

Das Wirtschaftsmagazin für Wolfsburg · Ausgabe 43

WOLFFSBURG+

TOP-THEMA
AKTIVES ZUHÖREN
ALS ERFOLGSFAKTOR

Victoria Reichelt
im Interview

07

GEFÖRDERTE
ANMIETUNG VON
GESCHÄFTSFLÄCHEN

10

ACHT PROJEKTE FÜR
DIE INNENSTADT-
ENTWICKLUNG

24

ENTWICKLUNG DES
GEWERBEGEBIETS
HEINENKAMP WEST

*„Ein Leben ohne Freude
ist wie eine weite Reise
ohne Gasthaus.“*

Demokrit



HOTEL | RESTAURANT

Z E U S

*Täglich für Sie geöffnet
mittags: 11:30-14:00 Uhr (außer montags)
abends: 17:30-22:00 Uhr*

*Unter den Eichen 2a
38446 Wolfsburg*

05361 8938400



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Liebe Leser*innen,

es sind weiterhin bewegte Zeiten. Die weltpolitischen Ereignisse, die anstehenden Neuwahlen des Bundestages und die aktuellen Entwicklungen in der Automobilbranche machen den direkten Austausch mit der Wirtschaft wichtiger denn je. Einander zuzuhören und ein gegenseitiges Verständnis und Vertrauen zwischen Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Gesellschaft zu schaffen, ermöglicht uns, besser zu handeln und schneller zu werden.

Zuhören ist das Stichwort. Daher widmen wir uns in unserem aktuellen Top-Thema auch genau dieser wichtigen Tätigkeit. Erfahren Sie, welche Typen von Zuhörern es gibt und wie aktives Zuhören im unternehmerischen Kontext vor allem den Dialog und die gegenseitige Wertschätzung fördern und letztlich zum Erfolgsfaktor werden kann.

Wolfsburg ist ein wirtschaftsstarker Standort – das belegen auch die Ergebnisse unserer Unternehmensbefragung. Mehr dazu finden Sie hier im Magazin. Zudem war unsere Stadt zuletzt auch wieder im aktuellen Städteranking von IW Consult erfolgreich und punktete im Bereich Nachhaltigkeit.

In dieser Ausgabe informieren wir Sie – im Heft oder in unserem Online-Magazin auf wolfsburgplus.de – wie gewohnt über Menschen, Projekte und Unternehmen sowie wichtige Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Wolfsburg. Unter anderem erfahren Sie mehr über unser Entwicklungskonzept Innenstadt, die Erweiterung des Gewerbegebiets Heinenkamp West und warum jedes Unternehmen ein Feelgood-Management haben sollte.

An dieser Stelle möchte ich Sie auch herzlich einladen, unseren Weihnachtsmarkt in der Innenstadt zu besuchen. Jetzt wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen, eine schöne Weihnachtszeit und für 2025 von Herzen nur das Beste.



Ihr Jens Hofschröder,
Wirtschaftsdezernent
der Stadt Wolfsburg &
Geschäftsführer WMG



© Nina Stiller

STANDORT PLUS
4 Unternehmensbefragung zeigt Zukunftspotenziale auf

STADT+ENTWICKLUNG
6 Infrastruktur für neues digitales Parkleitsystem geht an den Start

7 Geförderte Anmietung von Geschäftsflächen

8 Nahversorgungsentwicklung im Hellwinkel

9 Audi BKK wird Ankermieterin im Medical Office

10 Acht Projekte für die Innenstadtentwicklung

MENSCHEN+UNTERNEHMEN
18 Anna Röhl feiert mit ihrem Laden Noua einjähriges Bestehen

19 Der Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg erweitert sich

20 Neue Gin-Destillerie eröffnet

21 Die Erfolgsgeschichte des Hotels und Restaurants Zeus

22 Familie Schwartzkopff erfindet Landwirtschaft für sich neu

HINWEIS ZUM GENERISCHEN 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.



© Klaus Weddi

TOP-THEMA

12 Aktives Zuhören als Erfolgsfaktor? – Führungskräfte aufgepasst

16 Die gebürtige Wolfsburgerin, Journalistin und Moderatorin Victoria Reichelt im Interview

23 Erweiterung des Superleggera

24 Entwicklung des Gewerbegebiets Heinenkamp West

26 Feelgood-Management bei ES-Tec

27 Elektro Müller und Elektro Scharf ziehen ins Gewerbegebiet Heinenkamp

SPORT+BUSINESS

28 Sport meets Umweltschutz – weniger Mikroplastik beim VfL

29 Die Wolfsburger Grizzlys auf dem Asphalt statt auf dem Eis

30 GALERIE

STANDPUNKT+

34 Michel Wedekind

VERBUNDENHEIT ZUM STANDORT

Unternehmensbefragung zeigt Zukunftspotenziale auf

© Wolfsburg von oben

Wie zufrieden sind die Unternehmen mit dem Wirtschaftsstandort Wolfsburg und den Bedingungen vor Ort? Welche Wünsche und Anregungen haben sie und vor welchen konkreten Herausforderungen stehen die Unternehmen? Diesen und weiteren Fragen ging die WMG im Herbst mit einer Unternehmensbefragung nach. Das Ziel: Erkenntnisse zur Statusanalyse des Wirtschaftsklimas am Standort und zur weiteren Maßnahmensteuerung zu gewinnen.

Von Mitte August bis Ende September 2024 hat die WMG gemeinsam mit dem Dienstleistungsunternehmen, der L.Q.M Marktforschung GmbH aus Mainz, die Unternehmensbefragung durchgeführt. Damit überschneidet sich der Befragungszeitraum mit der sehr umfassenden medialen Berichterstattung zu künftigen Umstrukturierungen im Volkswagen-Konzern und den sich daraus ergebenden

wirtschaftlichen Verunsicherungen. Methodisch wurde die Befragung vorrangig online durchgeführt. Um die Stichprobe zu erhöhen, führte das Institut L.Q.M zusätzlich Telefoninterviews durch. Mit dieser kombinierten Methodik nahmen insgesamt 146 Unternehmen an der Befragung teil. Inhaltlich fokussierte sich die Befragung u. a. auf die Zufriedenheit und Wahrnehmung des Standortes, die Bewertung der Standortfaktoren, die Zukunftserwartungen sowie die Leistungen der WMG. „Grundsätzlich bot uns die Unternehmensbefragung in Zeiten großer Verunsicherung die Chance, Feedback zu den Standortqualitäten und Impulse für weitere Schwerpunktsetzungen unserer Leistungen zu erhalten. Ein großer Dank gilt allen Unternehmen für ihre Teilnahme und Auskunftsbereitschaft“, erklärt Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschroer.

WAHRNEHMUNG DES WIRTSCHAFTSSTANDORTES WOLFSBURG

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Verunsicherung während des Befragungszeitraums bewerten die befragten Unternehmen Wolfsburg als Wirtschaftsstandort durchschnittlich. Konkret sind 16 % „sehr zufrieden“, 45 % „eher zufrieden“, 26 % „teils/teils“ und nur jeder Zehnte ist ausdrücklich unzufrieden. Doch selbst in der aktuell angespannten Situation besteht bei den Befragten eine große emotionale Verbundenheit zum Standort.

Sie nehmen Wolfsburg mehrheitlich als wirtschaftsstark und weltoffen wahr. Somit bestätigt die Unternehmensbefragung die Wolfsburger Markenidentität. „Die Assoziationen decken sich mit den Ergebnissen unserer Imageanalyse, die bereits 2022 gezeigt hat, dass Wolfsburg u. a. authentisch für Wirtschaftsstär-



ke steht“, freut sich Jens Hofschröer. Trotz kritischer Wahrnehmungen des Standortimages aufgrund der während des Befragungszeitraums als verunsichernd empfundenen Gesamtsituation zeigt sich diese nicht in Bezug auf den Begriff „wirtschafts-stark“. Dies spricht für die Resilienz dieser Zuschreibung für den Wirtschaftsstandort Wolfsburg.

