</sup> profitieren auch die Menschen in den Ländern des armen Südens, sowie die Bio-Produzenten<sup>19</sup> vor Ort (Direktvermarkter<sup>20</sup>) im Landkreis selbst, die für uns produzieren.

## **Der Faire Handel leistet einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung**

Produkte aus Fairem Handel nützen auch uns Verbrauchern durch ihre nachhaltige Produktion. So stammt beispielsweise 80% des fair gehandelten Kaffees, der in Deutschland auf den Markt kommt, aus ökologischem Landbau<sup>21</sup> und fördert u.a. den Klimaschutz. Einen aktuellen Bezug haben diese Aspekte durch die neuen, im Herbst 2015, von den Staaten der UN beschlossenen, nachhaltigen Entwicklungsziele, die von allen angeschlossenen Staaten, also auch der Bundesrepublik Deutschland, bis 2030 erreicht werden sollen. Die Umsetzung dieser Ziele soll dafür sorgen, nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicher zu stellen, menschenwürdige Arbeit für alle zu fördern und Städte und Kommunen nachhaltig zu machen<sup>22</sup>. Zur Verwirklichung all dieser nachhaltigen Entwicklungsziele kann auch der Rheingau-Taunus-Kreis beitragen. Denn nur durch ein faires, nachhaltiges Wirtschaften, das soziale, ökonomische und ökologische Aspekte gleichermaßen (*Bio.Regio.Fair*)<sup>23</sup> berücksichtigt, werden wir globale Gerechtigkeit erreichen und unser Klima langfristig schützen können.

---

<sup>18</sup> Zukunftsstrategie ökologischer Landbau - Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie in Deutschland,

<sup>19</sup> Mehr BIO IN KOMMUNEN - <https://www.biostaedte.de/mehr-bio-in-kommunen/praxisleitfaden.html>

<sup>20</sup> Natur - Das Magazin für Natur, Umwelt und besseres Leben / Essen vom Bauernhof (Hofläden decken Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln mit neuen Ideen ...) - Ausgabe 03/17

<sup>21</sup> Fairer Handel & Nachhaltigkeit - nachzulesen unter:[https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/dateien/publikationen/materialien\\_des\\_ffh/fairer\\_handel\\_und\\_nachhaltigkeit.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/materialien_des_ffh/fairer_handel_und_nachhaltigkeit.pdf)

<sup>22</sup> Fairtrade und die SDGs oder wie der Faire Handel zum Erreichen der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung beitragen kann, nachzulesen unter: [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user\\_upload/materialien/allgemein/2015\\_Fairtrade\\_und\\_die\\_SDGs.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/materialien/allgemein/2015_Fairtrade_und_die_SDGs.pdf)

<sup>23</sup> Bio.Regio.Fair - aus Bayern: bio – regional – fair 4. Auflage 2015 [www.bioregionalfair-bayern.de](http://www.bioregionalfair-bayern.de)

## **Auszeichnung des Rheingau-Taunus-Kreises auf Basis der Fairtrade-Town Kampagne<sup>24</sup>**

Mit der Auszeichnung des Rheingau-Taunus-Kreises zum Fairtrade Landkreis haben wir die Basis geschaffen, sowohl das Thema Nachhaltigkeit als auch menschenwürdige Arbeitsbedingungen durch Fair Trade stärker in der Region zu verankern und Beschaffung & Konsum fair gehandelter Produkte bei allen Akteuren auszubauen. Dabei gehen Städte und Gemeinden, wie auch Kirchengemeinden mit gutem Beispiel voran, denn nur, wenn alle gemeinsam - auch wir im RTK - unseren Beitrag zur Umsetzung dieser Ziele leisten, wird unsere Welt zukunftsfähig.

## **Die Rheingau Taunus Fairtradekreis ist medial präsent**

Der Rheingau Taunus Fairtradekreis will die Menschen durch verstärkte mediale Präsenz in der Region davon überzeugen, sich mehr für den Konsum nachhaltiger und fair gehandelter Waren zu entscheiden. Wir versuchen, alle Bevölkerungsteile anzusprechen, wie auch Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Kultur zur Mitwirkung zu gewinnen und Einfluss auf wichtige gesellschaftliche Entscheidungen zu nehmen. Dies gelingt durch starke mediale Präsenz, die bewirkt, dass unser Anliegen in der Öffentlichkeit stärker wahrgenommen wird.

