

Light now
Esprit



Esprit CentrO Oberhausen, Germany

Branch:
Area:
Products:
City:
Client:
Interior design and Lighting design:
Luminaires:
Photographer:

Fashion
1800 m²
Brick, Maxx, StarLite, Lightstripe, Beam, Spiegel, Special solutions
CentrO Oberhausen, Germany
Esprit, Ratingen
Saal 3 Architektur, Düsseldorf with Esprit, Ratingen
Ansorg GmbH, Mülheim
Jens Pfisterer, Leinfelden-Echterdingen

“Esprit is an attitude not an age“, Firmengründer Doug Tompkins bringt es auf den Punkt – die Marke vermittelt, nun bereits seit 40 Jahren, ein alterloses Lebensgefühl.

In Europas größtem Shopping- und Freizeitcenter, dem CentrO in Oberhausen, wurde im Sommer 2008 Esprit wiedereröffnet. Nach eingehenden Umbaumaßnahmen präsentiert sich die Marke in exponierter Lage über zwei Etagen. Thema der Lichtplanung war für Saal 3 Architektur in Zusammenarbeit mit der Architekturabteilung von Esprit neben der Inszenierung des Markenkerns und einer verkaufsunterstützenden Beleuchtung immer auch die Wirtschaftlichkeit des Lichtkonzepts mit einem minimierten Energieverbrauch von 32 Watt pro m².

Die Eingänge. Auf beiden Geschossebenen betritt der Kunde den Store aus einem glaskuppelüberdachten Forum. Engagiert, aufmerksamkeitsstark und zugleich stimmungsvoll, mit Beleuchtungsstärken bis zu 3000 Lux, zieht das Licht der Maxx Downlights den Betrachter ins Innere.

Die allgemeinen Verkaufsflächen. Hier variiert die Beleuchtungsstärke in einem ausgeprägten Wechselspiel von Licht und Schatten. Durch das Verhältnis von 1:3, das exakt auf die Wahrnehmungsfähigkeit des menschlichen Auges abgestimmt ist, werden Lichtreize erlebbar und die Aufmerksamkeit der Kunden gesteigert. Alle Leuchten wie Brick oder Lightstripe befinden sich auf einer definierten Lichtebeine und sind so ausgerichtet, dass die einzelnen Warenträger immer optimal ausgeleuchtet werden.

Die Markensegmente. Im Zusammenspiel mit der Inneneinrichtung entdeckt das Licht jedes Markensegment in seiner Eigenart. Die Anordnung des Systems Lightstripe variiert zwischen orthogonaler Anordnung und freier Gestaltung, wirkt aber niemals zufällig, sondern interpretiert in seiner Wirkung mit viel Gefühl den jeweiligen Markenkern. In der Summe entsteht so ein spannungsreiches Gesamtkonzept.

Der Rolltreppenbereich. Als Verbindung zwischen den beiden Verkaufsebenen fungiert eine mächtige rote Reliefwand im Rolltreppenbereich. Mit einem Spiegel/Werfer System und Licht in unterschiedlichen Beleuchtungsstärken zeichnen die Lichtplaner auf die rote Projektionsfläche ein lebendiges Bild aus Licht und Schatten. Assoziationen zu einem sonnigen Tag im Laubwald entstehen nicht zufällig.

“Esprit is an attitude not an age“, the company’s founder Doug Tompkins puts it in a nutshell – the trademark still conveys, as it has been doing for the last 40 years, an ageless feeling of life. At Europe’s biggest shopping and leisure centre, CentrO in Oberhausen, Esprit was reopened in the summer of 2008. Following extensive alteration measures the trademark is now presented, in a prominent position, over two floors. The subject of the lighting design was, for Saal 3 Architektur in cooperation with Esprit’s architecture department, besides the setting of the scene for the trademark core and a sales-boosting lighting system, at all times the economic efficiency of the lighting concept with a minimised power consumption of 32 watts per square metre.

The entrances. On both floors, the customer enters the store from a forum roofed over with a glass dome. The light of the Maxx downlights, engaging, powerfully attracting attention and at the same time full of atmosphere, with illuminance values of up to 3000 lux, draws the observer into the interior.

The general sales areas. Here the illuminance varies in a marked interplay of light and shadow. Through the ratio of 1:3, which is exactly adapted to the perceptivity of the human eye, luminous stimuli become an experience and sharpen the customers’ attention. All of the luminaires, such as Brick or Lightstripe, are arranged at a strictly defined light level and aligned in such a way that the individual product displays are always illuminated in the optimum way.

The trademark segments. In the interaction with the interior, the light reveals every trademark segment with its characteristic features. The arrangement of the Lightstripe system varies between orthogonal arrangement and free layout, but never appears haphazard, and instead in its effect interprets the core of each trademark with great subtlety. In total, an overall conception rich in variety and excitement is created.

The escalator area. A huge red embossed wall in the escalator area functions as a connection between the two sales levels. With a mirror/projector system and light with different illuminance values, the lighting designers have drawn a lively image consisting of light and shadows on the red projection surface. Associations with a sunny day in a deciduous forest do not arise by chance.

