

Luigi 1884 -Ziel:

Migration-Eindämmung & Wertevermittlung

Der Luigi 1884 Fonds e.V. setzt sich zum Ziel, mit Hilfe der weltumspannenden „Motivationskraft Fußball“ konkrete und nachhaltige Bildungs- und Sport-Hilfsprojekte in Migration Ausgangsländer umzusetzen. Heranwachsenden Jugendlichen wird dadurch eine Basis geschaffen, um in Ihrer Heimat selbst eine Existenz aufbauen zu können. Credo: Migration nachhaltig „an der Wurzel“ eindämmen.

Die Aufbringung von finanziellen Mitteln „für diese Hilfe vor Ort“ erfolgt durch Vergabe von Markenlizenzen in Form einer Wort-Bildmarke bzw. Wort-Marke an ausgewählte Lizenzpartner in verschiedenen Branchen. Im Marken-Mittelpunkt steht dabei der offizielle Schutzpatron alle Fußballer, Fußballerinnen, Fußball-Fans und Stadion-Besucher: Luigi 1884. Fußball weist weltweit die größte Sportgemeinschaft mit 4 Milliarden Fußball-Fans auf!

Neben der nötigen Innovation im Social-Financing ist es dem Vorstand des Luigi 1884 Fonds eV ebenso wichtig, die mit dieser neuen Marke verbundene Werte-Vermittlung an die Jugend durchzuführen. Was ist damit gemeint?

Ganz einfach, der Schutzpatron aller Fußballer, Luigi 1884, war ein Vorbild für die Jugend und die Werte, die auch der Sport verkörpert:

Fairness – Zusammenhalt - gegenseitige Unterstützung und Hilfsbereitschaft - Fleiß, 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 werden, so die Botschaft Luigi 1884 Fonds eV.

Hintergrund: Unsere Welt verändert sich gerade ...

Den Hintergrund dieser privaten Initiative bilden ein immer unsicherer werdendes Europa und eine immer gefährlicher werdende Welt: Fortschreitende Armut, soziale Konflikte, aufkommende Gewalt. Und, vor allem die „massiv anschwellenden“ Flüchtlingsströme mit vielen unbegleiteten Kindern führen innerhalb von Europa zu steigenden Spannungen. Bei den nach Europa hereindrängenden Jugendlichen stellt die Perspektiv- und Orientierungslosigkeit in ihrer Heimat das Migrations-Motiv Nr. 1 dar. Lösungen werden daher dringend gesucht.

Exakt dafür wurde jetzt diese „Innovation im Social Financing“ geschaffen. Innovative Mechanismen sorgen dabei auf breitester Basis für die notwendige Mittelaufbringung und eröffnen gleichzeitig neue Geschäft-Chancen für Unternehmen in vielen Branchen. Damit kann für Kinder und Jugendliche „vor Ort“, z.B. in Afrika 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.

„Luigi 1884“ - Neue Marke schafft Zukunft!

Die Aufbringung von finanziellen Mitteln „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 mit einem hohen emotionalen Involvement. Hierfür wurde der offizielle und religionsübergreifende weltweite Schutzpatron aller Fußballerinnen, Fußballer, Fußball-Fans, und Stadien-Besucher“ von den Initiatoren gemeinsam mit dem Vatikan in unsere Welt gebracht: „Luigi 1884“ – Das Original. Gefunden in Europa, geschaffen für die ganze Welt!

Ausgewählte Exklusiv-Lizenznehmer in vielen Branchen und weltweite Unternehmen erhalten damit einen „globalen Wettbewerbs-Vorteil“ sowie eine positive Themen-Besetzung in einer der größten Zielgruppen der Welt: Fußballer/:Innen, Fußball-Fans und Stadion-Besucher. In Summe: 4 Milliarden Menschen (Quelle: Statista 2023). . Diese Lizenz-Marke als Wort-Bild Marke oder einfache Wort-Marke sorgt für einen raschen Frequenz- und Umsatz-Aufbau mit neuen oder bestehenden Produkten im gesamten Online- und stationären Handel vieler Unternehmen. Warum? Ganz einfach, Fußball weist 60 % der weltweiten Sportbericht-Erstattung im Print-, TV- und Online-Bereich auf und liefert teilnehmenden Firmen dadurch

auch eine „permanente Präsenz für diese neuen Marken-Produkte“. Zusätzlich generieren diese Unternehmen die auch von der Öffentlichkeit immer mehr geschätzte Sozial-Kompetenz! Und diese wir heute auch bereits von Rating-Agenturen honoriert.

Diese Innovation im Social Financing und der Werte-Vermittlung schafft Zukunft: nicht nur für benachteiligte Jugendliche in Migration Ausgangsländer, sondern auch für neue Geschäftserfolge vieler Unternehmen!

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

Kooperations-Partner aus vielen Branchen (Schmuck, Sport, Textil, Getränke, Auto, Mobil-Telefonie etc.) erhalten durch die Luigi 1884-Lizenzvergaben plötzlich neue Geschäfts-Chancen, neue Produkt-Themen und neue Produkt-Ideen. In einem riesengroßen Markt. Es erwartet sie die wahrscheinlich größte Zielgruppe der Welt mit „4 Milliarden Fußball-Fans“! (Quelle Statista 2023)

Fußball – „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, bei ihren Freunden selbst eine Zukunft aufbauen! Große Ziele können nur mit neuen, großen und innovativen Maßnahmen erreicht werden: 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.

Schlanke Organisation – Fokussierte Vorgangsweise

Die gute Tat im Mittelpunkt: Der Aufbau von eigenen Hilfsorganisationen in Migrations-Ausgangsländern wird von Luigi 1884 Fonds e.V. eingespart. Denn, die aus der Lizenzvergabe an ausgewählte Lizenzpartner erzielten finanziellen Mittel werden von Luigi Fonds 1884 eV an ausgewählte international agierende Non-Government-Organisation (NGO) und Non-Profit-Organisation (NPO) wie z.B. der weltweit tätigen Hilfsorganisation Suore della Provvidenza (Gründer Luigi 1884) übertragen. Mit diesen finanziellen Mitteln werden Hilfsprojekte vor Ort im Bereich Bildung- und Sport unterstützt, die zukünftig zu einer Verbesserung der Lebensperspektiven für Kinder und Jugendliche „in ihrer Heimat, vor Ort“ führen.

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 hebt diese Innovation im Social-Financing Bereich in eine neue Zukunfts-Kategorie.

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 vielmehr eine neue ergänzende Rolle einnimmt. Warum? Für bestehende NGOs wird es aufgrund der wirtschaftlich härter werdenden Rahmenbedingungen ihrer Unterstützer immer schwieriger, finanzielle Mittel für benachteiligte Kinder zu erhalten. Diesem notwendig gewordenen Motiv wird mit einer Innovation im Social Financing jetzt damit begegnet.