

24.05.2017 - 16:37 Uhr

Pilotregion : Vernetzung von globalem E-Commerce mit regionalem Einzelhandel und Hauptsponsorship im Eishockey / "wee" ermöglicht EC Bad Tölz Aufstieg in DEL II



Tölz (ots) -

Die Spatzen haben es bereits von den Dächern gepfiffen - jetzt ist es Fakt: Die Region Bad Tölz wird für die Schweizer Cashback- und E-Commerce-Spezialisten der weeCONOMY AG zu einer ausgewiesenen Pilotregion. Damit erhält das idyllische "Oberland" in der globalen Markteinstiegs- und -durchdringungsstrategie von "wee" eine herausragende Stellung - vergleichbar mit der Metropolregion Jakarta in Indonesien beim Marktstart in Asien, der Enklave Trinidad und Tobago in der Karibik oder der Schwerpunktmärkte im nationalen Dreiländereck Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Jede der definierten Pilotregionen ist für das global operierende Unternehmen bedeutend. Für die hier exemplarisch umzusetzenden Ziele werden ehrgeizige Projekte aufgesetzt, die dann, als "Best Practice", im Rahmen der internationalen Unternehmens- und Produktstrategie in andere Märkte multipliziert werden. Für die jeweilige Region beinhaltet diese Strategie Investitionen, die der Stärkung des heimischen Handels und letztlich der Lebensqualität der dort wohnenden Menschen zugute kommen.

Bad Tölz und sein Umland freuen sich nach der Oberliga-Vizemeisterschaft und den emotionalen Play-Off-Spielen auf die lang ersehnte DEL II. Der Aufstieg verspricht auch eine Renaissance der legendären Lokalderbys gegen den SC Riessersee oder den ESV Kaufbeuren mit "ausverkaufter Hütte". Die Verpflichtung von Rick Boehm (57) als Headcoach der Profis und die Beförderung von Florian Funk (47) zum neuen DNL-Trainer waren die ersten wichtigen Personalentscheidungen in der vergangenen Woche.

Nach intensiven Analysen: "wee" passt optimal in das Gesamtkonstrukt Bad Tölz

Da Geld auch im Eishockey Tore schießt, musste die verschworene Tölzer Gemeinschaft hart am Ausbau des Etats arbeiten, um einerseits die Lizenz-Anforderungen der Liga erfüllen und andererseits die Chance auf einen Mittelfeldplatz erhalten zu können. Da passte das Zusammenspiel mit "wee" hervorragend, das beim Yasin-Ehliz-Cup, dem internationalen Nachwuchsturnier des EC Bad Tölz, im März bereits ausgetestet und beidseitig als durchweg erfolgreich empfunden wurde.

"Ich freue mich für meine Heimat", kommentiert wee-Gründer, Visionär und Mehrheitsaktionär Cengiz Ehliz (46), der den Deal zu seiner eigenen, ganz persönlichen Sache gemacht hat, "aber wir bringen keine Geschenke, sondern ein faires Angebot zur erfolgreichen Zusammenarbeit, das auf Nachhaltigkeit ausgelegt ist."

Was für andere Pilotregionen galt und gilt, gab auch den Ausschlag für die Entscheidung pro Bad Tölz: "Wir haben", so Ehliz, "über einen Zeitraum von einem Jahr ein halbes Dutzend vergleichbare Regionen in Deutschland, Tschechien, Österreich und der Schweiz detailliert analysiert. Die Wirtschaftsdaten mit den Parametern Kaufkraft, Zusatzpotenzial durch Touristen, aber auch Lebensqualität, Bandbreite des stationären Einzelhandels, Innovationsfreudigkeit und sportlicher Leuchtturm mit Spitzen- und Breitensport gleichermaßen, sprechen eindeutig für Bad Tölz, worüber ich sehr glücklich bin."

Aber wie beim jüngst erfolgten umfassenden Engagement als Hauptsponsor diverser Profi-Boxport-Engagements von "wee" gilt: Nur bei absehbarem Return on Invest und positivem Image für die Marke macht Sponsoring Sinn.

Investitionen im siebenstelligen Euro-Bereich für die globale Pilotregion Bad Tölz

Christian Donbeck (45), neuer Löwen-Geschäftsführer ist vom ganzheitlichen Konzept der Schweizer begeistert, in dessen Kern die Tölzer Löwen eine wichtige Rolle spielen: "Ohne die Zusammenarbeit mit unserem Wunschpartner hätten wir keine Chance auf die DEL II-Lizenz. Wir - damit meine ich den Vorstand, unsere etablierten Sponsoren, die ganzen ehrenamtlichen Helfer, mein Office, unsere neuen Coaches und die Profis der weeCONOMY - haben alles dafür getan, die Lizenzunterlagen umfangreich und fristgerecht fertig zu machen. Ich bin mir sicher, dass wir in der DEL II die ein oder andere Duftmarke setzen werden."

Getreu dem gemeißelten Motto von Vollblutunternehmer Ehliz, "Wenn wir etwas machen, dann richtig", profitieren jetzt Einzelhandel, ortsansässige Verbraucher, Touristen, der EC Bad Tölz als Gesamtverein und die Profiausgliederung der Tölzer Löwen Eissport GmbH von der auf bis zu 10 Jahre ausgelegten Positionierung als Pilotregion.

Das bedeutet konkret:

- Für den Einzelhandel vor Ort: Ab Montag, dem 29. Mai 2017, wird das Cashback-System "wee" mit ca. 50 einheimischen Einzelhändlern in Bad Tölz offiziell eingeführt. Jeder dieser Händler wird an seine Kunden kurzfristig 500 weeCARDS kostenlos verteilen, die mit je 5 Euro aufgeladen sind. So profitiert der im System angeschlossene Handel von einem zusätzlichen Umsatz in der Größenordnung von bis zu 125.000 Euro.

