



Wirkungsbericht 2024



ÜBERBLICK - Conflictfood GmbH

- WHAT:** Wir betreiben direkten und fairen Handel mit Produzent:innen in Konfliktregionen
- HOW:** Wir schaffen Bewusstsein für die globalen Zusammenhänge unserer Ernährung und für politisch motivierten Konsum
- WHY:** Wir leisten unseren Beitrag zu einer positiven Veränderung bei Produzenten in Konfliktregionen und Konsumenten in Europa

Problem



Armut, Hunger und Perspektivlosigkeit in Konfliktregionen



Instabile Einkommensquellen



Mangelndes Bewusstsein des Globalen Nordens über die Lebenssituation in Konfliktregionen

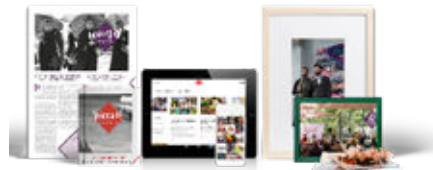
Lösung



Friedenspakete



Kultur & Bildung



Social impact



Friedliche Perspektiven schaffen

Arbeitsplätze schaffen

Identität des Landes stärken

Kulturellen Austausch ermöglichen



Auf der Suche nach kulinarischen Schätzen reisen wir in Regionen, um die andere einen Bogen machen.



Zu lokalen Produzent:innen bauen wir Handelsbeziehungen auf. Ehrlich. Direkt. Und fair.



So leisten wir einen köstlichen Beitrag zur Lösung sozialer und ökologischer Konflikte.



Du setzt mit jedem Kauf ein Zeichen. Für soziale Gerechtigkeit. Für Mensch & Natur. Und am Ende auch für Dich!



PROBLEM



Armut und Hunger durch Kriege und Konflikte



Mangelhafter Zugang zu Bildung, Information und Arbeit



Klimawandel und fehlende Klimagerechtigkeit



Benachteiligung von Frauen und ethnischen Minderheiten



Instabile Einkommensquellen, fehlender Zugang zum Weltmarkt



Mangelndes Bewusstsein des Globalen Nordens über die Lebenssituation in Konfliktregionen



LÖSUNG - Conflictfood Produkte: Friedenspakete



Impact:
Globaler
Sünden

Tees

aus Myanmar

Tee

aus der Ukraine

Flor de Sal

aus Mosambik

Pfeffer

aus Kambodscha

Safran

aus Afghanistan

Freekeh

aus Palästina



Öffnen neuer Absatzmärkte für Produzent:innen in Konfliktregionen



Kooperation mit Frauenkollektiven und ethnische Minderheiten



Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen



Positiver Impact durch fairen Handel von Agrarprodukten



Förderung von Autonomie und Selbstständigkeit



Förderung der Vielfalt an Saatgut und Sorten



LÖSUNG - Cultivating Peace e.V. & Good Food Collective: Kultur und Bildung



Zeitung Blog Social Media QR-Code Events Beratung Vernetzung



Politische Bildung und Stärkung demokratischer Prozesse



Bewusstsein schaffen für Länder und Kulturen



Zielgruppenübergreifender Dialog und Austausch



Verständnis für globale Zusammenhänge und postkoloniale Strukturen



Kulinarische Köstlichkeiten und Genuß



Zielgruppen: Kund:innen, Handel, Politik, Wirtschaft, Kultur



HYBRIDE UNTERNEHMENSSTRUKTUR



| **Conflictfood GmbH**

An- und Verkauf landestypischer Lebensmittel aus Krisen- und Konfliktregionen.

CULTIVATING PEACE_{E.V.}

| **Cultivating Peace e.V.**
(gemeinnützig)

Good Food Collective:

| **Good Food Collective e.V.**

Umsetzung von bildungspolitischen Maßnahmen zur Förderung von Kultur- und Völkerverständigung, Vernetzung und Kampagnenarbeit



VON DER WERTSCHÖPFUNG ZUR WERTSCHÄTZUNG

Die SDGs als Leitfaden für unsere Arbeit

Produzent:innen in Konfliktregionen

SDG 2 Zero Hunger

Hohe Qualität der Lebensmittel, Diversifizierung der Landwirtschaft, Vielfalt an Saatgut und Sorten.

