



+++++ Sperrfrist: Freitag, 29. September, 11.30 Uhr +++++
Kreuzlingen/München/Crimmitschau, 29. September 2017

Medieninformation

Cashback-System „wee“ der Schweizer weeConomy AG vernetzt als Sponsor beim Eishockey den Einzelhandel und E-Commerce

Eispiraten wünschen sich weeArena in Sachsen

- **Sponsorship in DEL 2 bei Eispiraten Crimmitschau trägt nach zwei Wochen erste Früchte**
- **weeConomy AG: Planung mit 25 weeArenen weltweit nach „Bad Tölzer Blaupause“ in fünf Jahren**
- **„Big Sponsorships“ global avisiert: Fußball, Eishockey, Basketball und Boxen**
- **Mobile Payment mit weeCard und weeApp via Smartphone in Eisarena Crimmitschau avisiert**
- **Ggf. Events nach Tölzer Vorbild in Crimmitschau**
- **Nutznieser: Umsatzschub für lokalen Einzelhandel und ein Stück zusätzliche Lebensqualität für Bevölkerung als Konsumenten**
- **Skype-Liveschaltung präsentierte exklusive Eishockey-News aus Crimmitschau zum DEL2-Auftakt am 15. September 2017: zwei „wee“-Teams trafen aufeinander**
- **wee.com konfektioniert ca. 1.000 Onlineshops mit Marktführern wie Lidl, REWE online, Saturn, Hagebau, Hotels.com, Heine, Puma, Fleurop u.v.m.**

Beim DEL2-Aufsteiger Tölzer Löwen lief die Eröffnung der weeArena am 17. September perfekt. Über 3.000 Fans waren beim ersten Heimspiel der „Buam“, wie die Tölzer genannt werden, mit dabei. Eingeschlossen 450 „wee“-Partner aus 18 Ländern, allesamt Bestandteil einer technologischen Choreografie, wie sie die Welt bisher noch nie erlebt hat. Denn der erste Meilenstein im Tölzer Eistempel, der in den nächsten Monaten sukzessive auf „bargeldlos“ umgerüstet wird, war rechtzeitig gelegt. Neue Drehkreuze mit entsprechender Software und kompatibel ausgerüstete „Food-Automaten“ funktionierten einwandfrei, so dass die Besucher mit ihrer weeCard problemlos den Stadioneingang passieren und konsumieren konnten. Gut eine Million Euro investieren die Schweizer Mobile Payment-Spezialisten in den kommenden Monaten in ihr globales Pilotprojekt, das E-Commerce mit dem lokalen Einzelhandel, dem Vorzeige-Sportclub der Region und das größte Sportstadion miteinander



vernetzt. Nach der „Blaupause“ der weeArena Bad Tölz sollen in den nächsten fünf Jahren global weitere 25 weeArenen entstehen.

Der sportliche Saisonauftakt verlief alles andere als perfekt: Zuerst gab es eine 2:3 Niederlage in Crimmitschau am Freitagabend, dann zwei Tage später ein 4:7 gegen die Löwen Frankfurt.

Crimmitschau blüht auf

Ganz anders sieht es bei den Sachsen an der Grenze zu Thüringen aus: Die ganze Region freut sich über 11 Punkte aus vier Spielen und die Position als Spitzenreiter der Tabelle. So auch Geschäftsführer Jörg Buschmann: „Wir erleben in der verschweißten regionalen Eishockey-Gemeinde eine Aufbruchstimmung, wie ich sie hier noch nie erlebt habe. Das bezieht sich auch auf unsere Zukunftspläne und beinhaltet natürlich das fruchtbare Engagement unseres neuen Partners „wee“. Ich denke gemeinsam lässt sich hier noch einiges bewegen. Ich glaube wir machen aktuell den nächsten erfolgreichen Schritt unseres Clubs.“

Was damit gemeint ist? In Crimmitschau werden mit dem Cashback-System „wee“ zwar erheblich kleinere Brötchen als beim DEL2-Konkurrenten aus Bad Tölz gebacken, aber um so intensiver ist die Zusammenarbeit an einer nachhaltigen Zukunft.

Rony Förster, „wee“-Partner und verantwortlich für die Einführung des innovativen Cashback-Systems „wee“ in der Region, setzt auf den imageträchtigen Partner aus dem Sport: „Gemeinsam mit den Eispiraten haben wir rund 2.000 weeCards im Umfeld des Clubs verteilt. Natürlich kostenlos, für die Mitglieder der Eispiraten und die Zuschauer.“ Und der Einzelhandel, der in den nächsten Wochen mit über 50 Geschäften bei „wee“ mitmacht, freut sich. Denn selbstverständlich nutzen die frisch mit der weeCard ausgestatteten Konsumenten die Vorteile im Einzelhandel gemäß dem Motto „Geld statt Punkte sammeln.“

Das innovative Cashback-System „wee“

Und was verbirgt sich hinter „wee“? Was unterscheidet dieses Cashback-System von anderen Rabatt- und Bonuskonzepten? Weltweit einkaufen – online und offline – und dann erzielte Rabatte beim Shoppen im Crimmitschauer Einzelhandel oder beim Konsum im Eisstadion verrechnen lassen. Utopie? Nichts dergleichen: „Das Cashback-System wee“, so Mirko Scheffler, Vorstand der MPM Group, des führenden Vertriebspartners der weeConomy AG, „wird das globale Einkaufsverhalten revolutionieren. Das gilt insbesondere für den Osten Deutschlands, den ich verantworte, für Sachsen mit der Metropole Dresden als erfolgreiches Pilotprojekt und natürlich auch für Crimmitschau in einer eher ländlich gelegenen Region.“ 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.

