

Das Wirtschaftsmagazin für Wolfsburg · Ausgabe 42

WOLFSBURG+

TOP-THEMA

WER SIND DIE CHEFS VON MORGEN?

Lukas Kausche als Best-Practice der Unternehmensnachfolge im Handwerk



05

WOLFSBURG WIRD
UNIVERSITÄTSSTANDORT

11

AUF EINE GUTE
NÄCHBARSCHAFT

26

PABLO MARRAZZA IST
JÜNGSTER UNTERNEHMER DER STADT

E-BIKE LEASING: EINE CHANCE FÜR UNTERNEHMEN IN WOLFSBURG

Immer mehr Unternehmen entdecken die Vorteile des Fahrrad Leasings für sich. Vorreiter wie Volkswagen haben bereits ihre Mitarbeiter mit dieser attraktiven Option ausgestattet, was einen signifikanten Anstieg in der Nutzung des Leasingmodells verzeichnete.

NACHHALTIG UND MODERN!

Die "MOBILITÄTSSTRATEGIE FÜR DIE STADT WOLFSBURG" vom September 2020 hat die Bedeutung nachhaltiger Mobilität hervorgehoben und infrastrukturelle Verbesserungen eingeleitet. *Diese Maßnahmen ermöglichen nicht nur einen umweltfreundlichen Arbeitsweg, sondern gestalten den Arbeitsweg auch erstaunlich simpel.*

Für Mitarbeitende bedeutet das E-BIKE Leasing nicht nur eine nachhaltige und moderne Alternative, sondern auch eine Förderung ihrer **Gesundheit und Umweltbewusstseins**. Finanziell bietet das Leasingmodell zahlreiche Vorteile für Unternehmen. *Die Leasing- und Versicherungsraten können unter Umständen als Betriebsausgaben abgesetzt werden.*

JETZT HANDELN UND MODERN BLEIBEN

Zudem ermöglicht die steuerliche Förderung der Lohnumwandlung eine effektive Senkung der Lohnnebenkosten. Der **administrative Aufwand** für Unternehmen bleibt **minimal**, da moderne Datenbanken eine weitgehend **automatisierte Abwicklung** ermöglichen. *Bei Fragen oder Unterstützungsbedarf stehen wir von E-Bike Kasten gerne zur Verfügung.*

Die Erfahrungen von Unternehmen wie Volkswagen zeigen deutlich, dass das Fahrrad Leasing nicht nur ein attraktives Benefit für Mitarbeitende ist, sondern auch einen **positiven Einfluss** auf das **Unternehmensimage** und die **Mitarbeiterbindung** hat.

Angesichts des wachsenden Trends zum E-Bike Leasing, insbesondere in Wolfsburg, ist es für Unternehmen entscheidend, jetzt zu handeln. Im März machte das Leasing bereits über 80% der verkauften Bikes aus unserer Filiale in Wolfsburg aus, und diese Zahl steigt stetig. **Als Unternehmen, das relevant und modern bleiben möchte, ist es an der Zeit, ins Leasing einzusteigen.**



www.ebike-kasten.de



**INTERESSIERT? KONTAKTIEREN SIE UNS NOCH HEUTE,
UM IHR UNTERNEHMEN FÜR DIE ZUKUNFT ZU RÜSTEN!**

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Dynamik prägt unseren Wirtschaftsstandort maßgeblich. Hier reifen Ideen zu erfolgreichen Projekten und innovativen Unternehmen mit klugen Köpfen. Dies zeigen auch großartige Jubiläen wie 50 Jahre Golf oder 30 Jahre Kunstmuseum, die wir in diesem Jahr feiern. Und auch viele weitere starke Entwicklungen werfen bereits jetzt ihre Schatten voraus.

Wolfsburg wird Universitätsstandort – eine großartige Nachricht für unsere Stadt! Im Schulterschluss mit starken wissenschaftlichen Partnern entwickeln wir die Open Hybrid LabFactory zum gemeinsamen Campus Wolfsburg und rücken Circular-Economy-Technologien für neue Ansätze in der industriellen Fahrzeugproduktion in den Fokus. Dieses wegweisende Gemeinschaftsprojekt wird die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft in unserer Region maßgeblich stärken.

Die Gewinnung von Auszubildenden und Fachkräften, die konjunkturellen Entwicklungen im Baugewerbe sowie die Herausforderungen der Energiewende sind nur einige Themen, die derzeit die wirtschaftlichen Betriebe enorm bewegen. Auch der demografische Wandel ist eines der zentralen Themen unserer Zeit und hat einen bedeutenden Einfluss auf die Zukunft vieler Handwerksbetriebe. Erfahren Sie im aktuellen Top-Thema mehr über die Chancen und Hürden der Unternehmensnachfolge. Zwei schöne Beispiele zeigen, wie eine Nachfolge im Wolfsburger Handwerk gelungen ist.

In dieser Ausgabe – im Heft oder in unserem Online-Magazin auf wolfsburgplus.de – informieren wir Sie wie gewohnt über Menschen, Projekte und Unternehmen sowie weitere wichtige Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Wolfsburg. Unter anderem erfahren Sie mehr über den jüngsten Unternehmer der Stadt und auch die Quartiersentwicklungen in der Innenstadt sind Thema.

Jetzt wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen und einen schönen Sommer.



Ihr Jens Hofschröder,
Wirtschaftsdezernent der
Stadt Wolfsburg &
Geschäftsführer WMG

© Nina Stiller

STANDORT PLUS

- 4 Freie Fahrt auf der Weddeler Schleife
- 5 Wolfsburg wird Universitätsstandort: Gemeinsamer Campus Wolfsburg

STADT+ENTWICKLUNG

- 6 Quartiersentwicklungen in der nördlichen Innenstadt
- 8 Fallersleben als Verkehrslabor
- 9 Kunst für alle: 30 Jahre Kunstmuseum Wolfsburg
- 10 „Empowering Partnerships“ – Die Zukunft der Automobilindustrie auf der IZB 2024
- 11 Auf eine gute Nachbarschaft – Anliegertreffen im Gewerbegebiet Heinenkamp

MENSCHEN+UNTERNEHMEN

- 18 Gecko Energy: Sonne ist für alle da
- 19 Sentics: Better Safe Than Sorry
- 20 DD KONZEPT entwickelt Marken mit Konzept
- 21 Neues Kapitel im Heinenkamp für STURM Isotech

**HINWEIS
GENERISCHES
MASKULINUM**

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit unserer Texte verwenden wir bei personenbezogenen Hauptwörtern in der Regel das **GENERISCHE MASKULINUM**. Dies impliziert keinesfalls eine Herabwürdigung oder Diskriminierung der anderen Geschlechter und umfasst Personen jeden Geschlechts gleichermaßen und gleichberechtigt.



© Andreas Tamme-tonwert21.de

TOP-THEMA

- 12 Wer sind die Chefs von morgen?
- 14 Malerische Karriere — Neue Inhaberin im Farben-Center Fallersleben
- 15 Holz Kausche — Einstieg in den Familienbetrieb
- 16 Kai Lührs im Experteninterview

- 22 Wo Zukunft entsteht – 25 Jahre Wolfsburg AG
- 25 Regionales Netzwerk für Marketing-Fachleute: Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg e. V.
- Quality fördert lebenslanges Lernen
- 26 Jüngster Unternehmer der Stadt im Porträt: Pablo Marrazza
- 28 Gastronomie im Wandel
- 30 Bike-Leasing leicht gemacht – E-Bike Kasten

- 31 Spitzensport on Ice

32 GALERIE

- 34 STANDPUNKT+**
Stephanie Levy

FREIE FAHRT AUF DER WEDDELER SCHLEIFE

Zweigleisiger Ausbau der Bahnstrecke

3 9 Kilometer Schienen, 32.000 Schwellen, 300 neue Oberleitungsmasten, drei neue Stellwerke und rund 190 Millionen Euro Investitionskosten – so die Eckdaten zum zweigleisigen Ausbau der Weddeler Schleife. Auf diesen mussten viele Pendelnde und Unternehmen lange warten. Doch jetzt stärkt der Ausbaumaßgeblich die Verkehrsinfrastruktur der Wirtschaftsregion Wolfsburg.

Auf rund 20 Kilometern erstreckt sich die Weddeler Schleife zwischen der Gemeinde Weddel und dem Stadtteil Fallersleben. Gemeinsam haben der Bund, das Land Niedersachsen, der Regionalverband Großraum Braunschweig (RGB) und die DB in das Ausbauprojekt investiert, das viele Vorteile mit sich bringt. Der verdichtete Fahrplan steigert die Kapazität auf der Strecke, Fahrgäste können flexibler

reisen und die allgemeine Qualität des Nah- und Fernverkehrs in der gesamten Region verbessert sich.

An der feierlichen Inbetriebnahme Ende März nahmen neben Berthold Huber, DB-Infrastrukturvorstand, Michael Theurer, Parlamentarischer Staatssekretär und Beauftragter der Bundesregierung für den Schienenverkehr, Olaf Lies, Niedersächsischer Minister für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung sowie Detlef Tanke, Verbandsvorsitzender des Regionalverbands Großraum Braunschweig viele weitere Vertreter aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft teil.

Olaf Lies sagte: „Mit der Inbetriebnahme lassen wir das eingleisige Nadelöhr auf der Bahnstrecke zwischen Braunschweig und Wolfsburg hinter uns. Der zweigleisige Ausbau

hat für den Personennah- und Fernverkehr eine ebenso wichtige Bedeutung wie für den Güterverkehr: Er zeigt, dass Bund und Land dem Ziel, die Fahrgastzahlen bis 2030 zu verdoppeln, tatsächlich einen Schritt näherkommen. Mit diesem Großprojekt leisten wir also einen wichtigen klimapolitischen Beitrag und stärken zugleich den Schienenverkehr in der Region Braunschweig und ganz Niedersachsen.“

„Mit der erfolgreichen Inbetriebnahme der zweigleisigen Weddeler Schleife zwischen Fallersleben und Weddel wird jetzt eine entscheidende Lücke geschlossen und eine Frequenzsteigerung erreicht. Die Strecke, die von vielen Pendelnden genutzt wird, ist zudem ein entscheidender Knotenpunkt für den Güterverkehr“, betonte auch Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder. +



v. l.: Detlef Tanke, Ralf Sygusch, Michael Theurer, Berthold Huber, Olaf Lies und Jens Hofschröder freuen sich über die Inbetriebnahme der zweigleisigen Weddeler Schleife. © WMG Wolfsburg

WOLFSBURG WIRD UNIVERSITÄTSSTANDORT: GEMEINSAMER CAMPUS WOLFSBURG

Förderung für neuen Circular Economy-Campus



Offizielle Übergabe des Förderbescheids vom Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur, v. l.: Prof. Dr. Klaus Dröder, Ulrich Grethe, Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder, Stefan Schmitt, Thomas Schmall, Oberbürgermeister Dennis Weilmann, Staatssekretär Prof. Dr. Joachim Schachtner, Prof. Dr. Angela Ittel, Prof. Dr. Peter Hecker, Prof. Dr. Christoph Herrmann und Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack © WMC Wolfsburg

Mit 11,5 Millionen Euro fördert das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur das Gemeinschaftsprojekt der Technischen Universität Braunschweig, der Open Hybrid LabFactory (OHLF), der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, der Fraunhofer-Gesellschaft, Volkswagen und der Stadt Wolfsburg. Das Ziel: die OHLF regional und international mit starker Forschungskompetenz sowie Studien-, Weiterbildungs- und Transferangeboten zu einem Universitäts- und Innovationscampus für Lösungen der automobilen Kreislaufwirtschaft zu entwickeln.

Die Förderzusage des Landes ist für die Stadt Wolfsburg „eine hervorragende Perspektive für die Entwicklung des Hochschulstandortes, da der gemeinsame Campus Wolfsburg unsere Stadt als ganzheitlichen und zukunftsfähigen Standort zum Leben und Arbeiten ergänzt“, betont Oberbürgermeister Dennis Weilmann. Die Stadt Wolfsburg unterstützt die TU Braunschweig ebenfalls, um langfristige

Stabilität für die Aktivitäten am Campus und einen dauerhaft interdisziplinären Forschungsverbund zu gewährleisten.

Der Schlüssel des Gemeinschaftsprojekts ist Kooperation. Schließlich bringt jeder Akteur sein Know-how entsprechend ein. Die TU Braunschweig, die OHLF, die Ostfalia und die Fraunhofer-Gesellschaft engagieren sich als wissenschaftliche Partner. Im Forschungsfokus stehen Circular-Economy-Technologien für neue Ansätze in der industriellen Fahrzeugproduktion im Sinne der Kreislaufwirtschaft. Die Handlungsfelder werden durch interdisziplinäre Forschungsgruppen etabliert und Projekte eng mit der Industrie verknüpft. Prof. Dr. Angela Ittel, Präsidentin der TU Braunschweig, erklärt: „Am gemeinsamen Campus Wolfsburg vereinen sich Spitzenforschung, erstklassige Forschungsinfrastruktur sowie Partner aus Wirtschaft und Politik, um einen signifikanten Beitrag zu zukunftsweisenden Innovationen zu leisten.“ Als Netzwerkpartner und zentraler Unterstützer von Wissenschaft, Wirtschaft und

Gesellschaft hat die Stadt Wolfsburg nach einem ersten Auftakt mit allen beteiligten Akteuren im September 2023 das Projektmanagement übernommen. Konkret koordiniert das Dezernat für Wirtschaft und Digitales unter Leitung von Stadtrat Jens Hofschröder gemeinsam mit den Leitungen der beteiligten Partner die Entwicklung. „Gemeinsam schaffen wir die strukturellen Rahmenbedingungen für die Entwicklung der Universitätsstadt Wolfsburg. Dieses wegweisende Gemeinschaftsprojekt wird den regionalen Wissens- und Technologietransfer gewinnbringend fördern“, meint Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder. „Die engagierte und vertrauensvolle Zusammenarbeit von Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt beruht auf langjährigen Projektkooperationen und hat sichtbare Ergebnisse in Forschung und Innovationen generiert“, sagt Prof. Dr. Peter Hecker, Vizepräsident für Forschung der TU Braunschweig. Schließlich fasst der Campus das Innovationspotenzial für junge Unternehmen und Gründer in der Region zusammen und bietet dadurch ein optimales Ökosystem für Start-ups. +

QUARTIERSENTWICKLUNGEN IN DER NÖRDLICHEN INNENSTADT



© WMG Wolfsburg

Die städtebauliche Entwicklung des Nordkopfs ist in Bewegung. Gemeinsam mit verschiedenen Partnern und Investoren arbeitet die Stadt Wolfsburg in diesem Bereich der Innenstadt aktiv an dessen Aufwertung und Entwicklung. „Eine attraktive Innenstadt steht für Lebensqualität und ist im Wettbewerb um Arbeits-, Fach- und Führungskräfte ein wesentlicher Standortfaktor. Mit dem Nordkopfquartier Mitte und dem Engagement der Volksbank BRAWO für die BRAWO City und die BRAWO Arkaden sind spannende Projekte für eine attraktivere Innenstadt geplant“, freut sich Oberbürgermeister Dennis Weilmann. Entstehen sollen zeitgemäße sowie frequenzstarke Quartiere mit Mischnutzungen.

DREI IDEEN FÜR DAS NORDKOPFQUARTIER MITTE

Zwischen Hauptbahnhof, Post- und Porchestraße wird auf einer sechs Hektar großen Fläche ein modernes, urbanes und nachhaltiges Quartier, das sogenannte Nordkopfquartier Mitte, entste-

hen. Ziel ist es, ein attraktives Eingangstor zur Stadt und nachfragegerechte Flächen für den Wirtschaftsstandort Innenstadt zu entwickeln sowie die Vernetzung zwischen den touristischen Destinationen und der Innenstadt zu stärken. Für die Entwicklung des Quartiers braucht es jedoch zunächst eine auf den Inhalten des Kompasses Innenstadt aufbauende konzeptionelle und städtebauliche Grundidee. Diese dient zum einen als Grundlage zur Ansprache künftiger Investoren und Vermarktung der städtischen Grundstücke, zum anderen gilt es, diese als erste Basis weiter zu konkretisieren.

Zur Entwicklung einer Grundidee für das Quartier stimmte der Rat der Stadt im Dezember 2023 zu, das dänische Planungsbüro Henning Larsen Architects mit der Erarbeitung von drei städtebaulichen Konzepten für das Quartier Nordkopf Mitte zu beauftragen. Am Anfang des Prozesses stand das Beteiligungsformat „48 Stunden Nordkopf“, das vom Planungsbüro begleitet wurde und die

Ergebnisse mit in die Erarbeitung der städtebaulichen Ideen nahm. In einem zweiten Beteiligungsformat Mitte April stellten sie die Zwischenarbeitsstände der drei städtebaulichen Ideen für das Quartier vor, welche für das Quartier unterschiedliche Schwerpunkte hinsichtlich der Themen Verortung des ZOB, Freiraumgestaltung, Wegebeziehungen und bauliche Dichten setzen. Stakeholder aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft sowie alle interessierten Bürger hatten die Möglichkeit, diese zu kommentieren und zu bewerten.

Bis Mitte Juni sollen diese Ideen weiter ausgearbeitet und anschließend verschiedenen Stakeholdern aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft sowie der Öffentlichkeit präsentiert werden. Schließlich hat jede Entwurfsidee seine Stärken und Schwächen, sodass es letztlich darum gehen wird, eine Festlegung für eine grundlegende Idee für das Quartier zu treffen und diese im Anschluss bestmöglich allen Anforderungen entsprechend weiter zu konkretisieren.

MEILENSTEIN DER NACHHALTIGEN NEUGESTALTUNG: BRAWO CITY

Im Sommer 2023 hat die Volksbank BRAWO einen Architektenwettbewerb für die Gestaltung der BRAWO City, einem Vorhaben zur Aufwertung und Belegung des innerstädtischen Bereichs am zentralen Kreuzungspunkt der Stadtachsen Porschestraße und Heinrich-Nordhoff-Straße, gestartet. Nun steht das Architekturbüro KSP Engel als Gewinner fest. „Ihr Entwurf schafft ein hochwertiges, modernes Erscheinungsbild, zielt auf die Belegung der Porschestraße und setzt auf Nachhaltigkeit“, betont Jürgen Brinkmann, Vorstandsvorsitzender der Volksbank BRAWO.

Konkret umfasst das Konzept ein 24-Stunden-Quartier, das mit einem Mix aus Wohnen, Büro, Einzelhandel und Gastronomie sowie durch attraktive Fassaden und eine nutzerorientierte Außenraumgestaltung rund um die Uhr belebt ist. Hochpunkt und zentrales Erkennungsmerkmal des Areals bildet ein 13-geschossiges Hochhaus, das mit den Hochhäusern in unmittelbarer Umgebung für die Gewerbe- und Büronutzung vorgesehen ist und Passanten vom Hauptbahnhof in Richtung Innenstadt leiten soll. Im nördlichen Teil des Quartiers sehen die Architekten Büronutzung vor, im südlichen Teil sowie entlang der Alessandro-Volta-Straße sind Wohnungen geplant. Neue Wegeverbindungen sorgen für eine städtebauliche Durchlässigkeit des Quartiers und verknüpfen die Porschestraße mit den angrenzenden Quartieren. Die drei Querverbindungen (Ost-West) gliedern die BRAWO City und erleichtern eine schrittweise Umsetzung der Planung in verschiedenen Phasen. Die Vielfalt der Nutzungen kommt auch durch die Fassadengestaltung der Büro- und Wohngebäude zum Ausdruck, die eine belebte, städtische Atmosphäre erzeugen. Der Entwurf setzt einen besonderen Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit. So werden die Gebäude für einen energieeffizienten Betrieb ausgerichtet und verfolgen verschie-

dene Prinzipien einer zirkulären und ressourcenschonenden Gestaltung. Dachbegrünung sowie hocheffiziente PV-Module auf dem Dach zur Stromerzeugung sind ebenfalls Teil des nachhaltigen Entwurfs.

Auf Grundlage des Entwurfs kann das Verfahren nun fortgeführt werden, um Baurecht für die Neubauten zu schaffen. Gemeinsam arbeitet das Architekturbüro mit dem Investor und der Stadtverwaltung an der Ausarbeitung des endgültigen Bebauungsplans, der aktuell eine schrittweise Umsetzung des Projektes in verschiedenen Bau-

phasen vorsieht. Auch im weiteren Verfahren können sich Interessierte aktiv an der Gestaltung beteiligen. Bis zum Projektstart soll es nach der Sommerpause eine temporäre Zwischennutzung für das Areal geben, die die Volksbank BRAWO gemeinsam mit der Stadt Wolfsburg und der WMG derzeit vorbereitet. +

Weitere Informationen zu den Quartiersentwicklungen am Nordkopf finden sich hier:



Fallersleben als Verkehrslabor

Im Rahmen des Modellprojekts Smart Cities nimmt sich ein interdisziplinäres Team der Stadt Wolfsburg und weiteren Partnern der Zukunft der urbanen Mobilität an

v.l. Dr. Sascha Hemmen (Stadt Wolfsburg), Mareike Blaul (Stadt Wolfsburg), Ortsbürgermeister André-Georg Schlichting und Stadtrat Jens Hofschröder © Stadt Wolfsburg

An der Fallersleber Mozartkreuzung werden innovative Verkehrssensoren getestet, die nicht nur Fahrzeuge zählen, sondern auch zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen unterscheiden können. Diese kosteneffizienten Sensoren versprechen, präzise Verkehrsdaten zu liefern, die künftig in neue Mobilitätskonzepte Einzug halten sollen.

VERKEHR DER ZUKUNFT

Das Ziel des Projekts ist es, die Verkehrssensoren für den regulären Einsatz vorzubereiten. Durch kontinuierliche Verkehrsfrequenzmessungen an Schlüsselstellen sollen fundierte Daten über die Verkehrsströme gewonnen werden. Diese Informationen dienen als Basis für datenbasierte Entscheidungen in der Verkehrsplanung, sei es zur Optimierung des Verkehrsflusses oder zur Steigerung der Verkehrssicherheit. „Mit der Erfassung des Verkehrs mithilfe von Verkehrssensoren können wir datenbasierte Lösungsansätze entwickeln, nicht nur um den Verkehrsfluss weiter zu verbessern, sondern auch die Mobilität effizient und nachhaltig zu gestalten. Damit fördern wir die Nachhaltigkeit und die digitale Transformation unseres Standorts“, sagt Jens Hofschröder, Dezernent für Digitales und Wirtschaft.

FÖRDERUNG UND PARTNERSCHAFT

Das Mobilitätslabor in Fallersleben ist das Ergebnis einer Partnerschaft zwischen der Stadt Wolfsburg, dem regionalen Telekommunikationsanbieter WOBKOM, der die Datenintegration in die städtischen Systeme organisiert, sowie der regional ansässigen Firma smartmicro aus Braunschweig, die die Sensoren

entwickelt hat. Die Förderung durch das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) im Rahmen des Modellprojekts Smart Cities ermöglicht die Messungen. Neben den stationären Sensoren werden auch Daten aus modernen Fahrzeugen analysiert, um ein umfassendes Bild der städtischen Mobilität zu erhalten. Diese Fahrzeugdaten liefern Informationen über Standort, Geschwindigkeit sowie Umweltbedingungen wie Oberflächentemperatur und Fahrbahnzustand. „Neue Datenquellen wie die digitalen Fahrzeugdaten bieten uns die Möglichkeit, zeitlich und räumlich flexible Informationen über den Verkehr in Wolfsburg zu bekommen. Die Installation von Sensoren ist sowohl aus technischen als auch aus finanziellen Gründen nicht überall möglich. Neben den stationären Messungen an wichtigen Knotenpunkten stellen die digitalen Fahrzeugdaten daher eine sinnvolle Ergänzung dar“, erklärt Dr. Sascha Hemmen, Referatsleiter Digitalisierung und Wirtschaft der Stadt.

DATEN ÜBERS PARKEN

Ein weiterer Schwerpunkt des Mobilitätslabors liegt auf der digitalen Erfassung der Parkplatznutzung. Durch Sensoren, die Parkvorgänge in Echtzeit erfassen und protokollieren, soll die Parkraumnutzung effizienter gestaltet und in städtische Planungsprozesse integriert werden. Praktische Anwendung finden diese Daten sehr unmittelbar in der Planung des Neubaus der Ortsfeuerwehr in Fallersleben, der eine Reduktion angrenzender Parkplätze zur Folge hätte. Die Analyse der erhobenen Daten soll hierfür hilfreiche Rückschlüsse auf den tatsächlichen Parkplatzbedarf liefern. +

KUNST FÜR ALLE

Das Kunstmuseum Wolfsburg feiert dieses Jahr 30. Geburtstag

Seit der Eröffnung im Mai 1994 hat sich das Museum als unverzichtbarer Bestandteil der internationalen Kunstszene und als kulturelles Herz der Region etabliert. Über 150 Ausstellungen haben das Kunstmuseum weltweit bekannt gemacht und es zu einem Treffpunkt für Kunstschaffende und Kunstliebhaber verwandelt. Parallel dazu hat das Museum eine beeindruckende Sammlung zeitgenössischer Kunstwerke aufgebaut, die heute über 1.000 Stücke umfasst. Als besondere Innovation hat das Kunstmuseum das nachhaltige Stellwandsystem „wob3walls“ entwickelt, das weltweit in Museen und Galerien eingesetzt wird und die Flexibilität der Ausstellungsgestaltung revolutioniert hat. Anlässlich des Jubiläums sehen Besucher bis Anfang August die Sonderausstellung „Welten in Bewegung. 30 Jahre Kunstmuseum Wolfsburg“, die die eigene Sammlung in den Fokus rückt. Eingeladen sind zudem 15 Gäste aus dem Herzog Anton Ulrich-Museum Braunschweig, um in den Dialog über international bekannte Sammlungswerke zu treten. Museumsdirektor Andreas Beitin gibt Auskunft über die Bedeutung des Museums.

Herr Beitin, was macht für Sie ein zeitgemäßes Museum aus?

» Es gibt in der gesamten Kulturlandschaft keine vielfältigeren Orte als Museen! Hier kann ich intensive künstlerische, gesellschaftliche, politische oder auch provozierende Erfahrungen machen. Im Museum kann ich selbst entscheiden, ob und welches Angebot ich an Kommunikation möchte: Nehme ich an einer Führung teil, an einem Workshop, werde ich vielleicht sogar selbst aktiv oder setze ich mich lieber alleine mit der Kunst auseinander? Diese Vielfalt an Angeboten und die Offenheit gegenüber unseren Besuchern holen Museen von den ehemals elitären Sockeln herunter und machen sie zu sogenannten

„Dritten Orten“, zu denen man gerne geht, sich mit Freunden treffen kann, sich austauscht, etwas von der Welt (der Kunst) erfährt und natürlich auch Spaß haben kann. Unsere sehr engagierten jungen Freunde der Young Generation unterstützen uns wunderbar dabei, ein cooles zeitgemäßes Museum zu sein.

Welche Rolle sieht das Kunstmuseum für sich in der Förderung des gesellschaftlichen Diskurses durch Kunst, angesichts globaler Herausforderungen wie Klimawandel und sozialer Gerechtigkeit?

» Wir fühlen uns dem Gründungsgedanken des Kunstmuseums Wolfsburg, kulturelle Bildung für die Region zu bieten, weiterhin und gerne verpflichtet. Durch unsere vielfältigen Aktivitäten – seien es Ausstellungen, Vermittlungsprogramme, Veranstaltungen oder Publikationen – wird dies bestens belegt. Gerade in Zeiten der Angriffe auf unsere freiheitlich-demokratische Grundordnung ist eine im besten Sinne „funktionierende“, mithin bereichernde, aber auch kritische Kunstszene wichtiger denn je. Die Transformationen, welche die Kunst zu leisten imstande ist, können durch nichts ersetzt werden. Die Kunst legt beständig den Finger in

die Wunde, wo es auf der Welt nicht gut funktioniert, sei es ökologisch, sozial oder politisch. Durch das Aufzeigen von Missständen mit den Mitteln der Ästhetik kann ein wichtiger Beitrag zum Diskurs und damit zur Verbesserung der Zustände geleistet werden.

Wo sehen Sie das Kunstmuseum in Zukunft?

» Museen stehen allgemein vor großen Herausforderungen. Wir müssen uns alle noch weiter als bisher öffnen, müssen neue und attraktive Angebote schaffen, um noch besser auf potenzielle Besucher zuzugehen und ihnen klarzumachen, dass Museen coole Orte der Bildung sein können. Zeitgenössische Kunst ist es schon, aber auch Wissen muss wieder attraktiv werden. Wir haben gesamtgesellschaftlich betrachtet eine ständig wachsende Palette an kulturellen Angeboten, mit denen wir als Museum konkurrieren. Aber es wird künftig schwieriger als bisher, die richtige Schnittmenge zu finden aus der Präsentation beeindruckender und richtungsweisender Kunst, budgetärem Rahmen und den Zielen der Nachhaltigkeit. Ich bin aber zuversichtlich, dass wir diesen musealen Transformationsprozess erfolgreich meistern werden, da wir im Kunstmuseum Wolfsburg ein tolles innovatives Team haben. †

Kontakt

Kunstmuseum Wolfsburg
Hollerplatz 1 | 38440 Wolfsburg
Telefon: 05361 26690
E-Mail: info@kunstmuseum.de



© Marek Kruszewski

»EMPOWERING PARTNERSHIPS« DIE ZUKUNFT DER AUTOMOBIL- INDUSTRIE AUF DER IZB 2024

Vom 22. bis zum 24. Oktober 2024 findet die 12. Internationale Zuliefererbörse (IZB) in Wolfsburg statt. Sie setzt mit dem Leitthema „Empowering Partnerships“ ein klares Zeichen für die Bedeutung der Zusammenarbeit von Herstellern und Zulieferern in der Automobilindustrie.

Veranstaltet durch die Wolfsburg AG versammelt die Internationale Zuliefererbörse führende Köpfe und Unternehmen des Mobilitätssektors, um die Herausforderungen und Chancen einer sich rasant verändernden Branche zu beleuchten und dadurch das Signal auszusenden: Starke Partnerschaften können Innovationen beschleunigen und Wettbewerbsvorteile heben.

SEIT ÜBER 20 JAHREN TREFFPUNKT INTERNATIONALER EXPERTISE

2001 fand die IZB erstmals statt und hat sich seither als bedeutende Kommunikationsplattform der Automobilbranche

etabliert. Alle zwei Jahre bietet die Fachmesse für Automobilzulieferer im Wolfsburger Allerpark Einblicke in innovative Entwicklungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette eines Fahrzeugs. 2022 präsentierten 940 Aussteller aus 37 Nationen ihre Produkte und Innovationen auf 38.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche. Das unterstrich die Notwendigkeit des intensiven Austauschs in einer Branche, die von einer beispiellosen Transformation geprägt ist. „Elektrifizierung, Nachhaltigkeit und digitale Vernetzung lauten die Parameter für die Mobilität der Zukunft. In diesem Kontext sind angesichts neuer Wettbewerber und sich wandelnder Kundenbedürfnisse rasche Innovationen und flexible Geschäftsmodelle gefragt. Die IZB 2024 rückt daher Kernaspekte wie Wettbewerbsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Beschleunigung in den Fokus“, sagt Josef Schulze Sutthoff, Leiter IZB bei der Wolfsburg AG.

GEMEINSAM STÄRKER

Unter dem Leitthema „Empowering Partnerships“ betont die Messe die essenzielle Rolle von vertrauensvollen Beziehungen zwischen OEMs und Zulieferern. Nur durch eine enge Zusammenarbeit und einen offenen Austausch können Innovationen vorangetrieben, Effizienz gesteigert und langfristiger Erfolg gesichert werden. Diese Botschaft untermauert Volkswagen mit der Erweiterung seiner Schirmherrschaft auf die Technische Entwicklung. Neben Dirk Große Lohheide, Mitglied der

Erweiterten Konzernleitung und Beschaffungsvorstand der Marke Volkswagen Pkw, Stephan Weil, Ministerpräsident des Landes Niedersachsen, und Wolfsburgs Oberbürgermeister Dennis Weilmann komplettiert Kai Grünitz, Volkswagen Markenvorstand für die Technische Entwicklung, den Kreis der Schirmherren.

Neben der inhaltlichen Weiterentwicklung setzt die IZB weiterhin auf ihre charakteristischen Stärken: die Nähe zum Volkswagen Konzern, die Ausstellervielfalt sowie die Positionierung als Business- und Netzwerkplattform für das Topmanagement der Industrie. +

Weitere Informationen finden sich unter www.izb-online.com.

© Wolfsburg AG





AUF EINE GUTE NACHBARSCHAFT

Die Anliegertreffen in den Gewerbegebieten Heinenkamp I und II vernetzen die Unternehmen vor Ort und fördern das nachbarschaftliche Netzwerk



© WMG Wolfsburg

In Gewerbegebieten ist der Transformations- und Entwicklungsprozess von Unternehmen stets sichtbar. Neue Firmen siedeln sich an, bauen ihren Betrieb aus oder um, ziehen innerhalb des Gebiets um, nutzen ihre Flächen um oder übergeben den Betrieb an die nächste Generation – bei all diesen Veränderungen bleibt selten Zeit für ein Gespräch mit den Nachbarn. Doch in eben diesen kurzen Unterhaltungen steckt großes Potenzial für ein auf Gegenseitigkeit beruhendes wertschätzendes Miteinander.

Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder betont die Relevanz der nachbarschaftlichen Zusammentreffen: „Im Sinne einer bestmöglichen Bestandsbetreuung und -entwicklung ist eine aktive Netzwerkarbeit für die Wirtschaftsförderungsgesellschaften ein wichtiges Anliegen. Ins-

besondere für die neuen Unternehmen am Standort und Unternehmensnachfolger bieten Anliegertreffen eine gute Gelegenheit, neue Kontakte zu knüpfen und Synergien zu schaffen.“

Vor diesem Hintergrund initiierten die Wirtschaftsförderungsgesellschaften Wolfsburg AG und WMG für die im Gewerbegebiet Heinenkamp ansässigen Unternehmen Anliegertreffen und kamen damit auch dem Wunsch einiger neuer Unternehmen nach. Sich untereinander zu vernetzen und über aktuelle Belange und Standortfragen auszutauschen – das war das Ziel der nachbarschaftlichen Treffen.

Gastgeber des ersten Anliegertreffens im Gewerbegebiet Heinenkamp I war die ES-Tec Unternehmensgruppe, die den

Teilnehmenden einen Einblick in ihre stetige Betriebsamkeit und Innovationskraft bot. Zudem gab die WMG einen Impuls zum Markenkern der Stadt und der Marke „Wolfsburg erleben“. Das zweite Anliegertreffen im Heinenkamp II bereiteten die Wolfsburg AG und WMG partnerschaftlich vor. Bei einem Rundgang erhielten die Teilnehmenden Einblicke bei STURM Isotech und besichtigten den Lkw-Stellplatz sowie die Bildhauerei Scheer.

„Mit ihren jeweiligen Kompetenzen und Services unterstützen unsere Wirtschaftsförderungsgesellschaften alle Anlieger und sind Wegbereiter für potenzielle Neuansiedlungen. Um den direkten Austausch untereinander weiter zu stärken, wollen wir die Anliegertreffen künftig gemeinsam fortsetzen“, erklärt Jens Hofschröder. +



Wer sind die Chefs von morgen?

NACHFOLGER IM HANDWERK GESUCHT

Die Handwerksbranche boomt – zumindest was die Nachfrage angeht. Auf der anderen Seite sieht es weniger rosig aus, denn gesellschaftliche Entwicklungen wie der demografische Wandel haben einen bedeutenden Einfluss auf die Zukunft vieler Handwerksbetriebe. In den nächsten fünf Jahren werden laut dem Zentralverband des Deutschen Handwerks mindestens 125.000 Familienbetriebe in neue Hände übergeben. Dabei wird es zu einer immer größeren Herausforderung, einen geeigneten Nachfolger zu finden. Für diese Entwicklung spielt auch die derzeitige Situation auf dem Arbeitsmarkt eine bedeutende Rolle: In vielen Branchen und so auch im Handwerk befinden sich die Fachkräfte durch

den Mangel an qualifiziertem Personal in der glücklichen Position, aus zahlreichen Angeboten das Beste auswählen zu können und für eine sichere Zukunft zu sorgen. Das Unternehmergehen hingegen findet keinen besonders großen Anklang: Laut KfW-Gründungsmonitor ist die Anzahl der Deutschen, die die Selbstständigkeit einem Angestelltenverhältnis vorziehen, seit Jahren rückläufig. 2022 würden sich nur 23 % der 18–67-Jährigen unabhängig von ihrer aktuellen persönlichen Situation für die berufliche Selbstständigkeit entscheiden. Die deutliche Mehrheit von 73 % der Befragten zieht ein Angestelltenverhältnis vor. Auch im Handwerk ist diese Entwicklung erkennbar: 1990 wollten 18 von 20 Schüler aus den Meisterklassen im Handwerk einen eigenen Betrieb gründen oder den familiären übernehmen. Heute verfolgt nur noch etwa eine von 20 Personen dieses Ziel – die deutliche Mehrheit zieht es vor, als Meister im Anstellungsver-

hältnis zu arbeiten. Welche Chancen und Herausforderungen bietet die Unternehmensnachfolge dennoch und wie steht es um die Zukunft der Handwerksbetriebe?

CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Unternehmensnachfolge zeigt, dass eine Selbstständigkeit nicht bei null anfangen muss: Mit der Übernahme eines etablierten Betriebs haben Neueinsteiger den Vorteil, sich nicht erst einen Namen machen und gegen ihre Konkurrenz durchsetzen zu müssen. Von Beginn an Umsätze zu erzielen, ist ein großer Luxus. Die Nachfolger können von den Erfahrungen der Vorgänger, einem eingespielten Team sowie einem Netzwerk an Lieferanten und bestehenden Kundenbeziehungen profitieren. Die Zukunft des Unternehmens ist aufgrund von vorliegenden Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnungen einschätzbar, die gleichzeitig als Orientierung für die weitere Planung ab dem Zeitpunkt der Übernahme dienen. Studien zeigen, dass eine Übernahme eine attraktive Option für Unternehmer sein kann: Demnach sind weitergeführte Unternehmen nach drei Jahren deutlich erfolgreicher als Neugründungen.

Wo Chancen sind, sind Herausforderungen oft nicht weit. Auf der Kehrseite der Medaille können Übernehmende auf festgefahrene interne Strukturen treffen, die modernisiert werden müssen. Sie treten in große Fußstapfen und haben wenig Zeit, in ihre neue Rolle hineinzuwachsen. Ist der ehemalige Inhaber noch involviert, kann es zu Differenzen kommen. Mitarbeitende und Kunden brauchen ihre Zeit, um sich an die neue Situation zu gewöhnen und Vertrauen aufzubauen. Der Bedarf an Startkapital ist zudem häufig hoch, da ein etabliertes und zukunftsfähiges Unternehmen seinen Preis hat. Hinzu kommen mitunter eine hohe Inhaberabhängigkeit, strukturelle Probleme und Belastungen durch Erbschaft- oder Schenkungsteuer bei familieninternen Übergeben.

ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN

Dass das Handwerk an sich eine lukrative und zukunftsfähige Branche ist, steht außer Frage. Um dieses Potenzial auszuschöpfen und am Markt erfolgreich zu bleiben, sind verschiedene Voraussetzungen notwendig:

MIT DER ZEIT GEHEN

Um als Betrieb am Markt für potenzielle Mitarbeitende und auch Nachfolgende attraktiv zu bleiben, ist die Bereitschaft für Veränderung unerlässlich. Nicht nur innovative Technologien erfordern Offenheit für Neues, sondern auch veränderte Lebenswahrnehmungen, flexible Arbeitsmodelle und Erwartungen der Gesellschaft.

BERATUNGSANGEBOTE IN ANSPRUCH NEHMEN

Um einen geeigneten Nachfolger oder auf der anderen Seite ein Unternehmen zu finden, stehen Experten zur Verfügung. Diese setzen sich dafür ein, beide Parteien

zusammenzubringen und deren Interessen zu vertreten sowie den Übergabeprozess zu begleiten. Mit einer detaillierten Analyse des Unternehmens und einer realistischen Einschätzung der Fähigkeiten und Voraussetzungen auf Nachfolgerseite kann eruiert werden, ob Betrieb und potenzieller Nachfolger zueinander passen.



JUNGE MENSCHEN BEGEISTERN

Selbstständigkeit in Deutschland attraktiver zu machen, ist eine Mission, die schon früh beginnt: Nur in einer Fehlerkultur, in der es erlaubt ist, sich auszuprobieren und ein missglückter Versuch kein Scheitern bedeutet, können sich junge Menschen und angehende Arbeitnehmer entfalten. In lehrenden Institutionen kommen die Schüler häufig kaum mit Unternehmertum und Wirtschaftlichkeit in Berührung und finden keinen Zugang zu diesen Themen.

Wie Nachfolge im Handwerk gelingen kann, zeigen zwei lokale Beispiele. +



MALERISCHE KARRIERE – DAS FARBEN-CENTER FALLERSLEBEN WURDE IM JANUAR AN EINE NEUE INHABERIN ÜBERGEBEN

Unternehmerin Marie Engelhard über ihren Weg

Marie Engelhard übernahm im Januar 2024 den seit über 50 Jahren bestehenden Traditionsbetrieb Farben-Center Fallersleben. Auf welche Hürden ist sie im Übernahmeprozess gestoßen und was hat sich seitdem im Unternehmen verändert?

Die 31-jährige Marie Engelhard ist als Inhaberin und Geschäftsführerin des Farben-Centers für 23 Mitarbeitenden in den Abteilungen Gardinen und Sichtschutz, Malerbetrieb und im dazugehörigen Fachgeschäft verantwortlich. Nachdem die gelernte Maler- und Lackierermeisterin ihren Betriebswirt abgeschlossen und nebenbei bereits Erfahrungen als Einzelunternehmerin gesammelt hatte, stieß sie 2023 auf der Betriebsbörse der Handwerkskammer (HWK) Braunschweig auf das Center und war von Anfang an begeistert: „Die Betriebsgröße, die Vielfalt an Dienstleistungen und die langjährige Tradition haben mich überzeugt. Auch vonseiten der ehemaligen Inhaber war von Beginn an klar, dass ich die richtige Person dafür bin“, schildert die Unternehmerin. Zwischen

dem Kennenlernen und der Übernahme lag nur ein halbes Jahr, in dem Marie Engelhard einen Businessplan auf die Beine stellen musste. Bei allen bürokratischen Anliegen wurde die Inhaberin von der HWK unterstützt, was sie neben der Hilfe des Vorgängers als riesigen Vorteil empfindet. „Durch die Unterstützung konnte ich meinen Businessplan sehr gut aufbereiten und habe sehr schnell alle nötigen Zusagen erhalten. Die HWK hat für beide Parteien eine neutrale Kommunikationsebene gewählt, sodass sich jeder von uns gut beraten gefühlt hat“, beschreibt sie. Der Erhalt von Fördermitteln habe sich jedoch als schwierig gestaltet und aufgrund der Kürze der Zeit sei die Geschäftsführerin den Weg ohne jegliche Förderung gegangen.

HAT ES SICH GELOHNT?

Nach einem knappen halben Jahr ist die Geschäftsführerin glücklich über den reibungslosen Wechsel und darüber, dass sie im Unternehmen mit offenen Armen empfangen wurde. An den vorhandenen internen Strukturen habe sie sich gut orientieren und durch Gespräche und gegenseitiges Kennenlernen schnell eine gemeinsame Ebene mit ihrem Team finden können. Um die Weiterentwicklung des Unternehmens voranzutreiben, möchte sie das Potenzial innovativer Technologien im Zuge der Digitalisierung noch stärker ausschöpfen.

Für die Zukunft wünscht sie sich, „dass die Stammkundschaft auch weiterhin auf die Kompetenz und Zuverlässigkeit des Farben-Centers Fallersleben baut. Ich möchte ein gesundes Wachstum mit dem Unternehmen erreichen und bin immer auf der Suche nach Innovationen.“

Allen potenziellen Nachfolgern empfiehlt sie, Unterstützungsangebote anzunehmen und sich schon im Vorfeld in den Betriebsalltag zu integrieren. Ihr Fazit zur Nachfolge: „Ich würde es immer wieder tun!“ +



© Farben-Center Fallersleben

© WMG Wolfsburg



EINSTIEG IN DEN FAMILIENBETRIEB



Holz Kausche wird zukünftig von Lukas Kausche geführt

Das Familienunternehmen Holz Kausche in Fallersleben besteht seit 1844 und wird derzeit in der fünften Generation geführt. Lukas Kausche ist seit 2020 in der sechsten Generation im Unternehmen tätig und wird bereits von seinem Chef und Vater in alle relevanten Prozesse eingearbeitet. In ein paar Jahren wird der 27-Jährige in die Fußstapfen seiner Vorgänger treten. Wovor er am meisten Respekt hat und welche Chancen er sieht, erzählt er im Interview.

Der gelernte Zimmermeister und Holzbauingenieur Lukas Kausche stand schon als Kind in der Firma, die von seinem Vater als Geschäftsleitung und seiner Mutter in der Buchhaltung geführt wird. Seine Leidenschaft für Baumaterialien und vor allem Holz wurde ihm quasi in die Wiege gelegt, auch wenn er sich zu keinem Zeitpunkt zu seinem Werdegang gezwungen gefühlt habe. Der traditionelle Familienbetrieb ist seit Jahren fest am Markt etabliert, größtenteils für Privatkunden und öffentliche Auftraggeber tätig und bietet ein breites Portfolio, welches Holzbau in allen Bereichen von Sanierung bis Neubau sowie einen Holzfachmarkt umfasst.

GENERATIONSÜBERGREIFENDE ERFAHRUNG

Wenn der 27-Jährige das Unternehmen in circa fünf Jahren übernimmt, wird er nicht nur für die internen Prozesse, sondern auch für rund 15 Mitarbeitende verantwortlich sein. „Vor dieser Aufgabe und der Verantwortung habe ich großen Respekt“, schildert der Zimmermeister. Auch über die derzeitige Situation des Fachkräftemangels und zukünftige Herausforderungen sei er sich bewusst. Gleichzeitig mache es ihm aber auch großen Spaß, alle unternehmensinternen Abläufe kennenzulernen und jeden Tag neue Lösungen zu finden. Die Weisungen und Tipps seines Vaters empfindet er als Vorteil: „Ich profitiere von seiner



© Holzbau Kausche Wobcom Kampagne

Erfahrung und weiß, dass ich jederzeit auf ihn zukommen kann, selbst wenn er nicht mehr aktiv im Unternehmen sein wird“, erklärt Kausche. Seit klein auf sieht er, dass die beruflichen Themen auch in der Freizeit mit am Familientisch Platz nehmen. Über die Nachfolge an sich wurde hier nie groß debattiert. Kausches Schwester arbeitet ebenfalls in Teilzeit im Unternehmen und verwaltet die Lohnabrechnung.

Der Holzbauingenieur freut sich auf den neuen Lebensabschnitt und sieht die vorhandenen Unternehmensstrukturen als erfolgversprechend an. Gemeinsam mit einem beratenden Experten wurde in der Digitalisierung der Prozesse Optimierungspotenzial aufgezeigt. Für die Zukunft wünscht er sich, dass der Betrieb weiterhin so gut läuft wie bisher und dass sich mehr junge Menschen trauen, Verantwortung zu übernehmen. Mit aktuell drei Lehrlingen werde im Unternehmen ein steigendes Interesse der Jugend am Handwerk verzeichnet. „So viele Lehrlinge gleichzeitig hatten wir lange nicht. Das beweist: Handwerk hat Zukunft“, freut sich Kausche. +

„Mehr Mut zum

Unternehmertum“

Nachfolgemoderator Kai Lührs von der IHK Lüneburg-Wolfsburg über die Entwicklung in der Unternehmensnachfolge



© Andreas Tamme

Um Unternehmer sowie potenzielle Nachfolger zu unterstützen, stehen die Experten der Handwerkskammer, Allianz für die Region, IHK und WMG den Beteiligten im gesamten Übergabeprozess beratend zur Seite. Neben der Beratung werden auch Plattformen zur Vernetzung geschaffen, die Übergabende und Übernehmende zusammenbringen. „Wir sind das Parship für Unternehmen“, erzählt Nachfolgemoderator und ausgebildeter Coach Kai Lührs von der IHK Lüneburg-Wolfsburg, der selbst Nachfolger war und seine Expertise aus zehn Jahren als

Unternehmer weitergibt. Nach der Erstberatung erstellt er einen individuellen Fahrplan und begleitet bei Bedarf den gesamten Prozess bis zur Preisverhandlung, Übergabe und darüber hinaus. Der Berater hilft mit seiner Moderationsfunktion dabei, Raum für emotionale Aspekte zu schaffen und Erwartungen offenzulegen. Wie sich die Unternehmensnachfolge entwickelt hat, welche Probleme ihm im Alltag begegnen und wie seine Zukunftsprognose für Unternehmen in der Handwerksbranche ausfällt, verrät er im Interview.

Wie hat sich die Unternehmensnachfolge in den letzten zehn Jahren entwickelt?

» Früher konnte sich der Verkäufer aus mehreren Bewerbern einen Käufer aussuchen. Mittlerweile ist es genau andersrum: Statistisch gesehen kann sich ein Käufer heute zwischen fünf Unternehmen entscheiden. Die geringe Nachfrage hängt damit zusammen, dass Unternehmertum in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern eher negativ besetzt ist und wenig vorgelebt wird. Hinzu kommt, dass Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt viel Auswahl haben und ein geregeltes Arbeitsleben mit pünktlichem Feierabend dem unternehmerischen Risiko vorziehen. Auch die Lebenswahrnehmung der jungen Menschen hat sich verändert, was sich in der priorisierten Work-Life-Balance und Konzepten wie der Vier-Tage-Woche zeigt. In Familienbetrieben kommt hinzu, dass die Kinder heutzutage mehr Freiheiten haben und ihr Werdegang nicht von vornherein festgelegt ist.

Welche Möglichkeiten gibt es, einen passenden Nachfolger zu finden?

» Unternehmen können familienintern, unternehmensintern an Mitarbeitende oder an einen externen Kandidaten weitergegeben werden. Es gibt auch Investoren, die ihren bestehenden Betrieb erweitern und überregionale Synergien erzeugen wollen. Im Handwerk kristallisiert sich durch den Fachkräftemangel auch der Trend heraus, ein Unternehmen wegen der Mitarbeitenden zu kaufen. Wir unterstützen dabei, einen geeigneten Nachfolger zu finden und vertreten auch die Interessen des potenziellen Käufers. Damit Verkäufer und Nachfolger sich überhaupt erst einmal finden, organisieren wir Netzwerktreffen und machen zudem auf Plattformen wie „nexitchange“ aufmerksam, die als Börsen für Verkäufer und Käufer fungieren.

Welche Probleme begegnen Ihnen häufig in der Unternehmensnachfolge?

» Das rechtzeitige Kümmern um die Nachfolge ist häufig ein großes Problem. Erfahrungsgemäß sollten Unternehmer mit 55 Jahren anfangen, darüber nachzudenken, da der Prozess zwischen einem bis fünf Jahre dauern kann. Das Unternehmen muss ‚übernahmefit‘ gemacht werden. Das betrifft das Geschäftsmodell, die Mitarbeitenden und Aspekte wie Nachhaltigkeit im Betrieb. Zur richtigen Zeit loslassen können, ist ein großes Thema, da es um Lebenswerke geht, für die die Menschen lange gearbeitet haben und an denen sie natürlich hängen. Nicht nur die Firma, sondern auch die Übergebenden müssen sich auf ihren neuen Lebensabschnitt vorbereiten, weswegen ich immer nachhake, wie der Plan für die Zukunft des Ex-Chefs aussieht: Was hat er oder sie jetzt mit der vielen Freizeit vor? Sind keine neuen Aufgaben und Lebensinhalte in Aussicht, fällt das Loslassen schwerer.

Auf der Seite der Übernehmenden ist die Finanzierung häufig ein Thema – auch hier stehen wir beratend zur Seite und zeigen verschiedene Möglichkeiten auf. Hinzu kommen emotionale Aspekte und Erwartungshaltungen, die vor allem bei familieninternen Übernahmen häufig eine große Rolle spielen.

Wann macht es mehr Sinn, neu zu gründen statt zu übernehmen?

» Bei einer ‚One Million Dollar‘-Geschäftsidee und sicherer Finanzierung macht eine Neugründung Sinn, aber das ist sehr individuell. Bei einem Start-up ist die wichtigste Frage: Wie finde ich Abnehmer für mein Produkt oder meine Leistung? Zu Unternehmerkompetenzen gehört nicht nur die fachliche Expertise, sondern auch Themen wie Buchhaltung, Mitarbeiterführung, Vertrieb. Am Anfang sind viele Bereiche selbst zu managen.

In den nächsten fünf Jahren werden mindestens 125.000 Familienbetriebe im Handwerk Nachfolger suchen. Wie stufen Sie die Zukunft der Branche ein?

» Durch die gesellschaftlichen Veränderungen ist es für Unternehmen wichtiger als je zuvor, sich attraktiv am Markt zu positionieren. Im Handwerk ist die Nachfrage auf Kundenseite hoch, die Auswahl an Fachkräften und Nachfolgern jedoch klein. Die Betriebe haben eine Zukunft, wenn sie es schaffen, nicht nur für Kunden, sondern auch für Personal ansprechend zu bleiben. Dafür können Benefits wie Dienstwagen, Firmenkleidung oder auch neue Perspektiven wie die Vier-Tage-Woche ausschlaggebend sein.

Was müsste sich ändern, um Selbstständigkeit bzw. Unternehmensnachfolge für Nachwuchstalente attraktiver zu gestalten?

» Wir brauchen eine andere Wahrnehmung im Land, die den Fokus auf die Attraktivität der Selbstverwirklichung in der Selbstständigkeit legt und nicht auf die Angst vorm Scheitern.

Wir müssen von Beginn an mehr darüber lernen, wie Wirtschaft funktioniert und auch in der Politik den Fokus nicht nur auf die gehypte Start-up-Szene, sondern auch auf die Vorzüge der Nachfolge legen. Mehr Mut zum Unternehmertum! +



© Gecko Energy

Sonne ist für alle da!

Seit 2022 sorgt Simon Diestelmann von Gecko Energy gemeinsam mit seinem Team für zufriedene Kunden in der Photovoltaik-Branche

Der Umstieg auf erneuerbare Energien konfrontiert uns in vielerlei Hinsicht mit Hürden, die es zu meistern gilt. Gerade eine sinnvolle Planung des eigenen Umstiegs und vor allem der Mangel an kompetenten Fachkräften gestalten das Vorhaben oft komplizierter, als zuvor angenommen. Diese Probleme versucht Gecko Energy mit seinem Rundum-sorglos-Paket für Photovoltaikanlagen auf einen Schlag aus der Welt zu schaffen.

ALLROUNDER

Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2022 versorgt Simon Diestelmann Eigentümer von Immobilien mit Photovoltaikanlagen und anderen Geräten, die zu einer nachhaltigen Energieversorgung beitragen.

Auf der Liste der Kunden des aufgeweckten Unternehmers stehen neben Privatleuten auch industrielle Kunden. Gerade diese profitieren durch niedrigere laufende Kosten und eine verhältnismäßig schnelle Amortisation der Neuanschaffung wirtschaftlich und tragen durch den Einsatz erneuerbarer Energien gleichzeitig zum Klimaschutz bei.

MIT LIEBE ZUM DETAIL

Wer sich selbst schon einmal zum Thema Photovoltaik umgehört hat, weiß, wie schwierig es ist, einen zuverlässigen Partner für die Umsetzung des eigenen Vorhabens zu finden. Entscheidend ist nämlich nicht nur zu wissen, welche Teile benötigt werden und wie diese miteinander zu verbinden

sind, sondern in erster Linie, wie das Gesamtkonzept hinter der Planung aussieht. Und genau da setzt Diestelmann an. Wichtig sei, so Diestelmann, dass man sich frühzeitig überlege, welche Anschaffungen in puncto nachhaltige Energie vielleicht noch folgen könnten und das PV-System von vornherein entsprechend anzulegen. Damit das möglich ist, wird jeder Arbeitsschritt innerhalb des eigenen Unternehmens abgewickelt. Von ersten Planungsgesprächen bis zur tatsächlichen Umsetzung und der darüber hinaus nötigen Wartung der verbauten Komponenten passiert alles direkt über Mitarbeitende aus dem Hause Gecko.