## **Bio.Faires Netzwerken im Rheingau-Taunus-Kreis**

Schlussendlich erzeugt der Rheingau Taunus Fairtradekreis eine gute Vernetzung unter den beteiligten Akteuren, die sowohl sich selbst, als auch das *Bio.Regio.Fair Netzwerk*<sup>25</sup> - eine Initiative der Hessischen Landesregierung - in seinem Vorhaben stärken. Wir kooperieren u.a. mit dem Entwicklungspolitischen Netzwerk Hessen e.V. bei Veranstaltungen zur Information, Schulung von Kommunen und Erfahrungsaustausch (best practice), denn nur gemeinsam können wir die nachhaltigen Entwicklungsziele im Rheingau-Taunus-Kreis umsetzen.

Zum Leitbild gehört auch ein „**Slogan**“:

**„Vielfalt ist unsere Stärke - Kultur, Geschichte, Wein & Wald“**

---

<sup>24</sup> mehr unter: <https://www.fairtrade-towns.de/nc/startseite/>

<sup>25</sup> bio – regional – fair 4. Auflage 2015 - [www.bioregionalfair-bayern.de](http://www.bioregionalfair-bayern.de)

### 3. Ziele

#### 3.1 Die UN-Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs<sup>26</sup>) sind unsere langfristigen Ziele

Alle 17 UN-Ziele sind für uns wichtig, auf die folgenden hat der Faire Handel besonderen Einfluß:

Ziel 2: Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit herstellen, nachhaltige Landwirtschaft fördern

Ziel 4: Eine inklusive, faire & hochwertige Bildung, sowie lebenslanges Lernen für Alle

Ziel 5: Geschlechtergerechtigkeit & Selbstbestimmung für alle Frauen & Mädchen erreichen

Ziel 8: Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit für Alle fördern

Ziel 11: Städte und Kommunen nachhaltig machen

Ziel 12: Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Ziel 13: Den Klimawandel bekämpfen

(die konkreten Zielvorgaben per SDG finden Sie unter: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>)

#### 3.2 Unsere kurz- + mittelfristigen Ziele im Rheingau-Taunus-Kreis (1-3 Jahre)

Die von uns formulierten Ziele für den Rheingau-Taunus-Kreis (RTK Fair) sollen machbar und überprüfbar sein. Der quantitative Rahmen (Ausgangsbasis) für unsere Ziele wurde durch die FTT-Kampagne definiert: die durch Transfair e.V. (Fairtrade Deutschland) vorgeschriebenen Zahlen für die Auszeichnung zur Fairtrade Town<sup>27</sup>: **die 5 Kriterien.**

---

<sup>26</sup> [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user\\_upload/materialien/allgemein/2015\\_Fairtrade\\_und\\_die\\_SDGs.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/materialien/allgemein/2015_Fairtrade_und_die_SDGs.pdf)

<sup>27</sup> <https://www.fairtrade-towns.de/mitmachen/die-fuenf-kriterien/>

## Wir streben an, diese Zahlen nach Zielerreichung jährlich um 3% zu steigern

Die 3% beziehen sich auf die Anzahl der kommunalen Gebietskörperschaften insgesamt, wie auch auf die innerhalb jeder einzelnen Gebietskörperschaft mitwirkenden Akteure (Kommunale Verwaltungen, Unternehmen, Schulen, Kirchen, Vereine, NGOs) und auf das jeweils angebotene oder verwendete Sortiment von Fairtrade-Artikeln.

Wir wollen versuchen, alle Akteure auf freiwilliger Basis von diesen Zielen zu überzeugen:

