

- Sperrfrist 1. August, 13.30 Uhr -

Dresden/München/Kreuzlingen, 1. August 2017

Medieninformation

#weeLoveDresden: kommender Sonntag begeistert Dresdner mit faszinierender Tradition und Shopping-Innovation

- **20 Jahre Elbe-Schwimmen: 2.000 Aktive und jede Menge Prominenz am Start**
- **Premiere Oldtimer-Treff: Sommerfest im ELBEPARK Dresden lockt 5.000 Fans**
- **70 Einzelhändler und 7.000 Kunden beim Shoppingstart an Bord: Start innovatives Cashback-System „wee“ mit Umsatzturbo für den heimischen Einzelhandel**
- **Radebeuler BC als erster Verein Partner von „wee“**
- **1.000-Euro-Spende für Stadtsporthund Leichtathletik**
- **Markenbotschafter: Fußball-Legende „Ede“ Geyer und Box-Junioren-Weltmeister Tom Schwarz**
- **Dreistündige Sendung zu allen Events bei Radio Dresden am Donnerstag ab 14.45 Uhr**

Eduard Geyer (73), von allen liebevoll „Ede“ genannt, freut sich auf den kommenden Sonntag, wenn tausende Dresdner ausnahmsweise in der Elbe schwimmen dürfen. „Mal schauen“, so die körperlich immer noch fitte und um klare Botschaften nicht verlegene Fußball-Ikone aus Dresden, „wenn das Wetter mitspielt und ich Lust habe, springe ich natürlich in die Elbe. Aber ob ich eine dreiviertel Stunde mitschwimme lasse ich noch offen, da entscheidet die Tagesform“, so der Markenbotschafter des Cashback-Systems „wee“, das aktuell in der Elbmetropole beim teils darbenenden Einzelhandel eingeführt wird und diesen in der Vernetzung mit dem weltweiten Onlineshopping nachhaltig beflügeln soll. Jedem Einzelhändler sein eigenes E-Commerce, kann es das geben?

Prominenz beim Jubiläum am Blauen Wunder

Gemeinsam mit der deutschen Profi-Nachwuchshoffnung im Boxen, dem amtierenden Junioren-Boxweltmeister im Schwergewicht, Tom Schwarz (23), aus dem SES-Boxstall, beginnt der Event Elbeschwimmen um 9.45 Uhr mit einem kollektiven Aufwärmtraining durch die beiden Sport-Ikonen. Dr. Dietrich Ewers (78), seines Zeichens Erfinder und immer noch engagierter Macher dieser Veranstaltung ist vom diesjährigen Jubiläum begeistert. „Soviel Zuspruch hatten wir noch nie. Einerseits was die Partner und Sponsoren angeht, andererseits was die Nachfrage der Sportler betrifft.“ Das beinhaltet inzwischen auch eine immer stärkere Anziehungskraft für Multiplikatoren und Prominenz. So haben sich beispielsweise aus der Politik der amtierende OB, Dirk Hilbert (45), begleitet von weiteren Lokal- und Landespolitikern quer durch die Fraktionen, angesagt. Denn wo gibt es ein so faszinierendes Event – und dann auch noch kostenlos? Trotzdem müssen Kosten für die Sicherheit der Teilnehmer und Logistik bezahlt werden, weswegen Ewers auch seinen treuen Sponsoren und neuen Förderern dankbar ist. „Um dies zu finanzieren, brauchen wir jeden Euro. Deshalb freue ich mich auch ganz besonders über die 1.000-Euro-Spende von „wee“.“

Aber weit gefehlt, was das Engagement der Mobile Payment-Spezialisten aus der Schweiz angeht. Nach ca. 3,5 Kilometern sportlichem Engagement erwartet die „Finisher“ nicht nur ein Volksfest im Fährgarten Johannstadt, vielmehr noch eine kleine Prämie. Frank Pawlak, verantwortlicher Koordinator für „wee“: „Wir haben eine limitierte Auflage unserer weeCard nur für das Elbeschwimmen produzieren lassen. Jeder „Finisher“ erhält diese am Ziel mit einem aufgeladenen Guthaben von 5 Euro, was er dann beim Shoppen im heimischen Einzelhandel als Rabatt einsparen kann.“

Chromblitzende Schätzchen aus dem vergangenen Jahrtausend

Parallel findet einige Kilometer weiter, im ELBEPARK Dresden, für professionelle Liebhaber und Interessierte gleichermaßen, ab 9.00 Uhr eine eindrucksvolle Premiere statt: Mehr als 100 Oldtimer – Liebhaberwert im gut zweistelligen Euro-Millionenbereich – verwandeln den Außenbereich der Mall in ein einzigartig lebendiges Auto-, Lkw- und Motorradmuseum. Auf der Liste der vierrädrigen Schätzchen aus den Anfangsjahren des vergangenen Jahrhunderts stehen beispielsweise ein Maxwell von 1909, ein Dodge von 1915 und ein Löschfahrzeug der Marke Opel Blitz aus dem „Geburtsjahr“ 1939. Aber nicht nur zigtausende staunende Oldtimerfans erwartet Chef-Organisator Gordon Knabe (42): „Die Motivation der Oldtimer-Besitzer besteht nicht nur darin, ihr Schätzchen voller Stolz auszustellen. Wir verbinden das Event mit einem Teilemarkt, bei dem seltene Ersatzteile angeboten werden.“ Bis um 17.00 Uhr bietet der ELBEPARK Dresden „volles Programm“ beim Sommerfest. „Unsere Showbühne“, erklärt Centermanager Gordon Knabe (42), „präsentiert Infotainment mit Live-Musik und DJs im Mix mit Talkrunden prominenter Gäste und den obligatorischen Siegerehrungen für die Besitzer der Oldtimer.“ Hüpfburgen, eine Riesenrutsche, Elektro-Carts, Fun-Balls, Kinderschminken, Bastelaktionen und kulinarische Köstlichkeiten runden das bunte Programm für die ganze Familie ab. Und das alles ohne kostenpflichtige Tickets!

Neue Impulse für den Einzelhandel in Dresden

Über 70 Einzelhandelsgeschäfte wie die Bahnhof-Apotheke im Hauptbahnhof, das Küchen-Profi-Center in der Rudolf-Walter-Straße, Cosel Wellness & Fitness für die Frau in der Österreicher Straße, Friseurstudio Knievel in der Helgolandstraße, also keine Ableger von Ketten sondern der originäre Einzelhandel, sind schon jetzt Partner von „wee“, Tendenz steigend. Und was verbirgt sich dahinter? Was unterscheidet dieses Cashback-System von anderen Rabatt- und Bonuskonzepten? Weltweit einkaufen – online und offline – und dann erzielte Rabatte beim Shoppen im Dresdener Einzelhandel verrechnen lassen. Utopie? Nichts dergleichen: „Das Cashback-System wee“, so Mirko Scheffler (46), Top-Manager und u.a. bei der Einführung von „wee“ für den Osten Deutschlands verantwortlich, „wird das globale Einkaufsverhalten revolutionieren. Das gilt auch für Sachsen mit der Speerspitze Dresden.“ In der Elbmetropole wird das Cashback-System im Rahmen der „wee“-Aktionstage gerade eingeführt. Cashback als „wee“ kann der Kunde zukünftig auf verschiedene Art sammeln: beim Einkauf mit der weeCard, der weeApp oder beim Online-Shopping im Portal wee.com mit bis zu 1.000 integrierten Online-Shops, Tendenz steigend. In Europa entspricht ein „wee“ einem Euro.

Es profitieren einerseits die Konsumenten von eindrucksvollen Rabatten online und offline, andererseits freut sich der Einzelhandel auf einen Umsatzschub. Was aber wirklich so spannend für den angeschlossenen heimischen Bäcker, Metzger oder die Boutique ist: Über

die weeApp, die dem Händler sein eigenes E-Business kreiert, profitiert er von kontinuierlichen virtuellen Promotions, die ihm zusätzliche Kunden zuführen, die seinen Umsatz nachhaltig steigern! Aber nur, wenn er zur „wee“-Gemeinde gehört... Die Rabatte der Konsumenten summieren sich dann als sogenannte „wee“ – sie können nur beim Einkauf im Handel vor Ort verrechnet werden oder, falls der Konsument es möchte, kann er die „wee“ direkt auf sein Girokonto überweisen.

Die Kampagne #weeLoveDresden, die unterschiedliche Maßnahmen verschiedener Veranstalter subsumiert, ist für die Schweizer ein wichtiger Pilot, der bei Erfolg nach dem Dresdner Muster auch in anderen Städten und Regionen Europas umgesetzt werden soll.

Intelligentes lokales Sport-Sponsoring

Und noch eine Neuigkeit präsentiert „wee“ für Dresden: Chef-Koordinator Pawlak ist ausgesprochen stolz über die Partnerschaft mit dem Radebeuler BC 1908 e.V. „Die Marktdurchdringung von „wee“ in Radebeul beinhaltet eine Partnerschaft mit diesem beliebten Sportclub, die am 12. August beginnt.“ Diese Kooperation fußt auf einem klassischen Win-Win-Konzept, bei dem der Verein leistungsorientiert finanziell profitieren wird.

Medienkontakte:

weeCONOMY AG
Herr Tilmann Meuser
0177 / 8095117
meuser@cp-cs.de

Elbe-Schwimmen
Herr Dr. Dietrich Ewers
0174 / 9532483
dietrich.ewers2@gmx.de

ELBEPARK & Oldtimer-Treffen
Herr Matthias Broda
0171 / 6129407
brodamatthias@gmail.com

Alle Medieninformationen (Texte und Bildmaterial) finden Sie nutzungsrechtfrei zum Download unter <http://www.cengizehliz.com/presse/>

Dresden freut sich auf Sonntag, den 06.08.2017:



#weeLoveDresden