ERFAHRUNG MACHT DEN UNTERSCHIED

Gerade bei konkurrierenden Unternehmen, die nur auf das schnelle Geld aus sind und lediglich dem Hype verfallen, kommen recht bald Defizite in Planung und Umsetzung zum Vorschein. Diestelmann selbst bringt jedoch als erfahrener Businessmann genug Expertise in sein noch recht junges Unternehmen mit, um genau diese Fehler nicht zu machen. Seine langjährige Erfahrung in der Immobilienverwaltung gibt ihm einen wertvollen Vorsprung in der Planung und Umsetzung von PV-Projekten für gewerbliche Immobilien. Er kennt die spezifischen Anforderungen und Herausforderungen, die mit der Integration von Solarenergie in Immobilien verbunden sind und kann so dabei helfen, das volle Potenzial der jeweiligen Immobilien auszuschöpfen. Wie sehr man ihm in dieser Hinsicht vertrauen kann, ist wohl allein schon an der Tatsache abzulesen, dass sein voriger langjähriger Arbeitgeber „in-tech“, dessen Wolfsburger Standort er mit aufgebaut hat, bereit war, ihn als Investor und Teilhaber zu unterstützen. +

Kontakt

Gecko Energy GmbH
Heinenkamp 4 | 38444 Wolfsburg
E-Mail: hello@gecko-energy.com

BETTER SAFE THAN SORRY

Seit 2022 sorgt das Unternehmen „Sentic“ mit seiner Technologie zur Unfallprävention für mehr Sicherheit in der Industrie



© Beide Sentic

Alle zwei Minuten, so heißt es seitens Sentic, ereigne sich in Europa ein innerbetrieblicher Unfall, der für Mitarbeitende nicht ohne gesundheitliche Folgen bliebe. Ein Zustand, der in keiner Weise zeitgemäß und erst recht nicht akzeptabel ist. Das dachten sich auch die Gründer von Sentic und warteten umgehend mit einem Lösungsansatz für das Problem auf, der die Personensicherheit der innerbetrieblichen Logistik revolutionieren soll.

NEUE TECHNOLOGIEN SINNVOLL NUTZEN

Es kann so schnell gehen. Eine Staplerfahrerin ist kurz abgelenkt, ein Mitarbeiter, der gerade ein Regal einräumt, passt nicht richtig auf und schon knallt es.

Gerade bei Arbeiten mit schweren industriellen Geräten kann das oft schlimme Verletzungen nach sich ziehen. Wäre es da nicht gut, wenn es die Möglichkeit gäbe, eventuellem

menschlichen Versagen entgegenzuwirken? Allerdings! Und genau das bieten Dr.-Ing. Michael Demes, Sebastian Bienia und Robin Wieloch, die Gründer und Geschäftsführer von Sentic, mit ihrer AI-gesteuerten Unfallpräventionstechnologie ihren Kunden. Technologisch ähnlich wie bei selbstfahrenden Autos wird die Arbeitsumgebung von Sensoren in der Umgebung gescannt, damit Personen, weitere Transportfahrzeuge und andere eventuelle Hindernisse frühzeitig erkannt werden können, um so möglichen Unfallsituationen entgegenzuwirken.

VON DER FORSCHUNG IN DIE PRAXIS

Das Besondere an Sentic: Die GmbH entstand aus einem gemeinsamen Projekt am Forschungscampus OHLF, dessen Prinzip es ist, Wissenschaft und Industrie zusammenzudenken und entsprechende Projekte zu fördern. So ging es auch mit Sentic vonstatten. Das Unternehmen gründete sich aus einem ursprünglich an der OHLF entwickelten Projekt zur Untersuchung von innerbetrieblichen Infektionsketten. Nur kurze Zeit später erwuchs aus dem Team rund um „PanTrack“, so der Name des Projekts, die Sentic GmbH.

VORTEILE AUF ALLEN EBENEN

Natürlich steht für Sentic die Sicherheit der Menschen im Vordergrund, aber die Lösungen bieten auch wirtschaftliche Vorteile. Durch den Einsatz dieser Technologien können Kosten eingespart und Prozesse effizienter

gestaltet werden. Dies führt zu einer nachhaltigen Verbesserung der betrieblichen Abläufe und trägt zur Wettbewerbsfähigkeit der Kunden bei.

So werden durch die Präventionstechnologie nicht nur kostspielige Kollateralschäden, die durch Zusammenstöße zustande kommen, verhindert, sondern auch Abwicklungsprozesse innerhalb der hauseigenen Logistik optimiert.

Etwa durch die von ihnen angebotene automatisierte Ladungsdokumentation, die die Möglichkeit bietet, Be- und Endladeprozesse zu optimieren und auf diese Weise zugleich Risiken zu minimieren.

Ähnlich verhält es sich auch mit den zusätzlich integrierten Analysetools, die sowohl die Sicherheit als auch die Produktivität der Arbeitsumgebung untersuchen und so jeweils Optimierungsmöglichkeiten aufzeigen.

Einfach ein Komplettpaket, das nicht nur für die Mitarbeitenden, sondern auch für die Geschäftsführungen enorme Vorteile bietet, indem es gravierende Sicherheitslücken schließt.

„Computer Vision wird bereits in verschiedenen Lebensbereichen eingesetzt, jedoch kaum in der Industrie. Für die Live-Lokalisierung von Personen, Gabelstaplern und anderen Objekten wird sie nicht eingesetzt. Wir sind daher die Ersten, die mit Computer Vision menschenumfassend und datenschutzkonform ohne Transponder schützen können. Unsere Mission ist es, Computer Vision zum neuen Standard in der Industrie zu machen.“ +



MARKEN MIT KONZEPT

Sie bringen das Beste aus Unternehmen hervor: DD KONZEPT



Was 2009 als Unternehmensberatung begonnen hatte, entwickelte sich nach ein paar Jahren zu einer kreativen Markenagentur. Bereits in der Schulzeit träumten Michael Dockter und Edgar Diener davon, eine eigene Firma zu gründen. Ihr Antrieb ist es damals wie heute, Organisationen dabei zu unterstützen, ihre individuelle Identität herauszuarbeiten und über eine exzellente Designsprache zu kommunizieren. Daneben nutzen Dockter und Diener ihre Expertise auch für soziale und ehrenamtliche Projekte. Michael Dockter und Edgar Diener erzählen mehr über die Agentur.

Was bekommen die Kunden bei DD KONZEPT?

» Als kreative Markenagentur entwickeln und gestalten wir mit Herz und Verstand offline und online einzigartige visuelle Identitäten für mittelständische Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und Start-ups. Wir entdecken neue Potenziale und Chancen und bringen gemeinsam mit ihnen das Einzigartige ihrer Identität zum Ausdruck. Mit kreativen Kampagnen, Social-Media-Präsenz und Onlinemaßnahmen bringen wir Marken zu strahlender Sichtbarkeit. Das machen wir partnerschaftlich, auf

Augenhöhe, mit viel Leidenschaft und einer großen Portion Spaß bei der Arbeit. Immer im Fokus: der individuelle Mehrwert des Kunden.

DD KONZEPT feiert diesen Sommer 15-jähriges Bestehen. An welches Ereignis erinnern Sie sich am liebsten?

» Wir haben 2015 für die Stadt Wolfsburg einen über 200 qm großen Werbebanner entwickelt. Dieser sollte auf einer Raststätte auf einem riesigen Werbepylon an der A2 angebracht werden, falls der VfL Wolfsburg das DFB-Pokalendspiel gegen den BVB Dortmund gewinnt. Wir waren beim Finale in Berlin dabei und am Ende hat der VfL mit 3:1 gewonnen und wir konnten das Banner sehen, weil es kurz nach dem Spiel angebracht wurde. Die Botschaft auf dem Banner lautete mit einem Augenzwinkern: „Wo liegt denn eigentlich Wolfsburg?“ Ab dem Moment wusste es ganz Deutschland.

Sie engagieren sich auch für soziale Projekte in Malawi. Was genau machen Sie dort und was hat Sie inspiriert?

» Ein wichtiger Antrieb für uns zur Gründung eines eigenen Unternehmens war die Möglichkeit, gute Projekte und Organisationen nach eigenem

Ermessen unterstützen zu können. So haben wir nicht lange gezögert, als die Gründung von FACE kurz nach unserer eigenen Unternehmensgründung im Raum stand und wurden 2010 zu Mitgründern von FACE. Inspiriert dazu wurden wir von einem Freund aus Ruanda. Er kam als Flüchtling nach Wolfsburg und hier in Deutschland keimte der Wunsch in ihm, irgendwann seinem Heimatkontinent etwas Gutes zu tun. Nach einigen Gesprächen entstand der Bildungsverein FACE, um jungen Menschen in armen Ländern bessere Ausgangsbedingungen für ein selbstbestimmtes Leben zu geben. Seit der ersten Stunde lassen wir bei FACE unsere Erfahrung und Expertise einfließen.

Gibt es eine Verbindung zwischen DD KONZEPT und Ihrem sozialen Engagement?

» Die Arbeit für und bei FACE ist vor allem immer wieder sehr horizont-erweiternd. Gerade die Aufenthalte in Malawi schulen interkulturelle Fähigkeiten, Empathie und Nachhaltigkeit. Diese Prinzipien fließen in die Agentur ein, sei es bei der Zusammenarbeit im Team, im Umgang mit Kunden oder bei der Gestaltung von Kampagnen. Wir möchten nicht nur erfolgreiche Kampagnen und Marken entwickeln, sondern auch einen positiven Beitrag in der Gesellschaft leisten und die oben genannten Werte verkörpern. +



Kontakt

DD KONZEPT GmbH & Co. KG
Großer Winkel 5a | 38442 Wolfsburg
E-Mail: info@dd-konzept.de



Neues Kapitel im Heinenkamp

STURM Isotech: Umzug
fördert Innovation und
lokale Wirtschaft

Bekannt für ihre innovative Rolle in der Fernwärmebranche seit ihrer Gründung im Jahr 2012, hat STURM Isotech Anfang dieses Jahres ihren Standort ins Gewerbegebiet Heinenkamp II verlegt. Ein Schritt, der nicht nur die räumliche Expansion des Unternehmens unterstreicht, sondern auch seine tief verwurzelte Verpflichtung gegenüber Qualität und Wachstum.

EIN UMZUG, DER MASSSTÄBE SETZT

Silvia Vollmann-Sturm, die Geschäftsführerin von STURM Isotech, erklärt den Umzug als strategischen Meilenstein: „Mit der Gründung unseres Kompetenzzentrums Fernwärme gehen wir noch einen Schritt weiter Richtung Qualitätsverbesserung im Fernwärmeleitungsbau.“ Dieses Zentrum ist das Herzstück der jüngsten Unternehmenserweiterung und dient sowohl der Vernetzung von Entscheidern und Bauausführenden als auch dem Wissenstransfer. „Mit unserem Zentrum für branchenspezifische Wissensvermittlung möchten wir die berufliche Entwicklung in der Fernwärme fördern und sowohl Fachkräfte als auch Quereinsteiger in ihrer beruflichen Laufbahn stärken“, so Vollmann-Sturm weiter.

Der Umzugsprozess selbst war eine beeindruckende Leistung. „Um den Geschäftsbetrieb so wenig wie möglich zu beeinträchtigen, haben wir uns für einen schrittweisen Umzug entschieden.

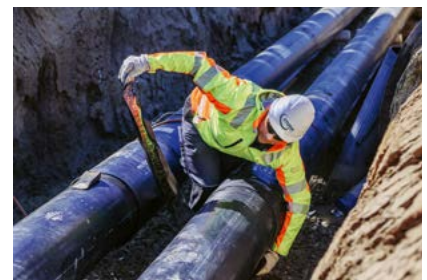
Dank unserer starken Verbindungen zu lokalen Unternehmern und der Unterstützung unseres Vermieters konnten wir auf absolut zuverlässige Dienstleister wie Maler, Trockenbauer, Umzugsunternehmen, Elektriker und IT-Spezialisten zählen“, sagt Silvia Vollmann-Sturm. Der Umzug in den Heinenkamp ist mehr als nur eine Standortveränderung. Er ist eine Investition in die Zukunft und ein Bekenntnis zum Standort Wolfsburg. „Wir sind dankbar für die Möglichkeit, die sich für uns ergeben hat.“

UMFASSENDE DIENSTLEISTUNGEN

STURM Isotech vereint Spezialisten der Fernwärmebranche unter einem Dach und bietet Kunden im gesamten deutschsprachigen Raum umfassende Beratungs-, Schulungs- und Baudienstleistungen. Durch die Erweiterung der Betriebsflächen am neuen Standort konnte das Unternehmen seine operativen Abläufe optimieren, was eine effizientere Projektabwicklung und eine verbesserte Kundenbetreuung ermöglicht. „Wir unterstützen unsere Auftraggeber bei der Planung und Erweiterung

von Fernwärmeinfrastrukturen, führen punktgenaue Fehler- und Leckageortungen durch und überwachen komplexe Fernwärmenetze durch systematische und digitale Systeme“, erläutert die Geschäftsleiterin.

Das Ziel für die Zukunft sei es, dass STURM Isotech eine wegweisende und führende Rolle in der Branche einnehme. Dafür engagiere sich das Unternehmen beispielsweise aktiv in Normungsausschüssen, um branchenweite Standards und Normen mitzugestalten und die Entwicklung von Best Practices voranzutreiben, erklärt Vollmann-Sturm. „Ein weiterer Schwerpunkt liegt darauf, die Entwicklungspotenziale unserer aktuellen und zukünftigen Mitarbeiter zu fördern. Denn ihr Engagement und ihre Fähigkeiten sind entscheidend für die Verwirklichung unserer Wachstumsziele und den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens. +



© Alle: Linna Hensel

Kontakt

STURM Isotech GmbH & Co. KG
Wolfsacker 1a
38444 Wolfsburg
www.sturm-isotech.de

Wo Zukunft entsteht

25 JAHRE WOLFSBURG AG – ODER: EIN VIERTELJAHRHUNDERT KOOPERATIVE STANDORTENTWICKLUNG



v. l.: Thomas Krause und Toni Guggemoos Mulfinger

© Wolfsburg AG

Seit 25 Jahren trägt die Wolfsburg AG zur Entwicklung des Standortes bei. Gegründet zur Bewältigung einer Krise hat das Tochterunternehmen von Volkswagen und der Stadt Wolfsburg seither den Wandel Wolfsburgs zu einer zukunftsfähigen Wirtschaftsregion mitgestaltet. Gemäß dem Gründungsmotto „Ideen, Impulse, Initiativen“ entstanden viele Projekte, die heute das Stadtbild Wolfsburgs prägen. Die Vorstände Thomas Krause und Toni Guggemoos Mulfinger ziehen im Gespräch Bilanz und stellen dar, wie in Zukunft die Weichen der Public-Private-Partnerships gestellt werden. Das Ziel: eine Fortsetzung der Erfolgsgeschichte für Wolfsburg.

Das Ende der 1990er-Jahre erarbeitete Standortkonzept AutoVision lieferte den Grundstein für die 1999 gegründete Wolfsburg AG. Das Programm zur Reduzierung der Arbeitslosigkeit und Strukturentwicklung war ein Erfolg. Inzwischen sind die

Herausforderungen am Arbeitsmarkt und in der Wirtschaft andere: Welche Themen stechen hier für Sie heraus?

