



Schlüsselpartner

- Wie können Partnerschaften mit Organisationen entlang der Wertschöpfungskette gestärkt werden, um von Zirkularität zu profitieren (Materialflüsse, Informations- und Kapitalflüsse im System)?
- Mit welchen neuen oder unerwarteten Partnern könnten Sie zusammenarbeiten, um Zirkularität in Ihrem Unternehmen und entlang der Wertschöpfungskette voranzutreiben?



Schlüsselaktivitäten

- Welche Aktivitäten sind entscheidend, um Ihr Wertangebot zu erbringen und weiterzuentwickeln?
- Welche Auswirkungen haben Ihre Aktivitäten auf andere und wie können Sie positive Effekte gezielt stärken und negative minimieren?
- Wie könnten Ihre Aktivitäten über den wirtschaftlichen Wert hinaus zu Mensch, Umwelt oder Gesellschaft beitragen?



Schlüsselressourcen

- Wie könnten Sie ein multidisziplinäres Team innerhalb oder über Organisationen hinweg aufbauen, um in einer Kreislaufwirtschaft Wert zu schaffen?
- Welche Fähigkeiten und Strukturen sind notwendig, damit Ihr Unternehmen Kreisläufe aktiv steuern und kontinuierlich verbessern kann?
- Woher stammen die Materialien und Ressourcen, die Sie einsetzen und was passiert mit ihnen am Ende der Nutzungsphase?



Wertangebot

- **Beginnen Sie mit der Frage**, welches Kundenproblem Sie lösen möchten. Ist dafür ein physisches Produkt notwendig, oder ließe sich der gleiche Nutzen auch als Dienstleistung erbringen?
- Welche Nebenprodukte, Materialien oder Fähigkeiten, die in Ihrem Betrieb entstehen, könnten für andere Unternehmen oder Akteure wertvoll sein?
- Wie kommunizieren Sie Ihr Wertangebot so, dass Kund:innen den Mehrwert gegenüber konventionellen Alternativen klar erkennen?
- Wie gestalten Sie Ihr Angebot so, dass es anpassungsfähig und kontinuierlich weiterentwickelbar ist?



Kundenbeziehungen

- Wie erfahren Sie systematisch, wie Kund:innen Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung tatsächlich nutzen und wie fließt dieses Wissen in Ihre Weiterentwicklung ein?
- Wie können Sie Kund:innen aktiv in die Rückgabe, Reparatur oder Wiedernutzung Ihrer Produkte einbinden?



Kundensegmente

- Wer sind die Hauptkund:innen Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung?
- Wer entlang der Wertschöpfungskette könnte von Ihren Produkten, Dienstleistungen oder Materialströmen profitieren – auch wenn diese Akteure heute noch keine direkten Kund:innen sind?



Kanäle

- Wie könnten Sie Ihre Lieferkette so umstrukturieren, dass Materialien länger im Kreislauf bleiben und Abhängigkeiten von Primärrohstoffen sinken?
- Wie können Sie durch direkte Feedback-Schleifen aus der Nutzungsphase frühzeitig erkennen, wo Ihr Angebot verbessert oder erweitert werden kann?
- Wie könnten Sie die Rücknahme, Aufbereitung oder Weitervermittlung gebrauchter Produkte und Materialien aktiv organisieren oder mitgestalten?



Kostenstruktur

- Welche Kosten lassen sich durch Kooperationen, gemeinsame Infrastruktur oder geteilte Ressourcen mit Partnern reduzieren?
- Gibt es Anlagen, Maschinen oder Flächen in Ihrem Betrieb, die nicht ausgelastet sind und die Sie anderen gegen Entgelt zugänglich machen könnten, statt sie selbst zu besitzen?
- Wie können Sie Ihre Kostenstruktur unabhängiger von volatilen Rohstoffpreisen und endlichen Ressourcen machen und welche konkreten Maßnahmen reduzieren dabei Ihr unternehmerisches Risiko?



Erlösströme

- Wie können Sie Ihre Einnahmequellen breiter aufstellen, um unabhängiger von einzelnen Produkten, Kund:innen oder Märkten zu werden?
- Wie könnten Sie davon profitieren, wenn auch andere Akteure entlang Ihrer Wertschöpfungskette erfolgreicher werden?
- Wie könnte Ihr Geschäftsmodell andere Arten von Wert schaffen (menschliches, soziales oder Natur-Kapital)?
- Welche ergänzenden Dienstleistungen könnten Sie rund um Ihre bestehenden Produkte oder Kapazitäten anbieten, um zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen?