



# MODE MIT *Drive*

**D**rive“ ist ein Wort, das Nicole Doleh gern verwendet. Zu Deutsch heißt es Antrieb, Schwung, Motivation. Ganz schön viel davon war nötig, um das aufzubauen, wofür die studierte Juristin mittlerweile steht: zwei Modegeschäfte am Bauernmarkt, einen erfolgreichen Fashion-Blog, viel beachtete Präsenz auf Facebook, Pinterest, Instagram und Tumblr. Kommunikationsimperium gefällt Nicole Doleh als Bezeichnung dafür. „Inked Welt“ sagt sie selbst dazu. Aber von Anfang an: Neben dem Jusstudium belegt die Wienerin Sommerkurse auf der Parsons School of Art in New York. Kaum hat sie in Wien den Magister in der Tasche, übersiedelt sie ganz in den Big Apple und studiert Modedesign. Während eines Wien-Urlaubs wird sie von der Boutique Braun & Co als Einkäuferin angeworben. Später wechselt sie zur Prada-Gruppe und betreut in einer 60-Stunden-Woche Großhandel und Verkauf. Irgendwann folgt der logische Schritt zum eigenen Geschäft, ihre Freundin Andrea Preiss, eine Galeristin, empfiehlt Doleh die ehemalige Boutique Song am Bauernmarkt. Im Oktober 2009 eröffnet sie 150 frisch renovierte Quadratmeter namens Inked. Zunächst nur mit Denims, die sie über ihre Kontakte aus Amerika herangekarrt hat. Bald auch mit Kleidern, Schuhen und Taschen von Alexander Wang, Acne oder

**INKEDOLOGY: NICOLE DOLEH GEHT ES UM MEHR ALS BLOSS UM DIE FRAGE, OB DIE JEANS PERFEKT AM POPO SITZT.**

Isabel Marant, seit Kurzem mit Loungewear und Swimwear. 2013 wird das Geschäft gegenüber frei, Doleh versucht vier Saisons lang, Männermode zu etablieren. Ein gescheitertes Experiment, weil „man im Herrensoriment extrem gut bestückt sein muss“.

2011 startet die Geschäftsfrau ihren Blog Inkedology, anfangs mit Nachhilfe von etablierten Bloggern wie Carola Pojer von Vienna Wedekind und Gregor Sideris von Theviennablog. Mittlerweile verpflegt sie selbst eine wachsende Anhängerschar zweimal pro Woche mit ihren persönlich formulierten Posts. Abwechselnd sind das Businessinterviews mit Machern aus der Branche, dann Editorials, für die Doleh verschiedene Marken an Freunden und Inked-Kunden abfotografiert. Inkedology sieht sie als „Basis zum Austausch für Lifestyle“. Auch über andere Social-Media-Kanäle teilt sie ihr profundes Wissen und transportiert die Philosophie ihres Unternehmens. „Ich möchte mehr thematisieren als die Frage, ob eine Jeans perfekt am Popo sitzt“, sagt sie, „ich möchte für mich und die Kunden einen Mehrwert schaffen.“ (NG)

**INKED**  
Bauernmarkt 15, inked.at, inkedology.at