STARKER STANDORT MIT ZUKUNFT

Mit Blick auf die Standortfaktoren erreicht die Stadt die meisten kommunalen Benchmarkwerte. Klar positiv bewerten die Befragten die Nähe zu den jeweils eigenen Kunden, die Tagungsmöglichkeiten vor Ort sowie die Lebensqualität am Standort. Deutliche Kritikpunkte sind die Innenstadt, das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften sowie das positive Innovationsklima. Letzteres erscheint im Hinblick auf den Befragungszeitraum wenig überraschend.

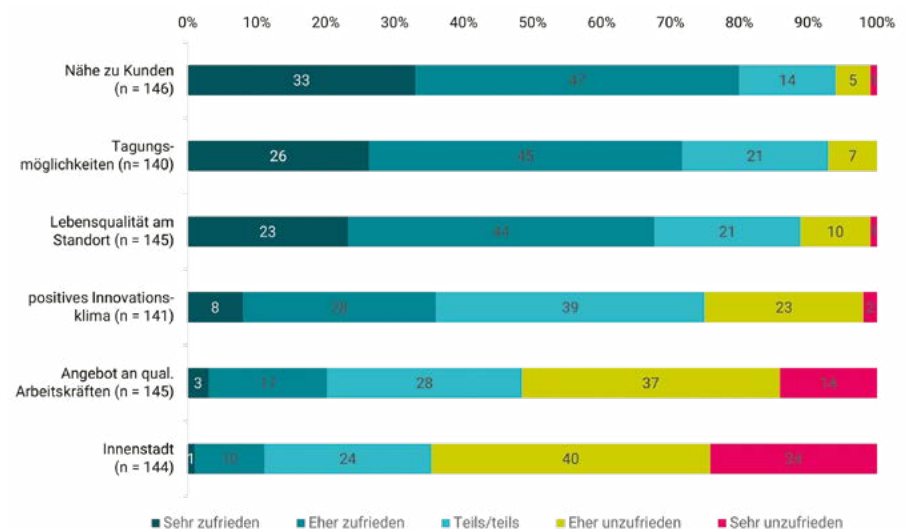
Herausfordernd sehen die Unternehmer aktuell v. a. die Rahmenbedingungen bezüglich des Fachkräfteangebots und des Flächenmarkts. Denn der Fachkräftemangel zählt bei den Unternehmen zu einer der größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren. Hierbei sind offene Stellen in knapp 2/3 der Betriebe bereits heute zu beachten. Der erwarteten Standortentwicklung sehen die Befragten v. a. im Kontext der aktuellen Situation verhalten entgegen. Dennoch berichten 16 % von der Planung einer Expansion am Standort – ein im kommunalen Benchmarking durchschnittlicher Wert. Bezüglich der Nachfrage verschiedener Flächentypen rechnen die Unternehmen tendenziell mit einem Rückgang des Bedarfs an Büroflächen. Dies deckt sich auch mit den Erkenntnissen aus dem derzeit in Erarbeitung befindlichen Büromarktbericht, der zeigt, dass Büroflächen in peripheren Lagen weniger gefragt sind und innerstädtische Lagen verstärkt fokussiert werden.

Aus den einzelnen Bewertungen lassen sich Potenziale und Maßnahmen zur weiteren Stärkung und Entwicklung des Standortes ableiten. „Die Ergebnisse bestätigen einige von uns bereits erkannte Potenziale wie beispielsweise die Förderung der Gründerszene und laufende Projekte. Zukünftig werden wir den Fokus weiter darauf richten und zur Information

der Wirtschaftsakteure die Aktivitäten stets kommunikativ begleiten“, betont Jens Hofschröer.

ERSTER ANSPRECHPARTNER DER LOKALEN WIRTSCHAFT

Die große Mehrheit, 94 %, der Befragten kennt die WMG. Vergleichsweise geringer fällt die Kenntnis des konkreten Leistungsangebots aus. Folglich besteht hier Potenzial, die Leistungen der einzelnen Bereiche Wirtschaftsförderung, Citymanagement, Marketing und Tourismus besser zu vermarkten. Im Detail wird die Erreichbarkeit von Ansprechpersonen bei der WMG sowie deren Kompetenz von den Befragten sehr gelobt. Ebenso auf einem hohen Niveau werden die Bereitstellung von Informationen und die Bearbeitungsgeschwindigkeit bewertet. Sebastian Bauer, Geschäftsführer von L.Q.M., ordnet diese positive Bewertung ein: „Im kommunalen Vergleich übertreffen alle abgefragten Leistungsaspekte der WMG die Benchmarkwerte – ein starkes Ergebnis und Beleg für die hohe Servicequalität der WMG. Für die weitere bestmögliche Betreuung der Unternehmen am Standort empfehlen wir, den eingeschlagenen Weg weiter zu verfolgen und die Gesellschaft weiterhin als ersten Ansprechpartner der lokalen Wirtschaft zu positionieren.“ +



Bewertung der Standortfaktoren © WMG Wolfsburg

INFRASTRUKTUR FÜR NEUES DIGITALES PARKLEITSYSTEM GEHT AN DEN START

EIN WEITERER SCHRITT IN RICHTUNG SMART CITY



© Stadt Wolfsburg

Nach über 20 Jahren hat die Stadt Wolfsburg das bisher verwendete Parkleitsystem außer Betrieb genommen, um stattdessen ein neues, intelligentes System einzuführen. Dies geht Hand in Hand mit Wolfsburgs Ambitionen als Smart City und stellt einen wichtigen Schritt in der Umsetzung der Smart-Mobility-Strategie dar. Das neue System zielt darauf ab, Mobilitätsinformationen zu sammeln und diese für eine verbesserte Parkraumnutzung und -verwaltung zu

verwenden. Der Umbau des Systems passiert in Kooperation mit der Initiative #WolfsburgDigital, in der die Stadt als Reallabor dient und innovative Mobilitätslösungen testet.

In Vorprojekten wie dem Testfeld Smart Parking und dem Mobilitätslabor Fallersleben hat die Stadt Wolfsburg bereits erste Erfahrungen mit digital unterstützten Mobilitätslösungen gesammelt. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für das neue digitale Parkleitsystem, das sensori-

sche und nutzungsbasierte Daten für seine Berechnungen nutzt. Die Daten werden auf einer zentralen Plattform gebündelt und stehen dort verschiedenen Diensten zur Verfügung, die sie dann wiederum für die sinnvolle Weiterentwicklung des Stadtverkehrs nutzen können. Ziel ist es, einerseits die Parkraumauslastung intern analysieren und optimieren zu können und andererseits den Bürgern und Besuchern Informationen über verfügbare Parkplätze zur Verfügung zu stellen.

EIN DIGITALER BEITRAG ZUR INNENSTADT-ENTWICKLUNG

Das digitale Parkleitsystem wird zur Weiterentwicklung der Wolfsburger Innenstadt beitragen, indem es die Anzahl und Verteilung von Stellplätzen effizienter steuert. Die Nutzung der Datenplattform erlaubt es, fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, wie viele Parkplätze tatsächlich notwendig sind, und unterstützt die Stadtverwaltung dabei, Parkraum faktenbasiert zu bewirtschaften. Dies trägt unmittelbar zum Ziel des Kompasses Innenstadt bei, die Attraktivität der Innenstadt zu steigern.

BALD GEHT'S SCHON LOS

Schon jetzt werden erste Sensoren an die sich im Aufbau befindende Datenplattform angeschlossen. Bereits Anfang 2025 sollen erste Daten auch in der Wolfsburg-App abrufbar sein, sodass Bürger in Echtzeit Informationen über freie Stellplätze erhalten und der Parksuchverkehr reduziert wird.

