







Chaiim Humanitarian Clothing | Projektbewertung

GOOD Project ID: #42

<https://good-search.org/about/blog/projekt/herorats/>

Teil A		GOOD Scorecard	
#	Fragen	Punkte	Begründung
1	PEOPLE Löst das Projekt ein drängendes soziales oder gesellschaftliches Problem?	Score	
1-1	Lebensbedingungen verbessern Verbessert das Projekt das Wohlergehen, die Gesundheit oder die Lebensbedingungen von Menschen? Verbessert es den Zugang zu grundlegenden oder lebensnotwendigen Gütern und Dienstleistungen?	9	Chaiim bietet traumatisierten Frauen und Mädchen ganzheitliche Hilfe, von Unterkunft, Ausbildung, psychosoziale Betreuung bis zu einem fair bezahlten Job in ihrer Textilwerkstatt.
1-2	Relevante Zielgruppe Werden relevante Zielgruppen erreicht, etwa Menschen, die benachteiligt sind, ausgegrenzt werden oder in schwierigen bzw. prekären Verhältnissen leben?	10	Frauen und Mädchen, die aus der Zwangsprostitution befreit wurden.
1-3	Teilhabe und gesellschaftlicher Zusammenhalt Fördert das Projekt Toleranz, Inklusion, gesellschaftliche Teilhabe, Gleichstellung der Geschlechter oder ein friedliches Zusammenleben? Generiert es über den eigenen Projektkontext hinaus neue, fair bezahlte Jobs und trägt so zum gesellschaftlichen Wohlstand bei?	9	Chaiim leistet Pionierarbeit für die Re-Integration von Menschen, die aus der Zwangsprostitution befreit wurden, in die Gesellschaft und schafft über die Partner wie eyd humanitarian clothing Aufmerksamkeit für das Thema.
	Score	9,3	
2	PLANET Schützt das Projekt unserer Umwelt und schont natürliche Ressourcen?	Score	Begründung
2-1	Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen Hilft das Projekt, terrestrische oder maritime Ökosysteme zu sichern oder zu regenerieren? Schützt es Biodiversität? Trägt es dazu bei, dem Klimawandel entgegenzuwirken?	6	Der Anbau von Biobaumwolle hilft, natürliche Ökosysteme zu schützen (Biodiversität, Wasserhaushalt etc)
2-2	Schonung natürlicher Ressourcen Stärkt das Projekt einen achtsamen Umgang mit begrenzten natürlichen Ressourcen? Leistet es einen Beitrag zu einer Kreislaufwirtschaft? Bewirkt es ein Umdenken oder Verhaltensänderungen hin zu mehr Umweltbewusstsein oder Tierschutz?	9	Die Produktion der Textilien erfolgt nachhaltig (Biobaumwolle, Lyocell, vegan) und ressourcensparend (Wiederverwendung von Kartons etc)
2-3	Vorbildfunktion Hält die Organisation, die das Projekt durchführt, ihren eigenen ökologischen Fußabdruck gering und vermeidet so Umweltbelastungen? Gibt es Selbstverpflichtungen oder Zertifizierungen für Umweltschutz oder Klimaneutralität?	8	Die Vertriebsorganisation eyd hat Nachhaltigkeit in all ihren Bereichen etabliert, bislang ohne spezielle Zertifizierung oder Selbstverpflichtung zu net-zero.
	Score	7,7	
3	GAMECHANGER Ist das Projekt innovativ und hat mit seiner Vision das Potenzial für echten Wandel?	Score	Begründung
3-1	Soziale Innovation Handelt es sich um eine disruptive Idee, die Lösungswege neu denkt? Werden soziale oder ökologische Herausforderungen auf ganz neue, vielleicht ungewöhnliche Art und Weise gelöst? Hat die Idee die Strahlkraft, um vielerorts zu wirken – "an idea worth spreading"?	8	Die Grundidee ist nicht einzigartig, aber das Netzwerk der Kooperation von Justice Mission International (Befreiung der Mädchen), Chaiim mit ihrem humanitarian clothing Social Business und dem Vertriebsarm eyd in Deutschland ist etwas ganz besonderes.
3-2	Entrepreneurial Spirit Zeigt das Team Eigeninitiative, Agilität und Unternehmergeist? Hat es die Ambition, das Projekt groß zu machen? Setzt das Team auf Offenheit und Kooperationen, um den Ansatz und damit den positiven Impact zu skalieren? Überzeugt das zugrunde liegende Geschäftsmodell?	10	Die Lösung ist durch und durch unternehmerisch, und von der Produktion bis zum Vertrieb auf Impact ausgerichtet.
3-3	Machbarkeit Verfügt das Team über die notwendigen Ressourcen bzw. Fähigkeiten, um die angestrebten Ziele zu erreichen? Hat das Projekt eine Struktur, die eine gute Balance zwischen "Purpose" und "Profit" wahrt? Verfügt das Projekt über positive Referenzen oder starke Fürsprecher?	9	Humanitarian Clothing ist fest als Social Business etabliert, die Governance wird sukzessive gefestigt, Engpass ist die mediale Sichtbarkeit von eyd, die bislang noch begrenzt ist.
	Score	9,0	