SDG 5 Gender Equality

Frauenprojekte, Autonomie und Selbständigkeit, Zugang zu Bildung, Information und Arbeit

Kund:innen genießen & erfahren Neues

SDG 12 Nachhaltiger Konsum

Durch Konsum positiven Beitrag leisten, Aufklärung zu nachhaltigen Lebensstil, Globale Verantwortung

SDG 16 Peace & Justice

Wirtschaftliche Stabilität als Voraussetzung für Frieden, Bekämpfung von Fluchtursachen, legale Arbeitsmöglichkeiten

Direkter & fairer Handel

SDG 1 No Poverty

Schutz gefährdeter Gruppen, Frauen und Minderheiten, Stabiles Einkommen, Inklusives Business-Model

SDG 8 Menschenwürdige Arbeit

Würde und Respekt, Faire Löhne und Arbeitszeiten, Keine Zwangsarbeit, Keine Diskriminierung, Sicherheit und Gesundheit, Arbeitsplätze schaffen, Innovation

SDG 17 Partnerschaften

Exporte aus Entwicklungsländern

Die Botschaft wird verbreitet

SDG 4 Bildung

Bildungsauftrag in Deutschland, Bewußtsein für andere Länder und Kulturen, Kooperationen mit NGOs

SDG 5 Gender Equality

Erfolgsgeschichten von Mädchen und Frauen

Friedenspakete entstehen

SDG 1 No Poverty

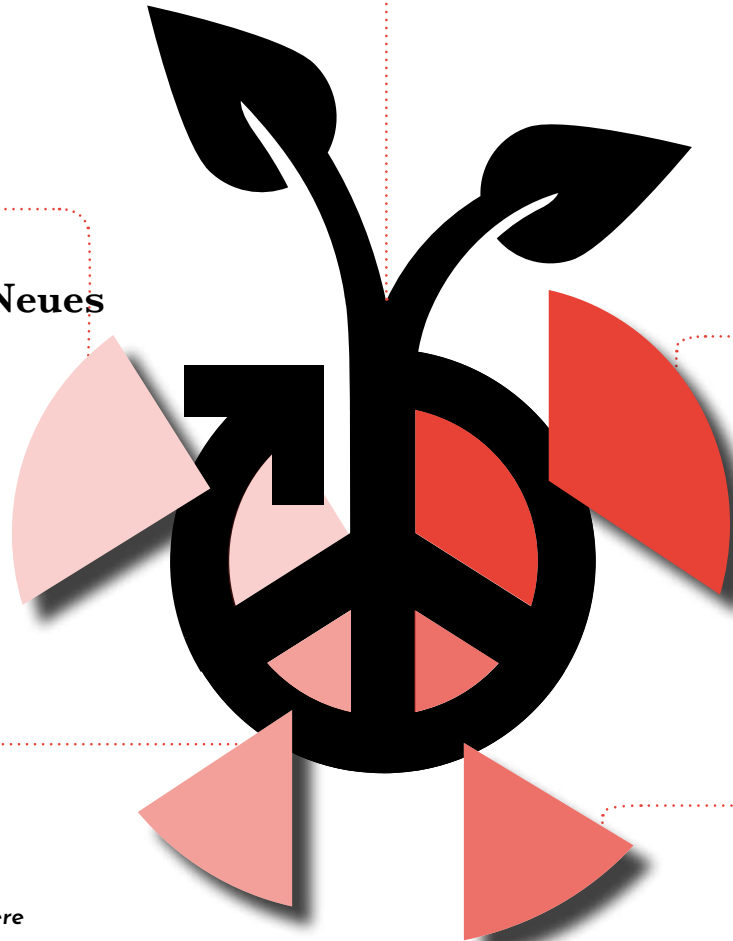
Minderheiten und marginalisierte Gruppen

SDG 8 Menschenwürdige Arbeit

Würde und Respekt

SDG 12 Nachhaltiger Konsum und Produktion

Ganzheitliche Nachhaltigkeit





WIRKUNGSZIELE - i-o-o-i - Methode

Produzent:innen, globaler Süden

Input

- Recherchereisen
- Aufbau der Geschäftsbeziehungen

Output

- Kauf der Agrarprodukte zu fairen Preisen
- Redaktionelle Aufbereitung

Outcome

- Stabile Handelsbeziehungen
- Stabiles Einkommen
- Selbstbewusstsein der Bauern
- Fortlaufende Produktion
- Re-Investitionen
- Schulbildung
- Exporte und Teilnahme am Weltmarkt

Impact

- Produktionsbedingungen verbessern
- Fluchtursachen bekämpfen
- Gesellschaftliche Stabilität



Konsument:innen, globaler Norden

Input

- Recherche zu besonderen Lebensmitteln und deren Herkunft

Output

- Verkauf der Produkte
- Informationsmaterialien
- Bildungspolitische Veranstaltungen

Outcome

- Nachhaltige Produkte
- Nachhaltiger Konsum
- Konsument als Multiplikator
- Interkultureller Dialog

Impact

- Konsum von fair und direkt gehandelten Gütern
- Bewusstseinswandel der Gesellschaft
- Vom passiven Konsumenten zum kritischen Aktivisten