Ermöglicht wird das Projekt unter anderem durch eine Förderung des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen sowie die KfW. +



Stadtteilzentrum von Vorsfelde © WMG Wolfsburg, Foto: Janina Snatzke



Stadtteilzentrum von Fallersleben © Blickpunkt Fallersleben e. V.

GEFÖRDERTE ANMIETUNG VON GESCHÄFTSFLÄCHEN

UNTERNEHMER UND GRÜNDER IN FALLERSLEBEN UND VORSFELDE ERHALTEN UNTERSTÜTZUNG

Neuere Geschäftsideen und Impulse sind in den Stadtteilzentren von Fallersleben und Vorsfelde willkommen und finden Unterstützung. Im Rahmen von „Drei Zentren – ein Konzept“ und dem Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ fördert die WMG gemeinsam mit der Stadt Wolfsburg die Neuvermietung von Ladenlokalen in den Altstädten mit einem umfassenden Beratungs- und Unterstützungsangebot. Das gemeinsame Ziel ist es, die Stadtteilzentren zukunftsfest aufzustellen, Leerstände zu reduzieren und junge Gründer sowie Unternehmer zu unterstützen.

Neben einem umfassenden Beratungsangebot in Kooperation mit den lokalen Werbegemeinschaften, Blickpunkt Fallersleben e. V. und Vorsfelde-live e. V., ermöglichen die Fördermittel die Unterstützung von Ansiedlungen in den Altstadtzentren durch einen gezielten Zuschuss. Konkret deckt dieser bis zu 50 Prozent der Nettokaltmiete der ersten zwölf Monate – jedoch nur

bis zu einer Höhe von maximal 417 Euro monatlich – und gilt vor allem für Konzepte kleiner und mittlerer Unternehmen des Einzelhandels, der Gastronomie und des Dienstleistungsbereichs. Schließlich tragen sie besonders zur Bereicherung der Angebotsvielfalt in den Stadtteilzentren bei. Gewährt wird der Zuschuss für die ersten zwölf Monate des Mietverhältnisses oder ab Geschäftseröffnung und endet spätestens mit Beendigung des Förderprogramms zum 31.08.2025. Die Antragstellung hat bis maximal zwei Monate nach Beginn des Mietverhältnisses oder der Geschäftseröffnung zu erfolgen.

Seit September haben interessierte Gründer und Unternehmer die Möglichkeit, das Beratungsangebot in Anspruch zu nehmen und bei der Wirtschaftsförderung der WMG einen Antrag für den Zuschuss zu stellen. Erste Anträge sind bereits eingegangen und befinden sich derzeit in Prüfung. Nach Sichtung der eingereichten Unterlagen lädt die WMG die Antragsteller zu einem Pitch ein. „Wir freuen uns

über das große Interesse und die ersten spannenden Anträge. Weitere innovative und kreative Geschäftsideen zur Belebung und Vielfalt der beiden Stadtteilzentren sind jederzeit willkommen. Besonders erwünscht sind auch inklusive Geschäftskonzepte sowie Konzepte aus dem Freizeit- und Erlebnisbereich“, betont Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren bei der WMG.

Das Förderbudget wird zu gleichen Teilen auf Fallersleben und Vorsfelde aufgeteilt. Die Anträge werden in der Reihenfolge des Antragseingangs bearbeitet. Mit dem unterzeichneten Antragsformular sind folgende Unterlagen einzureichen:

- vollständiger und schlüssiger Businessplan inkl. Kapitalbedarfs-, Finanzierungs-, Rentabilitäts- und Liquiditätsplanung
- Mietvertragsentwurf oder abgeschlossener Mietvertrag
- unterzeichnete De-minimis-Erklärung

Bei der Erstellung der Unterlagen unterstützt das Team der WMG Wirtschaftsförderung gern. +

Weitere Informationen
finden sich hier:



Kontakt

WMG Wolfsburg | Elisa Gliesner
E-Mail: wirtschaftsfoerderung@
wmg-wolfsburg.de
Telefon: 05361 89994-61

Nahversorgungsentwicklung im Hellwinkel

PENNY SETZT AUF MARKTHALLEN-KONZEPT

Östlich des Stadtzentrums ist der Stadtteil Hellwinkel Wohn- und Lebensort für viele Menschen. Mit dem neuen Wohngebiet Hellwinkel Terrassen entsteht innerhalb des Stadtteils ein lebenswertes und zentrumsnahes Quartier. Eine wesentliche Grundlage für eine gute Wohn- und Lebensqualität in Quartieren ist die Versorgung mit Dingen des täglichen Bedarfs.

Direkt an der Reislinger Straße entsteht eine Mixed-Use-Immobilie, die im Erdgeschoss den PENNY-Markt und in den weiteren fünf Etagen 44 Wohnungen mit zwei oder drei Zimmern vorsieht. Ausreichend Stellplätze sind in der Tiefgarage vorgesehen. Die

Lukanz Architektur GmbH aus Burgwedel zeichnete die Entwürfe und von der Bauantragsstellung bis zur Fertigstellung des Gebäudes steuert die asp Projektsteuerung GmbH das Projekt. Björn Gödde, Geschäftsführer der asp Projektsteuerung und der Projektgesellschaft Wolfsburg HT A2 GmbH, erläutert: „Wir streben eine DGNB-Gold-Zertifizierung an. Dieses Nachhaltigkeitszertifikat bestätigt, dass wir höchste Standards in Sachen Umweltfreundlichkeit und Ressourcenschonung umsetzen.“

Auf einer Verkaufsfläche von ca. 830 m² plant PENNY das sogenannte Markthallen-Konzept umzusetzen. Das bedeutet, dass die klassische-

Quer-regalierung durch Regalbüchsen – zum mehrfachen Vorteil für die Kunden – ersetzt wird. Somit können sich die Kunden in den verschiedenen Themenwelten, die einem Marktplatz ähneln, schnell einen Überblick über das jeweilige Teilsortiment verschaffen und somit das benötigte Produkt aus dem bis zu 3.500 Artikeln umfassenden Sortiment finden. Darüber hinaus optimiert das Konzept die Kundenführung. Denn Kunden, die es eilig haben, können bereits in der Mitte des Marktes in Richtung der Kassen abkürzen.

Die Bauarbeiten sollen voraussichtlich im ersten Quartal 2025 starten und nach ca. zwei Jahren abgeschlossen sein. Der derzeit im nahe gelegenen Anemonenweg ansässige PENNY-Markt wird bis zur Eröffnung des beinahe doppelt so großen Marktes weiterhin geöffnet sein und sich dann entsprechend an den neuen Standort verlagern.

Das Ansiedlungsvorhaben basiert auf den Aussagen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Wolfsburg, das federführend von der WMG erarbeitet wurde. Dieses legt die Leitlinien der Entwicklung der Nahversorgung fest. Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren bei der WMG, erklärt: „Mit dem bevorstehenden Baustart des Neubaus von PENNY im Hellwinkel konnte ein wichtiger Meilenstein zur Sicherung und Entwicklung einer zeitgemäßen und zukunftsfähigen Nahversorgung in diesem Stadtteil erzielt werden.“ Die Wirtschaftsförderung der WMG steht den Projektbeteiligten von PENNY im gesamten Prozess begleitend zur Seite und vermittelt mit den zuständigen Fachabteilungen der Stadtverwaltung. +



AUDI BKK WIRD ANKER- MIETERIN IM MEDICAL OFFICE

UMZUG INNERHALB DER INNENSTADT



Modell des Medical Office © Hajuliro



Dirk Lauenstein, Vorstandsmitglied der Audi BKK, freut sich über den Umzug der Betriebskrankenkasse in das Medical Office © Ina Wobker

Seit mehreren Jahren ist die im sogenannten Mengler-Bau in der Porschestraße 1 ansässige Audi BKK auf der Suche nach neuen Räumlichkeiten. Denn wo einst der erste Elektronikfachmarkt der Stadt war, befindet sich heute der Standort der Audi BKK auf einem eher auf Handel ausgerichteten Flächenzuschnitt. Folglich bedarf es sowohl für die Kunden sowie die mehr als 170 Mitarbeitenden passender Räumlichkeiten und Flächenstrukturen.