- Der RTK möchte alle 2 Jahre seine Auszeichnung zum Fairtrade Landkreis erneuern;
- Der RTK möchte mithelfen, dass bis 2020 alle RTK-Kommunen Fairtrade Towns sind;
- Die jährliche Steigerungsrate von FTS<sup>28</sup> im RTK beträgt ab 2017 => 2 p.a.;
- Die jährliche Steigerungsrate der Akteure pro FTT im RTK beträgt ab 2017 => 3%;
- Die jährliche Steigerung von fair gehandelten Produkten pro Akteur ab 2017 => 3%;
- Die jährliche Steigerung von Fairtrade-Kirchengemeinden beträgt ab 2017 => 3%;
- Die jährliche Steigerung des Fairen Handels im RTK beträgt ab 2017 => 3%;
- Die Beschaffung von BioFair-Produkten soll in den Vergaberichtlinien des RTK verankert werden<sup>29</sup>;
- Die Beschaffung von BioFair-Produkten soll in den Vergaberichtlinien der FTTs verankert werden;
- Die Beschaffung von BioFair-Produkten soll in den Vergaberichtlinien der FTSs verankert werden;
- Die Anzahl der kommunal beschafften Fairtrade Produkte steigt pro Jahr um wenigstens um 3<sup>30</sup>;
- Die RTK-FAIR Website als Kommunikationsplattform 2017 weiter ausbauen;
- Weitere Schlüsselakteure im RTK in 2017 gewinnen;

---

<sup>28</sup> Fairtrade Schools (FTS) - <https://www.fairtrade-schools.de/>

<sup>29</sup> Mehr BIO in Kommunen - [www.biostaedte.de](http://www.biostaedte.de)

<sup>30</sup> vgl.a. Zielvereinbarung Nachhaltige Beschaffung /Einkauf - [www.hessen-nachhaltig.de](http://www.hessen-nachhaltig.de) - (Anlagen)

## 4. Strategie & Zielgruppen

### 4.1 Strategie - Mit welcher Strategie wollen wir unsere Ziele erreichen?

#### **Die Umsetzung: verschiedene Fair-Handels-Ansätze nutzen**

Fair-Handels-Produkte sind Güter und Dienstleistungen, die nach Fair-Handels-Grundsätzen hergestellt, gehandelt und verkauft werden und - wo immer möglich - durch glaubwürdige, unabhängige Kontrollsysteme überprüft werden. Alle Fair-Handels-Produkte stammen von ProduzentInnen und ArbeiterInnen, die sich den Fair-Handels-Grundsätzen verpflichten. In der sich anschließenden Lieferkette werden sie durch **zwei verschiedene, aber komplementäre Kanäle** gehandelt und vermarktet:

#### **A. Die integrierte Lieferkette**

... die Produkte werden von Organisationen importiert bzw. vertrieben, denen es bei ihrer Mission und ihren Aktivitäten hauptsächlich um Fairen Handel geht, den sie als Mittel zur Entwicklung nutzen, um benachteiligte ProduzentInnen zu unterstützen und Armut zu bekämpfen, und die die Vermarktung mit Bewusstseinsbildung und Kampagnenarbeit verknüpfen.

#### **B. Die Produktzertifizierung**

... wobei nach internationalen Standards zertifizierten Produkten bescheinigt wird, dass sie in Übereinstimmung mit den spezifischen Anforderungen der internationalen Standards produziert, gehandelt, verarbeitet und verpackt wurden.

**Unsere Strategie ist die konsequente Umsetzung der Fairtrade-Towns Kampagne, die offen ist für beide Ansätze (Kanäle A & B);**

## 4.2 Die Fairtrade Kampagnen & der Aktions-Zyklus im Jahresverlauf

Die Motto der Jahreskampagne 2018:

Fairtrade. Es beginnt mit Dir!

Es gibt jährlich 3 Hauptaktionen:

- Faire Blumen
- Faires Frühstück
- Faire Woche

& ergänzende kommunale - Aktionen:



### Jahresüberblick Kampagnen & Aktionen

- Fairtrade - Rosenaktion - Februar/März 2018
- Faires Frühstück - Mai 2018
- Faire Woche - September 2018

Unterstützt wird diese Strategie durch die ergänzenden ganzjährigen Fairtrade Basis-Kampagnen:

- **Fairtrade School<sup>31</sup> Kampagne**

„Die Kampagne Fairtrade-Schools wird von TransFair getragen und bietet Schulen die Möglichkeit, sich aktiv für eine bessere Welt einzusetzen und Verantwortung zu übernehmen. Mit dem Titel "Fairtrade-School" können Schulen ihr Engagement nach außen tragen. Mit einem weltverknüpften Lernen und einem Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung erreicht die Kampagne positive Einflüsse für die gesamte Gesellschaft.“

