Katharina Aguilar im Gespräch über ein Design für Instagram

INSTAGRAMMABILITY

Viele Menschen wählen ihre Aufenthaltsorte inzwischen danach aus, wie gut diese in den sozialen Medien (allen voran auf Instagram) für Selfies taugen. Nahezu alles Erlebte und Gesehene wird über diesen Social-Media-Kanal mit der Welt geteilt: Wo wir mit wem gerade sitzen, was wir essen und wie sich im Cocktailglas die Sonne spiegelt. Das macht das Thema „Instagrammability" gerade für die Architektur- und Designbranche interessant, wenn Hotels, Restaurants oder Einkaufspassagen vor allem in Hinblick auf die Onlinewirkung geplant werden. Das *museumsmagazin* sprach mit Katharina Aguilar von den „DIA – Dittel Architekten" über „Instagrammable Places". **Interview: Ulrike Zander**

mm: Für viele verschmilzt über das Internet mit all seinen Möglichkeiten, sich selbst zu inszenieren, die Realität mit der virtuellen Welt. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Aguilar: Wir sehen diese Zusammenhänge positiv. Kaum eine andere Branche kann so deutlich von dem Phänomen „Instagrammability" profitieren wie die Architektur, denn kein anderer Medienkanal funktioniert so sehr über Ästhetik wie Instagram – ein Heimspiel für Designer. Dabei kann grundsätzlich alles „instagrammable" sein: von Menschen, Orten und Gebäuden über Kunstwerke und Materialien bis hin zu Stimmungen. Wichtig ist die Konservierung des Moments im Bild, das durch Upload Teil der virtuellen Welt des Einzelnen wird.

mm: Wie wirkt sich der stetig wachsende Einfluss der sozialen Medien auf den Arbeitsbereich der Architekten aus?

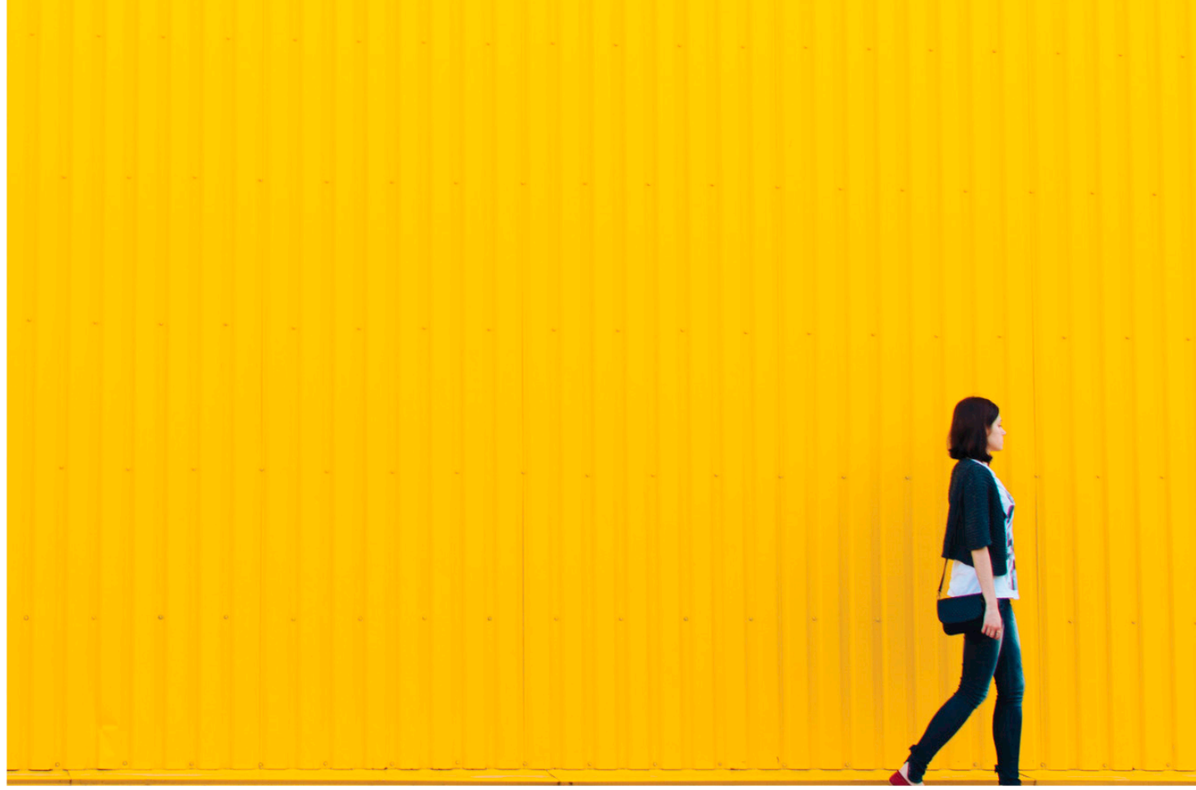
Aguilar: Es ist eine neue kleine Revolution. Anders als in der Architektur gewohnt rückt beim „Design for Instagram" die Persönlichkeit und Haltung des Architekten in den Hintergrund. Relevant ist lediglich das sichtbare Ergebnis, das explizit für den Kanal Instagram funktionieren muss.

