



charly

Cecil von Croÿ

CO-FOUNDER & CEO von CHARLY

Pressekontakt

Lukas von Zittwitz

E: lukas.v.zittwitz@tonka-pr.com

T: +49(0) 30 403 647 605

M: +49(0) 176 433 713 30

Verena Sellier

E: verena.sellier@tonka-pr.com

T: +49(0) 30 403 647 615

M: +49(0) 176 644 070 86

charly

charly ist eine digitale Lern- und Marketingplattform für Studierende und Unternehmen. Das EdTech-Start-up wurde 2016 von Cecil von Croÿ und Karl Bagusat unter dem Namen PrintPeter gegründet und ist heute in zwei Geschäftsbereiche unterteilt: Über charly education (www.charly.education) haben Studierende kostenfrei Zugang zu einer Vielzahl analoger sowie digitaler Lerntools. Zudem können sie auf die deutschlandweit erste Onlinebibliothek mit über 35.000 prüfungsrelevanten Themen, die Q&A Bib, inklusive Tutor:innenprogramm zugreifen. charly media (www.charly.media) bietet als größter Studierendenvermarkter in der DACH-Region Marken und Unternehmen die Möglichkeit, 2,5 Millionen Studierende über crossmediale Kanäle zu erreichen. Dazu zählt auch die Social-Media-App Jodel, deren exklusiver Vermarkter die Plattform ist. charly beschäftigt derzeit 50 Mitarbeiter:innen und hat seinen Sitz in Berlin.

Vita

Mitgründer und CEO

charly | Berlin

2016 - heute

Mitgründer und CEO

Aschenputtel Agency (Teil von charly) | Düsseldorf

2018 - heute

Mitgründer und Advisor

OROMO Coffee | Berlin

2018 - heute

Managing Director

chocri GmbH | Berlin

2012 - 2014

Speaker-Erfahrung

ChefTreff

Hamburg

28. Juni 2019

Hinterland of Things

Bielefeld

14. Februar 2019

Fokusthemen

Wie EdTechs das Bildungssystem herausfordern und weiterentwickeln

Lehre und Lernen sind im deutschen Bildungssystem oft veraltet und entsprechen nicht mehr den Erwartungen der heutigen Generation. Corona hat erneut bewiesen: Es werden digitale Angebote gebraucht, um Bildung auch zukünftig erfolgreich und zeitgemäß sicherstellen zu können. Dieser Wandel wurde jedoch versäumt. Die Innovationen müssen daher von EdTechs aus der Privatwirtschaft stammen.

Mit Early Branding gewinnen Unternehmen ihre Zielgruppe für sich

Wer seine Klientel langfristig an sich binden will, sollte diese früh und präzise ansprechen – mit positiven Effekten für Sales, Employer-Branding und Co.. Wie nachhaltig sich der Early-Branding-Erfolg auszahlt – besonders im sog. War of Talents, zeigen Erfolgsbeispiele von HOCHTIEF, Airbus, Foodora oder Daimler.

Wie man den größten Studierendenvermarkter in DACH aufbaut

Mit charly media können über 2,5 Millionen Studierende von Unternehmen und Marken erreicht werden. Welche Branchen diesen exklusiven Service besonders gerne nutzen und wie man ein Unternehmen in wenigen Jahren zum führenden Studierendenvermarkter aufbaut, weiß Cecil von Croÿ.

HEUREKA Conference

Berlin

05. Juni 2018

StartupCon

Hamburg

28. Juni 2019

Links

[LinkedIn](#)

[Xing](#)

[Website](#)

[Disrupting Minds](#)

Weitere Themen

- Entrepreneurship
- Smart Learning
- E-Learning
- Digitales Recruiting
- Inbound Recruiting