« Esprit is an attitude not an age », le fondateur de l’entreprise, Doug Tompkins, le formule en termes clairs – depuis déjà 40 ans la marque véhicule un sentiment du vécu d’où la notion d’âge semble exclue. Dans le plus grand centre commercial et de loisirs d’Europe, le CentrO à Oberhausen, Esprit a de nouveau ouvert ses portes durant l’été 2008. Après d’importantes transformations, la marque se présente sur deux étages dans une situation particulièrement tendue.

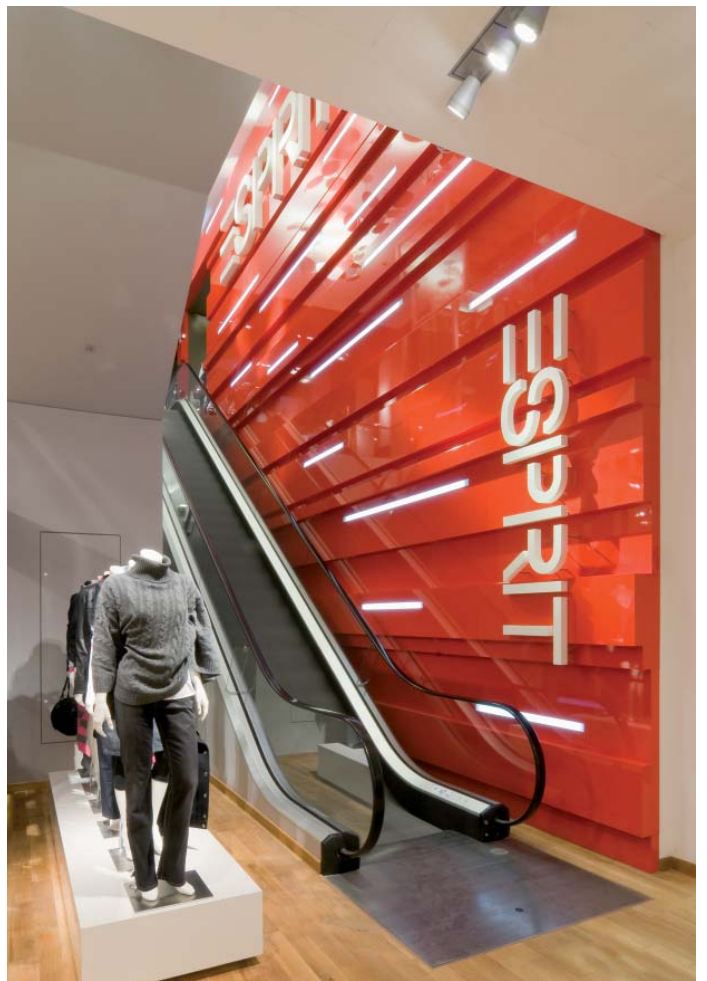
Pour la société Saal 3 Architektur, la conception de l’éclairage, élaborée en coopération avec le service d’architecture d’Esprit visait à mettre en scène le cœur de la marque et à promouvoir les ventes, mais également à obtenir une bonne rentabilité énergétique: la consommation d’énergie est minimisée à 32 watts par mètre carré.

Les entrées. Au deuxième étage, le client pénètre dans le magasin par une trémie recouverte d’une coupole en verre. Les downlights Maxx, grâce à une puissance d’éclairage de 3000 lux, s’intègrent activement dans la vision de l’observateur, capte son attention tout en créant une ambiance, et l’attire ensuite vers l’intérieur.

