

Sperrfrist 15. Dezember 2016, 11.00 Uhr

## **Medieninformation**

München/Kreuzlingen 15. Dezember 2016

**Globaler Marktplatz vernetzt E-Commerce mit konventionellem Handel – Handel vor Ort wird gestärkt**

### **Neues Cashback-System „wee“ soll Einkaufsverhalten weltweit revolutionieren**

- **42 Mio. Invest: sechs Jahre Vorbereitungszeit mit erfolgreicher Testphase**
- **Projektkern von „wee“: konsumentenfreundliche Bonus-Karte, innovative App und umfassendes Onlineportal**
- **Markenbekanntheit: 20.000 TV-Spots als emotionaler Treiber der integrierten Kommunikations-/Marketingkampagne in neun Ländern ab 18. Dezember**
- **Im Einklang mit der Philosophie des Europäischen Wirtschaftssenat e.V.**

**Startschuss für ein neues, einzigartiges Cashback-System, das den stationären Handel mit dem virtuellen auf einem einzigen globalen Marktplatz verbindet. Davon profitieren die Händler vor Ort, der Bäcker, der Metzger, der Friseur, das Restaurant oder die Boutique – gemeinsam mit ihren Kunden. Online und offline gleichermaßen. Zunächst in neun Euro-Ländern wie Deutschland, Frankreich, Italien, Polen, Slowenien... Langfristig weltweit auf allen Kontinenten!**

Vor sechs Jahren startete Initiator und Visionär **Cengiz Ehliz, 46**, oberbayerischer Unternehmer, mit dem Projekt „wee“ – bis heute wurden 42 Mio. Euro in die Startreife des innovativen Cashback-Systems investiert. „Meine einstige Vision ist ab dem kommenden Sonntag Realität. Unser Projekt wee wird die Zukunft des Einkaufens weltweit revolutionieren und in allen angeschlossenen Ländern den Einzelhandel nachhaltig stärken“, so der Gründer, Sohn einer türkischen Gastarbeiterfamilie. „Wir schenken dem Einzelhändler unser Know-how. Das hilft ihm, in seinem Mikromarkt neue Kunden zu finden und diese zu binden. Wo noch nicht erfolgt, schließen wir ihn ans Internet an. Das bedeutet für ihn ein eigenes neues E-Business als zusätzlichen Geschäftszweig!“

### **Signifikante Erfolge bereits während der Pilotphase**

Im Zentrum des Geschäftsmodells steht eine Technologie, die transnational in Echtzeit als reales Cashback-System funktioniert. Sie vernetzt die multifunktionale Bonuskarte mit einer App, die sich im Sinne zusätzlicher Inhalte und Angebote täglich aktualisiert und einem



Onlineportal. Dabei sind die physisch realen und die virtuellen Marktplätze vollumfänglich in das System integriert. Im Rahmen der Testphase wurden bereits über 10.000 stationäre Händler und Onlineshops in 18 Ländern integriert. Die hierbei erzielten Umsätze der angeschlossenen Händler bewegen sich im siebenstelligen Eurobereich.

Wee ist einfach zu verstehen und umzusetzen: Im Gegensatz zu anderen Bonussystemen kann der Kunde mit den gesammelten Punkten („wee“) bei angeschlossenen Händlern bezahlen – oder sich seine wee über das eigene Girokonto auszahlen lassen. In Onlineshops erzielte wee können nur beim Händler vor Ort verrechnet werden. Ein wee entspricht einem Euro, einem Franken, perspektivisch auch einem Dollar, einem Pfund oder 100 Rubel. Das System errechnet die unterschiedlichen Währungen in Echtzeit, inklusive Währungsschwankungen.

Der Händler kann selbst entscheiden: Wählt er ein von wee entwickeltes PoS-Terminal oder ein eigenes Tablet, auf dem er die Händler-App installiert? In beiden Fällen wird über die Frontkamera des Endgerätes der QR-Code des Kunden eingelesen. Der Kunde kann seinen QR-Code entweder über seine Kunden-App mittels Smartphone oder mit seiner weeCard einlesen lassen.

## **Umfassende Markterschließung des globalen Marktes**

**Michael Scheibe**, 55, Co-Founder und Chief Sales Officer, unterstreicht den revolutionären Ansatz des Projektes: „Mit unserem Grundgedanken verfolgen wir das Ziel, den Menschen deutlich mehr Lebensqualität anbieten zu können. Wir schätzen, dass sich mit der weeCard durchschnittlich 7,5 % Rabatte beim Einkauf bei angeschlossenen Händlern erzielen lassen. In fünf Jahren, so der Plan, haben wir neben dem obligatorischen Einzelhandel und den Onlineshops auch Versicherungen, Automobilhändler, Reise-/Stromanbieter und Immobiliengesellschaften mit im Portfolio. Und dann ist es normal, dass eine dreiköpfige Durchschnittsfamilie in Deutschland mit monatlichen Haushaltsaufwendungen von ca. 1.000 Euro übers Jahr gerechnet 900 Euro einspart und anderweitig verwenden kann.“

## **„Push und Pull“ mit effektiver Kommunikations-/Marketingkampagne in neun Ländern**

Ab dem 18. Dezember, mitten in der heißen Weihnachtszeit, präsentiert sich das Projekt in den Testmärkten Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, Slowenien, Slowakei, Schweiz, Polen, Tschechien mit einer kreativen Markteinstiegskampagne. Einerseits wird die Marke wee in einem TV-Spot, der ca. 20.000 mal in 29 reichweitenstarken Sendern ausgestrahlt wird, witzig-kreativ präsentiert, andererseits werden potenzielle Händler und Konsumenten über das neuartige Cashback-System informiert.



**Dr. Christian Behr**, 49, Direktor Marketing International, über Strategie und Inhalte der europäischen Kampagne: „Wir haben uns bewusst für die schnellen Kommunikationskanäle entschieden, also Fernsehen und Onlinemedien, u.a. auch von großen Verlagen und Handelsmedien. Bei der Onlinekommunikation setzen wir auf reichenweitenstarke externe Portale und flankieren mit unseren eigenen Social Media-Kanälen, beispielsweise YouTube und Facebook, die wir sukzessive ausbauen. Im Mediamix aus klassischer Werbung, Online-Kommunikation, Social Media und PR verfolgen wir zwei Ziele, nämlich zunächst Markenbekanntheit zu erlangen und diese dann mit Background-Informationen zum Projekt zu unterfüttern.“

In Deutschland strahlen RTL, Pro7, ZDF und Sky den TV-Spot zur besten Sendezeit aus. Der Hauptdarsteller ist ein sympathischer Dalmatiner, der lieber Geld statt Punkte hat. Konzipiert wurde der TV Spot von Serviceplan, produziert von Bavaria Film Interactive, Agentur und Produktionshaus für Corporate Video-Formate, beide mit Hauptsitz in München.

Aktuell engagieren sich europaweit ca. 8.000 Vertriebspartner, um wee in der Fläche zu verankern. Ein umfassendes Partnerprogramm wurde gerade finalisiert. Dabei investieren die Vertriebspartner in wee und als Gegenleistung erhalten sie die Möglichkeit, ihren Regionen Handelspartner einzuwerben. Über die Umsätze der Handelspartner erhalten sie dann eine entsprechende Provision.

**Arpad Levai**, 45, kommentiert als Regionalkoordinator München stellvertretend den Roll-Out in die Fläche: „Viele Händler sprechen mich inzwischen direkt an, um bei wee mit dabei sein zu können. Mit der App erreichen sie einfach mehr Kunden, und zwar rund um die Uhr. Und das bringt natürlich ein deutliches Mehr an Umsatz. Und zusätzlich profitiert jeder Händler im Rahmen unseres Systems von jedem Kauf eines Kunden.“

Cengiz Ehliz und Michael Scheibe sind seit Mitte 2016 berufene Senatoren im in München ansässigen Europäischen Wirtschaftssenat e.V. (EWS). Hier gilt es den Wirtschaftsstandort Deutschland durch unternehmerisches Engagement im europäischen Ausland zu stärken. Das Projekt wee steht im Einklang mit der Philosophie des EWS.

**Medienkontakt:**

weeCONOMY AG

Tilman Meuser

c/o CP/CONSULT Consulting Services GmbH

Tel: 0201/890699-15; mobil: 0177/8095117

Mail: [meuser@cp-cs.de](mailto:meuser@cp-cs.de)

PS: Als Service bieten wir Ihnen nutzungsrechtsfreies Bildmaterial (Fotos, Bewegtbild) zum downloaden an unter [www.cp-cs.de/presse](http://www.cp-cs.de/presse)

Über eine Veröffentlichung und die Zusendung des entsprechenden Belegs würden wir uns sehr freuen.

[www.cengizehliz.com](http://www.cengizehliz.com)

<https://wee.com>

[https://www.facebook.com/weeDeutschland/?brand\\_redir=754297474666928](https://www.facebook.com/weeDeutschland/?brand_redir=754297474666928)