



Presse-Information

Im größten Team der Welt!

Fußball-Schutzpatron im Mittelpunkt

Der Hintergrund: Unsere Welt verändert sich gerade ...

Den Hintergrund dieser privaten Initiative bilden nicht nur ein immer unsicherer werdendes Europa, sondern auch eine immer unsicherer werdende Welt. Vor allem die „massiv anschwellenden“ Flüchtlingsströme samt vielen unbegleiteten Kindern führen innerhalb von Europa zu steigenden Spannungen und Radikalisierungen. Speziell bei den in den europäischen Kontinent hereindrängenden Jugendlichen stellt die Perspektiv- und Orientierungslosigkeit in ihrer Heimat das Migrations-Motiv Nr. 1 dar. Lösungen werden schon lange und dringend gesucht.

Exakt dafür wurde jetzt die neue Initiative „Im größten Team der Welt“ mit einer **Innovation im Social Financing Bereich** geschaffen, in deren Mittelpunkt der offizielle Schutzpatron aller Fußballer, Fußballerinnen, Fußball-Fans und Stadion-Besucher“ steht: Luigi 1884. Mit dieser „neuen Initiative für eine neue Zeit“ kann für Kinder und Jugendliche „vor Ort“, z.B. in Migration Ausgangs- und ihren Nachbar-Ländern sofort in Bildung und Sport investiert werden. Laut immer mehr Spitzen aus Politik, Wirtschaft und dem Sozial-Bereich ist dies die nachhaltigste Hilfe, weil sie an der „Migrations-Wurzel“ ansetzt. Innovative Mechanismen sorgen dabei für die notwendige Finanzierung und eröffnen gleichzeitig neue Geschäft-Chancen für Unternehmen in vielen Branchen.

Ziel: Migration-Eindämmung & Wertevermittlung

Der Luigi 1884 Fonds eV (gemeinnütziger Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn ausgerichtet ist) setzt sich zum Ziel, mit Hilfe der weltumspannenden „Motivationskraft Fußball“ konkrete und nachhaltige Bildungs- und Sport-Hilfsprojekte vorwiegend in Migration Ausgangsländer umzusetzen. Heranwachsenden Kindern und Jugendlichen wird dadurch eine Basis geschaffen,

um in Ihrer Heimat selbst eine Existenz aufbauen zu können. Credo: Migration nachhaltig „an der Wurzel“ eindämmen!

Neben der dafür nötigen Innovation im Social-Financing ist es dem Vorstand des Luigi 1884 Fonds eV ebenso wichtig, die mit dieser neuen Bewegung verbundene Werte-Vermittlung an die Jugend durchzuführen. Der im Zentrum dieser Initiative stehende, völkerverbindende und religionen-übergreifende weltweite Schutzpatron aller Fußballer, Fußballerinnen und Fußball-Fans, „Luigi 1884“, ist dazu ein beispielgebendes Vorbild für die Jugend, ausgestattet mit exakt jenen Werten, die auch der Fußballsport verkörpert:

Fairness, Zusammenhalt, Teamwork, gegenseitige Unterstützung, Hilfsbereitschaft, Fleiß, gegenseitiges Vertrauen, und vor allem „der respektvolle Umgang untereinander“

Funktionen, die heute in vielen Ländern auch der Fußballsport vorlebt. Speziell Fußball macht aus Einzelkämpfern ein Team, führt Jung und Alt, arm und reich im „friedlichen Wettstreit“ zusammen. Barrieren werden abgebaut und Zusammenhalt geschaffen, in der Mannschaft und in den weltweiten „Fan-Gemeinden“ von Fußballclubs. Mit der neuen Marke Luigi 1884 soll diese Werte-Vermittlung wieder bei allen Gesellschaftsschichten in Erinnerung gerufen und manifestiert werden, so die Botschaft des Vorstandes des Luigi 1884 Fonds eV.

Finanzierung? Durch Social-Financing Innovation

Die Aufbringung von finanziellen Mitteln „für diese Hilfe vor Ort“ erfolgt durch Vergabe von Markenlizenzen in Form einer neuen und dafür geschaffenen Wort-Bildmarke bzw. Wort-Marke an ausgewählte Lizenzpartner in verschiedenen Branchen. Regional wie global. Diese können dadurch nicht nur neue Produkte im größten Zielgruppenmarkt der Welt platzieren (Fußball weist weltweit die größte Sportgemeinschaft mit 4 Milliarden Fußball-Fans auf), sondern präsentieren ihr weitsichtiges Sozial-Engagement damit auch eindrucksvoll „nach außen“. Im Marken-Mittelpunkt steht dabei **der „offizielle Schutzpatron alle Fußballer, Fußballerinnen, Fußball-Fans und Stadion-Besucher“: Luigi 1884.**

„Luigi 1884“ – Neue Lizenz-Marke schafft Zukunft!

