

JANUAR 2019

# md

INTERIOR | DESIGN | ARCHITECTURE

## Heimat

### .PROJECTS

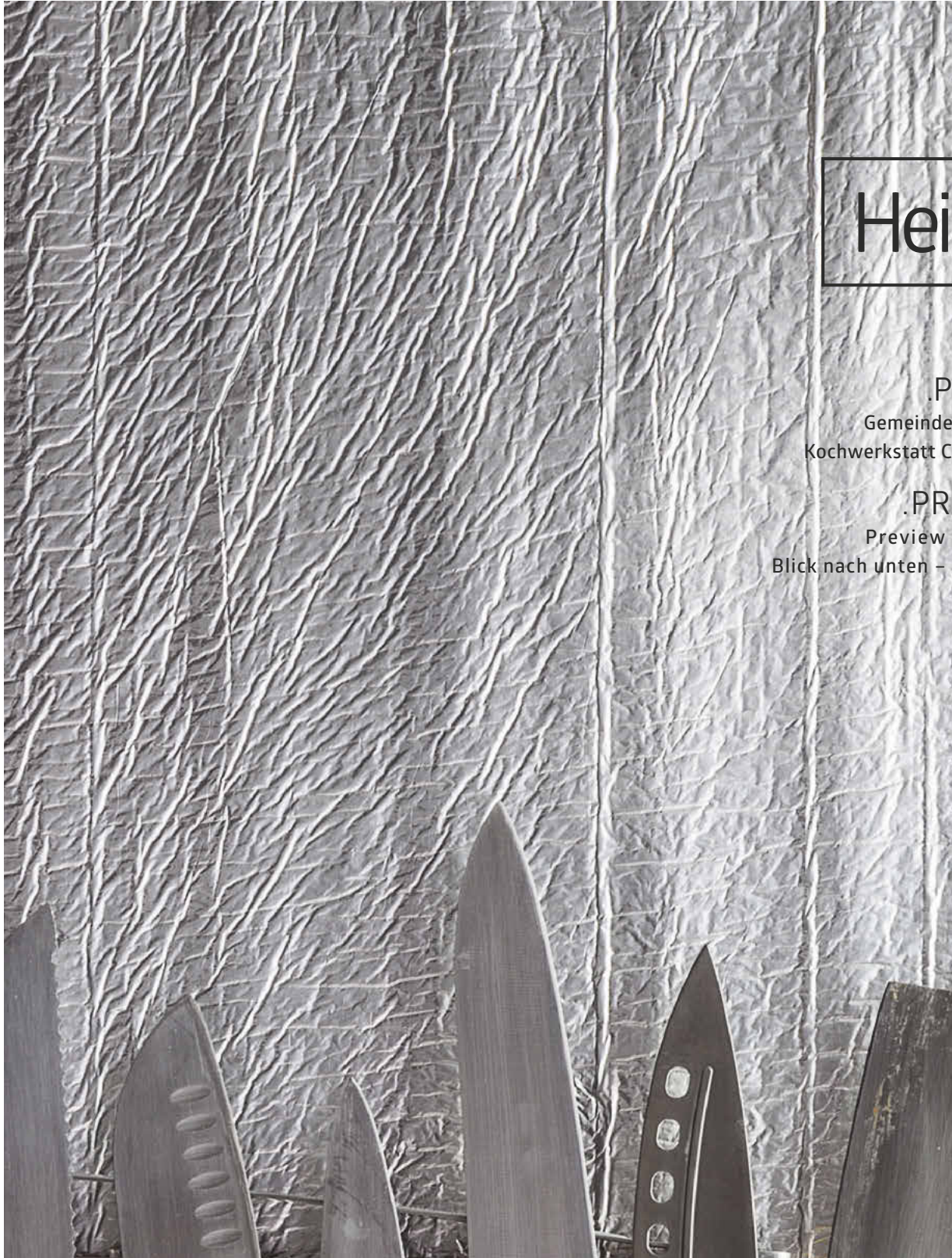
Gemeindezentrum Ikast  
Kochwerkstatt Cheflab Madrid

### .PRODUCTS

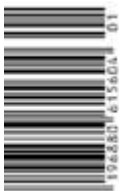
Preview imm cologne  
Blick nach unten - Bodenwelten

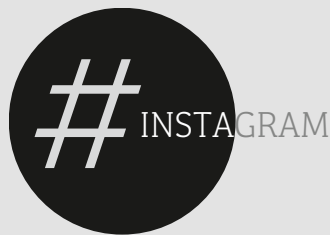
### .PEOPLE

Jutta Blocher  
Ido Garini



D 15,60 EUR | EURO countries 16,20 EUR | 20,00 CHF | 120,00 DK | 11,50 GBP | 10,95 USD | 13,95 AUD





# @REIMANNARCHITECTURE

Instagram verzeichnet mittlerweile über 1 Milliarde aktive Nutzer, allein in Deutschland sind das monatlich 15 Millionen Menschen. Inmitten privater Feeds trifft sich auch die Kreativszene: In unserer neuen Serie stellen wir Ihnen bemerkenswerte Akteure vor.

**Autorin**  
Johanna  
Neves Pimenta

Seit der Studiogründung 2015 ist Julius Reimann auf Instagram aktiv. Der Feed seines Büros, @reimannarchitecture, ist eine fein kuratierte und aufwendig gestaltete Projekthistorie: Moodbilder wechseln sich mit Aufnahmen der realisierten Entwürfe ab, Materialimpressionen gehen Hand in Hand mit prägnanten Zitaten.

Das war nicht immer so, wie man scrollend sieht: Anfang 2018 räumte das Team den Feed auf und entwickelte seine eigene Bildsprache. „Früher hatten wir zwar mehr Likes auf einzelne Bilder“, erklärt Reimann, „aber nun sind wir kontinuierlich und zusammenhängend präsent. Es zählt nicht mehr das einzelne Bild, sondern der Weg zum Projekt.“ Das helfe zum einen bei der eigenen Verortung, zum anderen strahle es nach außen: „Instagram füllt uns zwar nicht die Auftragsbücher, aber es ist ganz entscheidend dafür, dass junge Talente uns entdecken und sich bei uns bewerben.“ Instagram erschafft und manifestiert somit ein Markenbild.

Darum ist es für Reimann auch ernst zu nehmende Arbeit: „Instagram kostet Zeit und Geld, dessen sollte man sich bewusst sein.“ Eine Mitarbeiterin investiert wöchentlich einen halben Arbeitstag in die Kuratierung der Chronik; unzählige Stunden mehr verbringt Reimann privat auf Instagram. Das bedeutet jedoch nicht, dass er pausenlos postet: „Man muss wöchentlich präsent sein, aber lieber mit drei prägnanten Posts, als täglich mit 30 belanglosen Stories. Ein Themenplan hilft dabei.“ Denn genau so schafft man Content, der inspiriert und bereichert. ←



An dieser Stelle präsentieren wir Innenarchitekten, die es verstehen, mit ihrem Instagramprofil Werk und Haltung zu zeigen.



#### Im Fokus

Reimann Architecture präsentiert auf Instagram nicht Spotlights, sondern eine ganzheitliche Haltung: Realisierte Bauten finden ebenso Platz wie Materialkompositionen und Zitate. Stories geben Einblick ins alltägliche Bürogeschehen.

Follow us @md.magazin