

Wer in relativ kurzer Zeit auf Instagram ohne Trickereien fast 20.000

Follower aufbaut, hat wohl irgendwie einen Nerv getroffen. Noch dazu, wenn sich diese Gefolgschaft in einer Nische wie Architektur tummelt. Oder besser: historischer Architektur in Wien.

Philipp Broinger ist dieses Kunststück gelungen. Seit rund sechs Monaten produziert der Wiener als @architectphilipp kurze englischsprachige Videos, in denen er prägnant Fakten und Anekdoten zur Stadtplanungs- und Baugeschichte Wiens vermittelt. Die Clips dauern selten länger als eine Minute und sind informativ, unterhaltsam und pointiert. Dabei ist Broinger vor allem angenehm ruhig bei der Sache, wenn er erzählt, warum die Minoritenkirche wohl nicht den schönsten, aber vielleicht den interessantesten Glockenturm der Stadt hat. Aber auch, wenn er in kürzester Zeit tief in die Geschichte von Otto Wagners Postsparkasse eintaucht oder die gute, alte Frage stellt, ob die Wotrubakirche am Georgenberg in Liesing Skulptur oder Gebäude sei, überzeugt der 45-Jährige mit unaufgeregtem Charme und zieht mit Fachwissen seine Zuschauer in den Bann. Zudem ist er auch noch sehr diplomatisch: Welches Gebäude er in Wien für das schönste und welches für das schiachste hält, verrät er partout nicht.

Lieber erzählt Broinger, wie seine Leidenschaft für Architektur schon früh am Piaristenplatz in der Josefstadt entfacht wurde. Dort besuchte er die Volksschule, und die barocke Kirche mit ihren großzügigen Gängen und offenem Raumkonzept weckte sein Interesse für Gebäude und ihre Geschichten. Diese Begeisterung gibt er heute weiter – und das auf eine Weise, die den Begriff Architektur etwas weiter fasst.

So widmet sich der studierte Architekt auch der Wiener Würfeluhr, die seit dem frühen 20. Jahrhundert das Stadtbild mitprägt, oder erzählt von der raffinierten Schlitzzohraktion rund um den Rathausmann. Dieser markiert bekanntlich den höchsten Punkt des Rathauses und macht den Turm höher, als es Kaiser Franz Josef damals eigentlich erlaubt hat. Es sind Anekdoten wie diese, die den Reiz seines Kanals ausmachen.

Klickhit „Leo“

Der größte Klickhit ist dort übrigens die etymologische Herleitung des urwienerschen Begriffs „Leo“. Beinahe 19.000 Mal wurde das Video, das vor drei Monaten online ging, bis dato angeklickt, 726.000 Mal wurde es gesehen. Wenn sich Broinger erinnert, wie damals die Push-Notifications im Sekundentakt eintrudelten, zieht er eine kleine ironische Zwischendecke ein. „Ich dachte glatt, dass wir jetzt den Algorithmus geknackt haben.“

Mit „wir“, das muss man jetzt unbedingt dazusagen, meint er sich und seine Frau Barbara, die sich berufsbedingt bestens mit Marketing und Kommunikation auskennt und die kleinen Clips filmt. „Üblicherweise sind wir am Wochenende unterwegs und produzieren die



Über 20.000 Follower hat Philipp Broinger alias @architectphilipp bereits auf Instagram gesammelt.

FLORIAN SULZER

Inhalte, und unsere Tochter begleitet uns dabei“, sagt Broinger. Drei Beiträge entstehen meistens bei diesen Spaziergängen, die dann im Laufe der Woche ausgespielt werden.

Gerade ist das Ehepaar aber ohne Nachwuchs unterwegs. Die Naglergasse in der Wiener Innenstadt steht auf dem Plan. Sie ist die schmale Verlängerung des Grabens, gesäumt von Läden, die sich in Gebäuden aus unterschiedlichen Epochen befinden. Am auffälligsten ist der geschwungene Verlauf der Gasse am Ende, bevor sie in den Hof bzw. den Heidenschuss mündet. „Das ist die älteste Kurve Wiens“, erklärt Broinger und erzählt, dass sie noch heute dem abgerundeten Verlauf der römischen Lagermauer bzw. der mittelalterlichen Befestigung folgt. Fast 2000 Jahre Stadtgeschichte – für ihn ein gefundenes Fressen: „Ich kann dann erzähltechnisch Schicht für Schicht freilegen und eine Story in wirtschaftliche, gesellschaftliche oder baukulturelle Kontexte einbetten.“

Stoff zum Freilegen gibt es jedenfalls reichlich, die Stadt hat sich permanent verändert. „Alleine durch die erste und zweite Türkenbelagerung Wiens wurden unzählige Gebäude zerstört, Neues ist dann entstanden. Aber auch die Wiener Städteplaner und Baumeister haben einiges kaputt gemacht oder über Bestehendes drübergebaut.“

Raus aus der Bubble

Dem Publikum gefällt es, wie Broinger Schicht um Schicht freilegt. Manchmal wird er auch schon erkannt und von Fans angesprochen. Im Gegenzug kennt aber auch er sein Auditorium. „Es besteht zur einen Hälfte aus Expats, Wienerinnen und Wienern, die sich für ihre Stadt interessieren, die andere Hälfte kommt aus dem nicht deutschsprachigen Ausland.“

Aber woher rührt dieses architektonische Erklärengagement? Warum macht Broinger das? „Die Videos sind eine schöne Möglichkeit, Menschen mit Architekturthemen zu erreichen, und für mich auch eine Chance, aus der eigenen Architektur-Bubble rauszukommen“, so der Wiener, der seit 2016 als Architekt selbstständig ist und das Büro Symbios Architektur mitgegründet hat. Aktuell planen er und sein Team unter anderem eine Wohnhausanlage im noblen Döbling. „In Massivholzbauweise, denn das ist meines Erachtens im Moment eine der besten Möglichkeiten, nachhaltig und verantwortungsbewusst zu bauen.“

Trotz aller Leidenschaft für seinen Beruf gibt Broinger zu, dass die letzten Jahre mit ihren unterschiedlichen Krisen die Branche stark verändert haben: „Es wird immer schwieriger, sich zu behaupten.“ Doch am Ende überwiegt für ihn ein Gefühl: „Es gibt kaum etwas Schöneres, als in einem Gebäude zu stehen, das man selbst entworfen hat.“

Allerdings: Auch in und vor Gebäuden zu stehen, die andere entworfen haben, scheint dem Neo-Influencer gute Gefühle zu geben. Und wahrscheinlich liegt hier auch der Schlüssel zu seinem Erfolg. Denn Broingers Mischung aus fundiertem Fachwissen und spürbarer Begeisterung für Architektur lädt ein, die Stadt mit anderen Augen zu sehen. Schicht für Schicht.

Architekt im Leo

Philipp Broinger begeistert als @architectphilipp auf Instagram mit charmanten Clips über Wiens Baugeschichte. Zu seinen tausenden Followern zählen auch Menschen, die mit Architektur eigentlich nichts am Hut haben. Wie hat er das geschafft?

Manfred Gram



Seine Frau Barbara filmt Philipp Broinger und kennt sich gut aus mit Marketing und Kommunikation.