<sup>31</sup> <https://www.fairtrade-schools.de/>



- **Fairtrade University Kampagne<sup>32</sup>**

*„Hochschulen in Deutschland können sich seit dem Sommersemester 2014 für ihr Engagement rund um den fairen Handel bei Fairtrade Deutschland um den Titel Fairtrade-University bewerben. Die Kampagne fördert das Bewusstsein für den fairen Handel auf dem Campus, verbunden mit der konkreten Umsetzung von Aktivitäten. Die Studierendenschaft, die Verwaltung sowie die gastronomischen Betriebe und Geschäfte der Hochschule setzen sich dabei für ein gemeinsames Ziel ein. Alle Hochschulen in Deutschland können sich an der Kampagne beteiligen.“*

und die jährlichen, saisonalen Fairtrade-Aktionen<sup>33</sup>:

- **Fairtrade Rosenaktion**

*„Der Großteil der Schnittblumen- und Pflanzenproduktion erfolgt in Entwicklungsländern. Für diese Länder spielt die Blumen- und Pflanzenindustrie eine sehr wichtige Rolle, denn sie bringt benötigte Devisen ins Land und bietet tausenden Arbeitskräften einen Arbeitsplatz. Oft kennen sie ihre Rechte als Arbeitnehmer nicht, niedrige Löhne, und mangelnde Arbeitssicherheit verschlechtern die Situation. Fairtrade stärkt ihre Position. Dabei sind die Fairtrade-Standards das Werkzeug, um Entwicklung voranzubringen. Dazu gehören Arbeitsschutz, der Weg von Mindestlöhnen hin zu existenzsichernden Löhnen, Versammlungsfreiheit und Umweltkriterien.“<sup>34</sup>*

- **Faires Frühstück & Celebrate Fairtrade**

*„Celebrate Fairtrade lautet das Motto der World Fairtrade Challenge 2018. Gemeinsam mit allen Fairtrade-Unterstützerinnen und -Unterstützern möchten wir die Erfolge im fairen Handel feiern und uns den Herausforderungen stellen. Rund um den Globus finden zur World Fairtrade Challenge Aktionen zum fairen Handel statt: die Einladung zum Fairtrade-Kaffee, ein Fairtrade-Frühstück oder ein Fest im Freien. Daheim mit der Familie, mit Freunden bei einem Picknick, mit Arbeitskollegen in der Pause, in der Schule oder Universität oder als großes öffentliches Fest.“<sup>35</sup>*

---

<sup>32</sup> <https://www.fairtrade-towns.de/fairtrade-universities/>

<sup>33</sup> <https://www.fairtrade-deutschland.de/fuer-unternehmen/unsere-service/aktivitaetenplan.html>

<sup>34</sup> <https://www.fairtrade-deutschland.de/aktiv-werden/aktuelle-aktionen/flower-power/fairtrade-blumen.html>

<sup>35</sup> <https://www.fairtradechallenge.org/de/startseite/>

- **Die Faire Woche**

*„Die Faire Woche ist die größte Aktionswoche zum Fairen Handel in Deutschland. Sie wird seit 2003 jedes Jahr in der zweiten Septemberhälfte durchgeführt und informiert über den Fairen Handel in Deutschland und weltweit.*

*Veranstalter der Fairen Woche ist das Forum Fairer Handel in Kooperation mit TransFair und dem Weltladen-Dachverband. Die Planung und Umsetzung der jährlich rund 2.000 bis 2.500 Aktionen übernehmen lokale Gruppen und Organisationen, wie Weltläden, Aktionsgruppen, kirchliche Gruppen, Unternehmen, Supermärkte, Fairtrade-Schulen oder gastronomische Betriebe.*

*Den Höhepunkt der Fairen Woche bilden die Produzentenrundreisen, in deren Rahmen Vertreter\*innen von Handelspartnern zu einer Rundreise eingeladen werden. Sie halten bundesweit Vorträge, besuchen Veranstaltungen und führen Gespräche mit Politiker\*innen und Journalist\*innen. “<sup>36</sup>*

So wollen wir das BioFair Potential des RTK kontinuierlich weiter ausschöpfen und in Richtung Nachhaltigkeit ausbauen. Das bedeutet, dass wir uns sowohl für global faire Handelsbeziehungen (Fair Trade) einsetzen, als auch für den Einkauf und die Verwendung von regional und nachhaltig produzierten Bio-Produkten<sup>37</sup>.