Innerhalb kürzester Zeit konnte die Audi BKK mit der Projektgesellschaft Hajuliro einen kompetenten und zuverlässigen Partner und Investor finden, um auf einem der Grundstücke des Nordkopfquartiers Mitte den neuen Firmensitz zu errichten. Im fünfstöckigen Gebäude des Medical Office werden neben einem Kundenbereich und Büros für die Audi BKK auch Arztpraxen und Gewerbeeinheiten sein. Mit dem Umzug in den Neubau an der Heinrich-Nordhoff-Straße ergeben sich für die Krankenkasse somit deutlich verbes-

serte Rahmenbedingungen. „Es war ein glücklicher Zufall, dass wir nicht weit von unserem jetzigen Standort unter diesen Bedingungen einen neuen aufbauen können. Wir freuen uns sehr, dass wir ein aktiver Teil und Startpunkt der Quartiersentwicklung am Nordkopf sind“, betont Dirk Lauenstein, Vorstandsmitglied der Audi BKK. Für den Betrieb gehen mit dem Umzug im Frühjahr 2026 wirtschaftliche Optimierungen in mehrfacher Hinsicht einher. Im Hinblick auf mobiles Arbeiten reduziert sich die Flächengröße: von den bisherigen 3.100 m² im Mengler-Bau auf rund 2.700 m² im Medical Office, wobei 2.100 m² reine Bürofläche sind. „Damit sich unsere Mitarbeitenden an ihren Arbeitsplatz wohlfühlen, haben wir sie aktiv an der Erarbeitung des Büroraumkonzepts beteiligt. In einer Befragung konnten sie angeben, welche Anforderungen sie an die neuen Räume stellen“, berichtet Dirk Lauenstein. Zukünftig wird es u. a. moderne Arbeitsplätze nach dem Desk-Share-Prinzip geben. Zu-

dem wird das Medical Office gemäß neuestem energetischem Standard gebaut, sodass sich die Nebenkosten spürbar reduzieren werden.

Neben dem klassischen Angebot einer Krankenkasse für Privatkunden hält die Audi BKK auch spezielle Angebote für Unternehmen bereit. Dazu zählen das immer wichtiger werdende betriebliche Gesundheitsmanagement. Insbesondere die gesammelten Erfahrungen aus dem Volkswagen Konzern teilt die BKK gern mit anderen und pflegt intensive Partnerschaften, u. a. mit dem VfL Wolfsburg e. V. Zudem berät die Krankenkasse Firmen auch zu den zu beachtenden gesetzlichen Regelungen bei der Entsendung von Mitarbeitenden ins Ausland oder der Beschäftigung ausländischer Fachkräfte. Wie zufrieden die Kunden der Audi BKK sind, bestätigt die Erstplatzierung im Kundenmonitor Deutschland 2024. Dirk Lauenstein sagt dazu: „Unser Kundenservice überzeugt. Zuhören ist und bleibt unsere größte Stärke.“ +

ACHT PROJEKTE FÜR DIE INNENSTADTENTWICKLUNG

RAT BESCHLIESST ENTWICKLUNGSKONZEPT INNENSTADT



Oberbürgermeister Dennis Weilmann, Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder und Erster Stadtrat und Stadtbaurat Kai-Uwe Hirschheide freuen sich über den Beschluss des Entwicklungskonzepts Innenstadt © WMG Wolfenbüttel

Geändertes Konsumverhalten, Kaufzurückhaltung, der Einfluss des Onlinehandels und steigende Erwartungen an öffentliche Räume machen die Transformation der deutschen Innenstädte erforderlich – das belegt auch die aktuelle Deutschlandstudie Innenstadt 2024 der CIMA. Dabei bedarf es eines hohen Maßes an Kooperationen, Offenheit, Engagement, Ausdauer sowie unterschiedlichen Perspektiven und Fachkompetenzen. Schließlich wandeln sich Innenstädte immer mehr zu Erlebnisorten und sie müssen den Ansprüchen verschiedener Generationen gerecht werden. Hierbei muss jede Kommune für sich den richtigen Weg finden und die Transformation gestalten.

Wolfenbüttel begegnet dieser Entwicklung mit dem im September vom Rat der Stadt Wolfenbüttel beschlossenen Entwicklungskonzept Innenstadt. Oberbürgermeister Dennis Weilmann erklärt: „Das Entwicklungskonzept Innenstadt bietet uns einen gemeinschaftlich erarbeiteten strategischen Rahmen, um unser Ziel eines lebendigen, attraktiven, grünen und alle Generationen ansprechenden Zentrums umzusetzen.“

Die Erarbeitung des Entwicklungskonzepts Innenstadt wurde in drei Phasen gegliedert: Kompass, Regiebuch und Roadmap. Diese sollen die Innenstadt lang-, mittel- und kurzfristig weiterentwickeln. Mit dem Ent-

wicklungskonzept Innenstadt ist somit der Grundstein und Anstoß für einen nachhaltigen und resilienten Entwicklungsprozess geschaffen worden. Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder betont: „Für eine rasche, aber auch nachhaltige Aufwertung unserer Innenstadt sind gemeinsame Ziele und eine verlässliche Strategie entscheidend. Die gemeinsame Definition und Priorisierung von acht zentralen Projekten zur Entwicklung der Innenstadt bringt diese Strategie in die konkrete Umsetzung. Parallel zu den Projekten werden wir kurzfristig auch weitere konkrete Maßnahmen umsetzen, so dass unsere Innenstadt an Angebotsvielfalt, Attraktivität und Aufenthaltsqualität gewinnen wird.“

Mit der Roadmap Innenstadt definiert und priorisiert das Konzept dabei acht Projekte für die nächsten zwei Jahre. Diese Projekte setzen im Rahmen des Erarbeitungsprozesses besonders relevante Aufgabenstellungen und Handlungsempfehlungen um:

- I** Nordkopffentwicklung
- II** Förderprojekte
„Resiliente Innenstädte“
- III** Erbbaurechtsstrategie
Porschestraße
- IV** Weiterentwicklung der
innerstädtischen Wohnbestände
- V** Nutzungshandbuch Porsche-
straße inkl. Sofortmaßnahmen
- VI** Verkehrskonzept Innenstadt
- VII** Digitales Parkleitsystem
- VIII** Gründungsförderung Wirt-
schaftsstandort Innenstadt

Das Entwicklungskonzept wurde seit 2021 federführend von der WMG gemeinsam mit der Stadt Wolfsburg und dem beauftragten Büro urbanista erarbeitet und in weiten Teilen im Rahmen des niedersächsischen Sofortprogramms „Perspektive Innenstadt!“ gefördert. Die schrittweise Entwicklung erfolgte aufbauend und begleitet durch einen breiten Beteiligungsprozess mit der Öffentlichkeit, den politischen Innenstadtgremien sowie den Akteuren des Innenstadtdialogs und der Eigentümertreffen.

DAS ENTWICKLUNGSKONZEPT INNENSTADT IM ÜBERBLICK:



Der Kompass

Aufbauend auf den Erkenntnissen des Stadtchecks und einem intensiven Beteiligungsprozess bietet der Kompass Innenstadt langfristige Orientierung und Argumentationsgrundlagen für alle Innenstadtakeure in Wolfsburg. Konkret definiert der Kompass drei Teilräume, nördliche, mittlere und südliche Innenstadt, und präsentiert entsprechende Zukunftsperspektiven. Ergänzend bildet der Kompass Ziele und Aufgaben mit einer unmittelbaren Wirksamkeit in der Umsetzung von in-

nerstädtischen Vorhaben und Projekten ab. Die acht Ziele, die das Grundgerüst für die zukünftige Ausrichtung der Innenstadt bilden, fokussieren sich vor allem auf die Themenfelder Wohlfühlen, Lebendigkeit, Funktionalität, Handel, Arbeiten und Innovation, Wohnen, Klimaresistenz und nachhaltige Entwicklung der Erreichbarkeit.



