

# Eventdesign Jahrbuch

## Event Design Yearbook

2011 / 2012



avedition

# The World of Calvin Klein

## LIGANOVA – The BrandRetail Company

Location: Alte Münze, Berlin, Germany



Fashion Show einmal anders: In Zusammenarbeit mit dem renommierten Architekten J. Mayer H. entsteht eine eigene Calvin Klein Welt. Der klassische Catwalk entfällt, die Models präsentieren die Kollektionen innerhalb einer stehenden Inszenierung.

The somewhat different fashion show – In collaboration with the well-known architect J. Mayer H., an independent Calvin Klein world was created. There were no classical catwalks and the models presented the collections within a stationary staged setting.



Erstmals wird die gesamte Kollektionsreihe auf dem deutschen Markt vorgestellt: Calvin Klein, Calvin Klein Jeans, Calvin Klein Underwear und exklusiv der neue Calvin Klein Duft. Die „Alte Münze Berlin“ als Veranstaltungsort unterstreicht dieses besondere Event: Noch nie wurden Räume einer ähnlichen Größe im Rahmen der Fashion Week bespielt.

Konzeptionelle Idee ist es, Elemente aufzustellen, die durch Form und Größe eine starke Eigenständigkeit besitzen, nichts mit ihrer Umgebung gemein haben und nur untereinander formell kommunizieren. Um die Plastizität stärker hervorzuheben, werden die Module möglichst frei in den Raum gestellt. Die Models sollen, je nachdem welche Kollektion sie präsentieren, eine Beziehung zu den Objekten aufbauen.

The entire series of collections on the German market were presented for the first time: Calvin Klein, Calvin Klein Jeans, Calvin Klein Underwear and, exclusively, the new Calvin Klein perfume. The "Alte Münze Berlin" as the venue underlined this special event. Never before had spaces of a similar size been used in the framework of the Fashion Week.

The underlying idea was to set up elements that were strictly independent due to their shape and size, that had nothing in common with their surroundings and that only communicated with each other formally. In order to emphasize the plasticity more strongly, the modules were placed freely as far away from other things as possible. Depending on the collection they were presenting, the models were supposed to establish a connection to the objects.

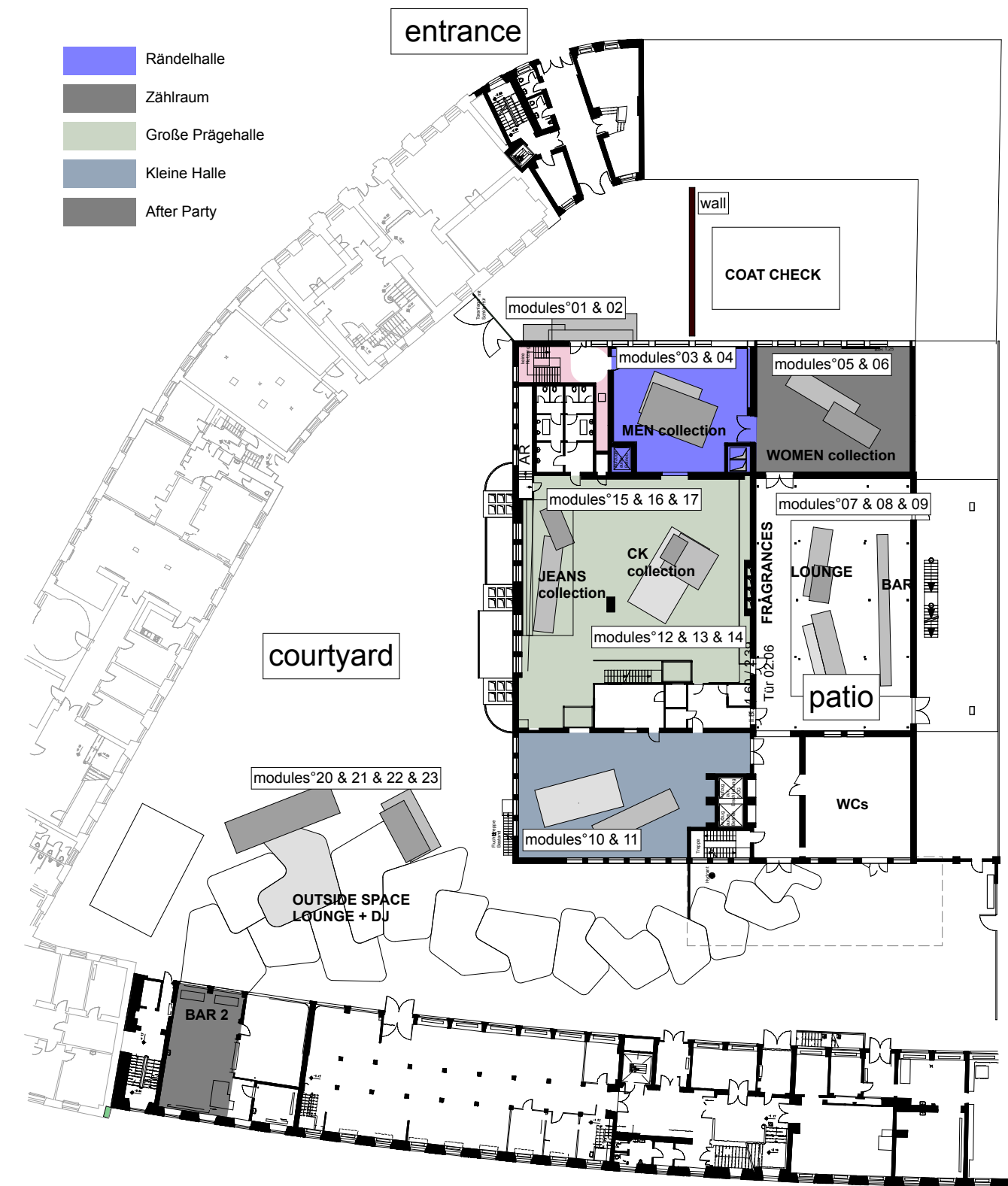


Mode und Architektur stehen bei dem Konzept im Vordergrund, alle anderen Details sind ausgeblendet. Ziel ist es, die Wahrnehmung der Kollektion durch Überhöhung zu steigern und ihr etwas Übernatürliches zu geben, als wäre die Mode extraterrestrisch. Die Models werden als Stillleben inszeniert, die Architektur wird zum Träger der Mode. Im Gegensatz zum aktuellen Trend liegt der Fokus hierbei nicht auf einer außergewöhnlichen technischen Bespielung, sondern auf einer reduzierten ästhetischen Präsentation.

In the concept, fashion and architecture were in the foreground; all other details were blanked out. The aim was to enhance perception of the collection by means of exaggeration and to endow it with something supernatural as if the fashion creations were extraterrestrial. The models were set in scene as still life, the architecture became the fashion carrier. In contrast to the current trend, the focus was not on the unusual use of technical media but on reduced aesthetic presentation.



map of the area



**Agency** LIGANOVA – The BrandRetail Company, Stuttgart, Berlin, New Delhi **Client** Calvin Klein **Location** Alte Münze am Molkenmarkt, Berlin **Month/Year** July 2010 **Duration** One day **Conception/Dramaturgy** J. Mayer H. Architekten **Direction/Coordination** LIGANOVA **Architecture** J. Mayer H. **Lighting** Neumann & Müller **Artists/Showacts** DJ Stretch Armstrong **Decoration** Artec Messebau **Catering** Dahlmann Catering **Construction** LIGANOVA **Photos** Ugur Orhanoglu