

Abschlussbericht

DBU Green Start-up

# “Software-as-a-Service für Geschäftsmodelle in der Circular Economy”

Aktenzeichen: 35502/13

Projektverantwortliche: Victoria Erdbrügger  
Verfasser: Sophia Heinig


circuly GmbH

Bielefeld

Förderungszeitraum  
Juli 2021 - Juni 2023

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Projektkennblatt.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Zusammenfassung.....</b>	<b>6</b>
<b>3. Bericht.....</b>	<b>7</b>
3.1. Zielsetzung und Anlaß des Vorhabens.....	7
3.2. Projektablauf.....	8
3.3. Projektergebnisse.....	9
3.4. Öffentlichkeitsarbeit.....	10
3.5. Fazit und Ausblick.....	11

06/02		<b>1. Projektkennblatt</b> der <b>Deutschen Bundesstiftung Umwelt</b>			
Az	<b>35502/13</b>	Referat	<b>31</b>	Fördersumme	<b>124.800,00 €</b>
<b>Antragstitel</b>		<b>Software-as-a-Service für Geschäftsmodelle in der Circular Economy</b>			
<b>Stichworte</b>		Emissionsminderung/Umweltbelastung, Klima, Nachhaltig Digital, Nachhaltiger Konsum/Lebensstile, Computerprogramm, Digitale Technologien, Klimaverträglicher Konsum, Kohlendioxidemission			
Laufzeit		Projektbeginn		Projektende	
<b>24 Monate</b>		<b>01.07.2021</b>		<b>30.06.2023</b>	
				Projektphase(n)	
				<b>1</b>	
Zwischenberichte		30.06.2022			
<b>Bewilligungsempfänger</b>		circuly GmbH Oberstr. 50 33602 Bielefeld		Tel +49 179 3667 661	
				Fax	
				Projektleitung Victoria Erdbrügger/ Sophia Heinig	
				Bearbeiter	
<b>Kooperationspartner</b>					
<b>Zielsetzung und Anlaß des Vorhabens</b>					
<p>circuly ist ein Climate-Tech Start-up, das eine Software für Direct-to-Consumer Unternehmen im Online Handel für physische sowie digitale Produkte als auch Konsumgüter entwickelt hat. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Unternehmen auf ihrem Weg von einer linearen zu einer Circular Economy zu begleiten, um gemeinsam die Ressourcennutzung nachhaltiger zu gestalten. Im 1. Schritt - Reuse - ermöglicht unsere Software (System agnostisch in bestehende Prozesse eingebettet) die Verlängerung von Produktlebenszyklen, indem Produkte nicht mehr nur zum Verkauf, sondern zur Vermietung angeboten werden können. Im 2. Schritt - Repair, Refurbish, Recycle (in der Planung) unterstützen wir Unternehmen dabei, ihre Produkte nachhaltiger zu produzieren und zu designen (durch digitale Prozessunterstützung und Datenauswertung), um Ressourcen möglichst lange im Nutzungskreislauf zu halten. In beiden Schritten vereinen wir für Unternehmen Nachhaltigkeit mit Wirtschaftlichkeit. Wir glauben daran, dass wir die Klimakrise nur gemeinsam bewältigen können und sehen uns als wichtigen Schlüsselpartner mit Unternehmen an nachhaltigen Lösungen für ihre Produktions- und Wertschöpfungskette zu arbeiten.</p>					

## ***Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden***

Wir arbeiten mit bestehenden Unternehmen zusammen, um nachhaltiges Konsumverhalten zu fördern. Der Fokus lag auf der Verbesserung der Softwarefunktionalität und dem Generieren von Aufmerksamkeit für zirkuläre Geschäftsmodelle. Hierfür wurde das Team erweitert und Kooperationen mit verschiedenen Dienstleistern geschaffen, die circuly's Angebot ergänzen (z.B. Versicherung, Marketing, Webdesign). Mit der "Theory of Change"-Methode wurden die größten Hebel von circuly analysiert und der positive Einfluss in der Klimakrise wurde definiert. Hieraus haben wir neue Initiativen abgeleitet und einen Wirkungsbericht erstellt.

