



Medieninformation

München/Kreuzlingen/Magdeburg 8. Mai 2018

Mobile Payment-Unternehmer Cengiz Ehliz präsentiert in „seiner“ weeArena Bad Tölz am 2. Juni die wee BOXGALA mit internationalen Titel-Fights

Für Titeltraum boxt Robin Krasniqi vs. Stanyslav Kashtanov um EBU-Europameisterschaft im Super-Mittelgewicht

- **Einladung zum vertiefenden Medientermin am Dienstag, 15. Mai, 11.00 Uhr, weeArena Bad Tölz mit Boxern, Trainern, Promotoren**
- Ungeschlagener Münchner Emre Cukur auf dem Weg zum ersten internationalen Titel
- wee BOXGALA sommerliches Event-Highlight im bayerischen Oberland während eishockeyfreier Zeit
- Schweizer weeConomy AG krönt bisheriges Engagement im Boxsport mit eigener Boxgala in Kooperation mit SES Boxing, Magdeburg, Lions Sport-Promotion, München und Sky Sport News HD, München
- weeArena Bad Tölz wird zur Blaupause für 25 weitere weeArenen in Europa innerhalb der nächsten fünf Jahre
- Strategie der Vernetzung von Metropolregion München mit dem Oberland und Allgäu bei der flächendeckenden Einführung des innovativen Cashback-Systems „wee“
- Intensivierung der Sponsorings bei Eishockey und Boxen
- Soziales Brennpunkt-Projekt für Schulen mit Start in München und Box-Champions als Botschaftern
- Tölzer Sommer in der weeArena mit zusätzlichen Mega-Events: weeConvention mit 6.000 Besuchern am 16. Juni und wee SUMMER DANCE am 23. Juni

Für die weeConomy AG wird der Sommer 2018 „mega-heiß“ und zukunftssträchtig: Einerseits startet die auf zwei Jahre und 15 Großstädte terminierte europäische Metropolenstrategie für die Einführung von „wee“ in München. Der 2. Juni markiert den offiziellen Startpunkt der umfassenden Unternehmens-/Produktoffensive – mit der feierlichen Eröffnung der Event-Area „weeIsland“ mitten im Münchner Olympiapark, dem Herzstück der Marktgewinnungs-Kampagne in München und der wee BOXGALA im 80 Kilometer entfernten Bad Tölz am Abend. Cengiz Ehliz (47), Founder, Unternehmer und „Mastermind“ von „wee“ freut sich: „Wir haben monatelang auf diesen Sommer hingearbeitet, der unser Unternehmen und unser Cashback-System erfolgreich in die Zukunft katapultieren wird.“

Bad Tölz, die weeArena, Heimstätte des DEL2-Eishockeyclubs Tölzer Löwen, das Haupt-Sponsorship und der heimische Einzelhandel haben für die weeConomy AG eine zentrale strategische Bedeutung. Die Vernetzung dieser verschiedenen Komponenten ist als Konzept die Blaupause für weitere 25 europäische weeArenen in den nächsten fünf Jahren. Dabei steht die weeArena im Zentrum: Denn mit im Einzelhandel vor Ort oder unter wee.com – hier sind



gut 1.000 Onlineshops angebunden – beim Shoppen gesammelten „wee“ (ein „wee“ ist ein Euro), so der Plan, können Nutzer der weeCard und weeApp quasi kostenlos die Heimspiele ihres Lieblingsclubs und zusätzliche Events besuchen. Und natürlich lässt sich in der weeArena bargeldlos konsumieren! Aktuell wird der Tölzer Eistempel umgerüstet. weeConomy AG investiert hierfür in Software und Technik vor Ort eine höhere sechsstellige Summe.

