

Cashback- und Mobile Payment-System "wee" vor Markteintritt in China



Bei der feierlichen Unterzeichnungszeremonie am 19.06.2019 wurde die wirtschaftlich-technologische Partnerschaft zwischen der Metropole Shenzhen und Bayern mit größtenteils Münchner Unternehmen für die Zukunft untermauert - hier freut sich auch Cengiz Ehliz (links außen) im Namen von "wee" die Unterschrift zu leisten. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/122695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/weeCONOMY AG/Reiner Pohl"

Credit: weeCONOMY AG
Fotograf: Reiner Pohl

Utl.: Boomtown Shenzhen schwört auf "Made in Germany" mit M-Business aus Schwabing (FOTO) =

München / Kreuzlingen / Shenzhen (ots) - Nicht nur emotional ist die Ratifizierung eines Vorvertrags zur erweiterten Digitalisierung von Shenzhen, einer der weltweit am rasantesten wachsenden Städte, als Ritterschlag für die Münchner High-Tech-Schmiede "wee" zu werten. Wang Weizhong, ranghöchster Politiker der Regierung von Shenzhen (Secretary of Shenzhen Municipal Committee of the Communist Party of China), der pulsierenden Metropole mit 13 Millionen Einwohnern, und Cengiz Ehliz, Visionär und Founder von "wee", haben jetzt ein sichtbares Ausrufezeichen für die wirtschaftlich-technologische Zusammenarbeit zwischen China und Deutschland gesetzt: mit dem als Private-Public-Partnership geplanten Markteintritt von "wee" in dieser Sonderwirtschaftszone der Provinz Guangdong! Das innovative Loyalty-Programm ist global einzigartig - mit seiner weeApp, die mit ihrer integrierten Suchmaschine den stationären Einzelhandel ebenso sichtbar macht wie Onlineshops, gilt es in Fachkreisen als Bayerns Antwort auf den globalen Bluechip Amazon.

In den meisten Verträgen, die am vergangenen Mittwoch von Vertretern deutscher Unternehmen wie Siemens, Lufthansa oder Occhio mit der kommunalen Regierung von Shenzhen abgeschlossen wurden, geht es um milliarden schwere Investitionen aus Deutschland in das chinesische Epizentrum von Smart City und Fintec. Mit der eigenen Vereinbarung, so die Businessplanung der weeMarketplace AG, werden Investitionen

aus China in die erfolgreiche Implementierung des "wee"-Geschäftsmodells vor Ort fließen. Diese Strategie soll einen beispielhaften Markteinstieg in Shenzhen gewährleisten - als Meilenstein für folgende Marktaktivitäten in China.

"Ich freue mich auf dieses gigantische Projekt und den Rollout unserer Unternehmens- und Produktstrategie in China, wo Mobile Payment die weltweit höchste Akzeptanz besitzt", lächelte höchst motiviert M-Commerce Multi-Unternehmer Ehliz nach erfolgter Ratifizierung und verbindlichem Handshake mit Andrew Huyan, Deputy Secretary General der Shenzhen International Investment & Promotion Association. Der amtierende Münchner Unternehmer des Jahres mit türkischen Wurzeln hat allen Grund zur Vorfreude: Eine chinesische Investorengruppe interessiert sich bereits für die weitergehende Digitalisierung der für "wee" neuen Pilotregion Shenzhen. Die von der Division weeSports & Entertainment AG entwickelte Projektierung soll mit einem stattlichen Millionenbetrag finanziert und als erstes Arenaprojekt mit offenem Bezahlungssystem im Reich der Mitte umgesetzt werden. Darüber freut sich auch die Swiss Fintec Invest AG als Holdinggesellschaft der Gruppe. Und was motiviert die kommunalen Entscheider von Shenzhen, diese Investoren für "wee" zu promoten, gemeinsam, ggf. mit zusätzlichen Millionen an staatlichen Fördermitteln, ein derartiges Mega-Projekt anzugehen?

Es ist zunächst die weltweite Alleinstellung des innovativen Loyalty-Programms, bei dem Einzelhändler von ihrem größten Wettbewerber, dem E-Commerce, profitieren. Das verhält sich europaweit beispielsweise in München genauso wie im Allgäu, in der mitteldeutschen Lausitz oder in den Städten der Schweizer Romandie, wo aktuell der Einzelhandel für "wee" erschlossen wird. Im Gegensatz zum Wettbewerb können beim Online-Shopping in über 1.400 namhaften Onlineshops unter wee.com als "wee" (ein "wee" ist in Europa ein Euro) gesammelte Rabatte nur beim Konsum im stationären Einzelhandel verrechnet werden. Alternative Option: Der Kunde lässt sich die gesammelten "wee" auf sein eigenes Girokonto überweisen. Dieses Mobile Payment steht im Einklang mit den aufsichtsrechtlichen Auflagen.

