



Cengiz Ehliz ist Gründer von „wee“ und Münchens Unternehmer des Jahres.

Bayerns Antwort auf Amazon

Der Bad Tölzer Unternehmer **Cengiz Ehliz** will bislang konkurrierende Welten verbinden. In seinem Cashback-System „wee“ profitieren Online-Handel und lokale Geschäfte voneinander.

Online-Shopping boomt – auch in Deutschland. Im vergangenen Weihnachtsgeschäft wurde bereits ein Viertel aller Geschenke im Internet erworben. Vor allem junge Kunden kaufen im Netz. Gut 30 Prozent der unter 30-Jährigen erledigen ihre Einkäufe sogar ausschließlich bei Online-Händlern.

Die Folgen für den Einzelhandel sind teilweise dramatisch. Geschäfte und Läden müssen aufgeben, Innenstädte und Dörferkerne veröden. Nur große Ketten

und Kaufhauskonzerne haben Mittel und Möglichkeiten, den internationalen Online-Riesen eigene Web-Angebote entgegenzusetzen. Innovative Angebote sind daher gefragt. Angebote, die Online-Käufer und stationären Handel zusammenbringen. Innovative Angebote, wie das des gebürtigen Bad Tölzers Cengiz Ehliz.

Der Oberbayer mit türkischen Wurzeln strebt mit seinem Unternehmen weeconomy nichts weniger an als die „Digitalisierung des Einzelhandels“. Mit

seiner Geschäftsidee will der Unternehmer die bislang konkurrierenden Einkaufs-Sphären verbinden. Sein Bonusprogramm „wee“ vernetzt die Welt des Online-Shopping mit lokalen Einzelhändlern. Die über „wee“ im E-Commerce gesammelten Rabatte können nur im stationären Handel eingelöst werden. Jeder Online-Kauf schafft so für die angeschlossenen lokalen Händler potenzielle neue Kunden und Umsätze. Gleichzeitig profitieren die Geschäfte von der Sichtbarkeit in der „wee“-App

und der Möglichkeit, ihre Kunden über besondere Angebote zu informieren und so noch enger an sich zu binden.

Alternativ lassen sich die Bonuspunkte auf das Girokonto des Verbrauchers buchen. Umgerechnet wird dabei ein „wee“ zu einem Euro. „Wir sind der innovative und loyale Partner des stationären Einzelhandels gegen E-Commerce-Riesen wie Amazon“, sagt Ehliz über sein Konzept.

Unternehmer des Jahres

Als Pilotregion für sein Geschäftsmodell hat Ehliz München ausgewählt. In der bayerischen Landeshauptstadt haben sich bereits mehr als 2.400 lokale Einzelhändler dem System angeschlossen. Eine Zahl, die Ehliz bald vervielfachen möchte: „Im Laufe des Jahres 2019 haben wir in der Metropolregion München 8.000 Einzelhändler in unsere Infrastruktur integriert“, ist er überzeugt. Für sein Engagement wurde Ehliz jetzt der Preis „Münchner Unternehmer des Jahres“ verliehen.

Aber auch außerhalb Bayerns setzt Ehliz auf Wachstum. Schon jetzt bringt sein Programm europaweit 30.000 Einzelhändler mit mehr als 1.300 Online-Shops zusammen. Mittelfristig solle die Zahl der angeschlossenen Läden und Geschäfte auf eine Million steigen, plant er. Von München aus möchte er allein in diesem Jahr 20 weitere europäische Metropolen mit „wee“ erobern. Schwerpunkte der Expansion sind neben Deutschland Österreich, die Schweiz, Polen und Großbritannien. Jan Boluminski, Payback-Mitgründer und bei Ehliz' Firma verantwortlich für die Vernetzung von Online-Geschäften und stationärem Handel, zeigt sich überzeugt: „Wee wird sich entwickeln wie ein Tsunami.“

Seit Kurzem verfügt „wee“ auch über eine E-Money-Lizenz. Damit kann das Unternehmen seine digitale Währung auch Kunden außerhalb des eigenen

Systems anbieten. Jeder Interessent kann „wee“ erwerben und als Zahlungsmittel verwenden.

Und Ehliz hat noch weitere Pläne. „Wee soll die Suchmaschine für den stationären Einzelhandel werden“, sagt er. Wenn Kunden künftig online nach einem Produkt suchen, soll ihnen die „wee“-App zeigen, in welchem Geschäft sie es kaufen können. Ein eigener Lieferdienst könnte zudem die Waren zum Käufer bringen.

In seiner Heimatstadt Bad Tölz hat Ehliz ein weiteres innovatives Projekt gestartet. Die „weeArena“, die Spielstätte des Eishockey-Teams „Tölzer Löwen“, hat er mit einem bargeldlosen Bezahlssystem ausgestattet. Im Eisstadion kann vom Eintritt bis zum Imbiss alles mit der „wee“-Card oder per App bezahlt werden. Im Unterschied zu anderen Stadionsystemen hat Ehliz sein Arena-Konzept offen gestaltet. Das heißt, alle in der Eishockey-Arena erworbenen Rabatte können ebenfalls wieder im lokalen Einzelhandel oder erneut im Stadion eingesetzt werden.

China im Blick

Auch im Sportbereich will Ehliz kräftig expandieren. Schon jetzt arbeitet sein Unternehmen daran, das Eisstadion in Deggendorf ebenfalls auf das „wee“-System umzurüsten. Spätestens zum Saisonstart 2019/20 soll es so weit sein. Kürzlich konnte auch das Münchner Eishockeyteam EHC Red Bull als Partner gewonnen werden. Weitere Interessenten gibt es zuhauf. „Wie ich höre“, sagt Ehliz, „gibt es gefühlt keine Liga der Welt, die uns nicht auf dem Radar hat.“ Längst führe man internationale Gespräche. „Unsere Spezialisten arbeiten hierzu an einer Art Franchise-Modell, das die Multiplikation des Systems gewährleisten wird“, so der Unternehmer.

Interesse an seinem System bestehe auch in China, erzählt Ehliz. In Peking werden 2022 die Olympischen Winterspiele veranstaltet. Mit dem Bau von

landesweit 35 neuen Eisstadion wollen die Chinesen Eishockey populärer machen. „Wenn nicht in China, wo dann?“, fragt Ehliz. Ein Stadionsystem wie das von wee würde dort hervorragend passen. Schon heute begleiten 350 Millionen Chinesen über Online-Dienstleister ihre Miete, erhalten so ihr Geld, leihen es oder legen es an.

Doch der umtriebige Unternehmer denkt nicht nur ans



Geschäft. Auch soziales Engagement ist für Ehliz selbstverständlich. Der gemeinnützige Verein „weeCharity for Kids“, den seine Lebenspartnerin Siana Petrova führt, unterstützt hilfsbedürftige und kranke Kinder weltweit. Die ehrenamtlichen Mitarbeiter beraten die Eltern der Kinder und übernehmen dann die Kosten für Operationen und Behandlungen.

Auch andere Einrichtungen profitieren von Ehliz. So flossen zuletzt 10.000 Euro aus einem Event im Münchner Olympiapark an das kbo-Kinderzentrum München, das auf die Diagnostik und Therapie von Kindern und Jugendlichen mit Entwicklungsstörungen und Behinderungen spezialisiert ist. Für ihn als zweifachen Vater gelte, so Ehliz: „Entscheidend sind im Leben nicht nur die guten Taten, sondern vielmehr, was wir der Welt hinterlassen.“

Thomas Röhl

Mehr als 2.400 Geschäfte in München haben sich bereits dem Netzwerk von Cengiz Ehliz angeschlossen.