



□  
**Claudia Bothe, die neue Chefdesignerin bei Liebeskind Berlin.**□

Wie [J'N'C bereits gestern berichtete](#), zeichnet bei Liebeskind Berlin ein neuer kreativer Kopf für das Design der S/S Kollektion 2016 verantwortlich. Die 31-jährige Claudia Bothe kommt von Isabel Marant, wo sie als Senior Designerin der Linie ‚Etoile‘ vorstand. Mit J'N'C sprach sie über den Wechsel von der Seine an die Spree, was sie an dem Job bei Liebeskind Berlin reizte und über ihre kreative Vision für das Label.

### **Von Paris nach Berlin, das bedeutet auch vom Zentrum der Mode in die ‚Peripherie‘. Ist Ihnen das schwer gefallen?**

Ich sehe Berlin ganz und gar nicht als Peripherie der Mode. In den letzten acht Jahren habe ich aus London und Paris stets die Entwicklungen in Berlin mit Spannung verfolgt. Berlin ist im Aufbruch, viele junge Leute aus der ganzen Welt kommen in die Stadt und kreieren dieses ganz spezielle Berliner Lebensgefühl. Dieses wirkt sich auf die Kunst, die Musik und auch auf die Mode aus. Natürlich ist Berlin in der Modebranche noch nicht so etabliert wie Paris oder Mailand, aber das macht es gerade so reizvoll und spannend!

### **Was reizt Sie besonders an Liebeskind Berlin?**

Ich bin fest davon überzeugt, dass wir, inspiriert durch dieses Berliner Lebensgefühl und basierend auf der Erfolgsgeschichte der Tasche mit Liebeskind, eine lässige Fashion-Brand aufbauen werden, die auch schnell international Erfolg haben wird. Auch außerhalb

## **Interview: Claudia Bothe, Chefdesignerin bei Liebeskind Berlin**

Geschrieben von: Barbara Russ

Dienstag, den 19. Mai 2015 um 10:40 Uhr - Aktualisiert Montag, den 07. September 2015 um 16:53 Uhr

---

Deutschlands ist der Berlin-Spirit angekommen und mit dem guten Ruf der deutschen Innovation und Qualität, sehe ich großes Potential für die Brand.

### **Was ist Ihre gestalterische Vision für Liebeskind Berlin?**

Liebeskind hat seine ganz eigene Identität und dies gilt es nun auch auf die Womenswear zu übertragen! Wir lassen uns von Trends inspirieren, jedoch nicht leiten. Heutzutage geht es vielmehr um Persönlichkeit als um Kleiderschränke, die mit kurzlebigen Trends vollgepackt sind. Genau wie bei den Accessoires legen wir auch in der Womenswear großen Wert auf natürliche, hochwertige Materialien. So entstehen Kleidungsstücke, die die Trägerin über Jahre hinweg begleiten und immer zu ihren Lieblingsstücken gehören. Und dennoch hat die Mode von Liebeskind stets den Berliner Look von „etwas Besonderem“ an sich.

### **Liebeskind Berlin ist als Label preislich demokratisch und in Sachen Design zugänglich. Soll das so bleiben oder wollen Sie exklusiver werden?**

Wir wollen die Attribute der Tasche, die sie so viele Frauen unterschiedlichen Alters seit Jahren an Liebeskind schätzen, auch in die Womenswear übertragen. Dies bedeutet für mich: Besonderes und individuelles Design mit hochwertigen Qualitäten zu verarbeiten und das mit großer Liebe zum Detail. Insgesamt alles mit einer Note von Berlin, aber sicherlich nichts Aufgesetztes.

### **Wo sehen Sie Liebeskind Berlin in fünf Jahren?**

Ich sehe Liebeskind Berlin in fünf Jahren als eine international erfolgreiche Lifestyle Brand, die alle Produktsegmente umfasst. Neben Taschen und Womenswear sind wir auch schon sehr erfolgreich mit Schuhen und Eyewear gestartet und haben Lust und Raum für noch mehr.

Weitere Informationen:

[www.liebeskind-berlin.com](http://www.liebeskind-berlin.com)