

Zeitschrift: Centrum : Jahrbuch Architektur und Stadt
Herausgeber: Peter Neitzke, Carl Steckeweh, Reinhart Wustlich
Band: - (2004-2005)

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ARCHITEKTUR- UND MEDIAMANAGEMENT



Die Künste, notierte Jeremy Rifkin zur Wandlung der kulturellen Ökonomie, sind die anspruchsvollsten Medien menschlichen Ausdrucks. Hoch differenziert und geschaffen, um die wesentlichen kulturellen Bedeutungen zu kommunizieren, organisieren und kommunizieren sie gesellschaftliche Erfahrung auf eine Weise, die nachdrücklicher auf Menschen wirke als jede ökonomische oder politische Kommunikation. Wenn

Architektur in dem Sinne den Künsten zuzurechnen ist, dass sie nicht nur der Kommunikation gesellschaftlicher Erfahrung dient, sondern insbesondere der Transkription, der Übersetzung dieser Erfahrung in die Formen gebauter Umwelt – wenn sie diese also auf reflexive Weise transportiert, dann ist sie mit dem Wandel der Marktbedingungen in Gefahr, gesellschaftliche Erfahrung als kulturellen Inhalt nur noch auszubeuten.

Wird die kulturelle Produktion zum Leitsektor einer nur ökonomisch bestimmten Wertkette, ist es nicht erstaunlich, dass die Bedeutung des Marketing weit über den gegenwärtigen kommerziellen Bereich hinauswachsen wird. Mit Methoden des Marketing wird der kulturelle Gemeinbesitz nach Bedeutungen durchsucht, die Wertschöpfung versprechen und darum durch die Künste in warenförmige, käufliche Erfahrungen verwandelt.



New York City, Manhattan.
Die Überlagerung von Archi-
tektur und Marketing
New York Prada Epicenter
Architekten: Rem Koolhaas/
OMA
Fotos: Reinhart Wustlich



delt werden können. Architektur muß
sich dem gegenüber als eigenständige
kulturelle Ressource behaupten.