Deutsche Bundesstiftung Umwelt □ An der Bornau 2 □ 49090 Osnabrück □ Tel 0541/9633-0 □ Fax 0541/9633-190 □ <http://www.dbu.de>

## ***Ergebnisse und Diskussion***

Im Förderungszeitraum erweiterte circuly seine Software durch ein neues Modul sowie zahlreiche neue Funktionen, welche uns ermöglichen, die Zielgruppe auszuweiten. Anfangs wurden nur physische Produkte via circuly gehandhabt, mittlerweile ist die Aboabwicklung zusätzlich für Konsumgüter und digitale Produkte möglich.

Darüber hinaus wurden neue Kooperationspartner gewonnen, welche das Angebot im Bereich Refurbishment, Versicherungen, Beratung und Kreditwürdigkeitsprüfung ausbauen. Das 15-köpfige Team repräsentiert diverse Kulturen und Fähigkeiten, wodurch circuly mit einer breitgefächerten Expertise punktet. Zirkuläre Abo-Modelle wurden erfolgreich in 6 Branchen eingeführt und namenhafte Großkunden mit ähnlichen Nachhaltigkeitszielen zählen nun zu circuly Nutzern und langfristigen Partnern.

Ein Wirkungsbericht und Dashboards ermöglichen datenbasierte Analysen der Abo-Modelle. Die Datenanalyse, die den Kunden zur Verfügung steht, erlaubt ihnen die Effizienz und Akzeptanz für ihr Abo-Geschäftsmodell besser zu verstehen und hiernach zu handeln.

Die internen Dashboards ermöglichen dem Gründerteam datenbasierte und somit validierte Entscheidungen über die Ausrichtung und Zukunft von circuly zu treffen. Dies ist besonders relevant für den Aufbau eines nachhaltig und finanziell stabil aufgestellten Unternehmens.

Zur Stärkung der Unternehmenskultur und des Bewusstseins für proaktives Handeln in der Klimakrise wurde ein Nachhaltigkeits-Gremium ins Leben gerufen. Außerdem finden regelmäßig Teamentwicklungs-Workshops statt, welche durch ein neues Talent Management die Bildung und Entwicklung aller Mitarbeiter fördern sollen.

Die Produktentwicklung hat viel zur Benutzerfreundlichkeit und Automatisierung von Prozessen für unsere Nutzer beigetragen. Immer mehr Anwendungsfälle, industriespezifische Funktionen und individuell gestaltete Unternehmensmodelle können durch die kontinuierlich entwickelten Funktionen ermöglicht werden. Die breitflächige Adoption von circuly und zirkulären Geschäftsmodellen ist unser größter Hebel, um eine Konsumveränderung im Online Handel zu erreichen und somit die Überproduktion von Produkten zu minimieren.

## **Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation**

Die digital basierte Kommunikationsstrategie stärkt circuly kontinuierlich in der zielgerichteten Vorqualifizierung von Neukunden und schafft Aufmerksamkeit für zirkuläres Wirtschaften. Durch bildende und informative Beiträge rund um Abo-Geschäftsmodelle und die Entwicklung der Kreislaufwirtschaft haben der circuly Blog, die LinkedIn Profile der Gründer (ca. 4k follower) sowie das offizielle Unternehmensprofil enorm an Reichweite gewonnen (ca. 3.5k Follower).

Sowohl der bildenden Aspekt als auch die Arbeitgebermarkenbildung konnte ausgebaut werden. Zu 90% konnten neue Mitarbeiter und Partnerschaften mit übereinstimmenden Werten und Zielen zur Kreislaufwirtschaft sowie nachhaltigen Wirtschaftsambitionen über LinkedIn gewonnen werden.

