

**"Heal the World With Love and Music", eine globale Fundraising-Veranstaltung für die medizinische Forschung an COVID-19, wird am 21. September 2021 debütieren**

New York (ots/PRNewswire) - Beginn in Verona (Italien), Beijing (China) und New York (USA); der preisgekrönte Executive Producer Tony Renis und die Produzenten Gianmarco Mazzi, Julius Nasso, Frankie Nasso, Boban Zlatkovic und Gianluca Curti arbeiten mit Charity Brands an der internationalen Fundraising-Show mit großen Namen aus der Unterhaltung zusammen

Heal the World With Love and Music wird eine weltweite Fundraising-Show für die medizinische Forschung im Kampf gegen den Coronavirus und am Dienstag, 21. September 2021 ihr Debüt in drei Städten haben: Verona (Italien), Beijing (China) und New York (USA). Heal the World With Love and Music soll den medizinischen Fachkräften und Nothelfern, die weltweit ihr Leben einsetzen, Anerkennung für ihre unermüdlichen Anstrengungen zollen und bietet dafür die größten Namen der weltweiten Unterhaltung auf.

"Wir arbeiten mit dem Executive Producer Tony Renis, Gianmarco Mazzi, Boban Zlatkovic, Gianluca Curti und unserem preisgekrönten Produktionsteam mit dem Ziel zusammen, mit Heal the World With Love and Music wichtige Gelder für die medizinische Forschung gegen COVID-19 einzuspielen und dazu beizutragen, eine Grundlage für eine Erholung nach dem Virus zu legen", sagte Julius Nasso, der bekannte Filmproduzent aus New York, der kürzlich Produzent und einer der Regisseure des Konzertes Asian Culture Carnival war, das am 15. Mai 2019 im Bird's Nest Stadium in Beijing stattfand und Andrea Bocellis größtes weltweites Konzert mit 1,7 Milliarden Zuschauern und einem Live-Publikum von 78.000 sah. Julius Nasso wurde nach dem Erfolg dieser Show gebeten, in Beijing eine Veranstaltung zum Gedenken an den 600. Jahrestag der verbotenen Stadt mit der chinesischen Sopranistin Lei Jia und weiteren bekannten Künstlern aus der ganzen Welt zu produzieren. Diese Veranstaltung wurde aber wegen COVID-19 auf einen unbekanntem Zeitpunkt verschoben.

Julius Nasso setzt fort: "Wir sind höchst erfreut, für Heal the World With Love and Music mit Stephen Adlers New Yorker Charity Brands Inc. zusammenzuarbeiten, einer weltweit tätigen Sponsorship-Firma, die in Partnerschaften zwischen dem gemeinnützigen Sektor und Unternehmen

mehr als 12 Milliarden USD einsammeln konnte und kürzlich den Community Inclusion Fund vorgestellt hat, der 500 Millionen USD für Hilfe und Wiederaufbau für nach COVID-19 erzielen soll. Wir werden diese internationale Veranstaltung gemeinsam aus der Taufe heben."

Als Global Sponsorship und Charity Fundraiser für Heal the World With Love and Music besteht der Auftrag von Charity Brands darin, gemeinnützigen Organisationen und Firmen zu ermöglichen, gemeinsam Reichweite und Umsätze zu steigern, um Verbraucher zu inspirieren und gesellschaftliche Auswirkungen zu erzielen. Charity Brands hat zuvor die Pharmaceutical Roundtable der American Heart Association entwickelt. Diese Zusammenarbeit mit 12 Pharmaunternehmen hat Herzerkrankungen und Schlaganfälle um mehr als 25 % reduziert und konnte mehr als 1 Milliarde USD Spenden einstreichen. Der Heart Check der American Heart Association wurde geschaffen, der auf mehr als 60 Milliarden Artikeln erschien. Die Agentur schuf Walk America und die Kampagne für gesündere Babies des The March of Dimes, die mehrere hundert Millionen USD einstreichen konnte. Sie war verantwortliche Agentur des Global Fund von RED-Geldern, der von U2-Frontmann und Aktivist Bono mitbegründet wurde. Sie agierte als Lizenzagent des Sammelprogramms der FIFA Weltmeisterschaft und als Lizenzagent von ABC bei den Olympischen Spielen.

