










innatura Projektbewertung			
GOOD Project ID: #51			
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?	8,5	Zugang zu grundlegenden lebensnotwendigen Gütern zu stark subventioniertem Preis
1-2	Relevante Zielgruppe Werden relevante Zielgruppen erreicht, etwa Menschen, die benachteiligt sind, ausgegrenzt werden oder in schwierigen bzw. prekären Verhältnissen leben?	8,5	Bedarfsgerechte Vermittlung der Sachspenden an gemeinnützige Organisationen
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?	7,0	Stärkung der Bande zwischen Unternehmenssektor und sozialem Sektor
	Score	8,0	
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?	4,0	Kein Fokus auf Naturschutz, aber positiver Klimaschutzeffekt
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?	10,0	Rettung fabrikneuer Ware vor der Vernichtung
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?	8,0	innatura als Plattform, die mit geringem eigenen ökologischen Fußabdruck die Partner zusammenbringt
	Score	7,3	
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"?	9,0	Die Idee wurde von In Kind Direct in UK schon pilotiert, ist aber in Deutschland einzigartig.
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?	9,5	Das Modell ist gemeinnützig, aber 100% marktbasierend.
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?	9,5	Die Organisation ist professionell aufgestellt und arbeitet gemeinnützig.
	Score	9,3	

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?	8,0	Die Organisation profitiert insbesondere von der medialen Sichtbarkeit von GOOD auch im B2B Bereich.
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?	6,0	Das Thema ist dauerhaft relevant und nicht zuletzt durch die hohe Zahl an Flüchtlingen definitiv aktuell.
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?	8,0	Mit ihrem Sitz in NRW ist innatura in einer Region verankert, in der die GOOD Community besonders stark ist.
	Score	7,3	
Teil B	Beitrag zu den 17 Zielen		
Gewicht	Begründung		
***	SDG #12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion Rettung fabrikneuer Ware, die ansonsten vernichtet würde		
**	SDG #10 - Weniger Ungleichheiten Zugang zu hochwertigen Produkten des täglichen Bedarfs zu einem stark subventionierten Preis.		
**	SDG #17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele Wirkungsvolle Partnerschaften zwischen Unternehmen und dem sozialen Sektor		
**	SDG #1 - Keine Armut Bedarfsgerechte Unterstützung von sozial benachteiligten Gruppen		
*	SDG #3 - Gesundheit und Wohlergehen Bessere Versorgung mit Hygieneartikeln für sozial benachteiligte Personen		

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 Dreiklang 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	2 August 2023		
Expert:innen	Andrea Rebensburg, Andreas Renner		
Kontakt	andreas@good-search.org		