Weitere Öffentlichkeitsarbeit wird durch die Teilnahme und dem Mitgestalten von Veranstaltungen, Messen und Netzwerken generiert. Der Austausch mit diversen Unternehmensgruppen im lokalen Raum durch den Sitz in vers. Co-working Spaces findet natürlich ebenfalls statt.

### **Fazit**

Abschließend ist zu sagen, dass sich circuly in den nächsten Monaten auf die Stabilisierung und Profitabilität des Unternehmens konzentrieren wird. Die Förderung hat es den Gründern ermöglicht circuly ganzheitlich weiterzuentwickeln und durch zusätzliche Expertise breit aufzustellen. Ein großes Augenmerk wird nun auf die Entwicklung eines Subscription Ecosystems mit einer flexibel individualisierbaren Software, starken Partnerschaften und einem resilienten Teamgefüge gelegt. Die folgenden Schritte bergen viele neue Möglichkeiten aber auch Herausforderungen, denn Wachstum ist in der aktuellen Wirtschaft an einen Anstieg an Ressourcenbedarf gekoppelt. Erste Unternehmen schaffen es Wachstum von Ressourcenanstieg zu entkoppeln - circuly wird dies nicht nur intern verfolgen sondern ebenfalls anderen Unternehmen hierbei zur Seite stehen. Die abteilungsübergreifende 'Sustainability Crew' stellt sicher, dass Nachhaltigkeitskriterien in allen Projekten sowie Zielen verankert sind, um den positiven Einfluss mit unserem Handeln zu gewährleisten.

Die enge Zusammenarbeit mit Investoren, Kooperationspartnern und den vers. Circular Economy Netzwerken nutzen wir weiterhin, um einen regelmäßigen Perspektivenwechsel zu ermöglichen.

Das Bewusstsein und die Bildung aller Stakeholder für die Kreislaufwirtschaft ist ein maßgeblicher Faktor zum Erreichen unserer Vision: die Art und Weise, wie wir Produkte konsumieren, nachhaltig zu verändern und so den Übergang von einer linearen zu einer Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen.

## 2. Zusammenfassung

“circuly” ist ein Climate-Tech Start-up, das eine Software für Direct-to-Consumer Unternehmen im Online Handel für physische sowie digitale Produkte als auch Konsumgüter entwickelt hat. Das Ziel ist es, Unternehmen beim Übergang von einer linearen zu einer Kreislaufwirtschaft zu unterstützen, um den Ressourcenverbrauch nachhaltiger zu gestalten. circuly bietet eine Software an, die es ermöglicht, Produkte zu vermieten statt zu verkaufen und so deren Lebenszyklus zu verlängern. Außerdem ist das Ziel, durch datenbasiertes Wissen, Produktbeschaffungen im Abo bestmöglich nachzuvollziehen, um darauf aufbauend das Produkt langlebiger zu design/ gestalten/ produzieren. Hierdurch können Produkt-Lebenszyklus verlängert und Ressourcen länger im aktiven Nutzungskreislauf gehalten werden. Der Ansatz verbindet Nachhaltigkeit und Rentabilität für Unternehmen und fördert Kreislaufsysteme. Die Interdependenz der Säulen der Nachhaltigkeit - People, Planet und Profits - ist von besonderer Relevanz in allen Unternehmensbereichen.

Nach der Förderung wird circuly sich weiter auf die Kundenerweiterung, Produktentwicklung und Beratung im Zusammenhang der Kreislaufwirtschaft und Abo-basierten Geschäftsmodellen konzentrieren. Durch die Zusammenarbeit mit Partnern wie Versicherungsanbietern, Refurbishment-Lösungen und Marketingagenturen wird das ganzheitliche Angebot des Unternehmens erweitert. Das Unternehmen hat sein Team vergrößert, seine Software verfeinert und am internationalen Markt in verschiedenen Branchen wie Kinderprodukte, Mobilität, Elektronik, Möbel und Gesundheitswesen Fuß gefasst.