„wee“ wird derzeit unter Hochdruck in 18 Ländern weltweit eingeführt. Jeder der schätzungsweise fünf Millionen Konsumenten, der bereits auf die weeCard oder die weeApp vertraut, kauft beispielsweise in einem der ca. 1.000 Onlineshops, die unter wee.com gebündelt werden, mit Rabatten bis zu 10% ein. Er nutzt dann die dabei erzielten Rabatte, seine „wee“, für den Einkauf beim Metzger, Bäcker oder Friseur um die Ecke, wo seine



„wee“ einerseits angerechnet werden und er andererseits zusätzliche „wee“ bei diesem Einkauf im lokalen Einzelhandel als Rabatte für sich verbuchen kann. Ganz egal ob in Breslau, Kattowitz, Bratislava, im Schweizer Wallis, Rom, Dresden, Pirna oder Crimmitschau. Wenn er jetzt als Gast nach Crimmitschau kommt, kann er mit den gesammelten „wee“ quasi kostenlos die DEL2-Eishockeyspiele der Eispiraten anschauen und sich dazu noch, wenn er möchte, eine Stadion-Bratwurst mit einem Bier gönnen.“

25 „Big Spendings“ in Sponsorships und weeArenen in den nächsten fünf Jahren

Auf der Pressekonferenz zur Eröffnung der weeArena in Bad Tölz untermauerte der Visionär, Unternehmensgründer und globale Unternehmer Cengiz Ehliz seine ambitionierten Pläne: „Wenn alles nach Plan läuft, dann werden wir in drei Jahren an mindestens zehn weeArenen in Europa arbeiten, in fünf Jahren an 25 weeArenen. Wir führen gerade diverse Gespräche in unterschiedlichsten Ländern, mit Stadionbetreibern und Clubs. Ich schätze, wir hatten in den vergangenen drei Monaten über 100 Anfragen aus der ganzen Welt. Einige Anfrager haben uns direkt verstanden... Denn ein isoliertes Sponsorship, ob im Fußball, Eishockey, Basketball oder Boxen machen wir nicht. Das geht nur über die Vernetzung mit dem Stadion und dem regionalen Handel. Wenn das klar ist, investieren wir auch. Das läuft synchron mit unseren anstehenden Kapitalmarktaktivitäten. Bad Tölz als Pilotprojekt ist unser Forschungslabor und die erfolgreiche Blaupause für die globale Zukunft von „wee“, in der Arenaprojekte als regionaler Leuchtturm eine entscheidende Bedeutung haben.“

Crimmitschauer „Gemeinde“ wünscht sich eine langfristige Partnerschaft

Für die Eispiraten Crimmitschau wäre die weeArena ein Traum, der den Club in Sachen Image und Wirtschaftlichkeit erheblich profilieren könnte. Die Fans unterstützen bereits indirekt bei ihren Einkäufen im Einzelhandel und bei wee.com ihren Herzensclub. Die Zukunft können sich die Eispiraten bargeldlos im Stadion vorstellen, einerseits bei den Eishockey-Spielen, andererseits auch bei publikumsträchtigen „wee“- Events, wie sie gerade in Bad Tölz vorbereitet werden.

Ergänzende Informationen zur weeArena in Bad Tölz finden Sie auf unserer Website <http://blog.wee.com/weearena/>

In eigener Sache zum **Thema Sicherheit und Datenschutz:** Bei der Registrierung auf www.wee.com ist nur die persönliche Mailadresse vom User anzugeben. Diese Daten sind abgesichert und werden Dritten, wie teils unterstellt wird, definitiv nicht weiter gegeben.

Fotos (nutzungsrechtfrei) / Bildunterschriften:

1. Vor dem Spiel gegen die Tölzer Löwen auf dem Eis: die „wee“-Protagonisten Mirko Scheffler und Rony Förster (Bildmitte und links)
2. a), b), c) Nagelneu: „wee“-Branding vorn und hinten auf der Hose der Eispiraten Crimmitschau



Medienkontakte:

weeConomy AG
Tilman Meuser
Mediensprecher/Product Publicity
Events weeArena

Eispiraten Crimmitschau
Aaron Frieß

c/o CP/CONSULT Consulting Services GmbH
Tel: 0201/890699-15; mobil: 0177/8095117
Mail: meuser@cp-cs.de

Tel. 0176/41012080
Mail: presse@eispiraten-crimmitschau.de

PS: Als Service bieten wir Ihnen zusätzliches nutzungsrechtsfreies Bildmaterial (Fotos, Bewegtbild) zum Downloaden an unter <http://blog.wee.com/presse/>

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