



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Pressemappe

Stand: 10. März 2011



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Facts & Figures

Eröffnung:	10. März 2011
Adresse:	YOSHI'S CORNER 1010 Wien, Wollzeile 17 Tel.: +43 1 909 53 43 E-Mail: yoshi@dots-lounge.com
Website:	www.theworldofyoshi.com
Öffnungszeiten:	Montag – Freitag: 10.00 bis 19.00 Uhr Samstag: 10.00 bis 17.00 Uhr
Inhaber:	Martin Ho
Betreiber:	DOTS City GmbH
Ausgestellte Künstler:	Andy Warhol, Lawrence Schiller, Frank Worth, Heidi Popovic, Nina Levett, Victor Vasarely, Robert Indiana, Julian Kohl, David la Chapelle, Marc Quinn, Murakami Takano, Nara Aoshima, Hen Sen, Claude Charlier, Petra von Kazinyan, Wulf Treu und Christian Haas
Präsentierte Marken:	Giacomorelli, Dukes Finest Artisan, Louis Vuitton Vintage (private collection), Philippe Roucou, Hannah Warner, F. AKASAKA, Fannie Schiavoni, Stavros von Kazinyan, Herve Domar Paris, Kidrobot, Medicom, WOKA Lamps, Bene, teNeues, Phaidon, Taschen und Vintage Rolex
Medienkontakt:	leisure communications Alexander Khaelss-Khaelssberg Tel.: +43 664 8563001 E-Mail: khaelssberg@leisuregroup.at www.leisuregroup.at
Medien-Downloads:	http://presse.leisuregroup.at/dots



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Medieninformation

Kunst statt Kino

Szenegastronom Martin Ho eröffnet mit „Yoshi’s Corner“ Galerie für zeitgenössische Kunst auf über 500 Quadratmetern mit integriertem Store für individuelles Design =

Wien – Erstmalig nach der erfolgreichen Eröffnung seiner beiden DOTS-Restaurants auf der Mariahilfer Straße und im Brunnerhof in Döbling sowie dem Kaffeehaus „Yoshi“ hat ein neues Projekt von Szenegastronomen **Martin Ho** nicht in erster Linie etwas mit kulinarischen Genüssen zu tun, wenngleich diese natürlich nicht ganz fehlen dürfen. Feinschmecker mit Vorliebe für zeitgenössische Kunst und kreatives Design spricht der umtriebige Kunstliebhaber mit vietnamesischen Wurzeln jedoch auch diesmal an. In die Räumlichkeiten des ehemaligen Atelier-Kinos in der Wollzeile, das am 30. Juni 2006 seine Pforten schloss, kehrt neues Leben ein, wenn am 10. März 2011 auf über 500 Quadratmetern in die loftartige Atmosphäre der großzügigen Räume „Yoshi’s Corner“ einzieht, in dem die Galerie „Yoshi’s Gallery for Contemporary Art“ mit einem Store für individuelles und kreatives Design vereint sind.

Die schönen Dinge im Leben

„Ich habe einen absoluten Faible für die schönen Dinge im Leben, der sich in allem manifestiert, was ich tue“, erzählt Ho, der eine umfangreiche Kunstsammlung besitzt und den jahrelange enge Freundschaften mit bekannten und aufstrebenden Künstlern rund um den Globus verbinden. Kernstück seines „Yoshi’s Corner“ wird demnach auch die Galerie „Yoshi’s Gallery for Contemporary Art“ mit abwechselndem Ausstellungsbetrieb. „Ich sehe mich nicht als Konkurrenz zur lebendigen Wiener Galerienszene, sondern als Ergänzung, die junge Künstler fördern möchte“, erklärt Ho. Die Bandbreite der ausgestellten Künstler ist groß und deckt sich mit dem vielfältigen Kunstgeschmack des passionierten Kunstliebhabers, der asiatische Lampions ebenso sammelt wie ausgefallene Installationen oder Bilder, Möbel und Designklassiker aus allen Jahrzehnten. Allen gemein ist, dass sie ihm selbst gefallen müssen. „Ich würde in meinen Restaurants auch nie etwas servieren, das mir selbst nicht schmeckt. Genau so ist es auch bei der Kunst: ich zeige, was mich bewegt und was mich beeindruckt.“ Zu den Künstlern, die in den ersten Monaten ausgestellt werden, zählen arrivierte Stars der Malerei wie **Andy Warhol, Victor Vasarely, Marc**



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Quinn, Julian Kohl, Lawrence Schiller oder **Heidi Popovic** ebenso wie hierzulande kaum gezeigte Künstler wie **Petra von Kazinyan, Claude Charlier, Takashi Murakami, Robert Indiana, Yoshimoto Nara** oder **Richard Pettibone**. Künftig möchte Ho regelmäßig wechselnde Ausstellungen zeigen, programmatisch lässt er sich dabei allerdings nicht festlegen: „Wir sind eine Kreativ-Boutique auf höchstem Niveau: dementsprechend haben wir kein strenges kuratorisches Konzept, sondern wollen immer wieder neuen Trends nachspüren und neue Zusammenhänge zwischen einzelnen Kunstrichtungen präsentieren.“

Design für Individualisten

Den zweiten Schwerpunkt widmet Ho dem alltagstauglichen Design, das er im integrierten Store attraktiv in Szene setzt. „Alles, was in ‚Yoshi’s Corner‘ zu sehen ist – von den Möbeln, über die Kunst bis zum Design – kann man kaufen“, verrät der Neo-Galerist. Neben einer stetig wechselnden Auswahl hochwertiger Bücher von den Verlagen teNeues, Phaidon oder Taschen erwartet die stilbewussten Käufer künftig ausgefallenes Design von trendigen Labels wie Giacomorelli Shoes oder Philippe Roucou, Spielfiguren von Medicom und Kidrobot, modische Accessoires von Dukes Finest Vintage Artisan und Interieur von WOKA Lamps Vienna sowie Designklassiker unter anderem von Arne Jacobsen oder EAMES. Das Angebot runden Vintage-Editionen bekannter Labels wie Louis Vuitton und Rolex ab. „Primär präsentieren wir Einzelstücke“, verspricht Ho und möchte damit eine stilbewusste Konsumentenschicht ansprechen. „Wirklicher Luxus ist Individualität und nicht Markenware von der Stange“, erklärt Ho.

Zeit für den Kunstgenuss

Ganz geht es bei Martin Ho natürlich ohne Gastronomie auch nicht, wenngleich diese in „Yoshi’s Corner“ deutlich in den Hintergrund rückt. Inmitten der Galerie präsentiert sich eine kleine Bar, an der die Gäste mit Kaffee und Erfrischungen bewirtet werden. Großzügige Sofas bieten die Möglichkeit, entspannt durchzuatmen, ein gutes Buch zu genießen oder sein Lieblingsbild zu bewundern. „Der Besuch in ‚Yoshi’s Corner‘ soll kein schnelles Konsumerlebnis oder ein Kunst-Quickie werden. Die Gäste sollen sich wohlfühlen und sich auf die Kunst einlassen; jeder ist eingeladen und wir nehmen uns gerne die Zeit, um mit unseren Gästen auch ein Bisschen zu plaudern“, sagt Ho.



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Eventlocation in den Abendstunden.