Das Regiebuch

Anknüpfend an die Inhalte aus dem Kompass beinhaltet das Regiebuch eine abgeleitete Umsetzungsperspektive, erste Handlungsstränge und Projektimpulse sowie Strukturen zur Verstärkung des Prozesses. Konkret entwickelt es Regieanweisungen für Stadtverwaltung und die WMG, um die Transformation weiter anzustoßen und eine Dynamik zu entwickeln. Das Regiebuch unterteilt sich in fünf Handlungs- und Dynamikbereiche inklusive perspektivischer Maßnahmenimpulse. Diese reichen von strategischen Rahmenbedingungen über Handlungsempfehlungen zur Erprobung und Umsetzung von Maßnahmen bis hin zu Empfehlungen zur Aktivierung und Koordinierung des privaten Engagements und Kooperationen.

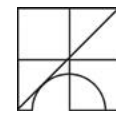


Die Roadmap

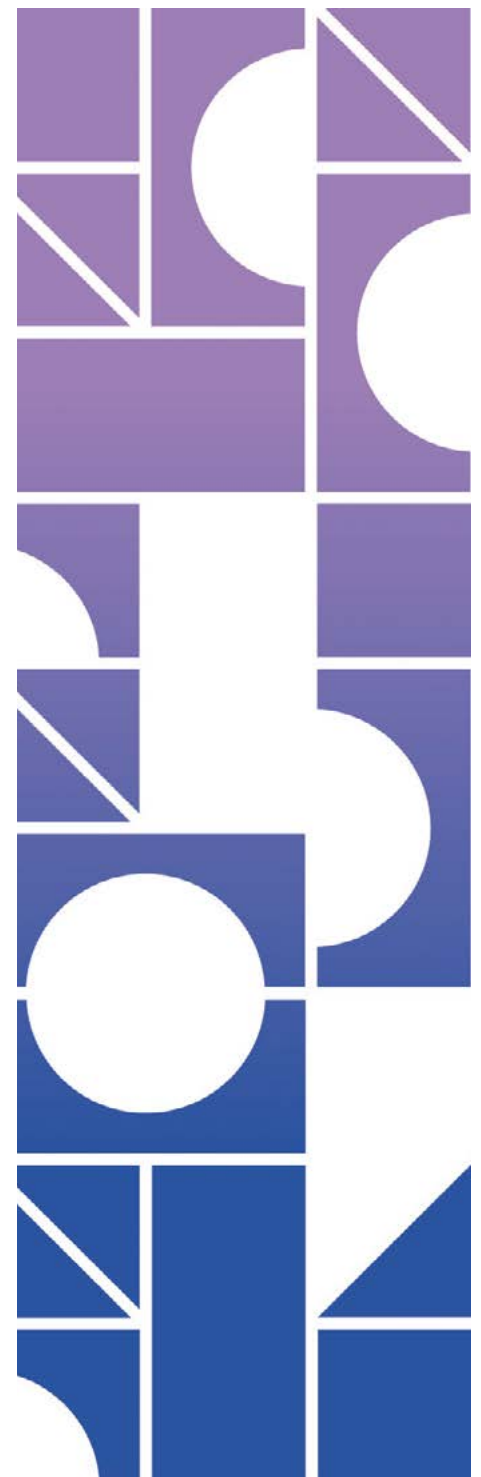
Um kurzfristig, innerhalb der nächsten zwei Jahre, erste Projekte und Maßnahmen umzusetzen, priorisiert und definiert die Roadmap acht konkrete Projekte. Diese sind gemeinschaftlich von Politik, Verwaltung und WMG getragen und sollen als konkrete Vereinbarung der verantwortlichen Akteure dienen. Die WMG schreibt die Roadmap unter Einbeziehung aktueller Konzepte und Grundlagen sowie Beteiligung der Stadtverwaltung und der Politik stetig fort. +

Kontakt

WMG Wolfsburg
Josephine Stein
E-Mail: wirtschaftsfoerderung@wmg-wolfsburg.de
Telefon: 05361 89994-25



**INNENSTADT
WOLFSBURG**



Weitere
Informationen
finden sich hier:



Aktives Zuhören als Erfolgsfaktor?

FÜHRUNGSKRÄFTE AUFGEPASST



Wenn du sprichst, wiederholst du nur, was du ohnehin schon weißt. Wenn du aber zuhörst, kannst du unter Umständen etwas Neues lernen“, heißt es schon in einem Sprichwort des Dalai Lama. Und dennoch haben Menschen Schwierigkeiten, wirklich zuzuhören, ohne darauf zu warten, endlich selbst das Wort ergreifen zu können. Führungskräfte, High-Performer und „Macher“ in Spitzenpositionen sind eher selten für ihre Qualität als gute Zuhörer bekannt. Dabei ist das aktive Zuhören eine unterschätzte Kompetenz, die tatsächlich mehr Energie erfordert als das Sprechen.

DIE KUNST DES ZUHÖRENS

Dass viele Menschen lieber reden als zuzuhören könnte unter anderem daran liegen, dass Sprechen weniger anstrengend ist. Aus Studien von Neurowissenschaftlern der Universität Harvard geht hervor, dass beim Sprechen die gleichen Areale im Gehirn aktiviert werden wie bei existenziellen Dingen wie Nahrung und Geld. Es fühlt sich also für uns befriedigend an, eine Unterhaltung zu dominieren. Zuhören hingegen fordert uns mental heraus und zieht Energie, anstatt sie zu geben. Es werden verschiedene kognitive Prozesse in Gang gesetzt: Die Aufmerksamkeitssteuerung ermöglicht es uns, den Fokus zu behalten und andere Themen auszublenden. Indem das Gehörte strukturiert wird, ohne es direkt zu bewerten und zu interpretieren, kann ausgemacht werden, an welchen Stellen Klärungsbedarf besteht. Wer gut zuhören kann, kann am Ende auch einen wertvollen Beitrag zum Dialog leisten. Je intensiver der Zuhörer auf sein Gegenüber eingeht, desto anstrengender wird das Gehirnjogging.



Christine Sehle © Taylor-Photography

ZUFRIEDENHEIT MACHT ERFOLGREICH

Es ist wissenschaftlich bewiesen, wie positiv sich das Gefühl, gehört zu werden, nicht nur privat, sondern auch im Businesskontext auswirkt. Das „Psychological Safety-Konzept“ von Amy Edmondson, Professorin für Leadership und Management besagt, dass sich Mitarbeiter in ihrer Position vor allem sicher fühlen, wenn andere ihnen zuhören, ihre Anliegen ernst nehmen und ein Diskurs entsteht. Laut Edmondsons Erkenntnissen wirkt sich der vermeintlich selbstverständliche Kommunikationskill auch erheblich auf die psychische Gesundheit aus: So sei nicht der Stresspegel im Job an sich, sondern der fehlende Austausch darüber für zahlreiche Burn-outs verantwortlich. Die selbstständige Marketing- und Kommunikationsexpertin Christine Sehle sieht Zuhören unter anderem als gegenseitige Wertschätzung der anderen Persönlichkeit. „Es bedeutet auch, dass man sich Zeit für den anderen nimmt, seine Meinung wahrnimmt und in den Dialog tritt. Für

Arbeitnehmer ist es eine Anerkennung ihrer Kompetenz, für Arbeitgeber sollte es selbstverständlich sein. So können sie erkennen, ob sich Mitarbeiter wohlfühlen, unter- oder überfordert sind. Und das ist Basis für die interne und auch externe geschäftliche Weiterentwicklung“, erläutert sie.

