



- > [Go-International](#)
- > [Erfolgsgeschichten](#)
- > [Europa](#)
- > nonconform übersetzt den "Krapfen-Effekt" für Deutschland

## nonconform übersetzt den "Krapfen-Effekt" für Deutschland

Mit Konzepten zur nachhaltigen Stadtentwicklung und kreativen Bürgerbeteiligungsprozessen bringt das Wiener Architekturbüro das süße Leben in deutsche Ortskerne.



Impressionen einer Baugruppenwerkstatt

© nonconform

### Sie verstehen sich als „Büro für Architektur und partizipative Raumentwicklung“. Welche Schwerpunkte setzen Sie in Ihrer Arbeit?

Uns geht es um die Schaffung eines nachhaltigen, lebendigen Umfelds für unterschiedliche Lebensbereiche. Wir verlassen ausgetrampelte Wege und beleben mit partizipativer Planung Räume und Plätze neu.

### go-international hat Sie nach Deutschland begleitet - wie ist es gelaufen?

Unsere Niederlassung, seit 2018 nun eine selbstständige GmbH, ist am Wachsen, bereits fünf MitarbeiterInnen wurden eingestellt. Auch die Auftragslage ist erfreulich: Von Bayern, über Nordrhein-Westfalen bis nach Berlin konnten bereits zahlreiche AuftraggeberInnen gewonnen werden.



© nonconform

Visualisierung Marktplatz

## Wie konnte Sie go-international in Verbindung mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA unterstützen?

Aller Anfang ist schwer, so auch die Etablierung eines relativ kleinen Unternehmens in der deutschen Hauptstadt. Hier Unterstützung zu erhalten ist gerade für kleinere Unternehmen essenziell, um erste Schritte im neuen Umfeld gehen zu können. Die Zusage der Fördermittel spielte eine entscheidende Rolle, um diesen Schritt zu wagen.

## Wodurch unterscheidet sich Deutschland von anderen Ländern?

Gewissermaßen durch die Sprache: Wir arbeiten in unserem Arbeitsalltag sehr stark mit umgangssprachlichen Ausdrücken. So ist der Krapfen-Effekt etwa ein von uns geprägter Begriff. Darunter verstehen wir, dass im Ortszentrum kein Loch, keine Leere sein darf - so wie auch im Krapfen das Wichtigste die süße Füllung aus Marmelade ist. Damit das süße Leben wieder in die Ortszentren zurückkehren kann, ist ein umfassendes Bündel an Maßnahmen und vor allem das Rückgrat und die Ausdauer der handelnden Personen vor Ort notwendig - Ziel: der „Krapfen-Effekt“. In Deutschland standen wir nun vor der Herausforderung, dies an lokale Dialekte anzupassen, da die österreichischen Begriffe natürlich oft nicht geläufig sind. So wird der Krapfen zum Berliner oder Pfannkuchen und die Erklärung vieler in unserer Unternehmenskommunikation üblichen und wichtigen Ausdrücke zur täglichen Übung. Abgesehen davon sind natürlich die für Planungsleistungen relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen, Fördermöglichkeiten etc. je nach Bundesland unterschiedlich und anzueignendes Wissen.



© nonconform

Das süße Leben im Ortszentrum

## Welche Zielmärkte haben Sie als nächstes im Fokus?

Der deutsche Markt ist sehr groß – hier in mehreren Bundesländern Fuß zu fassen, ist unser nächstes Ziel. Wir versuchen uns, vorerst auf wenige zu fokussieren, um unsere Leistungen ins Gespräch zu bekommen. Aber parallel wurde auch ein weiterer Schritt getan: Der Auftrag in Luxemburg wurde erfolgreich abgewickelt.

## nonconform im Word-Rap

- **Die bedeutendste Innovation der letzten 30 Jahre...**: „ist für unsere Arbeit der Flipchartständer.“
- **Unser Erfolgsgeheimnis...**: „miteinander weiter denken.“

*Datum der Aktualisierung: September 2019*

nonconform

# nonconform


© nonconform

Bundesland: Wien  
Geschäftstätigkeit: Architektur  
Kontaktperson: Marieluise Brandstätter  
W [www.nonconform.at/](http://www.nonconform.at/)

## Links

- › Aktuelle Informationen zu Veranstaltungen in Deutschland
- › Ihr persönlicher Kontakt in Berlin
- › Hier geht's zum Startgeld für Mutige: Internationalisierungsscheck

Eine Initiative von

 **Bundesministerium**  
Digitalisierung und  
Wirtschaftsstandort



Über uns

English Summary

Offenlegung

Datenschutzerklärung

Cookie-Einstellungen

© 2020 WKO | BMDW