Die Akquise von Finanzmitteln „für diese Hilfe vor Ort“ erfolgt durch eine Innovation im „Social Financing“ bzw. durch Vergabe von Marken-Lizenzen in Form einer neuen Wort-Bildmarke bzw. Wort-Marke. Hierfür wurde der offizielle, weltweit „völkerverbindende und religionsübergreifende“ Schutzpatron aller Fußballerinnen, Fußballer, Fußball-Fans und Stadion-Besucher“ vom Initiator Manfred Pesek gemeinsam mit dem Vatikan in unsere Welt gebracht: „Luigi 1884“ – Das Original. Gefunden in Europa, geschaffen für die ganze Welt!

Die Wort-/Bild-Marke



Die Wortmarke

Luigi 1884[®]
— Das Original —

Ausgewählte Exklusiv-Lizenznehmer in vielen Branchen, lokale wie weltweit tätige Unternehmen erhalten damit einen „neuen Wettbewerbs-Vorteil“ sowie eine positive Themen- und Produkt-Besetzung in einer der größten Zielgruppen der Welt: Fußballer und Fußballerinnen, Fußball-Fans und Stadion-Besucher. In Summe: **4 Milliarden Menschen** (Quelle: Statista 2023).

Diese Lizenz-Marke als Wort-Bild Marke oder einfache Wortmarke sorgt für einen raschen Frequenz- und Umsatz-Aufbau mit neuen oder bestehenden Produkten im gesamten Online- und stationären Handel vieler Unternehmen. Warum? Ganz einfach,

1. Fußball weist 60 % der weltweiten Sportbericht-Erstattung im Print-, TV- und Online-Bereich auf und liefert teilnehmenden Firmen dadurch auch eine „permanente Präsenz für ihre neuen Marken-Produkte“. Kleine wie große Firmen erhalten dadurch jetzt endlich auch Zugang zum Massen-Phänomen „Fußball“! Sie profitieren weiters durch die Markenführung auf Ihren ausgewählten Produkten sowie vom simultanen beispielgebendem und erhaltenem Sozial-Image. Und erzielen im weltweit 4 Mio Menschen umfassenden Fußballfan-Markt rasch neue Geschäftserfolge.
2. Zusätzlich generieren diese Unternehmen die von der Öffentlichkeit immer mehr geschätzte Sozial-Kompetenz. Die „gute Tat“ wird sichtbar! Und die dadurch sichtbare

Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung wird heute bereits auch von Rating-Agenturen honoriert.

3. Hinweis/Analogie: Dass in unserer Gesellschaft sehr wohl die **nachweislich steigende Bereitschaft** besteht, zu jenen Produkten zu greifen, womit gleichzeitig ein soziales Engagement von jedem von uns ermöglicht wird, zeigt bereits eindrucksvoll die Marke „Fairtrade“. Allein in Deutschland wurde bereits im Vorjahr 2023 ein Umsatz von € 1,8 Mrd. mit Fairtrade-Produkten erzielt, weil immer mehr Konsumenten „deswegen“ zu diesem Produkt gegriffen haben, da auf diesen Waren ein „ersichtliches“ soziales Markensiegel darauf erkennbar war. Und Konsumenten dabei auch lt. Untersuchungen von einem „guten Gefühl“, bzw. einen Zusatznutzen, begleitet wurden. .

4 Milliarden Menschen warten auf neue Produkte – Für viele Branchen eröffnen sich plötzlich neue große Geschäfts-Chancen!

Lizenzpartner aus vielen Branchen (Schmuck, Sport, Textil, Getränke, Auto, Mobil-Telefonie etc.) erhalten durch die neue Luigi 1884 Marke plötzlich neue Geschäfts-Chancen, neue Produkt-Themen und neue Produkt-Ideen. In einem zunehmenden Verdrängungswettbewerb mit sinkenden Margen und immer austauschbareren Produkten heute wichtiger denn je.

Mit der neuen Marke Luigi 1884 wartet jetzt ein 4 Mrd. Menschen umfassender Markt samt einer hoch emotionalisierten und sehr kauffreudigen Zielgruppe auf Produkte - mit „ihrem Schutzpatron“. Wo jeder Produkt-Käufer selbst, anlog Fairtrade, gleichzeitig eine gute Tat leistet und dadurch auch noch ein gutes Gefühl mit dazu erhält! Ein neuer Markt: die wahrscheinlich größte Zielgruppe der Welt mit „4 Milliarden Fußball-Fans“! (Quelle Statista 2023)



Auch mit dem Emblem „Official Partner - Luigi 1884“ wird Sozial-Engagement jetzt sichtbar!