Dass zufriedene Beschäftigte bessere Ergebnisse im Job liefern, ist kein Geheimnis. Schon lange ist es kein reiner Akt der Nächstenliebe, für das Wohlergehen des Teams im Unternehmen zu sorgen, sondern wirtschaftlich relevant. Aus einer aktuellen Studie der Universität Oxford geht hervor, dass neben Flexibilität der Arbeitszeit und ausreichend personellen Ressourcen auch der Führungsstil, das Feedback zur Arbeitsleistung und Wertschätzung zur Zufriedenheit im Unternehmen beitragen. Und wer kann sich schon geschätzt fühlen, wenn die Ohren des Teams und der Führungskräfte dauerhaft auf Durchzug gestellt sind? Das persönliche Glück des Mitarbeiters ist übrigens auch das der Firmenrentabilität: Unternehmen, in

denen zufriedene Mitarbeiter tätig sind, sind laut Ministerium für Glück und Wohlbefinden 20 % erfolgreicher als andere.

Christine Sehle erinnert sich an ihre Zeit in Anstellung und sieht die Verantwortung des Hörens und Gehört-Werdens auf beiden Seiten: „Wenn ich an meine letzte Angestelltenzeit denke, wäre meine Kündigung sicher aus diesem Grund nicht erfolgt. Es gab weitere, doch dieser Punkt gehörte wesentlich dazu. Allerdings müssen Arbeitnehmer auch für sich selbst eintreten können, damit man ihnen zuhören kann. Das ‚offene Ohr‘ seitens der Arbeitgeber sollte keine leere Worthülse sein, sondern zur gelebten Unternehmenskultur gehören“, beschreibt sie.

WELCHER ZUHÖRER SIND SIE?

Die von Autor Anthony Alessandra in vier Arten eingeteilten Zuhörertypen haben wir vermutlich alle schon einmal getroffen: Den ersten bezeichnet er als den „Weghörer“. Dieser ist vorrangig an Kommunikation auf Sachebene interessiert und hat

grundsätzlich Probleme damit, sich anderen Menschen zuzuwenden, was auf andere abweisend und desinteressiert wirken kann.

Der „selektive Zuhörer“ lauscht den Äußerungen seines Gegenübers oberflächlich, ohne in die Tiefe zu gehen oder Details wahrzunehmen. Ihre Gedanken schweifen schnell ab, sie stellen keine Fragen und versetzen sich nicht in ihren Gesprächspartner hinein.

Der dritte Typ wird als „bewertender Zuhörer“ betitelt. Er hört zwar zu, aber vorrangig, um danach mit einer schlagkräftigen Antwort zu glänzen, denn er nimmt Informationen nicht vorurteilsfrei auf, sondern bewertet sie innerlich direkt.

Der vierte ist der, den sich die meisten Menschen wohl wünschen – der „aktive Zuhörer“. Er schenkt seinem Gegenüber die volle Aufmerksamkeit und richtet seinen Fokus auf das Gesagte, anstatt gedanklich woanders zu sein oder sich bereits eine Antwort zurechtzulegen. Er nimmt nicht nur Worte auf, sondern achtet auch auf





© M Barn_peopleimages-com-stock.adobe.com

„Zuhören bedeutet, dass man sich Zeit für den anderen nimmt, seine Meinung wahrnimmt und in den Dialog tritt.“

die Tonlage und Körpersprache des Gegenparts. Mit Fragen versucht er, besser verstehen und sich in den anderen hineinversetzen zu können. Die Informationen werden oft sehr lange behalten und können für zwischenmenschliche Beziehungen immer wieder relevant werden. Die aktiven Zuhörer sind beliebt und ihre sozialen und beruflichen Kontakte profitieren von ihrer Art und Weise.

Wenn Sie sich jetzt dabei erwischen haben, nicht immer der beste Gesprächspartner zu sein: keine Sorge. Die meisten Menschen sind weder dem einen noch dem anderen Typus zuzuordnen. Oftmals herrscht eine Tendenz vor, je nach Situation und Gesprächspartner kann das Verhalten im Gespräch jedoch variieren. Das aktive Zuhören lohnt sich immer, wenn das Ziel ist, den anderen besser zu verstehen und auch selbst verstanden werden zu können. Dass der Wunsch nach wertschätzender Kommunikation groß ist, zeigt eine Befragung der Akademie für Führungs-

kräfte. Aus dieser geht hervor, dass 99 % der befragten Arbeitnehmer aktives Zuhören für sehr relevant halten, jedoch nur 16 % ihren Vorgesetzten als guten Zuhörer bezeichnen würden.

Woran liegt das? Christine Sehle sieht den Ursprung des Problems in einer fehlerhaften Definition einer Führungskraft und plädiert für eine frühe Auseinandersetzung mit dem Thema: „In Führung zu gehen, heißt sicher für einige immer noch, die Macht zu haben und somit das Recht auf der eigenen Seite. Ich muss es als Führungskraft wollen, mich zu öffnen. Im Grunde sollten es Kinder ab dem Grundschulalter lernen, wie man ‚richtig‘ miteinander umgeht. Das wird auch praktiziert, doch was ist mit den weiterführenden Schulen? Vielleicht sollte das ‚Diskutieren lernen‘ ein Pflichtfach werden“, gibt sie zu bedenken.

GIBT ES HOFFNUNG?


Die gute Nachricht ist, dass Zuhören erlernt werden kann, auch wenn es Übung

erfordert. Dieser Meinung ist Stefanie Dudek, die in ihrem Coaching im Rahmen ihres Unternehmens „gedankenschubser“ häufig mit Kommunikationsschwierigkeiten konfrontiert wird.

„Kommunikation ist extrem wichtig für den Wohlfühlfaktor in zwischenmenschlichen Beziehungen, aber auch in Unternehmen. Wertschätzung und Kommunikation sind sehr eng miteinander verwoben und jeder Mensch und Mitarbeitende möchte sich geschätzt fühlen. Ist dies im Unternehmen nicht gegeben, schauen sich qualifizierte Fachkräfte anderweitig um, gerade in Zeiten des Personalmangels“, weiß Dudek. Die Absolventin der angewandten Psychologie ist davon überzeugt, dass jeder Mensch lernen kann zuzuhören. Wie gut dies gelingt, sei Übungssache: Es fordere Bewusstsein und Achtsamkeit, den Geist wieder zurückzuholen, wenn man im Gespräch gedanklich abschweift. Interesse am Gegenüber ist laut Dudek die Voraussetzung für achtsames Zuhören. Auch Eigeninitiative, sich verändern zu wollen, Selbstreflexion und die Spiegelung des Umfelds seien wichtige Faktoren. Mithilfe von emotionaler Intelligenz könne die Fähigkeit, sich voll und ganz in sein Gegenüber hineinzuversetzen, gefördert werden. Diese helfe dabei zu erkennen, was der andere braucht. Manchmal reiche es, nur zuzuhören oder den anderen mit einer Geste zu unterstützen, wie beispielsweise eine Hand auf den Arm zu legen.

Und was tun, wenn wirklich keine Zeit und Energie vorhanden ist, sich auf sein Gegenüber einzulassen? „Wenn ich gerade keine Zeit habe, verschiebe ich das Gespräch und kann beispielsweise sagen: Ich komme bei dir vorbei, wenn ich dir meine ungeteilte Aufmerksamkeit schenken kann. So fühlt sich mein Gegenüber nicht abgewiesen“, beschreibt Dudek.

Es lohnt sich also, Muster zu durchbrechen und seinem Gegenüber die volle Aufmerksamkeit und somit Wertschätzung entgegenzubringen – denn diese erwarten wir schließlich auch, wenn wir uns mitteilen möchten. +

A portrait of Victoria Reichelt, a woman with short brown hair, wearing a beige turtleneck top and large hoop earrings. She is looking directly at the camera with a slight smile.