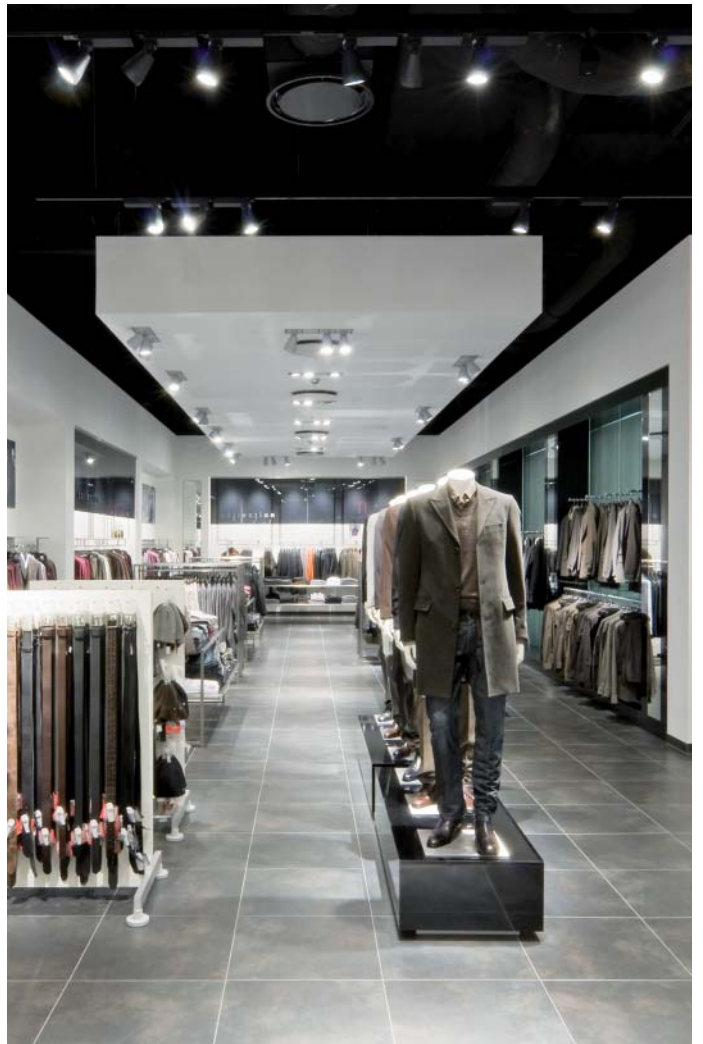
Les surfaces de vente générales. Ici, la puissance de l’éclairage varie dans un jeu accentué d’ombres et de lumière. Le rapport de 1 à 3, en terme de quantité de lumière, s’adapte exactement à la perception de l’œil humain. Les stimuli lumineux interviennent ainsi auprès de l’observateur pour attirer encore son attention. Tous les luminaires, tels que Brick ou Lightstripe, disposés selon un plan d’éclairage strictement défini, sont orientés de façon à garantir un éclairage optimal des différents rayonnages.

Les segments de la marque. Combinant son action à celle de l’aménagement intérieur, la lumière dévoile chaque segment de la marque en mettant en relief ses particularités. La disposition du système Lightstripe varie entre une disposition orthogonale et une forme libre. Son effet n’est jamais laissé au hasard car le système met en relief le cœur de la marque avec subtilité. L’addition de ces différents éléments donne vie à une conception générale très captivante.

La zone des escaliers roulants. Un mur en relief d’un rouge puissant, dans la zone des escaliers roulants, sert de liaison entre les deux étages. Recourant à un système de projecteurs à miroirs combiné avec une lumière modulée de différentes intensités, les concepteurs ont dessiné une image vivante très contractée sur cette surface rouge. Cette association rappelle une fabuleuse promenade en automne dans une forêt ensoleillée.







Germany

Ansorg GmbH
Pilgerstraße 11
D-45473 Mülheim an der Ruhr
Fon +49 (0)208 48 46 0
Fax +49 (0)208 48 46 1200
info@ansorg.com

France

Ansorg SARL
3, rue Caroline
F-75017 Paris
Fon +33 (0)1 44 69 95 10
Fax +33 (0)1 44 69 95 11
info-fr@ansorg.com

Spain

Ansorg Spain
Marqués de Villamejor, 5
E-28006 Madrid
Fon +34 91 575 51 59
Fax +34 91 578 32 17
info-es@ansorg.com

Ansorg Spain
Plaza Comercial 4
E-08003 Barcelona
Fon +34 93 268 87 05
Fax +34 93 268 87 02
info-es@ansorg.com

Italy

Ansorg Italy
Mob +39 346 521 54 13
info-it@ansorg.com

United Kingdom

Ansorg Ltd.
Units 315/316
Business Design Centre
52 Upper Street
Islington
GB-London
NI 0QH
Fon +44 (0)20 72 88 96 10
Fax +44 (0)20 73 54 10 21
info-gb@ansorg.com

The Netherlands

Ansorg B.V.
Gebouw 20
De Oude Molen 4
NL-1184 VW Ouderkerk aan de
Amstel
Fon +31 (0)20 5 69 38 40
Fax +31 (0)20 5 69 38 41
info-nl@ansorg.com

Switzerland

Ansorg AG
Klünenfeldstraße 22
CH-4127 Birsfelden
Fon +41 (0)61 376 15 12
Fax +41 (0)61 376 15 07
info-ch@ansorg.com

Norway

Ansorg AS
Stockfletthsgate 51
Post Box 25 Sagene
N-0415 Oslo
Fon +47 (0)23 23 31 60
Fax +47 (0)23 23 31 70
info-no@ansorg.com

Sweden

Ansorg AB
P.O. Box 204
S-746 39 Bålsta
Fon +46 (0)171 469 888
Fax +46 (0)171 469 880
info-se@ansorg.com

United Arab Emirates

Ansorg GmbH Dubai Branch
Bldg. Sheikha Sana Mana al Maktoum
Office M8 Al Wasl
Sheikh Zayed Road
P.O. Box 214771
Dubai, UAE
Fon +971 (0)4 321 92 03
Fax +971 (0)4 321 92 04
info-ae@ansorg.com

India

Ansorg India Private Limited
402/403/404, Hilton Centre
4th floor, Sector II CB
CBD Belapur
Navi Mumbai 400 614
India
Fon +91 22 4012 9609
Fon +91 22 4012 9763
Fax +91 22 4012 9804
info-in@ansorg.com

