

STYLE

„Ich mache Mode für s

DORIS ROSE. Die Kreativdirektorin des Modeunternehmens Jones im NEWS-Interview über die neuen Fashionrends, Familienzusammenhalt und Erfolg.

Mode ist ihre Leidenschaft: Bereits seit 2000 ist Doris Rose als Kreativdirektorin für das Fashionlabel Jones verantwortlich und kreiert Mode „für Frauen, die im Leben stehen und gut kombinierbare Kleidung brauchen“. Im NEWS-Interview spricht Doris Rose über die neuen Fashionrends, die Arbeit im Familienunternehmen und verrät, warum für den Frühjahr/Sommerkatalog 2011 neben Bettina Assinger und ihr auch Jones-Kundinnen vor der Kamera stehen werden.

NEWS: An welchen Trends kommt man in der Herbst/Winter-Saison nicht vorbei?

Doris Rose: Rot und Schwarz sind definitiv ein Must. Und dazu der Military-Look und natürlich Animal-Prints. Richtig dosiert, lassen sich diese Teile jederzeit tragen.

NEWS: Sind die Österreicherinnen modebewusst?

Rose: Sie sind sicher modisch interessiert und neuen Trends aufgeschlossen, wie ich letztes auf der Kärntner Straße in Wien sehen konnte. Aber vielen fehlt oft der Mut, Anregungen und Ideen umzusetzen. Und da würde ich vielen gerne mit unserer Mode die Hemmschwelle nehmen.

NEWS: Wer ist die typische Jones-Kundin?

Rose: Jones steht für feminine Business-Mode. Wir versuchen, internationale Trends tragbar zu interpretieren. Ich mache Mode für selbstbewusste Frau-

„Österreicher sind modisch interessiert, aber vielen fehlt der Mut zur Umsetzung.“

Doris Rose

FASHION-EXPERTIN. Für Doris Rose sind „Rot und Schwarz“ im Herbst und Winter „Musts“. Auch Military-Look und Animal-Prints geben fashionmäßig den Ton an.

STYLE

elbstbewusste Frauen'

FAMILY-BUSINESS. Das Label Jones macht seit drei Generationen Mode.

FAMILIENBANDE. Von l.: Doris Rose (Kreativdirektorin), Ehemann Gabor Rose (Geschäftsführer), Tochter Jennifer (Marketing und Franchise-Betreuung Accessoires), Tochter Olivia, Gründer und Vater Karl Rose, Sohn Daniel, Marika Altman Rose (Coaching).



BETTINA ASSINGER fungiert 2010 als prominentes Model für Jones.

FAMILIENGESCHICHTE. Karl Rose und seine Frau Magda übernahmen 1960 das eingeseessene österreichische Textilunternehmen Hermann Krause. 1962 begann Sohn Gabor, die Eltern zu unterstützen. 1981 kam die erste Strickkollektion auf den Markt, und 1981 startete die Familie mit der Produktion von Basic-teilen. 1997 wurde der erste – von insgesamt 75 im In- und Ausland – Jones-Monolabel-Store in Wien eröffnet.

FOTOS: INGE PRADER FOR JONES/PAUL PRADER

en, die mitten im Leben stehen und Tag und Nacht perfekt gekleidet sein wollen. Darum bieten wir zu den Outfits auch immer die passenden Accessoires wie Gürtel, Schmuck, Taschen und Schuhe an.

NEWS: Woher nehmen Sie Ihre Inspirationen?

Rose: Inspiration ist für mich immer und überall um mich herum. Ich bin ein sehr kreativer Mensch, habe immer viele Ideen im Kopf, die ich in meine Kollektionen verpacke. Aber auch bei Reisen in verschiedene Modestädte, bei einer tollen Ausstellung oder einer Theatervorstellung kommen oft Ideen.

NEWS: Sie haben für den Jones-Modekatalog Frühjahr/Sommer 2011 Frauen aufgerufen, sich für ein Fotoshooting zu melden. Wie kam's dazu?

Rose: Wir haben uns dazu entschlossen, weil uns immer mehr Frauen kontaktiert haben, die von der Idee begeistert waren, „echte Frauen“

statt Models zu zeigen. Deshalb haben wir die Jones-Kundinnen eingeladen, ihre Bewerbung an uns zu mailen. – Und wir haben so viele Zuschriften bekommen, dass wir damit die nächsten Kataloge füllen können (lacht).

NEWS: Jones ist ein österreichisches Familienunternehmen – wie funktioniert da der tägliche Arbeitsablauf?

Rose: Ich arbeite eng mit meinem Mann Gabor und mit meiner Tochter Jennifer zusammen, viele Entscheidungen treffen wir auch gemeinsam. Das geht sehr gut, aber es ist auch wichtig, dass jeder von uns seinen eigenen Bereich hat. Aber hie und da kann es auch zu lauten Wortgefechten kommen (lacht).

NEWS: Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

Rose: Wir würden uns einfach nur freuen, wenn unsere Kreationen auch weiterhin so großen Anklang finden ...

DINA SHARAF

TRENDS 2010: Military, Leo & Black

ZUGEKNÖPFT. Mantel mit Stehkragen im chicen Military-Look, 239,90 Euro.



KLASSISCH. Eleganter Leder-Shopper, 179,90 Euro.

PLATEAU. Ankleboots im Animal-Print, 189,90 Euro.



FIGURBETONT. Etuikleid für modebewusste im Leo-Look, 169,90 Euro.



CASUAL. Hemdbluse mit Brusttaschen, 119,90 Euro.