Boxen lädt die Marke „wee“ emotional auf

Unabhängig von der regionalen Aufmerksamkeit, die „wee“ durch die wee BOXGALA erhält, kapitalisiert die Liveübertragung von Sky Sport News HD im deutschsprachigen Raum und eine weitergehende TV-Präsenz bis nach Russland, Weißrussland und in die Türkei eine geschätzte Reichweite von fünf Millionen Kontakten. Selbstverständlich werden Ringboden und Spannbänder mit dem Markenzeichen „wee“ gebrandet sein, die beiden Hauptkämpfer, Robin Krasniqi und Emre Cukur kämpfen mit „wee“-Branding auf der Wettkampfhose. Detaillierte Analysen der bisherigen Sponsoring-Engagements beim Boxen ergaben für die Marke „wee“ erfreuliche Werte.

Hauptkampf um europäische Krone ohne Favoriten

Die beiden boxerischen „Headliner“ treten mit unterschiedlichen Perspektiven ihre Kämpfe an. So bereitet sich der Münchner mit Wurzeln im Kosovo, Robin Krasniqi (31Jahre/47 Siege/5 Niederlagen), seit Monaten mit Erfolgstrainer Magomed Schaburov (47), der als Coach beispielsweise Ruslan Chagayev und Gennadi Golowkin formte, minutiös auf den Hauptkampf vor. „Ich freue mich riesig auf diese großartige Chance und gebe wirklich alles, um zu gewinnen.“ Krasniqi träumt mehr denn je vom WM-Titel im Super-Mittelgewicht, am liebsten im Rahmen eines Titelkampfes im Stadion Pristina im Kosovo, vor 30.000 Zuschauern. „Träume“, so der sympathische Münchner, „darf man haben, das motiviert beim stundenlangen Ausdauertraining, aber fixiert bin ich zu 100 Prozent auf den nächsten Kampf. Denn davon hängt alles ab.“ Gegner um den vakanten EBU-Europameisterschaftstitel im Super-Mittelgewicht ist der für Russland startende und in Donezk, Ukraine, geborene Stanyslav Kashtanov (33 Jahre/36 Siege/2 Niederlagen). Chef-Promoter Ulf Steinforth (50), SES Boxing, ist sich sicher, „dass der Kampf absolut offen ist, letztlich der Wille zum Sieg, die Unterstützung aus dem Publikum und die Tagesform entscheidet.“

Der Newcomer betritt Europas Bühne

Emre Cukur (25) gilt seit Jahren als von Vater und Coach Levent (50), WBF-Leichtgewicht-Weltmeister 2002, wohlbehütetes Juwel in der Super-Mittelgewicht-Szene. Schritt für Schritt bereitet er die Profi-Karriere seines Schützlings im Team mit Head-Coach Mahir Oral (38), als Profi mehrfacher Champion im Super-Mittelgewicht, detailgenau vor. 10 Siege in 10 Profikämpfen sprechen für den begnadeten Techniker Cukur, der gegen den erfahrenen Roman Shkarupa (39 Jahre/28 Siege/7 Niederlagen) aus Kharkov in der Ukraine um die EE EU Championship boxt.

SES Boxing und Lions Sport-Promotion haben mit weeConomy AG ein boxerisches Lineup vorbereitet, das für den Großteil der Boxer Heimspiel-Atmosphäre in der weeArena Bad Tölz generiert. Gewohnt stimmungsvoll und mit einem vierstelligen Fanpotenzial, so die Promoter, dürfte der Anhang von Krasniqi und Cukur am Ring anfeuern. Alexander Rigas (25),



Halbschwergewicht, aus dem benachbarten Weilheim und der in München lebende Mittelgewichtler Hector Hernandez (25), Deutsch-Kubaner, beide unter Vertrag bei Lions Sport-Promotion, sind ebenfalls in ihrer oberbayerischen Heimat fest verwurzelt und beliebt bei den Fans.

weeArena mutiert zum Boxtempel

Zusätzliche Genehmigungen waren notwendig, um das Boxspektakel am 2. Juni ab 18.00 Uhr Realität werden zu lassen. So bietet der Veranstalter „im Ground“ der weeArena, dort wo die Tölzer Kufenflitzer ansonsten performen, gut 1.000 Sitzplätze an. Anhängig vom Vorverkauf kann das Fassungsvermögen auf über 5.000 Zuschauer ausgerichtet werden. Auf eine Weltpremiere beim Boxen dürfen sich sowohl die Zuschauer vor Ort, wie auch das TV-Publikum freuen: 4.000 weiße Towels lässt die weeConomy AG mit dem Sieger-Konterfei von Robin Krasniqi produzieren, die kostenlos an die Box-Fans ausgegeben werden. Beim Einlauf zum Hauptkampf in die blaue Ecke sollen die Zuschauer diese Handtücher schwenken, als motivierende „weiße Wand“ für den Münchner, als Idee übernommen von Play-Off-Spielen in der nordamerikanischen NHL.