**Denn regionale und fair gehandelte globale Produkte stehen nicht zueinander in Konkurrenz, sondern ergänzen sich gegenseitig (*bio.regio.fair*<sup>38</sup>) und schaffen im Sortimentsverbund einen Mehrwert.**

*Je mehr Menschen & Organisationen im Rheingau-Taunus-Kreis „Ownership“ an dem Projekt haben, also das Gefühl und die Möglichkeit, den Prozess mitzugestalten, desto größer ist die Dynamik und sind die Veränderungschancen“<sup>39</sup> (vgl.a. Pkt. 3.4 Ziele).*

Gerade auch die von der Kampagne FTT geforderte Mitgestaltung durch die Akteure aus der lokalen / regionalen Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Politik ermöglicht eine kontinuierliche Stärkung des Fairen Handels (*bio.fair.regional*), bindet Akteure in regelmässige Kampagnen (z.B. Faire Woche) ein und ermöglicht so, Einfluss zu nehmen: Themen zu fördern, zu verhindern und zu ändern.

---

<sup>36</sup> <https://www.faire-woche.de/die-faire-woche/>

<sup>37</sup> ECHT HESSISCH! - regional | ökologisch | gut - WWW.ECHT-HESSISCH.INFO

<sup>38</sup> vgl. Anlage 09 - Bio - Regio - Fair

<sup>39</sup> vgl.a. [http://suedwind-noesued.at/files/handbuch\\_fairen\\_region.pdf](http://suedwind-noesued.at/files/handbuch_fairen_region.pdf)

Es bleibt so auch in 2018 unsere erklärte Strategie, möglichst alle Städte & Gemeinden im RTK und deren „Akteure (EH, Gastros, Schulen, Kirchen, Weltläden, Vereine, etc.) davon zu überzeugen, aktiv *in der Fairtrade-Town-Kampagne, Fairtrade-School-Kampagne & Fairtrade-University-Kampagne* mitzumachen und das Service-Paket von Fairtrade Deutschland zu nutzen.

Denn nur wenn möglichst viele Akteure bei Aktionen & Kampagnen im gleichen Zeitraum mitmachen, werden wir wahrgenommen und können letztlich auch die Verbraucher mit dem Thema Fairer Handel & Nachhaltigkeit erreichen. **Daher bildet die kontinuierliche Teilnahme an den TransFair-Kampagnen (FT-Towns, FT-Schools & FT-Universities), den Fairtrade Aktionen (Rosen-Aktion, Faires Frühstück & Faire Woche), sowie der Ausbau der kreisweiten Vernetzung das Herzstück der RTK Fairtrade Kampagne.**

Auch ausserschulische Lernorte, wie z.B. Ausstellungen (Fair Trade - Informationen, Bildung für Nachhaltige Entwicklung - BNE) im Kreishaus, in Kommunen, Schulen oder Weltläden, geführte BNE-Wanderungen, Fairtrade-Kampagnen auf Marktplätzen, u.a.m. sind wichtige Impulse, um Schüler, Eltern & Verbraucher über das Thema Fairer Handel & Nachhaltigkeit zu informieren.

So liegen für wichtige Zielgruppen oder Schlüsselakteure (Kommunen, Schulen, Universitäten) gut abgestimmte Strategien von TransFair e.V. vor, die es auch in 2018 weiter intensiv umzusetzen gilt, d.h. wir wollen probieren, in 2018 alle RTK-Akteure noch stärker einzubinden, um möglichst viele Multiplikator-Effekte in Sachen Fair Trade (Bio.Fair.Regional) zu erzeugen. Aber auch ergänzende bilaterale Aktionen von Akteuren zum Thema Fairtrade, Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) sind erwünscht.

Nicht vergessen wollen wir bei der Vielfalt der Themen, uns in jeder Steuerkreis-Sitzung schwerpunktmässig mit einer/m speziellen Zielgruppe / Schwerpunktthema von Akteuren zu befassen, um u.a. für diese/s genügend Raum zur Diskussion zu haben.

Als ersten Schritt in 2017 hatten wir (Frau Merkert) die Hochschulen angeschrieben, um mit allen Hochschulen im Kreis ins Gespräch über Fairtrade & Nachhaltiges Wirtschaften zu kommen. Das hat jetzt - mit der HS Fresenius in Idstein - zu einem ersten Erfolg geführt. Die Hochschule hat sich auf den Weg gemacht, die 1. Fairtrade University im Rhein-Main-Gebiet zu werden.