mm: Sie haben sich bei den DIA-Architekten vornehmlich auf „Instagrammable Places" in der Hotel- und Gastronomiebranche konzentriert. Worauf achten Sie konkret?

Aguilar: Instagrammability ist weitaus mehr als einfach eine bunte Wand, vor dem ein Selfie gemacht werden kann. Der „Instagrammable Moment" muss der Umgebung, dem Ort und der authentischen Stimmung gerecht werden und darf dabei niemals überinszeniert sein. Vielmehr geht es darum, einen ikonischen Platz nahe am Zeitgeist zu kreieren, der das Potenzial hat, zu „dem" Hashtag zu werden. „Instagrammable Places" dürfen sich nicht zu schnell abnutzen oder für die Community redundant werden. Einige Regeln gelten definitiv bei der Kreation: Je kontrastreicher, unbekannter, farbenfroher und nicht zuletzt extremer, desto höher die Instagramattraktivität.

mm: Das heißt, dass Instagrammability zu einer neuen architektonischen Formsprache geführt hat. Inwieweit kommt diese beispielsweise bei der von Ihnen geplanten „Eduard´s Bar" zum Ausdruck?

Aguilar: Tatsächlich macht Instagrammability die Welt bunter und kommunikativer: Laufwege, Blickwinkel und Wahrnehmbarkeit sind ebenso entscheidend wie eine zielgerichtete Beleuchtung, spezifische Farben und Materialien. Das ist uns alles in der Lifestyle-Bar „Eduard´s" gelungen, sodass wir das Konzept aus Stuttgart auch in der Düsseldorfer Altstadt realisiert haben. Die Szenebar vermittelt durch Kupfertöne mit Patina und Lichtreflexionen eine besondere Stimmung, das urbane Feeling ist da. Das rostbraune Wandregal setzt die leuchtenden Spirituosen in Szene und die handgeschöpften Eisenleuchten in der abgehängten Decke werden zu stilvollen Scheinwerfern. Jenseits von Corona ist die Bar immer voll und unzählige Selfies entstehen. Es geht hier um „sehen und gesehen werden" zwischen Gemütlichkeit und Modernität. Die Bar spielt mit ihrer Polarität. Das markante Design strahlt pure Gegenwartseuphorie aus und greift zugleich auf Historisches zurück: Der traditionellen Barkultur gemäß darf der Tresen prominent sein und im Zentrum stehen. Der Raum verfügt über mehr Höhe als Breite, wobei übergroße runde Lampen sich frech aus der geometrischen Deckenstruktur in den Raum hinablassen. Durch eine Glas- und gegenüberliegende Mauerfassade wird das Lokal in einen vorderen hellen und rückwärtigen dunklen Bereich unterteilt – ein Konzept für Tag und Nacht. Tagsüber sind die Plätze entlang der Glasfassade wegen des natürlichen Lichteinfalls begehrt – ein Eldorado für Selfies. Von der mehrstufigen Ecklounge hat man den besten Blick auf das neue Dorotheen Quartier in Stuttgart und sitzt geradezu auf einem „Siegerpodest" – ein idealer Platz zum Fotografieren.



Für Instagram weitaus inspirierter als einfach eine bunte Wand: die Lifestyle-Bar „Eduard´s" in Düsseldorf (l.) und in Stuttgart (u.)

Katharina Aguilar
„Head of Digital Business" bei
DIA - Dittel Architekten in Stuttgart