DOTS GROUP fÃ¼hrt neuen Markenauftritt ein â€“ BILD

ID: LCG22188 | 20.05.2022 | Kunde: DOTS GROUP | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Kulinarik-Unternehmen der Firmengruppe von Unternehmer Martin Ho verpassen sich ein neues Corporate Design. Internationales Kreativteam zeichnet für die Markenentwicklung verantwortlich.

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank

Wien (LCG) – So schnell wie DOTS GROUP in den letzten 17 Jahren ist auch die Markenvielfalt in der Firmengruppe gewachsen, zu der unter anderem sechs Restaurants, sechs Clubs, ein Hotel, mehrere Bars, eigene Gin-und Wodkamarken sowie eine Feinkostmanufaktur, eine Galerie und ein Ausstellungshaus zählen. Die Kulinarikangebote für avantgardistische Asia-Cuisine werden nun einheitlich unter der Marke DOTS gebündelt und ihr unverwechselbarer Charakter im Claim „EAT.DRINK.DANCE.REPEAT." auf den Punkt gebracht. Zudem erhalten die Restaurants und Clubs neue, einheitliche Standortbezeichnungen, die Feinschmeckern eine Navigation innerhalb des gastronomischen DOTS-Universums ermöglichen. Das neue Logo glänzt in edlem Gold mit zeitlosen, eleganten Serifen.

Für die Neugestaltung des gesamten Markenauftritts engagierte Unternehmer **Martin Ho** ein internationales Kreativteam unter der Leitung von Künstler **Michel Comte** . Das neue Corporate Design ist eine gemeinsame Entwicklung von **Thomas May** mit der Inhouse-Agentur Score 54 der DOTS GROUP, die auch das Magazin „Perfect Eagle" herausgibt, **Sammy Zayed** (Tatendrang), der Agentur Haider Zotti und dem renommierten Food-Fotografen **Thomas Schauer** , dessen optische Handschrift schon im Buch „DOTS COOKING" zu finden war.

„Vor 17 Jahren haben wir mit dem damaligen ‚DOTS Experimental Sushi' einen internationalen Food-Trend nach Österreich gebracht und asiatische Küche neu gedacht. Die DOTS GROUP verschreibt sich einem internationalen Anspruch in Qualität, Service, Entertainment und Gastfreundschaft. Das Team rund um **Michelle Comte**, mit dem ich mich seit über zehn Jahren zu Design und Architektur austausche, hat die Werte unserer Marke in ein aussagekräftiges Design gegossen, mit dem wir jetzt auch optisch auf internationalem Niveau mitspielen und in allen Asia-Restaurants von einer hohen Wiedererkennung durch die grafische Umsetzung unserer Werte profitieren", fasst Ho zusammen.

Neue Markenarchitektur: „DOTS AT THE LEO GRAND" eröffnet im neuen Design, „One of One" serviert als „DOTS PALAIS" avantgardistisches Sushi

Die neue Markenarchitektur wird in den nächsten Wochen in den Restaurants der DOTS GROUP umgesetzt. Sie bringt die Umbenennung bestehender Restaurants und Clubs mit sich. Aus dem „DOTS im Brunnerhof" wird das „DOTS NUSSDORF", das „One of One" tritt mit seinen Restaurants und Bars sowie der Kunstgalerie und dem Concept Store für erlesene Sammleruhren künftig unter „DOTS PALAIS" mit den experimentellen Sushikreationen am Teller auf und das Stammhaus auf der Mariahilfer Straße präsentiert sich als „DOTS ESTABLISHMENT". Der zum Kulinarikkonzept zugehörige „DOTS THE HIDDEN CLUB" wird ebenfalls das neue Design übernehmen, sich jedoch in Rot präsentieren. Die Feinkost-Manufaktur „Newman" serviert ihre Köstlichkeiten künftig als „DOTS MANUFAKTUR". Als erstes Restaurant-und Barkonzept wird das „DOTS AT THE LEO GRAND" im neuen Hotel „LEO GRAND" der Lenikus-Firmengruppe in wenigen Tagen im neuen Design eröffnen und im Glanz der neuen, goldenen DOTS-Brand erstrahlen.

Auf der neuen Website auf dotsgroup.eu sind die Betriebe der DOTS GROUP erstmals einheitlich zusammengefasst und zentral buchbar.

Die digitale Customer Experience soll durch die digitale Zusammenführung der Betriebe auf ein neues Niveau gehoben werden und Gäste eine einfache Reise durch das DOTS-Universum ermöglichen.

> „Das neue, klare und elaborierte Brand Design unterstützt unsere Expansionspläne. Neue Standorte lassen sich durch das neue Markenkonzept leicht in die DOTS GROUP integrieren. Der hohe Qualitäts-und Serviceanspruch der DOTS GROUP kommt künftig einheitlich zum Ausdruck und bietet unseren Gästen ein durchgehendes Markenerlebnis", so Ho abschließend.

Über die DOTS GROUP

Seit 2005 setzt die von Unternehmer **Martin Ho** gegründete DOTS GROUP gastronomische Akzente in Österreich. Das expandierende Unternehmen erwirtschaftet in den Bereichen Gastronomie, Bars und Clubs, Hotellerie, Ausstellungstätigkeit und Kunsthandel mit etwa 250 Mitarbeitern rund 15 Millionen Euro Jahresumsatz. Zur Unternehmensgruppe gehören sechs Restaurants („DOTS ESTABLISHMENT", „DOTS NUSSDORF", „DOTS AT THE LEO GRAND", „404 – Don't Ask Why", „Newman", „Mr. Wow"), das Konzept-Ensemble „DOTS PALAIS" mit dem „One of One Concept Store" für Sammleruhren, ein Street-Food-Lokal („IVY's PHO & GRILL"), sechs Clubs („DOTS – THE HIDDEN CLUB", „Pratersauna", „VIE i PEE", „GOAT Club", „X Club" sowie „Take Five" in Kitzbühel), zwei Bars („Chin Chin – The Dry Martini Bar", „Y Mini Bar") und das Hotel „La Petite Ivy" in der Wachau. Der Ausstellungsbetrieb und Kunsthandel sind in der HO GALLERY gebündelt. Das Kleine Haus der Kunst wird gemeinsam mit der Berliner König Galerie bespielt. Im Getränkebereich werden die Eigenmarken „Bodu Vodka" und „Chin Chin Gin" erzeugt, für den Premium-Tequila „Clase Azul" zeichnet die DOTS GROUP exklusiv für den Vertrieb in Deutschland und Österreich verantwortlich. Die Unternehmensgruppe unterstützt die „Blue Heart Campaign" der

Vereinten Nationen gegen Menschenhandel. Weitere Informationen auf dotsgroup.eu

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at

(Schluss)