Als Einzelhändler mit an Bord: u.a. "Trops - die Getränkegarage", "Blumen Fritz", "Friseur Brigitte Bogner", "Glücksmomente", "Kindermode Blue Flamingo", "Netline Handyshop", "Protouch Europa", "Rendezvous der Genüsse" und diverse Gastronomiebetriebe wie das legendäre American Diner "Jailhouse"...

Die Tölzer 10-Euro Wertkarte ist kein Wettbewerber zur weeCARD: Beide Produkte lassen sich gut miteinander vernetzen, da "Der Tölzer" als lokale Geschenkkarte zum Einlösen im örtlichen Einzelhandel konzipiert ist. Die weeCARD ist lokal, regional, national und global dimensioniert und einsetzbar.

- Für die Tölzer Löwen: Die vertragliche Vereinbarung mit "weeCONOMY" ist leistungsorientiert aufgebaut und hat eine Laufzeit von max. 10 Jahren. Dem Etat der Eishockeyprofis fließt im Optimalfall ein jährlicher "unterer" sechsstelliger Euro-Betrag zu.

- Für den EC Bad Tölz: Gemeinsam mit dem Hauptverein, den Profis und dem Betreiber des Eisstadions, den Stadtwerken, werden die Vertragswerke spezifiziert. Teile des Sponsorings investiert die weeCONOMY in das Nachwuchsleistungszentrum (fünf Sterne!), um die Eishockey-Talentschmiede zu unterstützen. Parallel entwickelt die "wee"-Charity - weeCHARITY for Kids e.V. als gemeinnütziger Verein und Teilmarke von "wee" - mit dem Verein ein soziales Projekt im Breitensport, das Barrierefreiheit und Inklusion im Eishockeynachwuchs abbildet.

- Für die weeCONOMY AG und die Marke "wee": Beginnend mit der Saison 2017/18 soll das Eisstadion in Bad Tölz weeARENA Bad Tölz heißen. Gemäß Hauptsponsorship würde dann ein durchgängiges Branding der Marke "wee" im Stadion (Banden, Banner, Hospitality, Tickets etc.), auf der Wettkampfausrüstung der DEL II-Mannschaft (Rücken, Oberschenkel, Trainings-Shirts, Trainings-/Ausgeh-Equipment) und der Amateur-/Nachwuchsmannschaften sowie bei sonstigen Maßnahmen (Branding Teambus und Außenbereiche Arena) erfolgen.

- Für die Strategie der Vernetzung von Verein, Profimannschaft, Einzelhandel und Region: In der langfristigen Perspektive wird weeCONOMY in der Region die Vision des Mobile Payment entwickeln, testen und etablieren. Das bedeutet: Erschließung der kompletten Wertschöpfungskette rund um das Produkt. Das Ticketing und der Verzehr in der geplanten weeARENA sowie der Merchandise-Einkauf sollen über die weeCARD bzw. die weeAPP erfolgen.

Das gilt auch für ab 2018 geplante Events über das DEL II-Eishockey hinaus: angefangen beispielsweise bei einer internationalen Boxgala, einem Alpen-Tattoo, einer Schlagerparade oder Oldienacht bis hin zur Dance-Party mit internationalen DJs in der weeARENA Bad Tölz.

Insofern können beim Einkauf im Onlinehandel erzielte wee direkt in der weeARENA für den Konsum eingesetzt werden. Darüber hinaus können die Guthaben auf der weeCARD beim Kauf im Einzelhandel eingesetzt werden, oder alternativ: Jeder Verbraucher kann sich das gesammelte Einkaufsguthaben direkt auf sein Girokonto überweisen und als Cash auszahlen lassen. Die technischen

Investitionen in dieses Projekt (stufenweise Umsetzung der technischen Infrastruktur in der angedachten weeARENA, Software-Entwicklung etc.) lässt sich weeCONOMY perspektivisch ca. 1 Million Euro kosten. Mit den positiven Erfahrungen des Bad Tölzer Projektes und dem erarbeiteten Know-how plant das Unternehmen dann die globale Multiplikation.

- 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.

- Im wirtschaftspolitischen Kontext: Das Projekt steht im Einklang mit den Zielen des in München beheimateten Europäischen Wirtschaftssenats e.V. (EWS) unter der Patenschaft seines Senators Cengiz Ehliz.

René Rudorisch (38), Geschäftsführer der DEL II, ist sichtlich beeindruckt vom neuen Tölzer Weg: "Nachhaltiges Sportsponsoring im Profi- und Amateursport mit der wirtschaftlichen Entwicklung einer Region zu vernetzen, ist ein innovativer Sponsoringansatz. Wir drücken dem Eishockey in Bad Tölz die Daumen!"

Kontakt:

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

EC Bad Tölz e.V.
Melina Staar
Tel. 0163-8871349
Mail: medien@ec-bad-toelz.de

PS: Als Service bieten wir Ihnen nutzungsrechtsfreies Bildmaterial (Fotos, Bewegtbild) zum Downloaden an unter www.cp-cs.de/presse

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

Medieninhalte



Cengiz Ehliz (3.v.l.), Gründer und Mehrheitsaktionär der weeCONOMY AG verkündet ein 7-stelliges Investitionsvolumen in der Region Bad Tölz für den EC Bad Tölz, die weeArena und den örtlichen Einzelhandel. Mit im Bild: Christian Donbeck (l.), Geschäftsführer Tölzer Löwen GmbH, Tilmann Meuser (2.v.l.), Mediensprecher weeCONOMY und René Rudorisch, Geschäftsführer DEL2. 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"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100062166/100802925> abgerufen werden.