**„ZIEL IST ES, IN DIE LEBENS-
WELT EINER ANDEREN
PERSON EINZUTAUCHEN“**

Moderatorin Victoria Reichelt über die Relevanz von Zuhören

Die gebürtige Wolfsburgerin, Journalistin und Moderatorin Victoria Reichelt weiß, warum Zuhören in der Gesellschaft und der Politik wichtig ist. In verschiedenen Formaten wie dem Podcast „Absolute Mehrheit“, dem Politik-Format „DIE DA OBEN!“ und ZDFheute live schafft sie Raum fürs Zuhören und Gehört-Werden. Im Gespräch mit Spitzenpolitikern diskutiert sie beispielsweise über gesellschaftliche Themen und lädt zu Gedankenexperimenten abseits der Norm ein. Auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen verbindet sie aktuelle News und politische Themen mit Humor und einer Prise Sarkasmus. Die Wahlberlinerin ist der Ansicht, dass erst durch den gesellschaftlichen Diskurs aller Generationen verschiedene Lebensrealitäten wahrgenommen und verstanden werden können.

Welche Rolle spielt das Zuhören in deinem Job und deinen Formaten?

» In meinem Beruf als Journalistin ist Zuhören extrem wichtig. Wer nicht an anderen Menschen interessiert ist und nicht gern zuhört, ist in diesem Job falsch. In den Formaten hören wir Expertinnen und Experten, Politikerinnen und Politikern zu und setzen uns dafür ein, auch junge Menschen fürs Zuhören zu begeistern. Vor allem bei Themen, die vorerst langweilig und eintönig erscheinen, ist das sehr relevant. Wir engagieren uns aber auch dafür, dass vor allem junge Menschen laut werden, damit ihre Ansichten in der Politik und der Gesellschaft gehört werden können.

Warum ist es wichtig, anderen zuzuhören?

» Durch Zuhören finden wir gesellschaftlich wieder mehr zusammen, selbst wenn wir nicht einer Meinung mit unserem

Gesprächspartner sind. Das Ziel ist es, ein Stück weit in die Lebenswelt der anderen Person einzutauchen und somit besser nachvollziehen zu können, warum diese wie denkt und handelt. Ich empfinde es immer als Gewinn, anderen zuzuhören – dafür muss ich ihnen nicht zustimmen. Dadurch lerne ich auch mich selbst noch einmal besser kennen.

Was bedeutet es für dich, eine gute Zuhörerin zu sein?

» Aus beruflicher Sicht bedeutet es, mich selbst nicht zu wichtig zu nehmen und zu verstehen, dass es gerade nicht um mich geht. Je nachdem, in welcher Situation ich mich befinde, interveniere ich natürlich auch mal, aber generell stehen die Standpunkte der Gesprächspartner im Vordergrund. Auch in privaten Gesprächen achte ich darauf, mein Gegenüber ausreden zu lassen. Ich kenne aber auch den Impuls, sich selbst direkt offenbaren zu wollen und immer einen guten Ratschlag parat zu haben. Auch, wenn dieser gar nicht gewünscht wird. Manchmal geht es nur darum, dass sich jemand mitteilen möchte, ohne einen Lösungsvorschlag aufgedrückt zu bekommen. Wenn ich mir unsicher bin, frage ich nach, was mein Gegenüber gerade braucht, um Missverständnissen und Enttäuschungen vorzubeugen. Denn häufig setzen wir voraus, dass unser Gegenpart automatisch weiß, was wir von ihnen erwarten und was uns helfen würde. Vor allem, wenn man sich schon lange kennt. Ich bin der Meinung, dass nur so gut zugehört werden kann, wie sich mitgeteilt wird.

Zuhören wird häufig eher als passiv angesehen, während die „Performer“ aktiv wahrgenommen werden und im Kopf bleiben. Wird dem Skill heutzutage zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt?

» Auf jeden Fall. Die generelle gesellschaftliche Entwicklung zeigt, dass Kommunikation zunehmend im Netz stattfindet. Im Onlinediskurs geht je-

doch viel verloren, wir erleben beispielsweise die Gestik und Mimik der anderen Person nicht. Das führt häufig zu Missverständnissen, wie wir sie von Dialogen per Messenger kennen. Es geht in der digitalen Welt außerdem nur darum, sich selbst zu profilieren und seinen eigenen Standpunkt zu vertreten. Es heißt zwar „Social“-Media, aber ein soziales Miteinander und eine Diskursbereitschaft sind oft gar nicht vorhanden, was dazu führt, dass wir ein Stück weit verlernen, auf den anderen einzugehen.

Wie können wir wieder sensibler für unser Gegenüber werden?

» Oft hören wir nicht richtig zu, weil wir selbst zum Zug kommen wollen. Schon während der andere noch spricht, sind wir gedanklich dabei, unseren eigenen Standpunkt klarzumachen, um ihn danach direkt zu vertreten. Vor allem während Debatten ist das oft der Fall. Ich glaube, es kann helfen, sich klar zu machen, dass die andere Person ein ebenso komplexes Leben hat wie ich selbst. Dass die jeweiligen Meinungen, Perspektiven und Taten ihren Ursprung haben, ob wir diese nun für sinnvoll halten oder nicht. Für mich ist es beispielsweise auch selbstverständlich, offen für Weiterentwicklung und neue Ansichten zu sein und das sollten wir unserem Gegenpart auch zugestehen. Generell ist es wichtig, dass wir uns allen wieder mehr zuhören. Falls man „wieder“ sagen kann, ich weiß nicht, ob es jemals anders war. Dabei müssen wir auch beachten, dass kein vorurteilsbehafteter Generationskampf aufgemacht wird, in dem beispielsweise die GEN Z von den Baby-Boomern missverstanden wird und andersherum. Wenn wir die Komplexität und die Realität der jeweiligen Personen mit einbeziehen, können wir ihre Seite besser nachvollziehen. Das gilt für alle Generationen, auch Kinder und Jugendliche sind Teil der Gesellschaftspolitik und ich habe nicht das Gefühl, dass ihnen momentan gut zugehört wird. +

FAMILY-SHOPPING MIT KONZEPT

ANNA RÖHL FEIERT MIT IHREM LADEN
NOUA EINJÄHRIGES BESTEHEN



In der Mitte Gründerin Anna Röhl © Beide Fotos: Kathrin Nestler Photography

Der Kids & Family Concept Store Noua hat sich seit seiner Eröffnung als beliebter Treffpunkt für Eltern und Kinder etabliert. Die Gründerin, die in Wolfsburg aufwuchs und lange davon träumte, einen eigenen Laden zu eröffnen, schuf damit eine bisher einzigartige Anlaufstelle in der Stadt. Die Idee für Noua entstand aus einem persönlichen Bedürfnis: Sie suchte selbst nach besonderen und liebevoll gestalteten Produkten für ihre Kinder und stellte fest, dass ein solches Angebot in Wolfsburg fehlte.

EIN ORT DER BEGEGNUNG

Nach langer Suche fand sie im Juni 2023 die perfekte Immobilie in Vorsfelde und legte sofort los. Nach intensiven Umbauten und einer vollständigen Sanierung konnte Noua im Oktober 2023

eröffnen. Inzwischen hat sich der Concept Store nicht nur als Laden, sondern auch als Raum für Begegnungen und Inspiration etabliert – ein Ort, an dem persönliche und positive Erinnerungen geschaffen werden. Der Store erfreut sich bereits einer wachsenden Stammkundschaft, die das besondere Einkaufserlebnis und die liebevolle Atmosphäre schätzt.

TEAM MIT EXPERTISE

Das Team von Noua besteht aus der Inhaberin und zwei weiteren Mitarbeiterinnen, die mit ihrer Expertise und langjährigen Erfahrung das Konzept des Stores mit Leben füllen. Besonders im Kinderbereich ist Know-how gefragt und die Stammkunden kommen gern immer wieder, um sich beraten und von der Auswahl inspirieren zu lassen.