Ein stimmungsvolles musikalisches Gastspiel, das ebenfalls Heimspielcharakter haben wird, geben voXXclub. Der vorgesehene Auftritt von Milli Vanilli entfällt aufgrund des sehr engen Zeitplanes.

Ausbau von Sponsoring und soziales Engagement

„Ich gehe davon aus, dass wir mittel-/langfristig ein Top-Spender im Sponsoring werden“, prophezeit Ehliz und vertieft: „Fußball mit eher regionaler Bedeutung, also länderspezifisch eher die zweite, dritte oder vierte Liga, passen genauso wie transnational populäres Boxen oder regional geprägtes Eishockey in den Alpenländern zur Marke. Aber neben dem Sport-Sponsoring bauen wir weiterhin unsere Charity-Aktivitäten unter dem Dach des gemeinnützigen Vereins weeCHARITY for Kids e.V. aus, ohne dies kommunikativ auszuschlachten. Allerdings erwarten wir von unseren Sponsoring-Partnern, dass sie sich hier unentgeltlich mit einbinden, wie das beispielsweise beim Boxen mit dem Projekt „weeCHARITY Kids Streetwork: Fairplay Boxen“ in Kürze erfolgt. Sowohl SES Box-Promotion, wie auch die Boxer Levent und Emre Cukur stellen sich hier kostenlos in den Dienst der Sache, bei der benachteiligte Kids an sozialen Brennpunkten die Möglichkeit erhalten, Boxen spielerisch zu erfahren. Kompetente Trainer und aktiv eingebundene Profiboxer als authentische Projekt-Botschafter vermitteln in Zusammenarbeit mit qualifizierten Pädagogen im Rahmen des Projektes den verantwortungsbewussten Umgang mit der eigenen Körperstärke, Handlungsleitfäden für diszipliniertes körperliches und geistiges Training sowie einen respektvollen zwischenmenschlichen Umgang in unserer Gesellschaft.“

Ticketing

Tickets sind erhältlich bei eventim.de, muenchenticket.de sowie an der Tageskasse; Änderungen vorbehalten.



Info für Medienvertreter:

Sie akkreditieren sich für die wee BOXGALA am 2. Juni am besten unter Angabe von Vor-/Nachname, Redaktion, Telefonnummer und Mailadresse bei
Julia Gaus, Mail: gaus@cp-cs.de oder
Christof Hawerkamp, Mail: christof.hawerkamp@sesboxing.de

Medienkontakt:

weeCONOMY AG

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

<https://wee.com>

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

<https://blog.wee.com/weearena/> (weeArena Events)

SES Boxing

Pressesprecher/PR
Christof Hawerkamp
Tel: 0391/7273720; mobil: 0171/1223230
Mail: christof.hawerkamp@sesboxing.de

<https://sesboxing.de>

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

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

Mehr über Cengiz Ehliz:

- Visionär und Impulsgeber des Cashback-Projekts wee
- Founder und Mehrheitsaktionär der weeCONOMY Group AG
- 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 (MNDF)“ für ein innovatives, einzigartiges Cashback-System
- Soziales Engagement: weeCHARITY
- Gesellschafts-/wirtschaftspolitisches Engagement: Senator im Europäischen Wirtschaftssenat e.V.
- Hobbys: Familie, Bergsteigen, Boxen (erfolgreich aktiver Amateurboxer in der Jugend), Oper
- Lebensmotto: „Entscheidend sind im Leben nicht nur die guten Taten, vielmehr was wir der Welt hinterlassen!“

www.cengizehliz.com