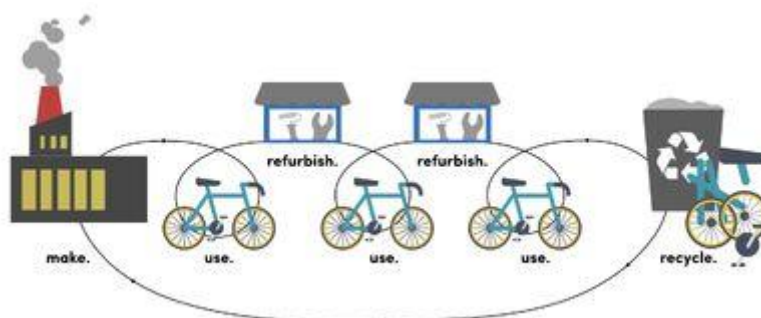
Die Neuerungen und Entwicklung von circuly werden durch Marketing hervorgehoben, einschließlich eigener Wissensdatenbank, reichweitenstarken LinkedIn-Profilen und veröffentlichten Fallstudien der Kunden. Die Website und die Teilnahme an Veranstaltungen, Konferenzen und Netzwerken tragen zur Sichtbarkeit von circuly und kreislauffähigen Geschäftsmodellen bei. circuly betont die Nachhaltigkeit innerhalb seiner Teams durch einen funktionsübergreifenden Nachhaltigkeitsausschuss. Der Anspruch ist, das gesunde Wachstum von circuly fortsetzen und sich auf den Aufbau eines belastbaren Teams, stabiler strategischer Prozesse und nachhaltiger Partnerschaften zu konzentrieren, um den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen.

## 3. Bericht

Das folgende Kapitel beschreibt die Motivation, Herangehensweise sowie Ergebnisse des Projekts, welches von der DBU durch die Green Start-up Förderung unterstützt wurde. Ebenfalls wird Öffentlichkeitsarbeit erläutert und ein abschließendes Fazit sowie ein Ausblick auf die nächsten Schritte ermöglicht.

### 3.1. Zielsetzung und Anlaß des Vorhabens

circuly ist ein Climate-Tech Start-up, das eine Software für Direct-to-Consumer Unternehmen im physischen Produkt Handel (B2B) entwickelt hat. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Unternehmen auf ihrem Weg von einer linearen zu einer Circular Economy zu begleiten, um gemeinsam die Ressourcennutzung nachhaltiger zu gestalten. Im 1. Schritt - reuse (z.Z. in der Umsetzung) ermöglicht unsere Software (System agnostisch in bestehende Prozesse eingebettet) die Verlängerung von Produktlebenszyklen, indem Produkte nicht mehr nur zum Verkauf, sondern zur Vermietung angeboten werden können. Im 2. Schritt - Repair, Refurbish, Recycle - unterstützen wir Unternehmen dabei, ihre Produkte nachhaltiger zu produzieren und zu designen (durch digitale Prozessunterstützung), um Ressourcen möglichst lange im Nutzungskreislauf zu halten. In beiden Schritten vereinen wir für Unternehmen Nachhaltigkeit mit Wirtschaftlichkeit. Wir sind überzeugt, dass wir die Klimakrise nur gemeinsam bewältigen können und sehen uns als wichtigen Schlüsselpartner für Unternehmen, um zügige, zukunftsfähige und zirkuläre Lösungen für ihre Produktions- und Wertschöpfungskette zu erarbeiten. Wobei nicht nur neue wirtschaftliche Potentiale für Unternehmen geschaffen werden können, sondern auch Ressourcen schonende Konsumentenscheidungen von Individuen getroffen werden können, da Produkte in zirkulären Systemen angeboten werden.



