

# Bilder für Menschen

*Marion Engelke malt Bilder nach Wunsch und bewegt sich dabei virtuos zwischen Kunst und Design.*

*NOBILIS-Autorin Beate Roßbach ließ sich bei einem Atelierbesuch den individuellen Weg zur Kunst zeigen.*

Die neue Wohnung ist perfekt eingerichtet, die Farben sind frisch, die Möbel sind arrangiert, die Accessoires stimmen. Doch etwas fehlt noch, ein i-Tüpfelchen, der persönliche Touch – richtig, die Wände sind noch leer, es fehlt die Kunst.

Nun bieten Galerien, Ateliers und Auktionen zwar auf der ganzen Welt Kunstwerke aus allen Epochen und für jeden Geschmack an, aber es gibt noch exklusivere, noch individuellere Wege zur Kunst, zu Bildern, die kein anderer besitzt. Solche Bilder entstehen im Atelier der Diplom-Designerin und Malerin

Marion Engelke, die sich seit einigen Jahren auf die repräsentative Malerei spezialisiert hat. „Schon in der Renaissance wurden so genannte repräsentative Bilder zur Verschönerung und Aufwertung des Lebensraumes gemalt. Diese Idee habe ich aufgegriffen“, erläutert die Designerin ihre kreative Geschäftsidee.

Neue Konzepte zu entwickeln, neue Trends zu entdecken und veränderliche Produkte zu erschaffen, auf die der Mensch Einfluss hat, das war schon während des Studiums an der Fachhochschule für Kunst und Design in Hannover das Ziel von Marion Engelke. Die nächs-



ten Stufen auf der Karriereleiter führten sie nach Amsterdam und Hamburg in renommierte Designerbüros, aber auch immer höher hinauf in einen Elfenbeinturm, in dem sie auf Dauer nicht gefangen sein

wollte. „Ich brauche immer einen Gegenpart, eine Reibungsfläche, an der meine Arbeit Konturen gewinnt, und ich will nicht im stillen Kämmerchen sitzen und abgehobene Sachen machen.“ Die Kunst, so Marion E



Auch im Besprechungsraum von „w. 3. design“ ist Marion Engelke mit einem Werk vertreten



Für Bilfinger und Berger in Essen setzte Marion Engelke das Logo künstlerisch um.

Im Businessbereich stellen sie eine Aussage über das Unternehmen dar, dessen Wände sie schmücken. Die Identität des Hauses findet einen unverwechselbaren Ausdruck, die Kunst wird zu einem Teil des Corporate Design. Im privaten Bereich kommen persönlichere Aspekte zum Tragen. Der kreative Schaffensprozess der Designerin erfolgt gemeinsam mit den Menschen, die mit dem Kunstwerk leben wollen. Sie sollen sich damit identifizieren und bewusst miterleben, dass es für sie entwickelt wird, ihre eigenen Gedanken und Inspirationen werden von der Hand der Malerin umgesetzt. „Das schönste Lob für mich ist, wenn ich bei der Präsentation höre: „Genauso haben wir uns das vorgestellt.““

Dabei denkt Marion Engelke jedoch durchaus pragmatisch. Bei ihr wird ein Bild nicht nur auf die Person, sondern auch auf das Ambiente zugeschnitten. „Meine Bilder werden von den Proportionen her in die Räumlichkeiten eingepasst. Da bin ich mehr Designerin als Künstlerin.“ So experimentiert sie auch leidenschaftlich gern mit ungewöhnlichen Formaten und ist Spezialistin für ausgefallene Bildhängungen. Da wird spiele-

risch schräg gehängt, oder es kann vorkommen, dass vor einer konkaven Wand die Bilder wie Segel gespannt werden.

Zur Zeit dominieren in der lichtdurchfluteten Atelierwohnung in der Calenberger Neustadt die Entwürfe für eine Bilderserie, die eine große hannoversche Brauerei in Auftrag gegeben hat. Der Hahn, das Wappentier des Hauses, taucht darin immer wieder auf. Daneben stehen die freien Arbeiten von Marion Engelke, die demnächst in einem Einrichtungshaus ausgestellt werden sollen. Hier wird die Designerin zur Künstlerin, ohne jedoch eine strikte Trennungslinie ziehen zu wollen. Nicht ohne Grund hat sich Marion Engelke mit ihren Arbeiten als virtuose Grenzgängerin bewiesen.



gelke, gehört dahin, wo die Menschen sind. Sie soll in den Alltag geholt werden, soll gefallen und vor allem verständlich sein.

Bilder für Menschen – damit wagte die Designerin vor rund sechs Jahren den Sprung in

die Selbstständigkeit. Seitdem malt sie ihre Werke für Geschäftskunden und private Kunstliebhaber, Bilder, die dem Stil, der Philosophie, dem Geschmack, kurz, den Wünschen der Auftraggeber entsprechen.

FOTOS: MARION ENGELKE

Kunst im Auftrag und passend zum Unternehmen:

# Wie für Sie allein ge

Malerei, Design, Marion Engelke liest man lapidar auf ihrer Homepage. Das trifft es nicht genau: Marion Engelke arbeitet mit dem Schwerpunkt „Repräsentative Malerei“. Sie malt Bilder, die einen direkten Bezug zum Auftraggeber haben.