4	WIN-WIN Können wir das Projekt mit unseren Mitteln wirksam unterstützen?	Score	Begründung
4-1	Hebelwirkung Können wir mit unserer Unterstützung in Form von Geld, Medienarbeit oder Know-How einen signifikanten Beitrag leisten? Ist das Projekt noch jung oder befindet es sich in einer kritischen Entwicklungsphase? Profitiert das Projekt von der zusätzlichen Sichtbarkeit?	9	Das Projekt profitiert insbesondere von der Sichtbarkeit bei möglichen Kunden, macht auf das Thema aufmerksam und der finanzielle Support kann in Indien bereits etwas bewirken.
4-2	Guter Zeitpunkt Gibt es einen konkreten Anlass wie etwa eine laufende Crowdfunding- oder Medienkampagne, die begleitet werden kann? Hat das Thema besondere Aktualität? Ist der Lösungsansatz in dieser Form im GOOD Portfolio noch nicht vertreten?	7	Es gibt keine laufende Crowdfunding-Kampagne, aber das Unternehmen steht an einem Punkt, wo der finanzielle Proof of Concept noch erzielt werden muss.
4-3	Community Engagement Hat das Projekt einen Bezug zu einer Region, in der die GOOD Community stark vertreten ist? Wurde es von der Impact Community empfohlen oder prämiert? Wurde es über ein Community Voting ausgewählt?	8	Dank einer Intro durch Good Search sind jetzt einzelne Produkte von eyd im Good Buy Store zu finden; weitere Möglichkeiten, eyd über die Good family zu unterstützen, sind vorhanden.
	Score	8,0	
Teil B Beitrag zu den 17 Zielen			
Gewicht	Begründung		
***	SDG #5 – Geschlechtergleichheit Arbeit mit durch Menschenhandel traumatisierten Frauen und Mädchen		
**	SDG #12 – Nachhaltiger Konsum und Produktion Einbindung der Konsumenten in die Problemlösung, nachhaltige Produktion		
**	SDG #3 – Gesundheit und Wohlergehen Ganzheitliche Betreuung der Frauen und Mädchen		
*	SDG #8 – Menschenwürdige Arbeit und Wachstum Ausbildung und Job über das eigene Textil Social Business		
*	SDG #1 – Keine Armut Sicherung von Einkommen für Menschen, die zuvor ausgegrenzt waren		
*	SDG #17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele Partnernetzwerk mehrerer Organisationen, die sich gegenseitig stützen		

Teil C	Erläuterungen		
	Scorecard		17 Ziele
Methode	Die Scorecard besteht aus 4 Blöcken mit je drei Fragen, die alle gleich gewichtet werden. Sie spiegelt damit wider, welche Aspekte als wichtig erachtet werden. Die Kriterien sollen zur Reflexion bzw. Diskussion anregen. So ist ein Projekt nicht zwingend schlechter, wenn es in der Kategorie "Planet" weniger hoch punktet, da nicht jedes Projekt den Schutz unseres Planeten zum Ziel hat. Dennoch hat die Unterscheidung zwischen People und Planet eine wichtige Funktion. Sie hilft, die Fülle der SDGs, zu denen ein Projekt beitragen kann, leicht verständlich zu strukturieren. Oftmals wird von einem Dreiklang von People, Planet und Profit gesprochen. Für uns gehört das dritte "P" eindeutig zu People und steht für Prosperity, dem gesellschaftlichen Wohlstand.		Wir setzen alle Projekte, die wir unterstützen, in Bezug zu den 17 SDGs. Die Scorecard ist so ausgelegt, dass soziale Innovationen, die zu einer Vielzahl von SDGs beitragen, in aller Regel deutlich höher punkten als Projekte, die sehr eng auf nur eines oder sehr wenige SDGs ausgerichtet sind (etwa: reine Clean Tech Projekte). Wir gewichten die SDGs, indem wir für die SDGs, zu denen das Projekt den relevantesten Beitrag leistet, jeweils 1 bis 3 Sterne verteilen, insgesamt maximal 10.
Legende	Die Bewertung findet auf einer Skala von 0 bis 10 Punkten statt und wird für die Darstellung in Prozentzahlen umgerechnet. In welchem Ausmaß trifft die jeweilige Scorecard Frage zu:		
	0 gar nicht ("Kick-out Kriterium")		
	1 nahezu nicht (10%)		
	2 nicht wirklich (20%)		
	3 nur sehr bedingt (30%)		
	4 zu einem gewissen Teil (40%)		
	5 zu einem guten Teil (50%)		
	6 mehrheitlich (60%)		
	7 zum größten Teil (70%)		
	8 zum allergrößten Teil (80%)		
	9 voll und ganz (90%)		
	10 ganz außergewöhnlich ("ein gamechanger") (100%)		
Aktuelle Bewertung			
Datum	6. Oktober 2022		
Experte	Dr. Andreas Renner		
Kontakt	andreas@good-search.org		