"Das brillante Konzept von Julius Nasso wird dort einsetzen, wo Live Aid aufhörte. Wir planen, die größten Unternehmenspartner in den Gastgeberländern als Sponsoren zu gewinnen und Geld in ähnlicher Weise einzusammeln, wie es die Olympischen Spiele, die Fußballweltmeisterschaft und ähnliche, große, weltweite Ereignisse tun", sagte Stephen Adler, der CEO von Charity Brands.

"Heal the World With Love and Music ist eine einzigartige Gelegenheit, Liebe und Hoffnung zu verbreiten, und gemeinnützigen Organisationen vor Ort dabei zu helfen, den Auswirkungen von COVID-19 etwas entgegenzusetzen. Aus strategischer Perspektive ist der Zeitpunkt brillant und Julius Nasso trifft den Nagel auf den Kopf. Weltweit herrschen Tod und Trauer. Heal the World wird der Hoffnung eine weltweite Stimme geben", sagte Brian Grace, Head of Strategy bei Charity Brands.

"Diese Veranstaltung soll für alle ein Leuchtfeuer des guten Willens sein. Sie ist ein Symbol, dass die Welt zusammenfindet, um gegen einen mächtigen Feind kämpfen, den wir nie mehr unterschätzen dürfen", sagte Boban Zlatkovic, Produzent von Heal the World With

Love and Music.

Weitere Details der Shows in den einzelnen Städten, darunter Veranstaltungsorte, Künstler, Programm und gemeinnützige Organisationen, werden zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.charity-brands.com/healtheworld](http://www.charity-brands.com/healtheworld)

#### INFORMATIONEN ZU HEAL THE WORLD WITH LOVE AND MUSIC

Heal the World With Love and Music ist eine weltweite Show, die Mittel für die medizinische Forschung gegen den Coronavirus werben soll und die am Dienstag, 21. September 2021 drei Städten debütiert: Verona (Italien), Beijing (China) und New York (USA). Heal the World With Love and Music wird von Executive Producer Tony Renis, Gianmarco Mazzi, Julius Nasso, Boban Zlatkovic und Gianluca Curti und einem preisgekrönten Produktionsteam geschaffen und arbeitet für diese internationale Veranstaltung mit Stephen Adlers Charity Brands Inc. mit Sitz in New York zusammen, einer global tätigen Sponsorship-Firma, die für Partnerschaften zwischen gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen mehr als 12 Milliarden USD eingesammelt hat.

#### INFORMATIONEN ZU CHARITY BRANDS

Charity Brands wurde vor 35 Jahren von Stephen Adler gegründet, der auf lange Erfahrung zurückblicken kann. Die Firma ist weltweit führend in den Bereichen Cause-Marketing und Wohltätigkeit. Seit Gründung hat Charity Brands mehr als 12 Milliarden USD für gemeinnützige Zwecke erzielt. Dies geschieht mittels Cause-Marketing-Kampagnen für Unternehmen aus den Fortune 500 und Zusammenarbeit mit den entsprechenden gemeinnützigen Organisationen. Charity Brands war an einigen der größten Cause-Marketing-Kampagnen der Welt beteiligt, darunter: (RED) Campaign mit Bono, Drive for the Cure mit BMW, Pepsi Refresh Project und The Pharmaceutical Roundtable der American Heart Association.

~

Rückfragehinweis:

MEDIENKONTAKTE USA

Cristyne Nicholas

[Cristyne@nicholaslence.com](mailto:Cristyne@nicholaslence.com)

Mobil: (646) 251-4938

Shin-Jung Hong  
ShinJung@nicholaslence.com  
Mobil: (617) 413-7880

MEDIENKONTAKTE GB/EUROPA  
Boban Zlatkovic  
slobaz@gmail.com. Stephen Adler  
Chief Executive Officer  
Mobil: 914-536-9050  
E-Mail: sadler@charitybrands.com.

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/PR144568/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0196 2020-05-19/16:46

191646 Mai 20

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20200519\\_OTS0196](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200519_OTS0196)