■ Arbeiten von Marion Engelke sehen Sie auf Seite 54/55 dieser NW in der Rubrik „Ansichten“.



Marion Engelke vor einer Collage, die aus dem Rahmen fällt.

**A**nspruch der Diplom-Designerin Marion Engelke ist es, das Selbstverständnis eines Unternehmens in einem gestalterischen Prozess zu erfassen und sichtbar zu transportieren“, heißt es ihrem Katalog. Ihre Auftraggeber beschreiben das Ergebnis so: „Die Leute sind die Standard-Bebildung gewöhnt; ein Bild, das einen Bezug zum Unternehmen hat, erwarten sie nicht.“ Umso größer sei der Aha-Effekt, wenn sie erkennen, dass das Bild für das Unternehmen extra angefertigt wurde: „Das ist ja für Sie gemacht.“

Mit der repräsentativen Malerei schuf sich Marion Engelke einen eigenen Arbeitsschwerpunkt. Zu malen begonnen hatte sie schon während ihres Textildesign-Studiums. Als Diplom-Designerin entwarf sie später Teppichböden und Porzellan, Plakate und Prospekte. Doch sie wollte nicht nur entwerfen, sondern ihre Entwürfe auch selber ausführen. Im Textilbereich sah sie keine Möglichkeit, also suchte sie ein anderes Arbeitsfeld. Und entschied sich für die unternehmensbezogene Auftragskunst.

Zugute kommt ihr dabei das Selbstverständnis als Produktdesignerin: „Ich empfinde das Bild als Produkt, das ich für das Unternehmen entwickle: Ich entwerfe es und setze den Entwurf um.“ Entwurf versteht sie dabei nicht als fertiges Produkt,

sondern als Prozess, gemeinsam mit dem Kunden. „Die Unternehmen kaufen bei mir ein Paket, das heißt, nicht nur das Bild, sondern ein geschlossenes Konzept von der ersten Beratung bis zum Aufhängen.“

Für die Deutsche Städte Reklame schuf sie eine Collage mit dem Titel „Aus dem Rahmen fallen“ - und das Bild scheint tatsächlich aus seinem Rahmen zu rutschen. Ein anderer Kunde beauftragte Marion Engelke mit der „symbolischen Umsetzung des beruflichen Umfeldes unter Berücksichtigung des exklusiven Standorts seiner Zahnarztpraxis im Pelikan-Viertel“. Weil die für das Bild vorgesehene Wand nicht plan, sondern leicht konkav geformt ist, ließ sich das Bild nicht einfach aufhängen. Das Problem wurde gelöst, indem das Bild an den Ecken verstärkt wurde, gelocht und dann wie ein Segel vor die Wand gespannt.

Es zeigt einen Pelikan, dessen Körper die Form des Buchstaben Z hat. Der Pelikan brachte Glück. Denn Frank Veenhues, damals kaufmännischer Leiter der Bilfinger + Berger-Niederlassung in Hannover, sah den festgezurrten Vogel in der Zahnarztpraxis und war fasziniert: „Ein Bild, das einen direkten Bezug zum Unternehmen herstellt“ - so etwas wollte er auch für seine Firmenräume. Und nicht „einen der üblichen Feiningers oder Kandinskys.“ Für den Besprechungsraum erhielt die Malerin den

Auftrag, die drei Unternehmensbereiche Hochbau, Tiefbau und Verkehrswesen zu thematisieren. Bei Auftrag Nummer 2, der Umsetzung des Unternehmenslogos, erzwang eine vor der Wand stehende Säule die Aufteilung des Werks in zwei Bilder. Marion Engelke zerlegte dafür das Logo des Unternehmens - ein stilisiertes kleines b - in seine beiden Elemente, den Längsbalken und den halbkreisförmigen Bauch, und malte sie auf zwei Holztäfelchen, die links und rechts neben der Säule platziert wurden. Die Tafeln hängen nicht an der Wand, sondern schweben auf Metallschienen, die aus der Wand hervorragen. Im Auge des Betrachters verschmelzen beide Bilder mit der Säule zum b des Logos - ein Effekt, von dem selbst die Auftraggeber überrascht wurden. „Das war erst zu sehen als die beiden Bilder hingen“, erinnert sich Veenhues. Besucher reagierten erst recht überrascht: Die Leute guckten zwei-, dreimal und stellten dann erstaunt fest: „Das ist doch das Bilfinger-b . . .“ Als Veenhues in die Essener Niederlassung des Unternehmens wechselte, bestellte er für sein dortiges Büro ein neues Bild.