Während „Yoshi’s Corner“ sich untertags ganz dem Design und der Kunst verschreibt, verwandelt sich die Location in den Abendstunden in eine der zentralsten Eventlocations der Stadt. Ausgestattet mit modernster Ton-, Licht- und Eventtechnik können sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen die Galerie mitsamt ihren Kunstwerken für unvergessliche Veranstaltungen mieten. In Sachen Essen gibt es bei den Abendveranstaltungen keine Einschränkungen. „Wir zwingen niemand zu DOTS-Essen und laden alle Caterer ein, bei uns aufzukochen“, lacht Ho. In „Yoshi’s Corner“ soll sich nach den regulären Öffnungszeiten die Lücke zwischen Kunst und Entertainment schließen. „Zeitgenössische Kunst ist Teil des Lebens und man erlebt sie besonders gut, wenn man sie im angenehmen Ambiente mit Freunden gemeinsam genießen kann und sich nicht in der Zwanghaftigkeit des musealen Rahmens bewegen muss“, meint Ho. Mit seinem „Yoshi’s Corner“ möchte er zudem eine Lücke im innerstädtischen Veranstaltungsangebot schließen. „Ähnlich wie schon in unseren Restaurants bieten wir nur den Rahmen und bieten unseren Gästen die Möglichkeit, sich nach Belieben zu inszenieren“, sagt Ho.

Virtuelles Pendant

„Yoshi’s Corner“ kann sich schon vor seiner Eröffnung über ein virtuelles Pendant in Form eines Blogs unter www.theworldofyoshi.com freuen, in dem Ho gemeinsam mit Gleichgesinnten internationale Trends rund um die Themenbereiche Architektur, Design, Mode, Kunst, Essen, Musik und Lifestyle thematisiert und seine persönlichen Favoriten präsentiert, die ihn auf seinen zahlreichen Reisen beeindruckten. „Ich wünsche mir, dass die lebhafteste Diskussion aus dem virtuellen Raum auch in den neuen Räumlichkeiten Einzug hält und viele kunstsinnige Menschen die Begeisterung für die schönen Dinge teilen werden“, sagt Ho abschließend.



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Information

Die DOTS-Story

8. November 2005

Martin Ho eröffnet auf der Mariahilfer Straße im 6. Wiener Gemeindebezirk sein Stammhaus, das „DOTS experimental sushi“, und bringt mit seinen kreativen Sushi- und Makikreationen eine neue Art der avantgardistischen Asia-Cuisine nach Wien, die sich vom ersten Tag an enormer Beliebtheit erfreut. Anfangs ist das Lokal auf wenige Quadratmeter – den heutigen Barbereich – mit einigen Tischen beschränkt. Alle Kreationen, die Ho aufischt werden von ihm selbst komponiert und saisonal gewechselt. In den Abendstunden unterstreichen DJs das Ambiente. Der Grundstein für den Erfolg ist gelegt. Rund 40.000 Gäste frequentieren das Lokal im ersten Jahr und verspeisen Makirollen mit einer Gesamtlänge von 8 Kilometern und lassen sich dazu 600 Liter Sojasauce schmecken.

8. November 2006

Der erste Schritt der Expansion beginnt. Schon nach einem Jahr am Markt reicht die Größe des versteckten Lokals für den enormen Andrang nicht mehr aus. Nach kurzer Schließzeit, in der das gesamte Lokal von den beiden Architekten Alex Riegler und Michael Stor (MuMu Design) komplett renoviert und auf seine heutige Größe mit rund 300 Quadratmetern ausgebaut wird, eröffnet Ho das DOTS neu. Das ganze Lokal wird in sanfte Weißtöne getaucht, in denen sich hinkünftig die Gäste und das bunte Essen als die Stars des Abends präsentieren sollen. Im hinteren Bereich eröffnet der Raum „Golden Mushi“ für Privatgesellschaften und kleinere Feiern.

15. Jänner 2007

Gemeinsam mit Pflegeexperten Erich Petritsch präsentiert Martin Ho seine erste Pflegelinie mit Lippenbalsam, Duschgel und Shampoo, die ausschließlich aus ätherischen Ölen und natürlichen Extrakten besteht.

17. Mai 2008

Das „DOTS experimental sushi“ serviert am 16. Life Ball im Wiener Rathaus 7.000 kreativ-experimentelle Makis und Sushis mit einer Gesamtlänge von 175 Metern.



