

# Social Entrepreneurship - Behind the Scenes | Conflictfood



**Projekt:** [Gründungskultur](#)

**Zusammenfassung:** „So schmeckt Frieden“ ist das Motto von Conflictfood, unserem zweiten Beitrag aus der RKW-Videoreihe “Social Entrepreneurship – Behind the Scenes”.

- [Themen](#)
- [Gründung](#)
- [Blog](#)
- [2019](#)
- [Social Entrepreneurship - Behi...](#)
- [Social Entrepreneurship - Behi...](#)

Social Entrepreneure und ihre Geschäftsideen stehen im Fokus unserer achteiligen [Videoreihe „Social Entrepreneurship - Behind the Scenes“](#). Mit den Videos werden ausgewählte Beispiele von Unternehmen aufgegriffen, die mit ihren Geschäftsmodellen soziale Probleme angehen und sich gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen stellen.

Mit [Conflictfood](#) stellen wir ein Gründerteam vor, das sich mit fairem Welthandel, Armutsbekämpfung und Bildung in Krisengebieten befasst. Die beiden Gründer Salem El-

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/blog/social-entrepreneurship-behind-the-scenes/social-entrepreneurship-behind-the-scenes-conflictfood/>

Mogaddedi und Gernot Würtenberger haben ein Handelsunternehmen aufgebaut und importieren landestypische Agrarprodukte. Was uns beeindruckt: Sie denken fair und nachhaltig und handeln konsequent danach.

Videolink: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=1&v=zj8ce4FJqSo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=zj8ce4FJqSo)

Manchmal scheint es, dass man einfach nur die Augen aufhalten muss, um eine neue, soziale Geschäftsidee zu finden. So ging es auch den beiden Gründern Salem El-Mogaddedi und Gernot Würtenberger als sie zwar aus einem gemeinnützigen Grund, aber ohne Handelsabsichten, nach Afghanistan reisten. Dort trafen sie zufällig auf Frauen, die nicht mehr illegales Opium anbauen wollten, sondern von ihren Feldern Safran ernteten. Es entstand eine Geschäftsbeziehung, basierend auf einem klassischen Geschäftsmodell: Lebensmittelhandel - aber hier unter sozialen Bedingungen und mit nachhaltiger Wirkung. Denn ein Teil des Erlöses fließt zurück in die Herkunftsländer und unterstützt Bildungsprojekte vor Ort. Heute werden die Agrar-Produkte nicht mehr nur aus Afghanistan, sondern auch aus Myanmar und Palästina importiert und vertrieben.

Der Herkunftsort der Genussmittel bestimmt auch den Markennamen „Conflictfood“, schließlich stammen die Lebensmittel aus Krisen- und Konfliktregionen. Der Name zieht Aufmerksamkeit auf sich, und das soll er auch. Durch den Lebensmittelverkauf wird nicht nur eine wirtschaftliche Unabhängigkeit unterstützt, sondern auch für die Situation vor Ort sensibilisiert. Mit jedem Paket wird Wissen zu den schwierigen politischen und wirtschaftlichen Umständen, aber auch zu Kultur und Geschichte der jeweiligen Region weitergegeben.

Der Einstieg ins Video ist mit einem Augenzwinkern zu betrachten, denn wer so viel Engagement für seine Mitmenschen einbringt, um diesen heute ein besseres Leben zu ermöglichen, interessiert sich natürlich auch für Morgen und Übermorgen.

In dem Video werden nicht nur die verschiedenen Facetten dieses speziellen Lebensmittelhandels aufgezeigt, sondern auch die Sozialunternehmer selbst, ihre Motive und gesellschaftlichen Werte ins Rampenlicht gerückt. Wir wünschen viel Spaß beim Anschauen!

Entstanden ist die Videoreihe in Zusammenarbeit mit dem [Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. \(SEND\)](#) und der Impactfilmagentur [forStory](#). SEND hat sich die Unterstützung sozialer Unternehmen auf die Fahne geschrieben und ist bundesweit mit breit aufgestellten Unterstützungsmaßnahmen aktiv. Die Interviewführung übernahm die Impactfilmagentur forStory, die Imagefilme für den sozialen Sektor produziert und veröffentlicht mit dem Ziel, Impulse für soziales Engagement und gesellschaftliche Veränderungen zu geben. Beide Partner haben ihre große Expertise und Kompetenz zum Thema Social Entrepreneurship in die Produktion der Filmreihe einfließen lassen. Das verschafft den Portraits nicht nur in hohem Maße Authentizität, sondern auch einen tiefen Einblick in die spezifischen Parameter, mit denen es soziale Gründer\*innen im Zuge des Aufbaus ihres Unternehmens zu tun haben.

Unterstützung bei der Veröffentlichung der Videoreihe erhalten wir dankenswerterweise durch wichtige Netzwerkpartner. Diese und weitere Informationen finden Sie [hier](#).