» **Krause:** Die Gründung der Wolfsburg AG 1999 zur Umsetzung des Konzeptes AutoVision sah ein umfangreiches Paket an Maßnahmen

zur Strukturentwicklung vor, um der damals bedrohlichen Arbeitslosigkeit zu begegnen. Heute können wir sagen, Wolfsburg hatte allen Prognosen getrotzt und sich äußerst dynamisch entwickelt – ob bei der Ansiedlung von Unternehmen, dem Ausbau der Freizeitangebote oder jüngst dem Aufbau von Ladeinfrastruktur. In der Rückschau kristallisiert sich ein wichtiger Erfolgsfaktor heraus: das Verständnis aller Beteiligten, dass Standortentwicklung eine gemeinschaftliche Daueraufgabe ist, die stets neue Anforderungen berücksichtigen muss. Diese Anpassungsfähigkeit ist unsere DNA und die Basis, uns den aktuellen Herausforderungen zu widmen, die da lauten: Fachkräftegewinnung, Mobilitätswende, Kreislaufwirtschaft, New Work und Digitalisierung.

Der Mangel an Arbeitsplätzen ist im Verlauf der letzten 25 Jahre dem Mangel an Arbeitskräften gewichen. Mit welchen Maßnahmen wollen Sie das Thema am Standort adressieren?

» **Guggemoos Mulfinger:** Im Kern geht es darum, den Standort – also das Umfeld der Arbeitsplätze – noch attraktiver zu gestalten. Standortattraktivität ist ein wichtiger Hebel, um Fachkräfte zu gewinnen und nachhaltig für Wolfsburg zu begeistern. Darauf zählt zum Beispiel die geplante Quartiersentwicklung am Nordkopf ein, wofür wir das Projektmanagement Office gestalten. Mit einem Mix aus Freizeit-, Gastro- und Einzelhandelsangeboten sowie modernen Arbeitsumgebungen soll das Quartier bei Bürgern, aber auch Pendlern punkten. Zweitens geht es um das Sichtbarmachen von Innovationen, gerade bei dem für Wolfsburg prägenden Thema Mobilität, um mehr Strahlkraft zu entwickeln. Ein dritter Aspekt ist, jungen Generationen attraktive Perspektiven bei Arbeitgebern aufzuzeigen. Neben den etablierten Namen bietet die Diversifizierung des Standorts mit mittelständischen Unternehmen und Start-ups breite Karrierechancen. Grundlage ist ein abgestimmtes arbeitsmarktpolitisches Konzept, das heißt die genaue Kenntnis der Bedarfe, um passgenaue Lösungen anzubieten. Daran arbeiten wir eng mit den verschiedenen Partnern aus Wolfsburg.

Sie haben es schon angesprochen: Für die Bewältigung gesamtgesellschaftlicher Herausforderungen braucht es den Rückhalt vieler Interessengruppen. Welche Rolle spielt die Wolfsburg AG hier als Moderator?

» **Krause:** Als Private-Public-Partnership besetzt die Wolfsburg AG die Schnittstelle zwischen Wirtschaft und öffentlicher Hand. Das ist eine für viele Vorhaben „neutrale“ und daher ausgezeichnete Plattform, wenn es um die Moderation von Interessen und der Zusammenarbeit mehrerer Player geht. Da steckt eine Menge „Übersetzungsarbeit“ drin, die wir über die Jahre verinnerlicht und in eine intensive und erfolgrei-

che Partnerschaft überführt haben. Außerdem bringen wir unsere Expertise zu Konzeptentwicklung, Projektmanagement und Geschäftsmodellen ein, sei es bei der Beratung von Unternehmen, als Dienstleister oder für eigene Vorhaben. Um das mit einer Zahl zu belegen: Wir haben inzwischen über 700 Unternehmensgründungen und -ansiedlungen begleitet.

» **Guggemoos Mulfinger:** Wolfsburg soll auch künftig für Modernität und Fortschritt stehen. Das heißt, dass es weiterhin Innovationen „Made in Wolfsburg“ geben muss. Auch dafür gestaltet die Wolfsburg AG den Austausch mit, ob auf Europas größter Immobilienmesse Expo Real oder der Internationalen Zuliefererbörse, die im Oktober zum zwölften Mal ein Schaufenster für neue Entwicklungen der Automotive-Branche bietet. Darüber hinaus entwickeln wir die Initiative #WolfsburgDigital weiter, betreiben ein Forschungsparkhaus für autonomes Parken und sind nach wie vor Ansprechpartner für ansiedlungsinteressierte Unternehmen. Kurzum, der Dialog ist – auch über Stadtgrenzen hinweg – enorm wichtig, wenn gemeinsame Ziele in konkrete Maßnahmen münden sollen. In diesem Sinne beteiligen wir uns aktiv an der Regionalentwicklungsgesellschaft „Allianz für die Region“, um den Auftritt und die Integrationsleistung des Standorts zu stärken.

Herr Guggemoos Mulfinger, Sie kommen von Volkswagen, was sehen Sie als Stärke der Wolfsburg AG und warum engagiert sich VW auch künftig so stark in der Standortentwicklung?

» **Guggemoos Mulfinger:** Wir alle wissen, dass Volkswagen den Standort Wolfsburg auf einzigartige Weise prägt. Und Volkswagen ist sich durchaus bewusst, dass dies auch eine gewisse Verantwortung für den Standort bedeutet, die nicht am Werkstor endet. Dieses Bekenntnis füllt der Konzern beispielsweise über sein Engagement in der Wolfsburg AG mit Leben. Davon zeugen zahlreiche Initiativen und Projekte wie die in

unserer Trägerschaft befindliche Neue Schule oder die Beteiligung am geplanten Universitätscampus. Sie alle stärken die Anziehungskraft des Standorts für Arbeitnehmer und Arbeitgeber etwa in Zukunftsbereichen wie Künstliche Intelligenz oder Circular Economy. Auf dem InnovationsCampus der Wolfsburg AG können wir Interessierten dann wiederum ein erstes oder dauerhaftes „Business-Zuhause“ anbieten.

Herr Krause, Sie sind seit 2007 im Vorstand mit am Steuer. Was ist für Sie eine der Stories, auf die Sie am liebsten zurückblicken?

» **Krause:** Lassen Sie mich zwei nennen: Eine ist sicherlich die Initiative zur Entwicklung des Allerparks, wo die Wolfsburg AG mit der Volkswagen Arena 2002 einen wichtigen Ankerpunkt setzte. Damals war es für den Verbleib des VfL Wolfsburg in der Ersten Bundesliga entscheidend, innerhalb kurzer Zeit eine bundesligataugliche Spielstätte zu bauen. Hinzu kamen binnen relativ weniger Jahre Attraktionen wie der Wakepark, das AOK Stadion, ein Hotel und das jüngst umgestaltete Bowling-Center. Das zweite Thema ist die TaskForce Verkehr, die wir koordiniert haben. Bis zu ihrem Abschluss Anfang des Jahres hat sie alleine bei den großen Infrastrukturvorhaben für Straße, Schiene und Binnenwasserkanäle Maßnahmen von rund 2 Milliarden Euro auf Bundes- und Landesebene für den Standort Wolfsburg initiiert. Das 2. Gleis der Weddeler Schleife ist mittlerweile im Betrieb. Der Allerpark und die Verkehrsprojekte sind für mich echte Highlights, weil sie zeigen, dass große Pläne Wirklichkeit werden, wenn wir sie mit Mut und Weitsicht gemeinsam konsequent verfolgen. Diese Tatkraft wünsche ich mir für den Wirtschaftsstandort auch für die Zukunft. †

www.wolfsburg-ag.com

MEILENSTEINE FÜR WOLFSBURG

1998 BIS 2024

- **1998** Geschenk Konzept AutoVision an die Stadt Wolfsburg
- **2001** Einweihung InnovationsCampus und Arena auf dem Forum AutoVision
- **2002** Einweihung Volkswagen Arena
- **2003** Ziel „Halbierung der Arbeitslosigkeit“ erreicht
- **2005** 250. Unternehmensgründung gefördert
- **2006** Fertigstellung MobileLifeCampus und Neugestaltung des Freizeit- und Erholungsareals Allerpark
- **2007** Eröffnung designer outlets wolfsburg (dow) & SoccaFive Arena
- **2008** Eröffnung Jobcenter mit 6 Partnern des Arbeitsmarkts
- **2011** Eröffnung der Modellwohnung +raum (bis 2018)
- **2012** Gründung TaskForce Verkehr unter Koordination der Wolfsburg AG und Eröffnung der e-Mobility-Station
- **2015** Eröffnung AOK Stadion im Allerpark
- **2017** Einrichtung Forschungsparkhaus auf dem Forum AutoVision & 10. Beteiligung der IBG Wolfsburg an einem Start-up 2018
- **2019 - 2021** Projektmanagement für 5 IONITY-Schnellladeparks in Wolfsburg
- **2023** 1. IZB ZOOM IN – Schwerpunkt „Nachhaltige Materialien“
- **2024** Erfolgreicher Abschluss der TaskForce Verkehr & Eröffnung des 2. Gleises der Weddeler Schleife



© Wolfsburg AG

ZUM KONZERN WOLFSBURG AG GEHÖREN:



AutoVision – Der Personaldienstleister GmbH & Co. OHG: Deutschlandweit tätiger Personaldienstleister zur Vermittlung von Fach- und Führungskräften
www.der-personaldienstleister.com



Innovations- und Beteiligungsgesellschaft Wolfsburg mbH: Frühphaseninvestor für Start-ups aus den Branchen Mobilitätslösungen, Wassertechnologien und Dienstleistungen
www.ibg-wolfsburg.de



Neue Schule Wolfsburg

Neue Schule Wolfsburg gGmbH: Trägerin der international ausgerichteten, staatlich anerkannten Grund- und Integrierte Gesamtschule Neue Schule Wolfsburg
www.neue-schule-wolfsburg.de

Die Wolfsburg AG hält außerdem Beteiligungen an:



Wolfsburger EnergieAgentur

Wolfsburger EnergieAgentur GmbH: unabhängiger Berater zu Energieeinspar- und -effizienzmaßnahmen
www.energieagentur-wolfsburg.de



Allianz für die Region GmbH: Public-Private-Partnership zur Strukturentwicklung in der Region Braunschweig-Wolfsburg
www.allianz-fuer-die-region.de

REGIONALES NETZWERK FÜR MARKETING-FACHLEUTE

Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg erweitert sich

Als Berufsverband ist der Marketing-Club Treffpunkt der Verantwortlichen für Marketing in der jeweiligen Wirtschaftsregion. Seit 1985 besteht der Marketing-Club Braunschweig e. V. und veranstaltet seither Fachgespräche, Vorträge oder Diskussionen beim „Marketing vor Ort“ sowie Kooperationsveranstaltungen mit anderen Institutionen. Zudem fördert der Verein Initiativen zur Verbesserung des regionalen Images und startet eigene Projekte, wie beispielsweise mit der Verleihung des „Marketing-Löwen“, einem Preis für herausragende Marketing-Leistungen, der seit mehr als einem Jahrzehnt Fachexpertise der Region auszeichnet.

Zukünftig will sich der Club in Richtung Wolfsburg erweitern. „Ab und zu waren

wir bereits mal in Wolfsburg und Umgebung aktiv. Die Stadt steckt voller Potenziale, sodass wir hier unsere Aktivitäten weiter stärken wollen und uns auch auf die Umbenennung in Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg fokussieren“, erklärt Präsident Christian Bach. Impulsgeber für die Erweiterung des Vereins war Andreas Ihrig, der als neu gewählter Sondervorstand für Wolfsburg nun die Aufgabe innehat, den Club verstärkt in Wolfsburg zu etablieren. Auf seine Initiative fand zum Kick-off Ende Februar ein „Marketing vor Ort“ mit rund 40 Mitgliedern bei der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) statt. Dabei gab die WMG einen Einblick in die Themen des Stadtmarketings und stellte die Imageanalyse sowie die Erlebnismarke „Wolfsburg erleben“ vor.



© Philipp Ziebart

Perspektivisch sollen mehr Aktionen und Veranstaltungen in Wolfsburg stattfinden. „Jeder ist herzlich willkommen, mal bei unseren Treffen vorbeizuschauen. Wir freuen uns stets über neue Impulse und Kontakte, um Know-how und Erfahrungen auszutauschen“, betont Bach. +

Kontakt

Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg e. V.

E-Mail: info@marketingclub-bs.de
www.marketingclub-bs.de

LEBENS LANGES LERNEN

Die richtige Adresse bei Mitarbeiter- schulungen: Qualidy erobert Wolfsburg

Bei „Qualidy“ handelt es sich nicht um einen Schreibfehler, der Firmenname setzt sich aus Quality und Study zusammen; das D ist dabei auch ein Verweis auf die Vornamen der beiden Gründer: Daniel Schmidt und Daniel Nergiz haben Qualidy im Oktober 2019 ins Leben gerufen. Beide kommen aus der Weiterbildungsbranche und haben sich über diverse Kunden und Partner kennengelernt. Gemeinsam mit hoch engagierten Dozierenden, Projektleitern und Koordinatoren bieten sie nun maßgeschneiderte Bildungsangebote und IT-Schulungen für Unternehmen an. Der Hauptsitz befindet sich in Paderborn, doch auch in Wolfsburg sind die Mitarbeiter aktiv. Im Gespräch verrät Geschäftsführer Daniel Schmidt mehr.

Herr Schmidt, wie sehen Ihre Kerngeschäftsfelder aus?

» Unser Kerngeschäft ist die Weiterbildung von Mitarbeitern für kleine und mittlere Unternehmen oder Konzerne. Das geht von der eintägigen Schulung bis hin zu einer zweijährigen Transformation, wie Volkswagen sie gerade durchführt. Unser größter Wettbewerbsvorteil ist, dass wir nur wenige Schulungen von der Stange anbieten. Jeder unserer Kurse wird auf Wunsch des Kunden so gestaltet, wie er es gerne möchte.

Welche Kunden wenden sich an Sie und was könnte ein Beispiel für ein entsprechendes Anliegen sein?

» Wir haben unter anderem Kunden in der Elektrotechnik,

die ihre Mitarbeiter jährlich zertifizieren müssen. Dann haben wir noch viele Bundesanstalten und Ministerien, für die wir klassische Softwareschulungen durchführen. Dann gibt es Kunden, die ihre Mitarbeiter transformieren müssen, weil sich die Automobilbranche eben verändert.