Handel mit Safran

- Frauenprojekte stärken
- Wege aus der Drogenökonomie aufzeigen
- Fluchtursachen an der Wurzel bekämpfen
- Autonomie und Selbstständigkeit fördern
- Umstellung auf Bio-Safran (das erste und einzige Bio-Lebensmittel des Landes),
- 2000 Frauen werden erreicht
- Kooperation mit NGOs (help e.V., Hand in Hand International)+GOs (DANIDA)

*Unabhängige Frauen
in Afghanistan bauen heute
Safran statt Opium an*

2024:
BIO-
Safran



*Teebauern in Myanmar
steht die Welt nun offen*

Handel mit Tee & Ingwer

- **Identität ethnischer Minderheiten stärken**
- **Faires und stabiles Einkommen für die Bauern**
- **Alte Traditionen wiederbeleben**
- **Abwanderung stoppen**
- **Zusatzekommen Ingwer (Intercropping)**
- **Kooperation mit NGO (Welthungerhilfe) und GO (giz)**

Handel mit Freekeh

- Alte Traditionen wiederbeleben
- Identität des Landes stärken
- Ökologische Diversität erhalten
- Wasserknappheit überwinden
- Selbstbestimmte Existenz sichern

*Ein Korn stärkt
die Identität
in Palästina*



Handel mit Kräutertee

- Nachhaltige Handelsbeziehung aufbauen
- Alte Traditionen wiederbeleben
- Identität des Landes stärken
- Friedliche Perspektiven schaffen
- Wirtschaftliche Stärkung ermöglichen
- Selbstbestimmte Existenz sichern

*Die Zivilbevölkerung
wird wirtschaftlich
unabhängig*



| IMPACT MOSAMBIK

Eine Kooperative in Mosambik wird stark & international

Flor de Sal aus Mosambik

- Nachhaltige Handelsbeziehung aufbauen
- Alte Traditionen wiederbeleben
- Fluchtursachen bekämpfen
- Friedliche Perspektiven schaffen
- Produktqualität erkennen und stärken
- Kooperation mit giz

Handel mit Kampot Pfeffer

- Nachhaltige Handelsbeziehung aufbauen
- Wirtschaftlich stärken
- Aufforstung fördern und finanzieren
- Regenerative Landwirtschaft fördern
- Klimagerechtigkeit fördern
- Friedliche Perspektiven schaffen

*Mit Pfeffer gegen den
Raubbau an der Natur*

*Wir bauen Brücken
zwischen Produzent:innen
und Konsument:innen*

Kultur & Bildung

- Kulturellen Austausch ermöglichen
- Bildung und Wissen fördern
- Globale Zusammenhänge verstehen
- Interkulturellen Dialog fördern
- Bewusstsein für andere Länder schärfen
- Imagewandel erwirken
- Interdisziplinär arbeiten
- Schranken abbauen, vor allem die im Kopf
- Kulinarische Köstlichkeiten genießen



UNIQUE SELLING PROPOSITION - Fair und direkt gehandelte Produkte aus Konfliktregionen

| World Threat Map 2019

| Die Fair-Trade-Welt



Weitere Alleinstellungsmerkmale

- Marktpionier - Produkte erstmalig auf dem europäischen Markt •
- Politische Bildungsarbeit •
- Nachhaltiger und sozialer Wertschöpfungskreislauf •
- Kooperation mit NGOs und GOs •
- Keine direkte Konkurrenz •

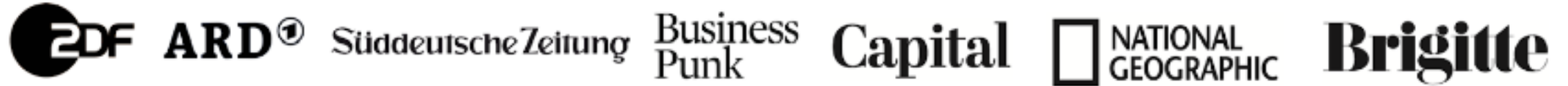
* Quelle: www.result-group.com

** Quelle: [fairtrade_transfair_jahresbericht_2017_international.pdf](#)



MEDIEN UND AUSZEICHNUNGEN

BEKANNT AUS...



AUSGEZEICHNET MIT...



2018 NOMINIERT FÜR DEN

ZEITWISSEN-Preis
MUT ZUR NACHHALTIGKEIT



MITGLIED BEI...



Mitglied im



**SE
ND** Social
Entrepreneurship
Netzwerk
Deutschland





| **KONTAKT**





Conflictfood GmbH

*Cuvrystraße 2
10997 Berlin*

www.conflictfood.com
info@conflictfood.com

+49(0)30-64312354

 [@conflictfood](https://www.instagram.com/conflictfood)
 [conflictfood](https://www.facebook.com/conflictfood)