Denken und Handeln in Kreisläufen mit langen Nutzungsdauern | © circuly

Weiterführende Informationen/Links:

[circuly Homepage](#)

## 3.2. Projektablauf

Die Arbeitsschritte waren zentriert auf Kundenstammerweiterung, Produktentwicklung sowie Beratung und Stärkung bereits aktiver Kunden und deren Abo Geschäft.

Umso mehr Unternehmen, die mit circuly ein zirkuläres Geschäftsmodell starten oder skalieren, desto größer ist der positive Einfluss auf eine verbesserte Ressourcennutzung, die Minimierung sozialer Ungerechtigkeit und der Wandel zur Zirkularität. Der wachsende Markt von Produkt Abo Angeboten unterstreicht das neue Bewusstsein für den Ansatz 'Access over Ownership' und verankert nachhaltige Konsumententscheidungen für den Endkonsumenten im Alltag.

Um den größtmöglichen Hebel zu nutzen, konzentriert sich circuly auf die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die bereits einen existierenden Kundenstamm und ein großes Produktangebot haben. Die Veränderung des Konsumverhaltens benötigt viel Vertrauen. Besonders etablierte Marken/Unternehmen können hiermit bei Nutzern punkten und den Wandel unterstützen.

Die Kernsoftware von circuly hat sich innerhalb der letzten 2 Jahre deutlich erweitert. Besonders die E-Commerce- und Abo-Expertise, wodurch die Software mit jeder Vermietung weiterentwickelt wird und mehr Anwendungsfälle abbildet, hat dies ermöglicht. Hinzu kommen immer mehr aussagekräftige Datensätze, die die verbesserte Automatisierung der Prozesse ermöglichen. Diese Daten stellen wir ebenfalls Kunden zur Verfügung, sodass sie kontinuierlich von ihrem Abo-Geschäft lernen und es somit nachhaltiger gestalten können. Für die Umsetzung wurden neue Strukturen geschaffen und Fachkräfte eingestellt. Das Entwicklerteam ist auf 8 Personen gewachsen und hat sich für eine neue, schlankere Programmiersprache entschieden, die sich das Team in Eigenregie angeeignet hat. Dies ist enorm wichtig, um schlanke und effiziente Code-Strukturen sicherzustellen. Diese Entscheidung spart Zeit und Ressourcen für den Nutzer, trägt aber auch zu einem energiesparenden und barrierefreien Handling der Software bei.

Das wachsende Anzahlen an Teammitgliedern benötigt Unterstützung, um ein circuly's Werte zu verinnerlichen und ein Gemeinschaftsgefühl zu entwickeln. Team Teambuilding Maßnahmen wurden deshalb stark ausgeweitet, um die Zusammenarbeit und Kommunikation spezifisch zwischen verschiedenen Fachbereichen und Kulturen zu stärken.

Durch die Kollaborationen mit Dienstleistern (Versicherungen, Refurbishment Experten, Shop Entwicklung, Finanzdienstleistern, sowie Unternehmensberatungen und Vermarktungsagenturen) können wir Unternehmen ein ganzheitliches Angebot für ihr Abo Geschäft anbieten. Besonders wenn das Abogeschäft ein neues Geschäftsmodell für das Unternehmen ist, ist ein 'all-inclusive' Angebot aus einer Hand ein Alleinstellungsmerkmal für circuly. Das Partnerangebot wird kontinuierlich erweitert, durch diverse Netzwerk-Tätigkeiten von leitenden circuly Mitarbeitern.

Auf Basis der Methode 'Theory of Change', wodurch Bereiche des größten Veränderungspotential identifiziert werden, ist der erste Wirkungsbericht erarbeitet worden.