Weiterhin wurde angeregt (noch offen), Fairtrade - Präsentationen für relevante Schlüsselakteure (Schulen, Kirchen, Kitas ...) vorzubereiten und dann dort zu

präsentieren, um das Thema in jeder einzelnen Zielgruppe zu promoten, zu platzieren und in Bewegung zu bringen.

**Dieses zusammenfassende Arbeitspapier (RTK FAIR Strategie) hat der Steuerkreis als Leitfaden für seine zukünftige Arbeit in der Sitzung vom 30. Mai 2017 einstimmig beschlossen.**

#### **4.3 Zielgruppen** - An welche Zielgruppen richten sich die Maßnahmen

Auch wenn die Kommunen die Schlüsselgruppe in der Kampagnen-Ansprache sind, wollen wir versuchen, im RTK relevante Akteure direkt anzusprechen, damit alle Zielgruppen sich wechselseitig durchdringen können:

- Regionale Wirtschaft, Verbände, Gewerkschaften
- Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Kultur
- Entscheidungsträger aus der Verwaltung - Landkreis und Kommunen
- Entscheidungsträger im Bereich der Schulen, Hochschulen und Volkshochschulen: z.B. Schulleiterinnen und Schulleiter
- Entscheidungsträger aus den Kirchen: Religions- & Glaubensgemeinschaften
- Zivilgesellschaft: NGOs, Verein, BürgerInnen
- Ausländerbeiräte, Migranten, Flüchtlinge
- Stiftungen

Ergänzende Fairtrade Kampagnen für weitere Zielgruppen:

z.B. Kirchengemeinden (Die Faire Kirchengemeinde), Kindertagesstätten (Die Faire Kita) sind denkbar und bei Rhein.Main.Fair schon angedacht. Die Faire KiTa wird z.B. in NRW von der Fairen Metropole Ruhr im Auftrag von TransFair e.V. durchgeführt.

## 4.4 Stellschrauben für Nachhaltigkeit:

### Trends und Verantwortung in Produktion & Konsum

*Was ist Nachhaltigkeit?*

*Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also: Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben.<sup>40</sup>*

„Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren sind grundlegende Strategien für einen gesellschaftlich breitangelegten Wandlungsprozess hin zu einer nachhaltigeren Wirtschafts- und Lebensweise. Dabei geht es im Kern darum, alle uns unterstützenden Produkte, Dienstleistungen und Infrastrukturen ressourcenarm und nachhaltig zu gestalten. Dies bezieht gleichermaßen Effizienz<sup>41</sup>-, Konsistenz<sup>42</sup>- und Suffizienzstrategien<sup>43</sup> in Produktion und Konsum mit ein. Vielfalt und Kreativität von Lösungsstrategien und Innovationen helfen, ein „Aushebeln“ von Nachhaltigkeitsgewinnen durch simplen Mehrkonsum zu vermeiden (sog. negative Reboundeffekte). Ziel muss es vielmehr sein, positive Reboundeffekte zu fördern, die soziotechnische Innovationen [z.B. Fairtrade – Anm. d. Verf.] von einer Nische ausgehend in die Breite tragen, damit den Ressourcenkonsum absolut senken und gleichzeitig Lebensqualität und -glück erhöhen. Handlungspotenziale hierfür sind bei allen Akteursgruppen vorhanden. Politische Rahmensetzung, zukunftsfähige Geschäftsmodelle, mitgestaltende Konsumenten sowie transformative Forschung können nur gemeinsam den Weg zu einer nachhaltigeren Gesellschaft gestalten.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> [https://www.nachhaltigkeitsrat.de/fileadmin/\\_migrated/media/Broschuere\\_Konsum\\_und\\_Nachhaltigkeit\\_texte\\_Nr\\_31\\_Maerz\\_2010\\_01.pdf](https://www.nachhaltigkeitsrat.de/fileadmin/_migrated/media/Broschuere_Konsum_und_Nachhaltigkeit_texte_Nr_31_Maerz_2010_01.pdf)

<sup>41</sup> rationeller Umgang mit knappen Ressourcen - <https://de.wikipedia.org/wiki/Effizienz>

