



**ALLGÄU**  
#WEELOVEALLGÄU

Kempton/Kreuzlingen/München, 24. Oktober 2019

+++Sperrfrist: 24. Oktober, 11.00 Uhr +++

## Stationärer Einzelhandel im Allgäu mit wee als Partner gegen Umsatzeinbußen durch Online-Shopping

Mit der Botschaft „wee Love Allgäu“ als Initiative die Zukunft aktiv mitgestalten

Im Rahmen ihrer europäischen Markteinstiegsstrategie startet die Schweizer weeConomy AG jetzt mit der Einführung des innovativen Mobile Payment- und Cashback-Systems wee im Allgäu. Regionaler Partner ist die MPC-Concept GmbH, beheimatet in Memmingen und Kempten. Ziel ist es, im Allgäu und in Oberschwaben perspektivisch 4.000 stationäre Einzelhändler zu digitalisieren und auf der weeApp – als neuer Suchmaschine des Einzelhandels für seine heimischen Kunden – sichtbar zu machen. Dabei, so der Plan, sollen innerhalb von fünf Jahren 400.000 Konsumenten als potenzielle Kunden dieser Einzelhändler in die wee-Infrastruktur integriert werden. Sie profitieren beim Einkauf mit Rabatten von bis zu 10 Prozent und sorgen beim angeschlossenen Einzelhandel für zusätzliche Umsätze im Kampf gegen die wachsende Übermacht des E-Commerce. „wee Love Allgäu“ steht dabei als emotionale Botschaft für eine Initiative mit unterschiedlichen Partnern, die die Zukunftsperspektiven des Allgäus schärfen und aktiv mitgestalten möchten. Dieser Zusammenschluss ist überparteilich, steht aber allen motivierten Unternehmen und Bürgern für eine Beteiligung offen.

Cengiz Ehliz, wee-Founder und global aktiver Unternehmer im Bereich Mobile Payment, ist vom Sonderweg bei der Markterschließung im Allgäu überzeugt: „Die regionalen Partner“, so der amtierende Unternehmer des Jahres von München, „sind mit ihrer Heimat tief verwurzelt, ein gleichermaßen ehrgeiziges und leidenschaftliches Team mit ausgewiesener unternehmerischer Erfahrung. Sie haben ihre Kompetenzen in einer eigenen Gesellschaft gebündelt und für diese ambitionierte Aufgabe ausgerichtet.“

Südbayern hat für wee eine wichtige strategische Bedeutung in Europa: Nachdem bereits im vergangenen Jahr der Markteintritt in der Metropolregion München, im Oberland mit dem „Leuchtturm“ weeArena in Bad Tölz und in Niederbayern erfolgreich gelang, bildet nun das finanzkräftige Allgäu eine wichtige Brücke bei der regionalen Vernetzung mit gleichzeitiger Integration von mittelfristig 15.000 Einzelhändlern.

Frank Büttner, für das Projekt Allgäu verantwortlicher Geschäftsführer der MPC-Concept ist sich seiner Verantwortung bewusst: „Fast alle anderen europäischen Regionen haben als Kristallisationspunkt beim Markteinstieg eine mit der wee-Technologie digitalisierte Arena. Diese vernetzt die Fans des jeweiligen Profi-Sportclubs als Kunden mit dem stationären Einzelhandel vor Ort. Für uns sind die Einzelhändler selbst die ausgewiesenen Leuchttürme, darin eingeschlossen Tausende von Betrieben aus der Tourismusbranche wie Hotels, Pensionen, Freizeiteinrichtungen, Gastronomie.“ Prominent präsentierte sich

wee – mit dem Bayrischen Landessportverband als Partner – bereits während der Allgäuer Festwoche.

Dass insbesondere die FIS Nordische Ski WM 2021 in Oberstdorf ein vielbeachtetes regionales, nationales und internationales Glanzlicht für das Allgäu setzen wird, davon ist Geschäftsführer Moritz Beckers-Schwarz überzeugt. Aber um die Planungen passgenau umzusetzen, gilt es unterschiedlichste Herausforderungen zu meistern: „Digitalisierung und Vernetzung auf allen Ebenen ist für uns eine der wichtigsten Aufgaben. Gemeinsam an der Zukunft des Allgäus mitzuarbeiten, hat mich persönlich motiviert, diese Initiative zu unterstützen. Letztlich auch, weil die Vernetzung mit dem heimischen Einzelhandel, der Hotellerie und Gastronomie im wahrsten Sinne des Wortes online funktionieren muss.“

Für die Partner der Initiative ist, neben der Digitalisierung, mindestens die Aufrechterhaltung von gewohnter Lebensqualität im Allgäu ein erklärtes Ziel. Und diese beinhaltet eine tägliche Versorgung der Menschen, auf dem Land und in den Städten. Frische Brötchen, Brezeln oder Kuchen zum Frühstück lassen sich auch in Zukunft nicht bei Amazon bestellen. Genauso wenig schneidet das Internet die Haare oder produziert leckere regionale Fleischwaren. Lebensqualität hört da auf, wo man auf lebensnotwendige Dinge des täglichen Gebrauchs verzichten muss, für die der lokale Einzelhandel steht. Aus diesem Grund haben sich bis dato gut 50 Einzelhändler aus dem Allgäu für Mobile Payment und Cashback unter dem wee-Label entschieden.

Die Rabatte von bis zu 10%, für Endverbraucher werden als wee mit der weeCard oder weeApp gesammelt. Diese können wiederum nur beim Einkauf im angeschlossenen Einzelhandel angerechnet werden. Oder man lässt sich das Guthaben alternativ aufs eigene Bankkonto überweisen – ein Merkmal, das wee von allen Wettbewerbern unterscheidet. wee bietet darüber hinaus Online-Shopping in über 1.400 teils namhaften Onlineshops unter wee.com an. Die hier als Einkaufsvorteil generierten wee können ebenfalls nur beim Konsum im stationären Handel verrechnet werden, als zusätzlicher Turbo für die Händler vor Ort, die damit direkt von ihrem Gegner, dem E-Commerce, profitieren. Ein wee entspricht einem Euro. weeConomy vernetzt mit seiner Mobile Payment- und Cashback-Strategie, unter Einhaltung aller aufsichtsrechtlichen Regularien, den stationären Einzelhandel mit Konsumenten und E-Commerce.

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

**Medienkontakt:**

Tilmann Meuser

Head of Corporate Communications / Mediensprecher weeGroup

Tel: mobil +49 177 / 80 95 117

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

**Weitere Informationen zu wee und Founder Ehliz:**

[weeloveallgaeu.de](http://weeloveallgaeu.de)

[wee.com](http://wee.com)

[weesports.com](http://weesports.com)

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

[www.facebook.com/weeloveallgaeu](http://www.facebook.com/weeloveallgaeu)