### 3.3. Projektergebnisse

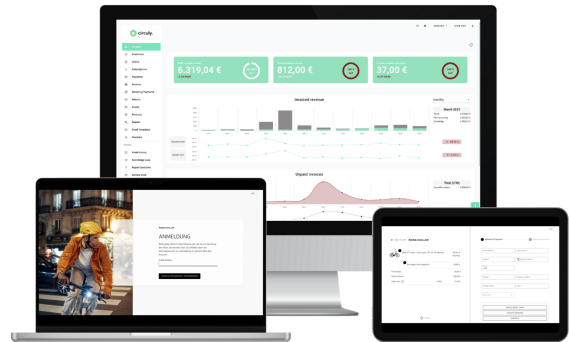
Im Laufe der Förderungszeit wurde die Software durch ein Modul erweitert und neue Kooperationspartner gewonnen, sodass ein größeres Angebot für circuly Kunden ermöglicht wird.

Das Team besteht aktuell aus 15 Mitarbeitern, welches nicht nur 8 Kulturen repräsentiert, sondern auch verschiedenste Stärken und Expertise mitbringt. Dadurch wurde den Gründern ermöglicht, den Blick auf die ganzheitliche Entwicklung des Unternehmens zu legen und richtungsweisende Entscheidungen zu treffen.

Innerhalb der 2 geförderten Jahre hat circuly in 6 weiteren Industrien zirkuläre Abo Geschäftsmodelle ermöglicht (Kinderwaren, (Micro-)Mobilität, Sportausrüstung, Elektronik, Möbel, Gesundheitswesen). Noch laufende Gespräche mit potentiellen Kunden aus anderen Industrien wie Maschinenbau, Bekleidung und Gartenequipment bestätigten die Versatilität und den Bedarf für die circuly Lösung. Mehrere namentlich bekannte Großkunden wurde gewonnen, die ebenfalls sehr hohe Nachhaltigkeitsziele mit ihren Geschäftsvision verfolgen und somit circuly's Unternehmenswerte teilen und stärken.

circuly's erster Wirkungsbericht wurde veröffentlicht, um den Einfluss und die Wirksamkeit von kreislauffähigen Geschäftsmodellen zu verdeutlichen, Aufmerksamkeit auf unsere Vision zu lenken und neue Partnerschaften zu generieren. Im Zuge dessen wurden neue interne Dashboards aufgesetzt, um die Leistungskennzahlen aus einheitlichen und verlässlichen Datenquellen zu ziehen. Diese Daten, die aus der aktiven Nutzung der circuly Software generiert werden, liefern einen detaillierten Einblick in die Auswirkungen und Entwicklung der Abo-Geschäfte, zum Beispiel wie oft ein Produkt den Nutzer wechselt und wie viele Mietzyklen es durchläuft. Hieraus können wiederum Rückschlüsse gezogen werden, wie sich die Produktionsmenge ändert und wie viele Emissionen damit vermieden werden können. Mehr Details hierzu finden Sie auf unsere Website.

Außerdem werden die Daten des jeweiligen Abo Geschäfts unseren Kunden zur Verfügung gestellt. Die Übersicht wird kontinuierlich erweitert und verbessert, damit unsere Kunden datengetriebene Entscheidungen treffen und somit die Kreislauffähigkeit ihres Abo Geschäfts optimieren können. Ebenfalls ermöglicht es ein besseres Verständnis, welche Preismodelle und Produkte für das Abo Modell am besten geeignet sind, sodass eine höhere Akzeptanz im Markt erzielt wird.



Die Verankerung der Nachhaltigkeitsziele in den einzelnen Teams wurde durch die Gründung eines funktionsübergreifenden Nachhaltigkeits-Gremiums gestärkt. Das Nachhaltigkeits-Gremium trifft sich jedes Quartal und bespricht Fragen, Schwierigkeiten und Erfolge. Pro Team ist mindestens ein Mitarbeiter vertreten. Dieser agiert als Ansprechpartner und Treiber in seinem eigenen Kleinteam und stellt sicher, dass während Entscheidungsprozessen und in Diskussionen die Punkte von Umweltschutz und Sozialem ein fester Bestandteil sind. Die Verantwortlichkeit schafft Aufmerksamkeit und Bildung, gerade in Abteilungen, die sonst viel weniger mit den Herausforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens konfrontiert sind.