<sup>42</sup> Vereinbarkeit von Natur und Technik - [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/konsistenz\\_2033.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/konsistenz_2033.htm)

<sup>43</sup> das richtige Maß, bzw. genügend - [https://www.nachhaltigkeit.info/suche/volltext/ergebnis\\_1.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/suche/volltext/ergebnis_1.htm)

<sup>44</sup> Christa Liedtke, Carolin Baedeker Lisa Marie Borrelli - Globale Trends 2015 - Perspektiven für die Weltgesellschaft - Stiftung Entwicklung und Frieden | Institut für Entwicklung und Frieden u.a., 2015

## **5. Maßnahmen / Aktivitäten**

### **5.1 Aktive Bewerbung der Fairtrade Town Kampagne**

Städte und Gemeinden werden motiviert und unterstützt, sich als Fairtrade Town zu bewerben. Die Kommunikationswege der kommunalen Verbände zu ihren Mitgliedern werden genutzt und es werden Beiträge für die Homepage verfasst. Im Rahmen von Veranstaltungen sprechen Fairtrade Town-Vertreter die politischen Spitzen der Kommunen bzw. lokalen Akteure von noch inaktiven Kommunen an (*Peer to Peer Ansatz*). Es erfolgt eine Ansprache von Schulen und Universitäten im Kreis.

### **5.2 Teilnahme an der jährlichen Vernetzungskonferenz Rhein.Main.Fair (R.M.F)**

Wir wollen an der jährlichen Vernetzungskonferenz der R.M.F-Region teilnehmen und alle relevanten Akteure öffentlicher Verwaltung, schulischer Bildung, Kultur & Wissenschaft, Wirtschaft, Kirchen und NGOs einladen, damit sich diese Zielgruppen austauschen, informieren und gemeinsam weitere Schritte planen können. Vernetzungstreffen sind somit ein wesentlicher Bestandteil im Prozess zu einer fairen Metropolregion. Eine erfolgreiche Vernetzung soll durch Personen aus allen gesellschaftlichen Bereichen gelingen, die sich für den Fairen Handel in ihrer Heimat, der Metropolregion Rhein.Main.Fair stark machen.

### **5.3 Informations- und Bildungsarbeit**

Der Faire Handel soll einen größeren Stellenwert in der Region bekommen:

Durch die oben (vgl. Pkt. 4.1) beschriebenen Kampagnen und Aktionen von Landkreis und Kommunen wird über den Fairen Handel & Bildung für nachhaltige Entwicklung kreisweit informiert, um das Bewusstsein für Fair Trade bei den Endverbrauchern im Privatbereich, an Schulen und Universitäten zu fördern und für eine Änderung des Konsumverhaltens zu sensibilisieren. Mit gemeinsamen, abgestimmten Aktionen und Projekten wird der Faire Handel im gesamten Landkreis sichtbarer und bewusster gemacht. Dazu werden neben den bestehenden Informationsmaterialien von Transfair & Forum Fairer Handel ggf. eigene Materialien erarbeitet, die auf die Bedeutung und Potentiale der Region zugeschnitten sind. Alle Schulen werden angesprochen, um das Thema des Globalen Lernens auf die Agenda zu setzen und BNE<sup>45</sup> an allen Schulen zu verankern.

---

<sup>45</sup> BNE - Bildung für nachhaltige Entwicklung umsetzen / <http://www.bne-portal.de/de>

## 5.4 Medien aktiv einbinden

Alle im Landkreis vertretenen Medien werden regelmäßig mit Pressemitteilungen über den Stand der unterschiedlichen Fairtrade-Kampagnen und saisonalen Aktionen informiert, um auch sie für das Thema Fairer Handel zu sensibilisieren. Wir versuchen so, regelmäßige Beiträge zum Fairen Handel, aber auch andere nachhaltige Aktivitäten der Fairtrade Towns in den Medien zu platzieren. Durch aktive Öffentlichkeitsarbeit soll eine kontinuierliche Information der Bürger und Bürgerinnen gewährleistet werden.

## 6. Organisation

### 6.1 Periodisches Ergebnisgespräch:

Der RTK FAIR Steuerkreis hat sich für einen jährlichen Zyklus entschieden, um jeweils zum Jahresende ein Abschluss-, bzw. ein Ergebnisgespräch zu führen.