Als die Geschäftsstelle der Deutschen Städte Reklame nach Bormum umgezogen war, waren die Räume in den neuen Gebäude „alle schön weiß und leer“ erinnert sich Bernd Sonnemann, der Leiter der Ge-

# macht

schäftsstelle. „Eine Mitarbeiterin empfahl uns Frau Engelke. Wir haben Sie eingeladen und schon die Prospekte, die sie mitbrachte, haben uns gut gefallen.“ Für Sonnemann stand fest: „Wir wollten nichts Abstraktes. Für uns war es wichtig, einen Bezug zum Firmennamen und zu unserem Tätigkeitsfeld zu schaffen.“ Insgesamt fünf Bilder wurden für das neue Domizil bestellt. Den Riegel zwischen einer Glaswand und einem gläsernen Schrägdach bestückte Marion Engelke mit drei Querformaten, in denen die Buchstaben D, S und R auf dem Rücken liegen. „Die Bilder passen vom Stil her gut zu uns: kräftige Formen, kräftige Farben, auf die Architektur abgestimmte Formate“, lobt Sonnemann. Die Besucher reagierten sehr positiv. „Sie bemerken auch, dass das dritte Bild - das mit dem R - eigentlich nicht mehr ganz passt. Wir heißen nämlich inzwischen Deutsche Städte Medien. Aber das R bleibt erstmal.“

Ähnliche Voraussetzungen wie bei der DSR fand die Malerin bei der Apcon AG. „Frau Engelke kam genau zum richtigen Zeitpunkt, nämlich als wir gerade eingezogen waren“ erzählt Geschäftsführer Peter von Riegen. „Ihre Mappe hat mich angesprochen und mich neugierig gemacht, wie Ihre Lösung für uns wohl aussehen würde.“ Die Aufgabe war die visuelle Umsetzung der Leitlinien des Unternehmens. Dabei gab es gleich zwei harte Nüsse zu knacken. Erstens: „Ein Soft-

wareunternehmen verkauft Programme - wie kann man so etwas Abstraktes wie EDV-Lösungen optisch erfassbar machen?“ Zweitens: Der Besprechungsraum war acht Meter lang und drei Meter breit.

Marion Engelke bediente sich des Unternehmenslogos: fünf rote Längsbalken zunehmender Breite. Um die Unternehmensphilosophie und die Kernkompetenzen in Bilder umzusetzen wählte sie die Interpretation „Dinge aus anderen Perspektiven sehen, neue Wege der Kommunikation finden“. Und sie wollte etwas schaffen, was man anfassen will“ - das Material sollte Aufforderungscharakter haben. Ergebnis sind fünf rote Relief-Tafeln.

Unternehmenslogos durch repräsentative Malerei umzugestalten und weiter zu entwickeln, hat sich zum Renner unter den

## Anne Schneller

Aufträgen entwickelt. „Viele Unternehmen wollen irgendwas mit ihrem Logo haben.“ Als Inspiration für ihre Arbeit verwertet die Malerin aber auch die Firmenbroschüren und -zeitschriften, Material zum Corporate Design und die Hausfarben. Im Laufe der Zeit hat sie festgestellt, „dass häufig gerade die Farben dem Kunden gar nicht so bewusst sind. Aber gerade die Unternehmensfarben erhöhen die Individualität der Arbeit.“

In ihrer künstlerischen Freiheit eingeschränkt fühlt sie sich durch die Vorgaben und Änderungswünsche der Kunden nicht. Aus ihrem Selbstverständnis als Designerin und Malerin empfindet sie es vielmehr als Herausforderung, die Produkte so zu gestalten, dass sie den Kunden gefallen. Es

kommt ihr sehr darauf an, das Unternehmen in den Entwurfsprozess einzubeziehen. „Man muss man einen langen Atem haben und immer wieder nachhaken.“ Mit einem einzigen Briefing ist es nicht getan, in der Regel gibt es mehrere Treffen. Das erste Gespräch findet vor Ort beim Kunden statt, damit sich die Malerin ein Bild vom Unternehmen machen kann - im konkreten wie im übertragenen Sinne. „Die Bilder müssen schließlich zum Ambiente passen“.

In diesem ersten Gespräch wird auch schon erörtert, wie mögliche Umsetzungen aussehen könnten und es wird festgelegt, was dargestellt werden soll, welcher Platz dafür in Frage kommt. Die optimale Größe zu finden sei, so sagt sie, wesentlich schwieriger als den besten Platz zu ermitteln. „In der Vorentwurfsphase werden verschiedene Bildmotive als Grundlage erarbeitet, die in der inhaltlichen Aussage bereits individuell abgestimmt und im Format raumbezogen dargestellt sind.“ Nach vier bis sechs Wochen findet die Präsentation der ersten farbigen Entwürfe statt (und eine erste Kalkulation der Kosten). Ist der Kunde zufrieden, wird der gewählte Vorentwurf realisiert. Gibt es Änderungswünsche, werden die Vorschläge noch einmal überarbeitet. Dem Zahnarzt im Pelikan-Viertel etwa gefiel von einem der drei Entwürfe das Motiv - der Pelikan - und von einem anderen die Farbgebung. Marion Engelke kombinierte beide.

Mittlerweile malt Marion Engelke nicht mehr nur für Unternehmen, sondern auch Auftragsbilder für Privatleute. „Bei denen gibt es zwar keine Firmenphilosophie, sie haben aber durchaus Vorstellungen. Ein Kunde in Bremen bestellte zuerst ein Bild für zu Hause und orderte dann auch eines für sein Unternehmen.“