Ebenfalls wurde die interne Teamentwicklung durch speziell konzipierte Workshop-Reihen von je 4 Session pro Kleinteam gefördert. Darauf aufbauend wurden während der einwöchigen Arbeitswoche, die einmal im Jahr offline und in Person stattfindet, crossfunktionale Workshops abgehalten. Die drei Leitprinzipien "Ownership, Communication und Change-Maker" von circuly standen hier im Zentrum. Diese Aktivitäten unterstützen alle Mitarbeitenden, dabei circuly's Wertekonzept selbstständig in ihrer Rolle umzusetzen. Ein einheitliches Verständnis im Team ermöglicht es, die neuen Mitarbeiter schnell sowohl auf der Arbeits- als auch auf kultureller Ebene abzuholen. Die Unternehmenskultur wird somit dezentralisiert gestärkt und ist nicht mehr nur von die Gründern getrieben.

Die Produktentwicklung ist nicht nur auf der Seite der Software Funktionalität, sondern auch besonders auf der Benutzerfreundlichkeit und Einfachheit ein großer Bestandteil des zweiten Förderungsjahres gewesen. Ungenutzte Funktionen und Einstellungen wurden entfernt oder überarbeitet, dem Nutzer wurde mehr Flexibilität in der Auswahl von Funktionen gewährt und die Wissensdatenbank "knowledge loop" umfasst mittlerweile über 100 anleitende Artikel. Hinzu kommen Videotutorials und Live Community Events, sodass der Nutzer befähigt wird, ein hohes Maß an Selbstständigkeit und Individualisierbarkeit zu erleben.

Weitere Ziele sind unter anderem die nächste Finanzierungsrunde und die Zusammenarbeit mit existierenden Kunden zur Stärkung und bestmöglichen Vermarktung von Abo-basierten Geschäftsmodellen. Darauf folgt die Erweiterung des Produktangebots sowie des Kundenstamms besonders in den Industrien, in denen sich circuly bereits aktiv bewährt hat.

Alle Ambitionen und Entwicklungen verdeutlichen jedoch, dass die Abhängigkeit der drei Säulen der Nachhaltigkeit - People, Planet und Profit - präsenter ist denn je.

### 3.4. Öffentlichkeitsarbeit

Die klar definierte Kommunikations-Strategie kontinuierlich stärkt circuly in der zielgerichteten Vorqualifizierung von Neukunden und schafft Aufmerksamkeit für zirkuläres Wirtschaften. Durch bildende und informative Beiträge rund um Abo-Geschäftsmodelle und Entwicklungen in der Kreislaufwirtschaft hat der circuly Blog, die LinkedIn Profile der Gründer (ca. 4k follower) und der offizielle Unternehmensaccount enorm an Reichweite

gewonnen (ca. 3.5k Follower).

Die immer neuen Fallbeispiele und Beiträge über die Modelle unserer Kunden oder auch der 2-jährliche Wirkungsbericht fördern die circuly's Präsenz im Markt weiter. Dies merken wir durch eine hohe Anzahl an Interessenten, die durch selbstständige Recherche und organische Google Ergebnisse auf uns zukommen.

Sowohl der bildenden Aspekt als auch die Arbeitgebermarkenbildung konnte weiter ausgebaut werden. Neue Mitarbeiter und Partnerschaften werden danach ausgewählt, dass Werten und Zielen im Hinblick auf die Kreislaufwirtschaft sowie nachhaltigen Wirtschaftsambitionen übereinstimmen. Die ausschlaggebenden Kommunikationskanäle sind hierfür LinkedIn und die unternehmenseigene Website.

Die circuly Website (in ENG/DE verfügbar) ermöglicht ein internationales Kundenprofil anzusprechen. Die internationale Präsenz von circuly schafft immer mehr Aufmerksamkeit für kreislauffähige Geschäftsmodelle im Produkt Abo / E-commerce Markt.