### 6.2 RTK-Fair Arbeitsgruppen

Neben dem Steuerkreis gibt es weitere Arbeits-Gruppen für spezielle Themen, die sich um Planung & Umsetzung von Teil-Projekten kümmern und darüber im Steuerkreis berichten:

**6.2.1 Fairtrade Vernetzung nach Innen:** RTK Kommunen & Akteure (**RTK-Steuerkreis**)  
*Unser Ziel: 100 % der RTK-Kommunen sind FTTs.*

**6.2.2 Fairtrade in Schulen & Kitas** - Fairtrade-Schools Kampagne prompten

**6.2.3 Fairtrade University Kampagne**  
*(1. Erfolg in 2017 - Monika Merkert, Harald Rubel)*

**6.2.4 Nachhaltiger Tourismus** (Rheingau & Untertaunus) - *eigene AG gestoppt*;  
Wir verfolgen unsere Fairtrade-Interessen durch Mitarbeit in den LEADER AGs beim Regional-Management.

**6.2.4.1 LEADER-Arbeitsgruppe Nachhaltiger Tourismus im Taunus** - Gerhard Müller  
Das Thema *Stadt pavillon Bio.Regio.Fair am Gummibahnhof* ist auf Interesse gestossen und Herr Müller wird sein Konzept auf Anregung von BM Hußmann bei nächster Gelegenheit in der Gemeindeversammlung Bad Schwalbach präsentieren (weitere Infos, Termine vgl. Protokolle).

#### 6.2.4.2 LEADER-Arbeitsgruppe "Leben im Taunus" - Hans Homberg

(Thema: Soziales, Gesundheit, Bildung, Daseinsvorsorge, regionale Mobilität)

Die AG hat am 27.6.2017 einen 1. Workshop u.a. zum Thema:

**„Land aktiv erleben: Bio.Regio.Fair (BNE)** organisiert, um mit den Teilnehmern ein Konzept, konkrete Projekte & Aktionsideen (Vorschläge für Bildungstouren) für den RTK zu entwickeln (weitere Infos, Termine vgl. Protokolle).

#### 6.2.5 Fairtrade Vernetzung RTK nach Aussen (Rhein.Main.Fair)

Diese AG hat sich zwischenzeitlich zu einem eigenen Projekt entwickelt, welches Sie auf einer eigenen Projekt-Website verfolgen können:

<https://rheinmainfair.de/> . Großes Ziel bleibt, 2018 zur Fairen Metropolregion Rhein.Main.Fair ausgezeichnet zu werden!

6.2.6 Schulung/ Qualifizierung/ Motivation/ Einkauf - wird von Rhein.Main.Fair bearbeitet

6.2.7 Finanzierung - wird von Rhein.Main.Fair bearbeitet

6.2.8 Bio.Fair-Lokal - Fach-Messen - wird zukünftig von Rhein.Main.Fair bearbeitet

## 7. Sonstige Aufgaben

### 7.1 RTK FAIR - Einkaufskompass

- Kontinuierliches Updaten des RTK-Einkaufskompasses, d.h. Erfassung aller Akteure im RTK mit eigener Profilseite auf der Projektwebsite. Stand aktuell:  
<http://www.rheingau-taunus-fairtradekreis.de/rtk-einkaufskompass.html>

- Der Einkaufskompass wird kontinuierlich mit Informationen & Definitionen (FAQs) zu Fair Trade (z.B. vorgeschriebener Mindest-Anteil von Fairtrade-Produkten bei Mischprodukten) aktualisiert, um Verbrauchern eine leichtere & bessere Wahl zu ermöglichen.

Dieses Arbeitspapier ist unter Creative Commons Lizenz CC BY-NC-SA lizenziert:  
Namensnennung - Nicht-kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen

d.h. diese Lizenz erlaubt es anderen, das Rhein.Main.Fair Konzept zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, allerdings nur nicht-kommerziell und solange Rhein.Main.Fair als Urheber des Originals genannt wird und die auf dem Arbeitspapier basierenden neuen Werke unter denselben Bedingungen veröffentlicht werden.





Das RTK- FAIR Konzept basiert auf dem Konzept von Rhein.Main.Fair : <https://rheinmainfair.de/>