



Kranenburg, 16.03.2021

Pressemitteilung

Start-up RespectCreators.com: Der reality Gamechanger will mit einer neuen Value-Kultur Unternehmen und Gesellschaft zukunftsstärker machen. Dazu fordern sie im 1. Schritt alle- und im speziellen- Unternehmen, Medien, Parteien, Nationen zur Teilnahme am 1. Internationalen RESPECT WORLD CUP heraus. Diese werden eingeladen, ihre Zukunftsfähigkeit unter Beweis zu stellen, indem sie Mitarbeiter und Kunden zu RespectBuddies für eine erfolgreiche Zukunfts-Kultur machen. Damit der Change gelingt, motiviert RespectCreators durch zahlreiche Vorteile. Darauf aufbauend möchte das Gründer-Team mit interessierten Kooperations-Partner ein neues, von NEW RESPECT geprägtes Markt-Biotop schaffen. Über Respect-Traveling, -Dating, -Shopping, -News, -mobility, -living, -- fashion, -food und -jobs soll die Zukunfts-Kultur erlebbar für alle gemacht werden. Außerdem wurde mit Experten eine umfassende ALL-in Respekt Zertifizierung entwickelt, damit Konsumenten mit ihrer Kaufentscheidung, eine neue Zukunfts-Kultur entscheiden können.

Weil es 100% wollen und 86% vermissen

In der Krise gegen Krisen. Der ehemalige OgilvyOne Manager und Gründer des Think Tanks IDEA University SouthEast-Asia Dipl. Kfm; Dipl. Soz. Peter G. Koenen startet gemeinsam mit der Psychologin Eloiza Luzuriaga RespectCreators.com das weltweit erste Respekt-Portal zur Gestaltung einer erfolgreichen Zukunfts-Kultur. Basierend auf überraschenden Resultaten einer von der IU initiierten internationalen Langzeit-Umfrage startete die Mission „reality Gamechange“ bereits vor einem Monat erfolgreich in Asien. Nach ersten erfolgreichen Tests wird nun „Deutschland“ (Europa) herausgefordert.

RespectCreators worldwide Ltd. vertreten in Deutschland durch RespectCreators gUg.
Dipl. Soz, Dipl. Kfm. Peter Koenen / Bahnhofstrasse 5 / 47559 Kranenburg
www. respectCreators.com / Tel.: (+49) 02826/5006/ pgk@respectCreators.com



Interdisziplinäre Teams der renommierten Santo-Tomas-Universität (Manila) begannen mit der Befragung von 125.000 Menschen in Europa, Asien und Amerika bereits im Okt 2019. Ziel war es, festzustellen, welche Werte Menschen -kultur-unabhängig- nicht nur persönlich wichtig sind, sondern einen wesentlichen Beitrag in Veränderungs-Prozessen, der Bewältigung von Krisen und Herausforderungen und der Entwicklung einer neuen Zukunfts-Kultur leisten können. Mit dem Eintreten der Corona Pandemie weitete man die Studie aus, um während dieser Zeit mögliche Verschiebungen feststellen zu können.

Überraschendes Ergebnis

Nahezu 100% (98,7%) schätzten persönlich den Wert „Respekt“ und hielten diesen für mitentscheidend, sowohl gesellschaftliche als auch unternehmerische Veränderungs-Prozesse nachhaltig erfolgreich zu gestalten.

Gleichzeitig wurde Respekt allerdings von 86% persönlich vermisst und ersehnt (Okt-Dez19). Im März/April 20 zeigten die Geschehnisse offensichtlich Auswirkung. „Lediglich“ 56 % vermissten Respekt.

Dramatisch im Dez.-Januar20/21:

92% befürchteten eine „Respekt-Abnahme“ während des Corona-Exits und der Zeit danach, begründet laut Aussagen in der Annahme, dass neue Verteilungskämpfe bei der Rückgewinnung des „alten Lebens“, Egoismen und Ignoranz besonders in der westlich geprägten Welt verstärken.

Zukunft mit Schutzfaktor NEW RESPECT!

„Corona hat vieles grundlegend verändert. Damit aber auch die Chance eröffnet, grundlegend über Zukunfts-Gestaltung neu zu entscheiden,“ glauben die Gründer. Einige positive Zeichen sieht der ehemalige Werber im ansatzweise veränderten Konsumverhalten, dass sich immer stärker an WERTEN orientiert. Wie die Studie zeigt, sind tiefgreifende Veränderungs-Prozesse aber ein Drahtseilakt. Begleitet von Verlust-Ängsten, die leicht zu Rückfällen führen. „Da



reicht es nicht, eine temporäre, trendige 'better world' Werbe-Sauce darüber zu schütten," so der Werber.

Für eine neue Zukunfts-Kultur braucht es deshalb nicht nur neue Technologien, sondern in erster Linie den Mut und die Bereitschaft der „Vielen“ zu einer neuen Haltung, sind sich die Gründer sicher.

„Von nahezu 100% gewollt, wäre der Wert NEW RESPECT ein 100% Wirkstoff. Denn dieser Wert beschützt, schenkt Stabilität, Sicherheit und Vertrauen gerade in Veränderungs-Prozessen. Die entscheidende Frage allerdings: „Wie hoch ist die Bereitschaft der Menschen, der Unternehmen, der Medien, der Politik wirklich mit einer neuen Haltung eine neue Zukunft-Kultur zu ermöglichen.“ Das will RespectCreators mit einer Challenge herausfinden.

Jedem ein RespectBuddy!

Unternehmen, Medien, Agenturen, Beratungen, Vereine, Parteien-alle- werden dazu als Multiplikatoren und Vertreter Deutschlands zum ersten internationalen RESPECT WORLD CUP eingeladen. Die Teilnahme an dieser kostenneutralen Aktion ist einfach: Es gilt nur, eine selbst festgelegte Anzahl an RespectBuddy-Pins und/oder Armbändern zu erwerben, diese den Mitarbeitern und Kunden zu schenken und die zu sichtbaren RespectBuddies zu machen.

Kleines Zeichen große Wirkung. Der Mensch im Mittelpunkt

„Wirkungs-Tests zeigen, wie diese kleinen Zeichen Haltung beeinflussen, weil sie täglich erinnern und auch eine gegenseitige Erwartungshaltung schaffen.

Mitarbeiter zeigten sich offener, engagierter, zufriedener, wertgeschätzt, verantwortungsbewusster. Viele fühlten sich auch in Zeiten von NEW WORK enger verbunden. Konflikte wurde leichter beseitigt und in Teams fühlte sich der Einzelne motivierter, weil geschützter, Ideen einzubringen. Diese Haltung wurde von vielen auch ins private Umfeld übertragen.

Kunden fühlten sich ebenfalls durch diesen 'kleinen Moment Menschlichkeit' in einer digitalen Welt stärker verbunden. Ein Innenstadt-Händler konnte auf diesem Weg -trotz Corona-nicht nur Kunden halten, sondern auch neue online gewinnen“, beschreibt Koenen nur einige Test-Effekte und hält somit Haltungs-Änderung nicht nur für möglich, sondern auch für messbar.



Vorteile für alle motivieren

Um für die neue Haltung zu begeistern, ist die Liste sowohl der persönlichen als auch der Unternehmens- Vorteile lang. Angefangen über zahlreiche Gewinn-Chancen, einem Ticket zur größten After-Corona-Party bis zu neuen Network-, Absatz- und Kommunikations-Kanälen für Unternehmen. Und ganz nebenbei werden mit den Einnahmen Hilfsprojekte unterstützt. Für RespectCreators ist die Frage spannend: Wer nimmt teil und wer nicht. Denn das wird transparent gemacht. Noch spannender: Wer wird NATION OF RESPECT: Amerika oder China, Deutschland oder die Türkei? Wer gewinnt mehr RespectBuddies: Aldi oder Lidl, die CDU oder die Grünen?

Zukunft schon geplant

Über die international angelegte Aktions-Kampagne hinaus, wollen die Gründer das ersehnte NEW RESPECT auf diverse Geschäftsfelder übertragen und somit neue Konsum—Erlebnisse schaffen. So soll mit interessierten Kooperations-Partnern Themen wie Respect-Dating, Respect-Travelling, Respect-Shopping, Respect-Jobs die neue Zukunfts-Kultur erlebbar gemacht werden. Darüber hinaus arbeitet das Team mit Experten an einer ALL-IN- RESPECT- Unternehmens- Zertifizierung, damit Konsumenten in Zukunft auch mit ihrer Kaufentscheidung noch umfassender zum Wandel beitragen können.

Kontakt:

Dipl. Soz; Dipl. Kfm. Peter Koenen

pgk@respectcreators.com

Tel.: (+49) 0 2826 / 5006



RespectCreators worldwide Ltd. vertreten in Deutschland durch RespectCreators gUg.

Dipl. Soz, Dipl. Kfm. Peter Koenen / Bahnhofstrasse 5 / 47559 Kranenburg

www.respectcreators.com / Tel.: (+49) 02826/5006/ pgk@respectcreators.com