Weitere Öffentlichkeitsarbeit wird durch die Teilnahme an Veranstaltungen, Messen und Netzwerken generiert. Diese Aktivitäten sind eng an den Aufbau der Partnerschaften für ein "Subscription Ecosystem" geknüpft, wie bereits im vorherigen Kapitel angemerkt. Hierzu zählen die Teilnahme und Mitgestaltung an relevanten Veranstaltungen (ESG Stammtisch, Green Innovation Weeks, Open Innovation City) als auch Messebesuche und Paneldiskussionen (z.B. IMM Köln, Sustainability Summit, Impact Festival) aber auch die Vernetzung im digitalen Raum (z.B. Leaders for Climate Action, Green Tech Alliance, nachhaltig.digital).

Durch diese vielfältige Präsenz ist der Austausch mit diversen Stakeholdergruppen gewährleistet, sodass wir regelmäßiges Feedback erhalten, um die circuly Lösung und Unternehmensausrichtung kritisch zu hinterfragen und Verbesserungen anzustoßen.

Weiterführende Informationen/Links:

[circuly Unternehmensprofil LinkedIn](#)

### 3.5. Fazit und Ausblick

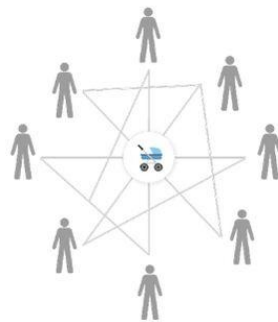
Die Förderung hat den Gründern ermöglicht circuly ganzheitlich weiterzuentwickeln und durch zusätzliche Expertise breit aufzustellen. Der Kundenstamm als auch das Team hat sich in der Zeit der Förderung verdreifacht. circuly wird sich die nächsten Monate verstärkt auf die Stabilisierung des Produkts sowie der Unternehmensprozesse konzentrieren, bevor es mit einer darauffolgenden Finanzierungsrunde in die nächste Wachstumsphase geht.

Auf Grundlage der Entwicklung der letzten 2 Jahre kann ein Subscription Ecosystems mit starken Partnerschaften und ein resilientes Teamgefüge entstehen. Dies birgt viele neue Möglichkeiten, aber auch Herausforderungen, denn noch ist wirtschaftliches Wachstum fast immer an einen Anstieg an Ressourcenbedarf gekoppelt. Erste Unternehmen schaffen es

diese Komponenten zu entkoppeln. circuly verfolgt nicht nur, den eigenen unternehmenseigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck so gering wie möglich zu halten, sondern mit der Software Lösung immer mehr Unternehmen wirtschaftlichen Wachstum zu ermöglichen, jedoch mit einem geringeren Ressourcenbedarf als bei einem traditionellen, linearen Geschäftsmodell.

Die 'Sustainability Crew' stellt sicher, dass Nachhaltigkeitskriterien in allen Projekten sowie Zielen abteilungsübergreifend verankert sind und regelmäßig weiterentwickelt werden.

Die enge Zusammenarbeit mit Investoren, Kooperationspartnern und den Circular Economy Netzwerken ermöglicht regelmäßig einen Perspektivenwechsel und Zugang zu vielfältigem Wissen.



Effiziente Ressourcennutzung | © circuly

Die Kundenbindung und Neukundengewinnung sowie die Weiterentwicklung der Software stehen nun im Fokus. Hinzu kommt die strategische Ausrichtung und Schaffung von skalierbaren Prozessen für ein weiteres gesundes Unternehmenswachstum.

Die interne Kulturentwicklung und Bildung aller Stakeholder für die Kreislaufwirtschaft ist ein maßgeblicher Faktor zum Erreichen unserer Vision: die Art und Weise, wie wir Produkte konsumieren, nachhaltig zu verändern und so den Übergang von einer linearen zu einer Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen.