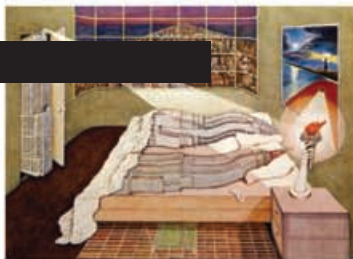
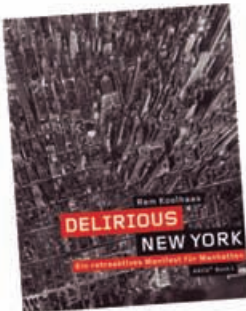


Ausblick

Rem Koolhaas/ OMA

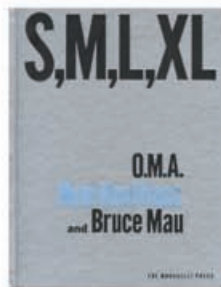


Madelon Vriesendorp/OMA: Flagrant délit, 1975



Delirious New York, Aachen 1999; engl. Erstausgabe 1978

Rem Koolhaas: Delirious New York, Aachen 1999; engl. Erstausgabe 1978



S,M,L,XL, 1995

Projekte und Bauwerke werden erst dann zur Architektur, wenn der Architekt seine Ideen, seine Konzepte, seinen Hintergrund der Öffentlichkeit zugänglich macht. Ist das nicht der Fall, dann bleiben die Bauwerke eben nur Bauwerke. (Jeff Kipnis) aus: M. Kandeler-Fritsch, T. Kramer: Get off of my cloud, Coop Himmelb(l)au Texte 1968-2005; S. 446



Content, 2004

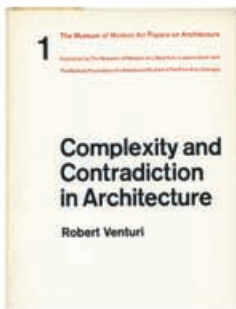


Post Occupancy, 2006

„journalistic mode“



Le Corbusier, Vers une Architecture, Paris, 1922



Robert Venturi, Complexity and Contradiction in Architecture, New York, 1966



Daniel Libeskind, Micromegas - Little Universe, New York, 1979



Daniel Libeskind, The Space of Encounter, Universe Publishing 2000



Bernard Tschumi, Advertisements for Architecture, Cambridge, 1975



Bernard Tschumi, Architecture and Disjunction, Cambridge, 1996

„theoretical mode“

Text: Marc Kirschbaum

Recherche und Grafik: Jeanette Kunsmann

„PUBLISH OR PERISH“

Literatur zum Thema

Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen (Hg.): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Architekten und Stadtplaner, Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen, 2002

Wolfgang Dechow: Architektenjargon. das buch, Stuttgart 1997

Frank Peter Jäger (Hg.): Offensive Architektur, Berlin 2005

Marc Kirschbaum: From Theory to Architectural Gesture: A Stroll with Daniel Libeskind, Informationssystem Planung Kassel, 2003

Christian Marquart: Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für Architekten und Planer, Stuttgart 1997

Gerhard Schulze: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursozologie der Gegenwart, Frankfurt am Main/New York 1992

Gert Ueding: Klassische Rhetorik, München 1995

Studiengänge/Institute

■ Masterstudiengang AMM Architektur Media Management an der FH Bochum

■ Masterstudiengang Architekturvermittlung an der BTU Cottbus

■ Entwurf, Medien + Darstellung EMD an der TU Braunschweig

■ Entwerfen, Raum + Medien an der Universität Dortmund

Werbung

■ Lockerung des Werbeverbots: das „Apothekeurteil“ von 1996 regelt begrenzte Werbung der freien Berufe

Architektur ist Querschnittsthema mit mangelndem Nachrichtenwert

Marketing

Definition Marketing:

„Marketing umfasst alle unternehmerischen Aktivitäten zur Vermarktung eines Produktes oder einer Dienstleistung, ... integriert alle Werbemaßnahmen in eine Gesamtstrategie, ... ist Kommunikation: Es lebt vom kontinuierlichen Dialog mit dem Kunden, ... umfasst neben Werbung und PR die Marktbeobachtung („Was will der Kunde“), Frank Peter Jäger (Hg.): Offensive Architektur, Berlin 2005, S. 12

■ hat für Architekten ein negatives Image

Presseagenturen/ Public Relations

Definition Public Relations:

„Public Relations-Aktivitäten verfolgen ein bestimmtes Marketing-Ziel (z.B. ein spezifisches Image aufzubauen) gegenüber zuvor bestimmten Zielgruppen. Im Gegensatz zur Werbung hat PR dialoghaften Charakter, ... führt in erster Linie Sachargumente ins Feld, anstatt ein Produkt (wie die Werbung) direkt anzupreisen („Überzeugen anstatt zu überrumpeln“), ... spricht PR die Zielgruppen auch auf der emotionalen Ebene an, aber nicht marktschreierisch, ... bevorzugte Medien der Architekten-PR, Internet-Seite, PR-Verteiler, Pressemitteilungen, persönliches Gespräch, Image-Broschüren, Events“, Frank Peter Jäger (Hg.): Offensive Architektur, Berlin 2005, S. 1

■ Sally Below Cultural Affairs

■ Goldmann Public Relations München/Berlin



Sally Below Wege in die Öffentlichkeit. Public Relations und Marketing für Architekten. Ein Praxis Handbuch, Hamburg 2004

ARCHITEKTUR - MARKETING

Wettbewerbe

Booklets/Kataloge  
Manifeste  
Publikationen  
Beiträge in Fachzeitschriften

Presse/Zeitschriftenbeiträge

Vorträge/Lesungen  
Ausstellungen  
Second Life  
Webseiten

Vermittlungsagenturen

- Deutsches Architekturmuseum DAM
- Deutsches Architektur Zentrum DAZ
- textbild
- Europäisches Haus der Stadtkultur
- plan - Forum aktueller Architektur
- Hamburger Architektur Sommer

PR-Strategien

■ „Pressearbeit wirbt nicht, sondern informiert zielgerichtet und nachhaltig über die besondere Leistung des Architekten.“ Daniela Goldmann, Inhaberin von Goldmann Public Relations München/Berlin

Herzog & de Meuron:

keine Website!!

„Eine exklusive Strategie, die auf selektiver, re-aktiver Kommunikation aufbaut.“ Daniela Goldmann, Inhaberin von Goldmann Public Relations München/Berlin

■ Architekten-Websites: riesige Bibliotheken zur Darstellung der eigenen Arbeit

BauNetz

■ seit 1996 Webportal der Baubranche mit aktuell 150.000 registrierten Benutzern