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

1. Juli 2009

Nach zweijähriger Immobiliensuche und nur dreimonatiger Umbauzeit eröffnet Martin Ho im einst ältesten Heurigen der Bundeshauptstadt sein zweites Lokal, das „DOTS im Brunnerhof“. Auf 1.800 Quadratmetern finden bis zu 320 Gäste Platz. Das Sitzplatzangebot der beiden Restaurants liegt damit bei 420 Sitzplätzen und entspricht etwa einer voll besetzten Boeing 747. Die Eröffnung wird von rund 1.400 Gästen gestürmt, die sich über 10.000 Makis auf der Zunge zergehen lassen. Das „DOTS im Brunnerhof“ findet im gastronomisch dünn besiedelten Döbling umgehend Anklang und der mediterran anmutende Gastgarten ist ab dem ersten Öffnungstag ausreserviert.

2. November 2009

Der Künstler Norbert Brunner gestaltet mit Rauminstallationen den Gastgarten des „DOTS im Brunnerhof“ zur größten Freiluftgalerie der Stadt, die während des gesamten Winters geöffnet bleibt.

8. Februar 2010

Aufgrund der hohen Nachfrage startet das DOTS sein Zustellservice für die Bezirke Währing und Döbling.

12. August 2010

Erneut legt Ho gemeinsam mit Pflegeguru Erich Petritsch eine Pflegeserie in limitierter Auflage auf, die aus Haarpflege, Duschgel und einem Raumduft besteht. Der Name der neuen Pflegeserie ist „Yoshi“: sie passt sich damit in das neue Markenumfeld mit „YOSHI das.CAFÉ“, „Yoshi's Private Art Collection“ und dem kunstlastigen „Yoshi's Blog“ ein.

18. August 2010

Auf der Mariahilfer Straße eröffnet „YOSHI das.CAFÉ“ auf 30 Quadratmetern und bietet inklusive Garten 80 Sitzplätze. Mittlerweile ist das Sitzplatzangebot aller DOTS-Lokale auf 500 Plätze angewachsen. Neben dem klassischen Sushi- und Makiangebot serviert Ho auch Kaffeehausklassiker, Snacks und hausgemachte Mehlspeisen.

27. November 2010

In einem großen Festakt mit hunderten Gästen feiert Martin Ho das fünfjährige Bestehen seiner Restaurants, die nunmehr unter „DOTS Group“ zusammengefasst sind.



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

10. März 2011

In den ehemaligen Räumlichkeiten des Atelier Kinos auf der Wollzeile 17 eröffnet „Yoshi’s Corner“ als Galerie für zeitgenössische Kunst und Concept Store für avantgardistisches Design als vorläufig letztes Unternehmen der „DOTS Group“.



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Porträt

Martin Ho

Wohl kaum ein erfolgreicher Gastronom scheut die Öffentlichkeit in einem Maße wie Martin Ho, das Mastermind hinter den erfolgreichen DOTS-Restaurants und vieler Projekte, die man auf den ersten Blick nicht mit ihm in Verbindung bringt. Seine privaten Interessen sind weit reichend und doch schnell auf einen Punkt zu bringen. Es geht um die schönen Dinge im Leben, die sich wie ein roter Faden durch die Lebensgeschichte des 24-jährigen Unternehmers ziehen, der seine vietnamesische Heimat gemeinsam mit seiner Familie im Alter von zwei Jahren verlassen hat. Ein Umstand, der seine Persönlichkeit in Ansätzen zu erklären vermag. Er ist geprägt von der asiatischen Ruhe und dem enormen Drang, etwas nachhaltig zu verändern. Er möchte Menschen teilhaben lassen an den Dingen, die ihn faszinieren und prägen. Das ist natürlich weit mehr als erstklassiges Essen, das er nach wie vor selbst zusammenstellt und stets neu interpretiert. In erster Linie ist es die Kunst, die Martin Ho fesselt und nicht mehr loslässt. Hier ist es nicht nur die passive Betrachtung unterschiedlicher Kunstwerke, sondern der rege Kontakt und Austausch mit den Künstlern, der ihn prägt und seinen Horizont kontinuierlich verändern und wachsen lässt.

Der passionierte Golfspieler ist aber ganz sicher nicht das, was man einen verträumten Kunstliebhaber nennen kann. Vielmehr ist er Perfektionist; fast Getriebener von seinem Verlangen, nur das Beste zu machen. Für ihn zählt kompromisslose Qualität. Sowohl in der Kunst, als auch im Geschäft. Kein Wunder, dass er beispielsweise nicht wie die meisten Gastronomen nur einen Fischlieferanten hat. Er hat gleich fünf und wählt täglich den besten und frischesten Fisch aus, den er bekommen kann, um ihn seinen Gästen aufzutischen. Sein unkonventionelles Herangehen an die Gastronomie und den mutigen Versuch, gerade im konservativen Wien etwas einzuführen, das man hierzulande noch nicht kannte, fasst er auf den Punkt gebracht zusammen. Er serviert nur, was ihm selber schmeckt. So gibt es auf der Karte also nichts, das nicht auch ein Bisschen von Martin Hos persönlicher Note und seinem Anspruch in sich trägt. Nicht anders verhält es sich mit der Kunst. Vom ersten Tag an waren seine Lokale Schauplatz zeitgenössischen Kulturgeschehens. Nicht aber etwa in Form inszenierter Ausstellungen, sondern als Auszug aus seiner eigenen Kunstsammlung, die manchmal durchaus auch provozieren darf. Da kann es schon sein, dass dem Restaurantbesucher Bilder von Skandalmusiker Marilyn



the.**CORNER** contemporary.**ART GALLERY** the.**BLOG**

Manson oder gewagte Graffitis an den Wänden bewegen. Alles jedoch nicht ohne Konzept. Das Konzept ist ebenso unkonventionell wie individuell und fügt sich immer zu einem Ganzen zusammen.

Auch wenn Ho in unregelmäßigen Abständen seine Pflegelinie kreiert, verlässt er sich nur bedingt auf andere. Aus hunderten Essenzen und ätherischen Ölen mischt er seine Kompositionen zusammen und verkauft sie mit dem Selbstbewusstsein der Überzeugung, dass sich in den Flaschen wirklich nur das befindet, wofür er selbst mit seinem Namen bürgt.

So eindrucksvoll seine kurze Vita klingt: Erfolge führen bei ihm nicht zu Überheblichkeit, sondern sind die Bestätigung, einen Weg konsequent fortzusetzen. Der einhergehende wirtschaftliche Erfolg macht ihn nicht zum geldgierigen Investor, sondern schafft ihm Möglichkeiten, seinen Bestrebungen zu folgen. Eine davon ist die Förderung der jungen Kreativszene. Diese unterstützt er allerdings nicht mit mäzenatenhaften Schenkungen, sondern schenkt ihnen in all seinen Projekten den Raum, sich unbeirrt entfalten zu können. Kreativität braucht in seiner Wahrnehmung kein Korrektiv, sondern einen fruchtbaren Nährboden.

Damit ist man in der Auseinandersetzung mit der Person Martin Ho auch an einem wesentlichen Punkt angelangt. Sie lässt sich nicht einengen und exakt definieren. Sie sucht genau jenen Freiraum, um sich den schönen Dingen des Lebens auf ganz eigenen Pfaden zu nähren und umzusetzen, was sie für gut und richtig hält. Wenn Martin Ho seine Lokale zum Teil selbst designt, dann ist es für ihn das Selbstverständlichste der Welt. Er hat die Liebe zum Detail und den Blick für das übergeordnete Ganze, gepaart mit der Vorstellung, seine Wünsche Realität werden zu lassen. So würde es auch nicht überraschen, wenn nach drei Lokalen, zwei Pflegelinien, einem Online-Projekt und jüngst einer Galerie noch viele Projekte entstehen, die man nicht ahnen würde. Wer weiß, vielleicht gibt es irgendwann auch „Yoshi’s Hotels“...