

Suchbegriff: Ehliz, Cengiz i.Zshg.m. Mobbing, Diskreditierung**Medium:** dpa

Verbreitete Auflage:

Reichweite:

Anzeigenäquivalenz:

Mittwoch, 4. Januar 2017

Nachrichtenagentur / täglich

75.172 - 11 - JLA - NA - 32776336 -

DPA net Mittwoch, 4. Januar 2017 11:02:00

weeCONOMY AG\E-Commerce\Finanzdienstleistung\Handel\Internet\OTS

Unternehmer Cengiz Ehliz im Interview: "42 Mio Euro und Leidenschaft - nachhaltige Investition in unser Cashback-Projekt wee" (FOTO)

München / Kreuzlingen (ots) -

- Querverweis: Das Interview liegt in der digitalen Pressemappe zum Download vor und ist unter <http://www.presseportal.de/pm/122695/3526890> abrufbar -
- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/122695/3526890> -

Im Interview mit dem oberbayerischen Unternehmer Cengiz Ehliz (46), Visionär und Gründer. (Die Vollversion des Interviews können Sie in der hinterlegten PDF aufrufen.)

Was ist Ihre Vision?

"Wee wird die Zukunft des Einkaufens weltweit revolutionieren und in allen angeschlossenen Ländern den Einzelhandel stärken. Wir akquirieren und binden für diesen individuellen Einzelhändler Kunden, wir schließen ihn, wo noch nicht erfolgt, ans Internet an. Und er profitiert ohne Kosten und Aufwand mit seinem eigenen E-Commerce. Das ist ein Turbo! Wir werden den stationären Handel mit dem virtuellen auf einem globalen Marktplatz vernetzen, und zwar so, dass der Händler vor Ort, der Bäcker, der Metzger, der Friseur, das Restaurant oder die Boutique - gemeinsam mit ihren Kunden - davon profitieren. Online und Offline. In letzter Konsequenz, und das ist fast ein philosophischer Ansatz, möchte ich den Menschen weltweit zu mehr Lebensqualität verhelfen. Den Einzelhandel, Motor jeder Wirtschaft, möchte ich neu beleben, mit einem schlüsselfertigen Innovationsschub."

Was ist Ihre Aufgabe beim Projekt wee?

"Ich selbst bin leidenschaftlicher Unternehmer. Vor 12 Jahren wurde das Baby als Idee geboren, seit 2011 beginnt es zu laufen. Heute, fünf Jahre später, ist unsere damalige Vision bereits transnational erfolgreich verankert. Im Kern meiner Vision steht die Einführung und Implementierung von wee als glänzende globale Marke, unter der unterschiedlichste Teilmarken für attraktive Produkte und Leistungen stehen. Als Präsident bin ich Impulsgeber für unser globales Projekt. Dabei definiere ich die Ziele. Und überprüfe. Bei der operativen Umsetzung verlasse ich mich auf ein hoch-professionelles Management-Team beim Projekt wee, das in die weeCONOMY AG eingebunden ist."

Was wurde bisher in das Projekt investiert?

"Wir starteten mit Eigenkapital in der Größenordnung von gut 3 Mio. Euro. Insgesamt wurden dann in den vergangenen sechs Jahren ca. 42 Mio. Euro investiert, um erfolgreich dort hinzukommen, wo wir heute sind."

Wie wichtig ist für wee Innovationsfähigkeit im Cashback-Markt?

"Innovationen zu entwickeln ist die Voraussetzung, um im hart umkämpften Markt die notwendige Alleinstellung zu erhalten. Ich möchte, dass die weeCard ein integrativer Bestandteil des täglichen Lebens für Händler und Verbraucher wird. Weil der Alltag mit der weeCard einfacher und bequemer, wesentlich aber kostengünstiger wird, und am Ende des Tages jeder vom aktiven Einsatz seiner weeCard finanziell profitieren kann. Und das auch auf seinem Bankkonto sieht, wohin entsprechende wee, also Rabatte auf Käufe, ausgezahlt werden können. In Europa entspricht ein wee einem Euro. Wir konzentrieren uns nicht auf online oder offline, nicht auf große Handelsketten oder segmentierte Märkte. Wir erschließen die Märkte lokal - und integrieren dabei den Einzelhandel umfassend. Wenn der Verbraucher beim Pizzabäcker einkauft, werden seine wee direkt angerechnet, er bezahlt weniger. Das System beinhaltet beispielsweise auch ein weeTerminal am Point of Sale des Händlers. Dieses Tool ist direkt mit unserer Datenbank verbunden. Der Händler hat so gut wie keinen Aufwand, da wir ihm mit einem integrierten Backoffice-System die Arbeit abnehmen."

Wie verlief die Entwicklung innerhalb der vergangenen 12 Monate?

"Das vergangene Jahr der Testphase war in unterschiedlichsten Ländern weiterhin geprägt von Markterschließung. Hier erwirtschaften die uns angebondenen Händler bereits Euro-Umsätze im siebenstelligen Bereich mit Onlineshops, gleichermaßen gilt das für den stationären Handel. Der Roll-Out steht in Verbindung mit unserer integrierten Kommunikations-/Marketingkampagne, die wir seit dem 18. Dezember in neun europäischen Ländern umsetzen. Das Herzstück ist ein echt witziger TV-Spot, den wir mehr als 20.000 mal in reichweitenstarken und beliebten Sendern schalten. In Deutschland beispielsweise bei RTL und im ZDF."

Seit geraumer Zeit werden Sie über die Anonymität im www angefeindet. Was ist da los?

"Ich finde das mittlerweile echt beängstigend und lasse das juristisch auch verfolgen, deshalb kann ich nicht ins Detail. Nur soviel: Da sind wirklich Profis am Werk, die mich diskreditieren möchten. Kern ist ein Server, der in den USA steht, der einen Blog hostet, über den die Verleumdungen anonym eingespeist werden. Und dann viralisiert alles..."

Wer ist Cengiz Ehliz (46), der bayerische Unternehmer mit Migrationshintergrund?

- Familienvater mit zwei Kindern, Tochter (18) und Sohn (3)
 - Geboren in Bad Tölz, wohnhaft in Starnberg
 - Jüngstes Kind, drei Geschwister, Gastarbeiterfamilie
 - gelernter Elektrotechniker
 - Selbstständig seit 1993
 - Übernahme Leitungsfunktion, 1998, in Energie/Telekommunikationsbranche:

Aufbau Kundenstamm von 1,6 Mio. Kunden, 60.000 Vertriebspartnern mit Jahresumsatz von 1,1 Mrd. Euro

- Seit 2010 Umsetzung des Vertriebsmodells "Mobile Network Development

Franchise" (MNUF) für ein innovatives, einzigartiges Cashback-System

- Soziales Engagement: weeCHARITY
 - Gesellschafts-/wirtschaftspolitisches Engagement: Senator im Europäischen

Wirtschaftssenat e.V.

- Hobbys: Familie, Bergsteigen, Boxen, Oper
 - Lebensmotto: "Entscheidend sind im Leben nicht nur die guten Taten,

vielmehr was wir der Welt hinterlassen!"

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

u.a. auch den TV-Spot "Geld statt Punkte". Über eine Veröffentlichung und die Zusendung des entsprechenden Belegs würden wir uns sehr freuen.

www.cengizehliz.com

<https://wee.com>

https://www.facebook.com/weeDeutschland/?brand_redir=754297474666928

OTS: weeCONOMY AG

newsroom: <http://www.presseportal.de/nr/122695>

newsroom via RSS: http://www.presseportal.de/rss/pm_122695.rss2

Pressekontakt:

weeCONOMY AG

Tilman Meuser

c/o CP/CONSULT Consulting Services GmbH

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

Mail: meuser@cp-cs.de

ots_28175868