Welche Rolle spielt KI bei Ihrer Arbeit?

» KI spielt eine große Rolle. Unsere Module in Data Science beinhalten zum Beispiel einige Kapitel zu den Themen Spracherkennung und Machine Learning. Wir sehen das Thema KI als große Chance, noch effizienter zu sein. +

© Thomas Koschel Fotografiker



JÜNGSTER UNTERNEHMER DER STADT



© WMC Wolfsburg

Der Teenager Pablo Marrazza aus Wolfsburg betreibt unter dem Namen „Pablocreation“ sein eigenes erfolgreiches Kreativ-Start-up

Augenzwinkern. Auch das Marketing übernimmt der gebürtige Wolfsburger mithilfe der Möglichkeiten von Social-Media-Accounts weitgehend selbst: Sein TikTok-Auftritt fasst mittlerweile beachtliche 50.000 Followers.

Früh übt sich, so das Sprichwort, das für den erst 14-jährigen Pablo Marrazza passt wie auf den Leib geschnitten. Der Wolfsburger ist der Kopf seines eigenen Unternehmens, für das er Schmuckstücke designt, herstellt und vertreibt – und das mit respektablem Erfolg! Während der Coronapandemie kam dem Schüler die Idee: Auf Social Media verfolgte er den Werdegang anderer, die sich mit eigenen Ideen selbstständig machten und fasste den Wunsch, selbiges zu tun. Nachdem er zunächst im Freundeskreis seine

Produkte erfolgreich vermarktet hatte, folgte schließlich – unterstützt von seinen Eltern – die Gründung eines eigenen Gewerbes. Inzwischen betreibt Pablo einen eigenen Onlineshop für selbst hergestellte Ohrringe, bedruckte Tassen, Gym-Shaker, Thermosflaschen und Weiteres. Auch für die Kunden personalisierte Designs setzt Pablo um; mittlerweile kooperiert seine Marke bereits mit verschiedenen Firmen. „Ich habe den außergewöhnlichsten Shop Deutschlands“, so der Jungunternehmer selbst mit einem

DAS VORBILD PABLO

Die Geschichte Pablos ist in vielerlei Hinsicht erkenntnisreich. Zum einen: Social-Media-Inputs können sinnstiftende Impulse geben und Unternehmergeist entfachen. Gleichzeitig fungieren Plattformen wie TikTok oder Instagram als Gradmesser für Trends, Tool zur Zielgruppenanalyse sowie als Marketinginstrument. Das Universalwerkzeug, das ein Smartphone zweifellos ist, ist richtig eingesetzt, also definitiv ein Katalysator guter Ideen. Außerdem: Pablo zeigt auf, dass man auch in jungen Jahren



Zuhause erstellt Pablo seine Produkte in Handarbeit. © Stadt Wolfsburg

schon eine Menge Handlungsspielräume erschließen kann: Vor dem Familiengericht erstreitet der Teenager die Genehmigung zur Gewerbegründung. Die Dauer des Prozesses von über einem halben Jahr sei zwar langwierig gewesen; gleichzeitig loben Pablo und seine ihn unterstützenden Eltern die Initiative der Stadt Wolfsburg, die die Gründungsabsicht beratend unterstützte. Rückwirkend würde er diesen Weg immer wieder gehen, so Pablo Marrazza. Die Auseinandersetzung mit den behördlichen Schnittstellen habe seine Kommunikation und sein Selbstbewusstsein gestärkt. Pablo skizziert mit seinem Weg also eine Art Blaupause für andere junge Menschen, für die das Unternehmertum reizvoll erscheint.

SUPPORT VOR ORT

Das YOUCAMP, eine Veranstaltungsreihe des Gründungsnetzwerks Wolfsburg, bietet jährlich interessierten Schülerinnen und Schülern der 10. bis 13. Klasse über zehn Tage handfeste Betreuung und ein Umfeld zur Ausarbeitung ihrer Businessideen. Nach Pablos erfolgreicher Teilnahme am YOUCAMP im Sommer 2023 ging der jüngste Unternehmer Wolfsburgs in den vergangenen Osterferien bereits weitere Schritte nach vorn und eröffnete einen Pop-up-Store in der Wolfsburger Innenstadt, an der Porschestraße 64b. Die

Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) vermittelte den Kontakt für diese temporäre Zwischennutzung im Bereich der zukünftigen BRAWO Arkaden. Pablo nutzte bereits im letzten Jahr den Wolfsburger Weihnachtsmarkt, um wichtige Erfahrungen im direkten Vertrieb seiner Produkte und im Kundendialog zu sammeln. Diese Erfahrungen konnte er nun im Pop-up-Store weiter ausbauen. Seine Geräte und Ausgangsstoffe, unter anderem für das Gießen seiner Ohrring-Anhänger und zum Bedrucken von Tassen und Textilien hat der Alleinunternehmer dafür von Zuhause mit in den Shop gebracht und konnte direkt vor den Augen der Kundschaft sein Schaffen präsentieren. Der Pop-up-Store war ein voller Erfolg, einige seiner Produkte waren bereits schnell ausverkauft. Für 2024 plant Pablo erneut die Teilnahme am YOUCAMP, das vom 24. Juni bis zum 5. Juli stattfinden wird, um weiter an seinem Unternehmen zu arbeiten. „Das YOUCAMP hat mir in allen Hinsichten weitergeholfen“, resümiert der Jugendliche. „Ich habe viel gelernt, zum Beispiel wie man mit Leuten im Business-Bereich umgeht, habe viele neue Leute kennengelernt, die so denken wie ich. Dadurch konnte ich mich super vernetzen, was mir jetzt viel für mein Unternehmen bringt, zum Beispiel mit der Stadt Wolfsburg, der WMG oder der IHK“, ergänzt Pablo.

Das alles packt Pablo übrigens noch neben der Schule, die der kreative Verkäufer nicht vernachlässigen will. Die Weichen für die Zeit danach sind jedenfalls durch seine Betätigung schon mal gestellt, wie er verrät: „Ich werde nach der 10. Klasse wahrscheinlich eine Ausbildung im E-Commerce machen. Wenn ich die Ausbildung habe und es Pablocreation noch gibt, fokussiere ich mich nach der Ausbildung auf mein Unternehmen.“ +



Nadine Wolters (rechts) aus dem Team der Wirtschaftsförderung der WMG im Pop-up-Store von Pablo Marrazza

© WMG Wolfsburg

GASTRONOMIE IM WANDEL

Stützen sich Gastronomie und Innenstädte gegenseitig?



© Ирина-stock.adobe.com

Die Gastronomie hat durch die Coronapandemie einen schweren Schlag erlitten. Wie es mittlerweile um die Branche steht, haben wir den Professor für Humangeographie der Universität Osnabrück, Martin Franz, gefragt. Er erforscht, wie große gesellschaftliche und wirtschaftliche Umbrüche – zum Beispiel der wirtschaftliche Strukturwandel, die Digitalisierung, Globalisierungsprozesse und Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit – Menschen, Unternehmen und Institutionen beeinflussen. Im Mai war Martin Franz

beim Innenstadt-Dialog der WMG in Wolfsburg zu Gast.

Wie haben sich die Erwartungen und Vorlieben der Gäste in den letzten Jahren verändert und wie passen Gastronomiebetriebe ihre Angebote und Konzepte an diese neuen Anforderungen an?

» Das Publikum von Gastronomiebetrieben hat zunehmende Ansprüche an Angebotsbreite, -tiefe und -qualität. Betriebe, die in den 1990er-Jahren noch mit einem Angebot aus zwei Biersorten, zwei Weinen und ein paar

Softdrinks auskamen, bieten heute acht Sorten Bier, sechs Weine und eine Cocktail- und Longdrink-Karte. Wo sich früher Kneipen auf den Ausschank von Getränken konzentrierten, müssen sie heute auch Speisen anbieten. Restaurants haben vegetarische und vegane Speisen in das Angebot aufgenommen. Auch die Anforderungen an Platzangebot und Raumgestaltung haben sich verändert. In einer Kneipe durfte es früher ruhig eng und voll sein – heute drehen viele am Eingang wieder um, wenn sie sehen, dass es keinen Sitz-

platz mehr gibt. Viele Betriebe haben eher einen Cafécharakter bekommen – mit Loungemöbeln und viel Platz. Insgesamt sind die Anforderungen an die Unternehmen erheblich gewachsen. Viele Unternehmen, die sich nicht anpassen konnten – zum Beispiel, weil ihre Küche oder ihre Betriebsfläche insgesamt zu klein war – oder wollten, haben aufgegeben.

Nachhaltigkeit ist ein zunehmend wichtiges Thema, auch im Bereich der Ernährung. Wie sehen Sie die Umsetzung von nachhaltigen Praktiken in der Gastronomie und welche Herausforderungen gibt es dabei?

» Unsere Befragungen zeigen, dass die Energiekrise vielfach zu nachhaltigeren Praktiken geführt hat, weil Betriebe energieeffizienter wurden. Beim Angebot der Speisen und Getränke hat sich nur bei einem Teil der Konsumierenden die Nachfrage geändert: Es gibt Konsumierende, die gezielt nach nachhaltigen Angeboten suchen und auf die sich manche Betriebskonzepte spezialisiert haben. Gleichzeitig gibt es aber auch große Bereiche der Gastronomie, in denen das Thema Nachhaltigkeit noch kaum bespielt wird und die trotzdem ausreichend Publikum finden. Ohne vegetarisches und veganes Angebot wird es aber in Zukunft kaum noch gehen: Fleischfreie Ernährung ist im Mainstream angekommen. Die Notwendigkeit, diese Nachfrage zu erfüllen, stellt sicher viele Betriebe vor Herausforderungen.

Inwiefern hat Corona die Branche langfristig verändert?

» Schon vor der Pandemie unterlag die Gastronomie einem stetigen Wandel, den nicht alle Betriebe mitgehen konnten. Gastronomie ist vielfach aus der Fläche verschwunden und hat sich an zentralen Standorten konzentriert. Die getränkeorientierte Gastronomie hat vorher schon an Bedeutung verloren, die Systemgastronomie an Bedeutung gewonnen. Covid-19 hat als Katalysator für diese Entwicklungen gewirkt. Viele Betriebe sahen sich

während der Pandemie und auch jetzt noch in ihrer Existenz bedroht. Unsere Untersuchungen zeigen aber auch: Es gibt einen großen Teil der Betriebe, die sogar gestärkt aus den Krisen der letzten Jahre hervorgegangen sind. Es ist besonders spannend, der Frage nachzugehen, warum das so ist.

Warum ist die Gastronomie so wichtig für die Innenstädte?

» Gastronomie ist für das Image und die Attraktivität von Städten zentral. Insbesondere in Zeiten, in denen der stationäre Einzelhandel an Bedeutung für die Entscheidung zum Besuch einer Stadt oder eines Quartiers an Bedeutung verliert, steigt die diesbezügliche relative Bedeutung der Gastronomie. Gaststätten und insbesondere Außengastronomie kann die – im Zusammenhang mit der Attraktivität von Innenstädten viel beschworene – Aufenthaltsqualität steigern.

Sie waren am 15. Mai zu Gast beim Innenstadtdialog der WMG. Wie wichtig ist dieser Austausch unter den einzelnen Akteuren?

» Sehr wichtig. In der Vergangenheit ist vielerorts das Gespräch mit der Gastronomiebranche vernachlässigt worden. Unsere Untersuchungen zeigen auch, dass Betriebe, die im Austausch mit anderen Betrieben, aber auch mit den Kommunen stehen, bes-

ser durch die Krise gekommen sind. Austausch ist die Grundlage für ein Lernen voneinander, ein gegenseitiges Verstehen und die Entwicklung von innovativen Lösungen.

Viele Innenstädte stehen vor Herausforderungen wie hohe Mieten oder Konkurrenz durch Lieferdienste. Wie können Gastronomen in diesem Umfeld einen Mehrwert schaffen, der Kunden dazu bewegt, persönlich zu erscheinen?

» Da gibt es sicherlich nicht die eine Lösung für alle. Manchmal ist es die Aufenthaltsqualität, manchmal die Qualität der Speisen, ein anderes Mal einfach die Persönlichkeit des Wirts oder der Wirtin – im Idealfall kommt alles zusammen. Grundsätzlich braucht der gute Gastronomiebetrieb eigentlich die Innenstadt nicht, aber die Innenstadt braucht ihn.

Wie lautet Ihre Prognose für die städtische Gastronomie?

» Die Bedeutung der städtischen Gastronomie für die Innenstadtentwicklung wird weiter zunehmen. Dabei ist die Gastronomie aber nicht das Allheilmittel für schwächelnde Innenstädte. Kommunen sollten versuchen, Einfluss auf die Gastronomieentwicklung zu nehmen, damit die Potenziale genutzt werden können. Ideen und Konzepte dazu sind bereits vorhanden. +



BIKE-LEASING LEICHT GEMACHT

E-Bike Kasten erfährt wachsenden Trend: Immer mehr Menschen steigen aufs (E-)Rad

Es gibt viele Arten, um zur Arbeit zu kommen – mit dem Auto, der Bahn, dem Bus oder dem Fahrrad. Wer bei Letzterem an Gegenwind, schmerzende Beine und Schweißperlen auf der Stirn denkt, kann sich beruhigen, denn dank E-Bike-Leasing wird der Arbeitsweg zum Kinderspiel. Das Beste: Das Leasing funktioniert ganz bequem über den Arbeitgeber. Immer mehr Firmen in Wolfsburg nutzen dieses Modell bereits und stellen ihren Mitarbeitenden ein Elektrorad zur Verfügung. E-Bike Kasten hat sich dem Trend angeschlossen und ist erster Ansprechpartner in der Region.

Seit 2015 berät das Team von E-Bike Kasten seine Kunden an den Standorten in Wolfsburg, Braunschweig und Goslar umfänglich rund um E-Bikes und ihre Funktionsweise. In den letzten Jahren hat sich das Unternehmen

zum größten E-Bike-Händler der Region entwickelt. Ein wichtiger Meilenstein war auch der Umzug des Fachgeschäfts innerhalb Wolfsburgs Anfang 2023. Auf 1.300 Quadratmetern finden Kunden nun eine Vielfalt der neuesten Modelle von E-Bike-Premium-Modellen. Das umfassende Sortiment hat den Vorteil, dass jeder Kunde das E-Bike seinen persönlichen Bedürfnissen entsprechend auswählen kann.

RAUF AUF DEN SATTEL

Besonders im Fokus der ausführlichen Beratungen stehen aktuell auch die verschiedenen Möglichkeiten des Dienstrad-Leasings. Das bedeutet: Arbeitnehmer haben die Möglichkeit, über ihre Arbeitsstelle – sofern diese das Modell anbietet – ein E-Bike zu leasen. Die jeweilige Rate wird dabei direkt mit dem Gehalt verrechnet, bürokratischer Aufwand fällt also nicht an. Was dagegen

auf jeden Fall zu verzeichnen ist, sind die Vorteile, die sich für beide Seiten ergeben. Arbeitnehmer fördern durch die täglichen Fahrten ihre Gesundheit und gleichzeitig leisten sie einen großen Beitrag zum Umweltschutz. Für Arbeitgeber kann sich ein finanzieller Nutzen ergeben, wenn die Leasing- und Versicherungsraten als Betriebsausgaben abgesetzt werden.

Guido Kasten, Inhaber von E-Bike Kasten, erklärt: „Von den Arbeitgebern bekommen wir regelmäßig das Feedback, dass das Fahrrad-Leasing nicht nur ein attraktives Benefit für Mitarbeitende ist, sondern auch das Unternehmensimage und die Mitarbeiterbindung fördert.“ Die Nachfrage nach dem Leasing-Modell über den Arbeitgeber sei aktuell extrem hoch. „Im März machte das Leasing bereits über 80 Prozent der verkauften Bikes aus unserer Filiale in Wolfsburg aus. Vor allem wenn das Wetter schön ist, ist das Interesse für ein neues E-Bike groß. Getreu unserem Motto ‚Komm vorbeik‘ ist jeder eingeladen, sich einmal in unserem Brand-Store umzuschauen und beraten zu lassen“, sagt Guido Kasten dazu.

Über das Leasing-Modell können neben dem E-Bike auch Fahrrad-Accessoires wie Schloss und Sattel erworben werden. Abgerundet wird das Portfolio von E-Bike Kasten mit einem professionellen Werkstattservice. +

Kontakt

E-Bike Kasten BRAND STORE
Berliner Ring 12-14
38440 Wolfsburg
www.ebike-kasten.de



SPITZENSPORT ON ICE



© City-Press GmbH

Wolfsburgs EisArena am Allerpark – Die Adresse in der Region für erstklassiges Eishockey national wie international

Die Grizzlys Wolfsburg sind seit der Saison 2007/08 eine feste Größe im deutschen Profi-Eishockey und auch für internationale Spiele ist die EisArena jüngst wieder Spielstätte geworden. Das WM-Vorbereitungsspiel Deutschland gegen Frankreich am 4. Mai endete zwar aus sportlicher Sicht unglücklich, für das DEB-Team mit einer 3:5-Niederlage, zeigt jedoch, welche schwergewichtigen Sportevents in Wolfsburg umgesetzt werden, auch abseits von den Fußballabteilungen der Frauen und Männer des VfL. Das begeisternde Spiel sahen 4.503 Zuschauer in der ausverkauften EisArena. Bereits vorab lobten beide Länderabordnungen die Organisatoren der Grizzlys Wolfsburg. Der DEB-Tross residierte bereits seit dem 1. Mai in der Stadt und bereitete sich mit seinem Kader auf die letzten Tests vor. „Es war ein tolles Event! Großes Lob an unsere gesamte Geschäftsstelle und alle Helfer für die hervorragende Organisation“, sagte Grizzlys Sportdirektor und Geschäftsführer Charly Fliegau nach der Partie. Positive Rückmeldungen kamen auch von den Franzosen, die bereits einen Tag vor dem DEB-Team in Wolfsburg ankamen und dort ihr Trainingslager aufschlugen.

DEB-TEAM SIEGT IM WIEDERHOLUNGSDUELL

Die sportliche Revanche gegen Frankreich zwei Tage später am 6. Mai im sächsischen Weißwasser fand übrigens den aus deutscher Sicht versöhnlichen Ausgang eines 4:3-Test-

spielsieges. Spätestens seit Erringen der WM-Silbermedaille im vergangenen Jahr gewinnt der Sport mehr und mehr an Popularität. Drei Spieler in den Reihen der deutschen Auswahl spielen ihrerseits in der nordamerikanischen Profiligen NHL, der Top-Adresse für Vorzeigesportler weltweit.

TOP-NIVEAU AUCH IN SACHEN INFRASTRUKTUR

Die Professionalisierung des Sports zeigt sich auch am Beispiel der Grizzlys und ihrer Spielstätte. Planmäßig zum September 2006 wurde der ehemalige Wolfsburger Eispalast zur neuen EisArena umgestaltet, die den Standards der Deutschen Eishockey-Liga (DEL) für den Ligaspielbetrieb gerecht wird. Die Stadtwerke Wolfsburg AG investierte in das Projekt, während die Stadt Wolfsburg den Betrieb übernahm. Die EisArena bietet Platz für 4.500 Besucher, darunter etwa 3.000 Sitzplätze, von denen 300 im VIP-Bereich liegen. Es gibt auch rund 1.500 Stehplätze sowie acht Rollstuhlplätze hinter dem Familienblock. Der VIP-Bereich erstreckt sich über 300 Quadratmeter, wobei der Fan-Treff eine Fläche von 80 Quadratmetern umfasst. Während der Wolfsburg-Spiele sind fünf Kioske und der Fan-Treff geöffnet. Die Eisfläche misst 30 Meter in der Breite und 60 Meter in der Länge. Auch außerhalb des Eishockeybetriebs öffnet das Stadion für Gäste seine Pforten, die auf der Eisbahn im Herbst und Winter Schlittschuh laufen können. +



© Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg

Wirtschaftsjunioren vernetzen die junge Wirtschaft

Regelmäßig veranstalten die Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg e. V. verschiedene Events für junge Unternehmer und Führungskräfte der Region. Zuletzt gab es u. a. eine Betriebsbesichtigung bei Schnellecke und der Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg sowie einen Workshop zum Thema Public Speaking. Besonderes Highlight in jedem Jahr: die Hanseraumkonferenz.



© Sparkasse Celle Gifhorn Wolfsburg Foto Helmut Krein



© Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg



© Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg

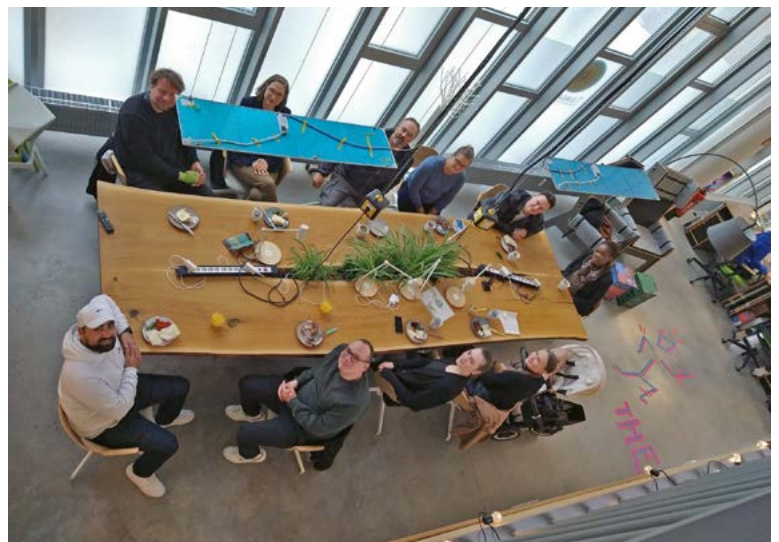


© Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg

GRÜNDERFRÜHSTÜCK #STARTRAMPE

Frühstücken im Netzwerkmodus – das ist die Idee der #Startrampe, die Ende April im Schiller40 Coworking Space in der Markthalle stattfand. Alle zwei Monate kommen am letzten Donnerstag des Monats Gründer, Start-ups und Gründungsinteressierte aus der Region zum Gründerfrühstück zusammen.

Organisiert wird das Veranstaltungsformat von der Digitalen Mutterbodenagentur (DMA), einem partnerschaftlichen Zusammenschluss verschiedener Wolfsburger Institutionen.



© DMA



WOLFSBURG WOMEN CONNECT

„Vernetzen, empowern, inspirieren“ – so das Motto des Netzwerkabends für rund 350 weibliche Führungskräfte und Entscheidungsrinnen aus der Region, den das Convention Bureau der WMG in Kooperation mit dem Cinemaxx am 10. April erstmalig veranstaltete. Keynotes zu den Themen Finanzplanung und dem Gender Data Gap sowie ein Podiumstark mit Daniela Cavallo, Brigitte Huber, Sandra Enskat, Lisa Schmitz und Moderatorin Victoria Reichelt rundeten das Programm ab. Mehr Impressionen gibt es hier:



© Alle: WMG Wolfsburg, Foto Nina Stiller



© IWF



© OHLF

CIRCULARITY DAYS

Auf dem MobileLifeCampus bei der Open Hybrid LabFactory veranstaltete die TU Braunschweig am 15. und 16. Mai die Circularity Days. Das zweitägige Kongressprogramm bot wissenschaftliche Keynotes und Einblicke in aktuelle Forschungsergebnisse im Themenfeld Nachhaltigkeit im Automobilbau sowie eine Start-up-Session für innovative Ideen. Mit dabei waren u. a. Thomas Schmall, Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG, Geschäftsbereich Technik, und Ulrich Grethe, CEO der Salzgitter Flachstahl GmbH.



© OHLF

STANDPUNKT+

STEPHANIE
LEVY

© Masa Yuasa

Seit Mitte Mai leitet Stephanie Levy als neue CEO die Software Engineering Schule 42 Wolfsburg. Als begeisterte Verfechterin digitaler Bildung und des lebenslangen Lernens freut sie sich, Teil dieser aufregenden Erfolgsgeschichte zu werden und die Zukunft der Tech-Education in Deutschland mitzugestalten.

» Warum die 42 Wolfsburg? Es ist die Kombination aus Innovation, Engagement und der Vision, Bildung für alle zugänglich zu machen. Alle Personen der 42 Wolfsburg, insbesondere mein Vorgänger Dr. Ralf Brunken, haben mich mit ihrem Enthusiasmus direkt angesteckt. An der Schule wird nicht nur Wissen vermittelt und rund um die Uhr gelernt, sondern es werden echte Talente entdeckt und gefördert – unabhängig von ihrem sozialen oder Bildungshintergrund. Diese einzigartige, inklusive Lernumgebung spricht mich sehr an und ich bin stolz darauf, diese globale Bewegung jetzt in Wolfsburg weiterhin mit voranzutreiben.

Wolfsburg hat als Wirtschaftsstandort bereits eine beeindruckende Entwicklung hinter sich. Denn die Stadt ist nicht nur das Zentrum der Automobilindustrie, sondern hat sich auch in den letzten Jahren zu einem wichtigen Standort für digitale Innovationen entwickelt. Das Aufkeimen von zahlreichen Lernangeboten, die Gründung des Schiller40 als Keimzelle innovativer Ideen und die progressive Denkweise der Stadt hinsichtlich der Digitalisierung möchte ich an dieser Stelle herausstellen.

Klar ist aber auch: Die Nachfrage nach qualifizierten IT-Fachkräften wächst stetig. Laut dem Branchenverband bitkom e. V. werden bis 2040 bis zu 600.000 Fachkräfte in der IT fehlen. Hier müssen wir weiterhin ansetzen und das Problem an der Wurzel bekämpfen.

In den nächsten Jahren stehen bei 42 Wolfsburg einige spannende Entwicklungen an. Mein persönliches Ziel ist es, die Software-Engineering-Schule als führende Bildungseinrichtung für digitale Kompetenzen in Norddeutschland zu etablieren. Dafür werden wir unser Kursangebot weiter ausbauen und auch unsere ersten eigenen, nur für Studierende in Wolfsburg zugänglichen Spezialisierungen anbieten.

Ein weiterer Schwerpunkt wird die Förderung von Diversität und Inklusion sein. Wir möchten sicherstellen, dass jeder und jede die Möglichkeit hat, von unserem Angebot zu profitieren, unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder finanziellen Möglichkeiten. Zusätzlich wollen wir auch den Unternehmergeist unserer Absolventen weiter schärfen.

Als neue CEO der Schule 42 Wolfsburg bin ich voller Tatendrang und Vorfreude auf die kommenden Herausforderungen. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir gemeinsam Großes erreichen können und freue mich darauf, die digitale Zukunft Wolfsburgs mitzugestalten. +



WOLFSBURG+ DIGITAL

Das Wirtschaftsmagazin Wolfsburg+ ist auch als Onlinemagazin abrufbar. Das bringt nicht nur Vorteile für die Umwelt, sondern auch für Sie als Leser. Neben den Themen der Printausgabe finden Sie im Netz auch eine Vielzahl zusätzlicher Informationen. Zudem veröffentlicht die Redaktion immer wieder interessante Neuigkeiten und Berichte zwischen den Ausgaben.

Die digitale Ausgabe des Wolfsburger Wirtschaftsmagazins finden Sie unter wolfsburgplus.de.



©warmworld, Can Yesil-stock.adobe.com

Wer sich zukünftig nur noch digital informieren möchte, darf uns gern per E-Mail informieren: wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de.

IMPRESSUM

Herausgeber



Wolfsburg Wirtschaft
und Marketing GmbH
Geschäftsführer
Jens Hofschroer

Porschestraße 26
38440 Wolfsburg
Telefon 05361 89994-12
Telefax 05361 89994-19
wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de
www.wmg-wolfsburg.de

Ausgabe 42
Juni 2024

Druck

oeding print GmbH
Erzberg 45 | 38126 Braunschweig
Jakob Burmeister

Kooperationspartner



Wolfsburg AG



WOLFSBURG
Stadt Wolfsburg

Projektkoordination

Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Wirtschaftskommunikation
Lea Kehring

Titelfoto

Holzbau Kausche

Redaktion

Lea Kehring (WMG)
Laura Schlottke
Simon Henke
Jannick Stühff
Lina Tauscher

Gestaltung

Ivonne Jeetze
Lars Wilhelm


Wolfsburg Convention Bureau

Tagungs- und Kongress-
service **für Wolfsburg**

Event. Tagung. Kongress.
Wir unterstützen Sie.
Rundum-Betreuung
nach Ihren Wünschen.

Wir sind Ihr kompetenter Ansprechpartner bei der Vorbereitung, Planung und Umsetzung Ihrer Veranstaltung. Gemeinsam mit unseren Partnern bieten wir Ihnen ein besonderes Erlebnis. Wir freuen uns darauf, Sie in Wolfsburg begrüßen zu dürfen!



 Für Sie da! 05361 89994-77