Hilfe geht durch den Magen â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG14272 | 05.08.2014 | Kunde: DOTS GROUP | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Lowe GGK konzipiert Kampagne für Martin Hos Kochbuch „DOTS Cooking – Experimental Asia". Reinerlös der Buchverkäufe unterstützt „Blue Heart Campaign" gegen Menschenhandel. Namhafte Persönlichkeiten wie Außenminister Sebastian Kurz, Bürgermeister Michael Häupl oder Netzwerker Ali Rahimi unterstützen das Projekt.

Bilder zur Meldung unter http:// presse.leisuregroup.at/ dots/ dotscooking/ kampagne

Video zur Meldung unter https:// www.youtube.com/ watch?v=Eu4qAzt9yGY

Wien (LCG) – „Es kommt auf das Engagement jedes Einzelnen an, um die Welt ein Stück weit besser zu machen. **Martin Ho** hat selbst Migrationshintergrund. Als Integrationsbotschafter ist er ein Beweis für gelungene Integration und die Möglichkeiten, die Menschen in Österreich offen stehen. Mit der aktuellen Kampagne setzt er ein Zeichen für das gelebte Miteinander und den Blick über den Tellerrand", kommentiert Außen-und Integrationsminister **Sebastian Kurz** (V) anlässlich einer aktuellen Initiative des Gründers der DOTS-Restaurants.

Mit Unterstützung des Bundesministeriums für europäische und internationale Angelegenheiten, Wiens Bürgermeister **Michael Häupl** (S) und Netzwerker **Ali Rahimi** wirbt er derzeit für die UN-Initiative „Blue Heart Campaign" gegen den Menschenhandel. Gemeinsam mit Lowe GGK-Geschäftsführer **Michael Kapfer** entstand die außergewöhnliche Idee, zwei Marken in einer groß angelegten Kampagne zu einem gemeinsamen Projekt zusammen zu führen. Auf Citylights und Rolling Boards der Gewista sowie in Printanzeigen wird Hos Kochbuch „DOTS Cooking – Experimental Asia" beworben,

dessen Verkaufserlöse wiederum an die „Blue Heart Campaign" der vereinten Nationen gespendet werden. Der Reinerlös der Aktion wird im Winter 2014 im Rahmen eines UNO-Empfangs bei Rahimi übergeben. „In meinem Herkunftsland Vietnam ist Menschenhandel leider noch immer an der Tagesordnung. Auch die täglichen Meldungen über die Flüchtlingskatastrophen im Mittelmeerraum bewegen mich", erklärt Szenegastronom und Kunstsammler Ho zur Kampagne.

Zwtl.: Rahimi gab Anstoß zur Kampagne

Die Initialzündung zur Kampagne lieferte Rahimi, der seinen Geburtstag heuer nachfeiern wird und einen großen Wunsch an seine Freunde hatte: statt Geschenken, Unterstützung von Initiativen gegen den Menschenhandel. Eine Idee, die nicht nur Ho, sondern auch zahlreiche andere prominente Unterstützer sofort auf den Plan rief. „Gemeinsam können wir mehr bewegen! Ein starkes Netzwerk an Menschen, die Initiative ergreifen ist die Basis, um Veränderung zu erwirken", unterstreicht Rahimi. „Die Kampagne transportiert eine wichtige Botschaft: Nächstenliebe und Verantwortung für unsere Mitmenschen."

Zwtl.: Über die Blue Heart Campaign

Die globale „Blue Heart Campaign" des United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC) schafft internationales Bewusstsein für die Opfer des Menschenhandels und zeigt die Kaltherzigkeit der Menschenhändler auf. Der 2010 gegründete UN Voluntary Trust Fund for Victims of Human Trafficking unterstützt das Vorhaben der Vereinten Nationen, Regierungen im koordinierten und multilateralen Kampf gegen den Menschenhandel zu bestärken. Die Opfer des Menschenhandels, insbesondere Frauen und Kinder, werden in humanitären, rechtlichen und finanziellen Belangen unterstützt. Weitere Informationen zur „Blue Heart Campaign" unter http:// www.unodc.org/ blueheart/ en/ about.html .

Zwtl.: Über das Buch „DOTS Cooking – Experimental Asia"

Mit seinem im September 2013 erschienenem Kochbuch „DOTS Cooking – Experimental Asia" wurde Szenegastronom und Kunstsammler **Martin Ho** bereits für den renommierten Gourmand World Cookbook Award nominiert. Gemeinsam mit Food-Fotografen **Thomas Schauer** präsentiert Ho auf 207 Seiten eine ansprechende Mischung aus Kunst und Kulinarik. Sie beschreibt das Lebensgefühl, das die Gäste tagtäglich in den DOTS Restaurants erwartet und den Erfolg der DOTS Group ausmacht. Persönliche Würze verpassen dem Kitchentable-Buch auch persönliche Kommentare bekannter Freunde und Wegbegleiter des umtriebigen Unternehmers, der mittlerweile drei Restaurants, ein Café und eine Kunstgalerie betreibt. Über das Zusammenspiel von Kunst und Genuss äußern sich unter anderem Hairstylist **Wolfgang „Jackson" Steinbauer** , Kreative**Miriam Meischberger** , die Unternehmer **Beate** und**Alexander Rothmund** , Werber**Rudi Kobza**, Weinbauer **Vincent Bründelmayer**, das Künstlerpaar **Petra** und**Stavros von Kazinyan** , Künstler **Cyril Helnwein** , Stylist**Sammy Zayed**, Galerist**Rudolf Budja**, Ex-Bundestheater-General **Georg Springer** , Wirtschaftstreuhänder **Wilhelm Vullriede** , Designer**Michael Herzog** , Werber**Michael Kapfer** oder Kabarettist **Christoph Fälbl** .

Zwtl.: Über die DOTS Group

Die 2005 von **Martin Ho** gegründete DOTS Group betreibt mit dem DOTS experimental sushi, dem DOTS im Brunnerhof, dem DOTS twentyone im 21er Haus sowie YOSHI das.CAFÉ auf der Mariahilferstraße vier Gastronomiebetriebe in Wien mit einer Gesamtfläche von 3.430 Quadratmetern und 810 Sitzplätzen. Der Erfolg der DOTS Group basiert auf kreativen, experimentellen Sushi-und Makikreationen. Das kulinarische Angebot wurde in den letzten Jahren auch auf Klassiker der österreichischen Küche, die beispielsweise im DOTS twentyone serviert werden, und Kobe Rind-Spezialitäten, die im Stammhaus auf der Mariahilferstraße angeboten werden, erweitert. Zur innovativen und expandierenden DOTS Group zählen weiters der Concept Store Yoshi's Corner in der Wollzeile sowie Yoshi's Contemporary Art Gallery im ehemaligen Atelier Kino. In Yoshi's Contemporary Art Gallery werden vornehmlich Pop Art und

zeitgenössische Kunst gezeigt. Ebenfalls zur Gruppe gehören Yoshi's Blog für Lifestyle, Kunst und Mode sowie das Golfmagazin Perfect Eagle. Weitere Informationen unter http://www.dotsgroup.eu .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter http:// www.leisure.at. (Schluss)