

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

**Herausgeber:** Hochparterre

**Band:** 35 (2022)

**Heft:** 6-7

**Rubrik:** Lautsprecher

#### **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**

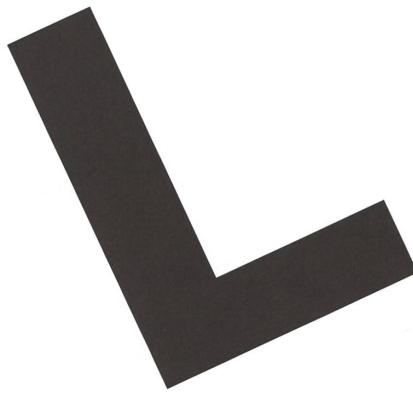
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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:** 15.01.2026

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



Lautsprecher

## Die Community sind wir

**Verdrängen digitale Plattformen wie Archdaily die kritische Berichterstattung über Architektur? Nicht, wenn die User sich ihrer Macht als Datenlieferanten bewusst sind.**

Restlos alle Befürchtungen zerstreut die Ansage nicht: «Die Architekturberichterstattung wird im Feuilleton der NZZ auch weiterhin einen zentralen Platz haben», schreibt uns Ressortleiter Benedict Neff. Nachdem Sabine von Fischer diesen Frühling gekündigt hat, gibt es bei der NZZ keinen mehr, der sich spezifisch und mit Expertise um das Thema Architektur kümmert. Damit gibt es in den Redaktionen der Schweizer Tagespresse keinen Architekten oder keine Architektin mehr. Tatsächlich werde die bisherige Stelle künftig inhaltlich breiter ausgerichtet, schreibt die NZZ weiter. Man prüfe zurzeit die Zusammenarbeit mit freien Autorinnen und Autoren, «um ästhetische, soziale, politische und gesellschaftliche Aspekte zu beleuchten und das Interesse eines breiten Publikums für die Architektur zu wecken». Unter dem Strich bleibt: In der NZZ hat die Architektur an Bedeutung verloren.

### Fundierte Information steht auf dem Spiel

Gleichzeitig investiert das Unternehmen aber tückig in die Branche: In den vergangenen Jahren hat es mit den Plattformen Architonic, Archdaily und Designboom die grösste Architektur- und Design-Community der Welt zusammengekauft siehe Seite 22. Man habe die Möglichkeit gesehen, in der Architektur die Nummer eins zu werden, erklärt Stephan Bachmann, CEO von «DAAily Platforms», der Organisation, die diese drei Websites zusammenfasst. Denn das ist im digitalisierten Geschäft entscheidend: Wer am meisten User hat, verfügt über die meisten Daten und kann sein Angebot nach den Bedürfnissen der Werbetreibenden ausrichten. Das Geschäftsmodell ist also primär quantitativ. Eine kritische Berichterstattung, die Konflikte mit den Leserinnen und Kunden mit sich bringt, ist von ihnen nicht zu erwarten.

Doch wer liefert die Daten? Wir liefern sie. Je häufiger wir auf diesen Plattformen unterwegs sind, desto mehr Daten hinterlassen wir. Sie seien das Erdöl des 21. Jahrhunderts, schreibt der Schweizer Journalist und Ökonom

Hannes Grassegger in seinem Essay «Das Kapital bin ich». Er sieht uns in einer «digitalen Leibeigenschaft», weil wir für die Plattformen arbeiten, ohne dafür bezahlt zu werden. Grassegger meint natürlich Google, Apple und Meta. Das ökonomische Prinzip gilt jedoch ebenso für Architonic, Archdaily und Designboom.

### Gefragt wären verbindliche Standards

Bei «DAAily Platforms» weiss man, was die Community wert ist. Man stehe mit ihr im Austausch und denke darüber nach, wie man sie besser über Themen wie Nachhaltigkeit informieren könne und «wie wir diesen Mehrwert dem Kunden weitergeben können», sagt Stephan Bachmann. Aber ist sich die Community ihrer Macht bewusst? «Es gilt, die eigenen Daten erst dann herauszugeben, wenn dafür ein annehmbarer Gegenwert fliest», fordert Hannes Grassegger. Dieser Gegenwert könnte etwa darin bestehen, dass die Firmen, für die wir uns interessieren, sich an Standards in Ökologie und sozialer Verantwortung halten sollen: Nur wer menschenwürdige Arbeitsbedingungen und klimagerechte Produktionsmethoden vorweisen kann, bekommt meine Aufmerksamkeit. Und nur, wenn eine Plattform wie Architonic sich für diese Themen einsetzt, benutze ich sie als Recherchetool und gebe ihr meine Daten.

Wenn die NZZ ihre Berichterstattung über Architektur zurückstuft und dafür in digitale Plattformen investiert, dann auch, weil wir lieber auf Archdaily durch die Bilder von Villen in Miami swipen, als uns im Feuilleton mit den komplexen Zusammenhängen von Architektur und Klimakrise vor unserer Haustür zu befassen. Nicht nur die NZZ ist aufgefordert, weiterhin über Architektur und Städtebau zu berichten, weil diese Fachbereiche die wichtigen gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit thematisieren. Auch wir sind dazu angehalten, nicht einfach den schönen Bildern nachzugehen, sondern uns mit diesen Fragen auseinanderzusetzen. Urs Honegger ●



Redaktor  
Urs Honegger  
wünscht  
sich einen  
Architektur-  
journalismus,  
der Exper-  
tise und Kritik  
sicherstellt.