Im beschaulichen Bad Tölz sind die umfassenden Stress-Tests für die synergetische Vernetzung des weltweit ersten "offenen" Stadion-Bezahlungssystems der vollumfänglich digitalisierten weeArena mit dem ortsansässigen Einzelhandel, der sich in die "wee"-Infrastruktur integriert hat, und dem E-Commerce erfolgreich abgeschlossen. Das

bedeutet konkret: Wer bei Einzelhändlern vor Ort einkauft, die sich "wee" angeschlossen haben, und dort bis zu 10 % Rabatte pro Einkauf sammelt, kann mit seinem "wee"-Guthaben den Eintritt zu DEL2-Spielen der Tölzer Löwen bezahlen, im Eistempel mit der weeCard oder weeApp bargeldlos verzehren oder im Fanshop einkaufen, und dabei wiederum Rabatte als "wee" einsammeln. Die Alleinstellung mit dem Pilotprojekt Bad Tölz und dem hier aufgebauten Know-how bei der Technologieentwicklung, -implementierung und im Projektmanagement dient als Blaupause für die bereits erfolgte europaweite Multiplikation und die damit einhergehende systematische Erschließung von 25 Metropol- und ländlichen Regionen bis 2024.

Und warum baut eine der technologisch innovativsten Städte der Welt auf "wee" und das einzigartige Stadionkonzept der weeSports & Entertainment? Einerseits gilt es, den stark unterrepräsentierten Einzelhandel zu motivieren und mit einer wachsenden Angebotspalette die Lebensqualität der Menschen zu verbessern. Andererseits will China und insbesondere Shenzhen auf dem Weg zum Big Player im Profisport Milliarden in den Bau von Sportstätten investieren, um das Bedürfnis der steigenden Zahl an Fans nach professionellem Sport bedienen zu können. Dabei soll die Implementierung des Tölzer Modells in Sachen vernetztes Mobile Payment mit Cashback-Garantie eine tragende Rolle einnehmen.

Oliver Kaiser, Chairman des Advisory Board der weeSports-Division ist vom Erfolg des Projektes im Land der aufgehenden Sonne überzeugt: "Nach der erfolgreichen Implementierung mit unserer eigenen technologischen Infrastruktur planen wir, über Shenzhen hinaus die gesamte Provinz Guangdong für "wee" zu erschließen, die mit über 100 Mio. Einwohnern die bevölkerungsreichste Provinz Chinas ist." Das Credo des Sport-Business-Profis mit ausgewiesener Loyalty-Expertise: "Wir möchten, dass Konsumenten in China ihre Einkäufe des täglichen Lebens zukünftig mit der weeApp bargeldlos tätigen und dabei nicht nur Cashback einsammeln. Über den monetären Vorteil hinaus bieten wir der wachsenden Zahl an Sportfans gleichermaßen einzigartige Erlebnisse mit ihren Idolen an, verknüpfen das mit Merchandise-Angeboten, Stadionerlebnissen und digitalem Marketing. Wenn sich dann von fast 1,4 Mrd. Chinesen nur die Hälfte für Sport interessiert, treffen wir mit unserem Business Case hier auf ein perspektivisches Kundenpotenzial von über 500 Mio. Fans."

Gut 20 Topmanager aus Shenzhen mit einem Gesamtumsatz von ca. 500 Mrd. Euro aus allen relevanten Branchen wie Automotive, Venture

Capital, Luft-/Raumfahrt, IT, Energie, Bankenwesen, Projektentwicklung etc. zählte die hochrangige chinesische Delegation, die von Roland Weigert, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie aufs Herzlichste begrüßt wurde.

Mit dem Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski hatte die organisierende Shenzhen International Investment & Promotion Association (SZIIPA) einen standesgemäßen Rahmen für die chinesisch-deutsche Konferenz über wirtschaftliche und technische Kooperation ausgesucht. Um sich über das Geschäftsumfeld und die Wirtschaftsentwicklungen vor Ort ein Bild machen zu können und die Projekte vertraglich zu finalisieren, erfolgt der Gegenbesuch der deutschen Delegation in Shenzhen unter erwartungsfroher Beteiligung des "wee"-Managements im Spätsommer 2019.

P.S. :

Als Service bieten wir Ihnen 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.

Informationen zu wee: <http://wee.com> sowie <https://weesports.com>
Zu Visionär und wee-Founder Herrn Cengiz Ehliz:
<http://cengizehliz.com/>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

weeMarketplace AG/weeSports & Entertainment AG/weeBusiness GmbH
Head of Corporate Communications
Mediensprecher
Tilman Meuser
c/o CP/CONSULT Consulting Services GmbH
Tel: +49 (0) 201/890699-15; mobil: +49 (0) 177/8095117
meuser@cp-cs.de

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE122695/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0111 2019-06-21/13:00

211300 Jun 19

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190621_OTS0111