Das offizielle Emblem

Dienstleistungs-Unternehmen, wie Banken, Versicherungen, Consulting-Companies, Stiftungen, Organisationen, Fußball-Clubs und Verbände etc. lassen bereits finanzielle Mittel in soziale bzw. CSR-Aktivitäten (Corporate Social Responsibility) fließen. Viele davon, sind jedoch mit der Wahrnehmung nach außen nicht zufrieden. Warum? Ganz einfach, weil sehr oft keiner davon was erfährt! Kunden, Lieferanten, Eigentümer, Behörden und sogar die eigenen Mitarbeiter erlangen davon meistens keine Kenntnis.

Die angestrebte „Sichtbarmachung von Sozial-Kompetenz“ nach außen wird nicht erreicht. Das neue Sozialkompetenz Gütesiegel „Official Partner - Luigi 1884“ ist hierfür die neue Lösung.

Für Unternehmen bildet eine erhöhte Wahrnehmung ihres sozialen Engagements „nach außen“ in Zukunft ein immer wichtiger werdendes Unterscheidungs-Merkmal im Wettbewerb, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Dies wird auch von Rating-Agenturen zunehmend honoriert und liefert gleichzeitig wertvolle ESG-Effekte.

Die Führung des neuen Emblems „Official Partner - Luigi 1884 Fonds eV“ weist auf ein beispielgebendes Unternehmen hin. Durch diese „sichtbare Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung“ wird für die Öffentlichkeit ersichtlich, dass das Unternehmen nicht nur Sozial-Kompetenz besitzt und auch umsetzt, sondern auch ganz konkret benachteiligten Kindern in Migrations-Ausgangsländer die so wichtige „Zukunft schenkt“. Für eine bessere Welt. Für uns alle. Für Europa!

Die Unternehmen strahlen mit diesen neuen prägnanten Emblem auf ihren Homepages und all ihren Kommunikationsmitteln Sozial-Kompetenz aus. Durch Klick auf das Emblem auf ihrer Homepage öffnen sich dann sofort die offiziellen Seiten des gemeinnützigen Luigi 1884 Fonds eV, wo die konkreten Unterstützungsmaßnahmen für alle einsehbar und sichtbar werden.

„Das größte Team der Welt“ hilft mit!

Fußball begeistert, vereint und verbindet! Die hohe emotionale Kraft des Fußballs wird bei dieser neuen internationalen Initiative genutzt, um benachteiligte Kinder und heranwachsende Jugendliche durch Bildung und Sport zu fördern. Dadurch können diese in ihrer Heimat, bei ihren Familien sowie bei ihren Freunden „zu Hause“ eine Zukunft aufbauen! Große Ziele werden heute – wie wir alle wissen - nur mit neuen innovativen Maßnahmen erreicht. 4 Milliarden Fußball-Fans umfasst die weltumspannende Fußball-Anhängerschaft. Das „größte Team der Welt“ hat daher die Kraft, positive Veränderungen mit Resultaten – wie beim Fußballspiel – herbeizuführen.

Ergänzung zu bestehenden Hilfsorganisationen

Dem Vorstand des Luigi 1884 Fonds ist es wichtig, deutlich zu machen, dass der Luigi 1884 Fonds eV keinen Mitbewerber zu vorhandenen Hilfsorganisationen darstellt. Sondern eine neue ergänzende Rolle einnimmt. Warum? Für bestehende NGOs wird es aufgrund der wirtschaftlich härter werdenden Rahmenbedingungen immer schwieriger, finanzielle Mittel zu lukrieren. Diesen leidvoll negativen Entwicklungen wird mit dieser Innovation im Social Financing erfolgreich begegnet.

Schlanke Organisation – Fokussierte Vorgangsweise

Der Aufbau von eigenen Niederlassungen in Migration Ausgangsländern wird von Luigi 1884 Fonds e.V. eingespart. Dadurch können mehr und notwendige finanzielle Mittel an ausgewählte international agierende Non-Government-Organisation (NGO) und Non-Profit-Organisation (NPO) wie z.B. der weltweit tätigen Hilfsorganisation Suore della Provvidenza (Gründer Padre San Luigi) übertragen werden. Damit werden Hilfsprojekte vor Ort für benachteiligte Kinder im Bereich Bildung- und Sport umgesetzt, die zu einer Verbesserung der Lebensperspektiven für Kinder und Jugendliche „in ihrer Heimat - vor Ort“ führen.

Durch die innovative Verknüpfung von „Social-Financing und die gleichzeitige Bereitstellung von neuen kommerziellen Erfolgen für Kooperationspartner“ durch Lizenz-Einräumung für neue Produkte und Emblem-Führung nach außen wird ein neuer Weg beschritten, um Social-Financing in eine nachhaltige Zukunfts-Kategorie zu heben.

Informationen: www.luigi1884.org

Kontakt: Manfred Pesek | manfred.pesek@luigi1884.org | +43 (0) 676 7359747

Bilder-Anforderung: Ing. Stefan Ulbing | stefan.ulbing@luigi1884.org