Coral Gardeners | Projektbewertung

GOOD Project ID: #45

https://good-search.org/about/blog/projekt/coral-gardeners-rettung-der-korallenriffe/

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?	**8**	Eine Milliarde Menschen sind indirekt von den Korallen abhängig, da diese wichtige Biotope für Fische sind.
1-2	**Relevante Zielgruppe** Werden relevante Zielgruppen erreicht, etwa Menschen, die benachteiligt sind, ausgegrenzt werden oder in schwierigen bzw. prekären Verhältnissen leben?	**6**	Coral Gardeners arbeitet teils in Regionen mit geringem Einkommen und vom Klimawandel negativ betroffenen Communities, aber zielt nicht auf Bevölkerungsgruppen am Rande der Gesellschaft ab.
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?	**7**	Coral Gardeners ist mit der starken Kommunikation eine Kampagne, die Menschen an ganz verschiedenen Orten der Welt für das Thema mobilisiert, Solidarität erzeugt. Zudem werden fair bezahlte Arbeitsplätze im Naturschutz geschaffen.
	Score	**7,0**	
2	**PLANET** Schützt das Projekt unserer Umwelt und schont natürliche Ressourcen?	**Score**	
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?	**10**	Coral Gardeners schützt und stellt Korallenriffe als das artenreichste marine Ökosystem wieder her
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?	**8**	Die Coral Gardeners arbeiten ohne aufwändige Taucherausrüstung und nutzen überwiegend lokale Ressourcen (Korallenbruchstücke, Bambus etc). Die Partnerschaft mit GOT Bag (Rucksäcke aus ocean plastic) macht auf die Verbindung von nachhaltigem Konsum und Schutz der Weltmeere aufmerksam .
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?	**9**	Coral Gardener hat schlanke Strukturen, arbeitet mit der lokalen Bevölkerung vor Ort, hilft Initiativen an anderen Orten, selbst aktiv zu werden und nutzen Medien und ihr Netzwerk, um eine maximale Reichweite zu erzielen.
	Score	**9,0**	
3	**GAMECHANGER** Ist das Projekt innovativ und hat mit seiner Vision das Potenzial für echten Wandel?	**Score**	
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"?	**9**	Das "Pflanzen" von Korallen galt lange als unmöglich. Coral Gardener arbeitet im Rahmen ihrer Coral Gardener Labs zusammen mit Experten, um ihren Ansatz sukzessive zu verbessern und zu verfeinern und mit Hilfe digitaler Technologien Umweltdaten zu messen und zu mappen, z.B. die Biodiversität.
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?	**9**	Das junge Team nutzt geschickt die Kraft von Bilder und von Merchandising, um ihre Reichweite ztu erhöhen und Gelder ihre Mission zu akquirieren.
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**	Das Team arbeitet hoch professionell und ist mit Expert:innen und Mitstreiter:innen weltweit vernetzt. Letztlich hängt der Erfolg auch von Faktoren ab, die nicht von Coral Gardeners steuerbar sind.
	Score	**9,0**	

4	**WIN-WIN** Können wir das Projekt mit unseren Mitteln wirksam unterstützen?	**Score**	
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?	**8**	Die Sichtbarkeit hilft Coral Gardeners, neue Fans zu gewinnen und so ihr Fundraising auf eine breitere Basis zu stellen.
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?	**8**	Coral Gardeners ist noch recht jung und hat gerade erst kürzlich eine Partnerschaft mit dem deutschen Startup GOT Bag entwickelt.
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**	Coral Gardners wurde als Idee von einem GOOD Teammitglied eingebracht. Das Thema bietet vielfältige Verknüpfungen zu weiteren Aktivitäten im Umfeld von GOOD, etwa zur Oceans2050 oder der goodcarbon Foundation.
	Score	**8,0**	

Teil B	Beitrag zu den 17 Zielen		
Gewicht	**Begründung**		
***	**SDG #14 – Leben unter Wasser** Korallenriffe mit ihrer einzigartigen Biodiversität wieder neu beleben		
***	**SDG #17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele** Partnerschaften mit Wissenschaftler:innen, Unternehmen und Menschen, die eine Patenschaft übernehmen		
**	**SDG #13 – Maßnahmen zum Klimaschutz** Unterstützung von Menschen auf Inselstaaten, die vom Klimawandel bedroht sind		
**	**SDG #12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion** Partnerschaften mit Marken wie GOT Bag, um Verbraucher in den Kampf um den Schutz der Meere einzubinden		

Teil C	Erläuterungen		
	Scorecard		**17 Ziele**
Methode	Die Scorecard besteht aus 4 Kategorien mit je drei Fragen, die alle gleich gewichtet werden. Sie spiegelt damit wider, welche Aspekte wir als besonders wichtig ansehen. Die Kriterien sollen zur Reflexion anregen. So ist ein Projekt nicht zwingend weniger wertvoll, 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 im Zusammenhang von Nachhaltigkeit von einem Dreinklang von People, Planet und Profit (oder auch Prosperity oder Progress) gesprochen. Für uns gehört ist das dritte "P" integraler Bestandteil der People-Dimension und hat zudem mit der Kategorie "Gamechanger" zu tun, wo das Potenzial eines Projekts, positiven Wandel zu erzeugen, abgeschätzt wird.		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 (wie etwa ein Windpark). 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	15. Februar 2023		
Experte	Dr. Andreas Renner		
Kontakt	andreas@good-search.org		