Neben dem physischen Store hat Noua mittlerweile auch einen Onlineshop, was die Reichweite des Konzepts deutlich vergrößert. Dennoch bleibt das Herzstück die persönliche Begegnung im Laden, die den Kunden ermöglicht, die Produkte hautnah zu erleben. Gerade in Zeiten des zunehmenden Onlinehandels ist es der Gründerin wichtig, den Wert des stationären Einzelhandels zu betonen und Kunden für die Herausforderungen eines physischen Ladens zu sensibilisieren. Denn der finanzielle Druck in den ersten Jahren ist nicht zu unterschätzen. Der Preiskampf mit Onlineshops macht das Bestehen für stationäre Läden oft schwer. „Manchmal verstehen Kunden nicht, wie viel Aufwand und Kosten hinter einem Ladenbetrieb stecken“, so die Inhaberin. Dennoch ist sie stolz auf die positiven Rückmeldungen und die enge Bindung, die sie zu vielen ihrer Besucher aufgebaut hat.

VOLL ZUVERSICHT RICHTUNG ZUKUNFT

Kunden haben bereits den Wunsch geäußert, Anna Röhl solle doch bitte einen Laden für Erwachsene und Interior eröffnen. „Die Vision, einen großen Concept Store mit integriertem Café zu schaffen, ist präsent“, erzählt die Gründerin. Ein solcher Store wäre ein Ort, der noch mehr zum Verweilen einlädt und Inspiration für Familien bietet – ein Treffpunkt für Groß und Klein.

Doch zunächst ist das Ziel, gesund zu wachsen und eine stabile Basis zu schaffen. Noua soll sich weiterhin als feste Größe in Wolfsburg etablieren und der Anspruch an die Qualität bleibt hoch: Jeder Kunde soll sich willkommen und inspiriert fühlen. +



DER MARKETING-CLUB BRAUNSCHWEIG-WOLFSBURG

EIN NETZWERK ERWEITERT SICH

Der bereits seit 1985 bestehende Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg ist eine Plattform, die Marketingexperten und -interessierte aus der Region miteinander verbindet. Als Teil des Bundesverbands Marketing Clubs, dem Berufsverband, in dem über 60 Clubs und mehr als 12.000 Mitglieder organisiert sind, fördert der Club den Austausch von Fachwissen, Best Practices und innovativen Ideen. Mit jährlich etwa 16 Veranstaltungen, Vorträgen und Workshops bietet er seinen über 200 Mitgliedern wertvolle Einblicke in die neuesten Entwicklungen und Trends im Marketing. Dabei richtet sich der Club an ein breites Publikum: vom Einsteiger über den erfahrenen Marketingprofi bis hin zur Unternehmensleiterin, die die Bedeutung von Marketing als strategischen Erfolgsfaktor erkennt. „Wolfsburg“ ist allerdings noch nicht allzu lange Teil des offiziellen Club-Namens.

Wenngleich sich der Einzugsbereich des Clubs schon seit Anbeginn seines Bestehens über die Grenzen Braunschweigs hinaus erstreckte, wurde Wolfsburg erst Anfang des Jahres durch eine Umbenennung auch in den Namen des Clubs mit aufgenommen. Die Umbenennung hat auch symbolischen Wert. Sie bildet die stärkere Einbindung und Fokussierung der Wolfsburger Marketingakteure ab. Die Weichen dazu wurden im Vorstand gestellt. Gunnar Heyms, geschäftsführender Vorstand und im Regionalmarketing tätig, brachte die Idee ein, den Namen um Wolfsburg zu erweitern. Dies ist ganz im Sinne der Marke „Die Region Braunschweig-Wolfsburg“, die die acht Gebietskörperschaften zwischen Nordharz und Heide als wirtschaftsstarke und lebenswerte Region zusammenfasst.

DIE STADT DER WÖLFE IM VISIER

Kurz nach der Entscheidung der Umbenennung im Vorstand, meldete sich nun Andreas Ihrig, der nach 38 beruflichen Jahren in Berlin und Aachen – wo er u. a. Präsident im dortigen Marketing-Club war – und gerade in seine Heimatstadt Wolfsburg zurückgekehrt ist. „Ich bin sehr froh, dass ich zur richtigen Zeit mit meiner Idee eines Marketing-Clubs in Wolfsburg auf offene Türen im Marketing-Club Braunschweig gestoßen bin“. Nach der einstimmigen Entscheidung der Clubmitglieder zur Umbenennung und Wahl zum Vorstand mit Schwerpunkt Wolfsburg, freut sich Andreas Ihrig: „Für Wolfsburg ist dieser Schritt ein großer Gewinn, denn neben der von uns geförderten Vernetzung in der Region Braunschweig-Wolfsburg, ist die Stadt jetzt auch auf der bundesweiten Landkarte der Marketing-Clubs vertreten.“

MIT VON DER PARTIE

Auch Melanie Bergmann, Leitung Stadtmarketing und Kommunikation bei der WMG, begrüßt die Umbenennung sehr. „Wir sind Mitglied des Marketing-Clubs geworden, weil

wir die stärkere Einbindung und Präsenz Wolfsburgs als eine Win-win-Situation verstehen, von der sowohl Wolfsburger als auch Braunschweiger und andere Marketingakteure profitieren. Um so schöner ist es, dass wir den Club in diesem Jahr bereits als Gastgeber bei uns begrüßen durften. Bei einem ‚Marketing vor Ort‘ gaben wir Einblicke in die Arbeit der WMG – speziell in unsere Aufgaben im Bereich (Stadt-)Marketing. Wir freuen uns sehr auf den Austausch mit Marketingschaffenden der gesamten Region und alle weiteren Aktivitäten des Marketing-Clubs in Wolfsburg – und unterstützen dabei sehr gern“, so Bergmann.

„Wir freuen uns über viele neue Mitglieder in Wolfsburg, denn diese tragen dazu bei, sich selbst, ihr Unternehmen, aber vor allem auch Wolfsburgs Stärken und Attraktivität bundesweit bekannter zu machen. Der Marketing-Club Braunschweig-Wolfsburg fördert auch die Bekanntheit der Region Braunschweig-Wolfsburg und der einzelnen Gebietskörperschaften, als Ganzes, als Standort und als Arbeitgeber“, erklärt Ihrig abschließend. +

Vorstand des Marketing Clubs, v. l. Jenny Willert, Collin Gerstung, Andreas Ihrig, Christian Bach, Paulina Höhfeld, Patricia Bach und Gunnar Heyms, es fehlt: Steffen Koch © Philipp Ziebart



GINGENUSS MEETS FREIZEITSPORT

NEUE GINDESTILLERIE ERÖFFNET



© Beide Fotos: Yven Wischnewski

Yven Wischnewski, gebürtiger Wolfsburger und passionierter Ginliebhaber, erfüllt sich einen lang gehegten Traum: die Eröffnung seiner eigenen Destillerie in Wolfsburg. Die Idee dazu entstand zwischen Weihnachten und Neujahr 2023 in einem Gespräch zwischen Wischnewski und seinem Geschäftspartner und dem Besitzer des Gebäudekomplexes Hendrik Vieth. Vieth wollte in seiner Halle mehr als nur Landschaftsbau

anbieten und träumte von einem professionellen Golfsimulator. Nur wenige Tage später war die Vision klar: eine Kombination aus hochwertiger Gindestillierie, Golfsimulator und Steeldart-Raum. Ende Oktober öffnete die Destillerie bereits ihre Türen und bietet seitdem einen Ort, der Genuss und Erlebnis vereint.

AUSGEWÄHLTER GESCHMACK

In der neuen Location werden handwerklich hergestellte Spirituosen mit besonderem Fokus auf Gin produziert, wobei Wischnewski seine Expertise aus zahlreichen Brennseminaren in Österreich einbringt. Seine Leidenschaft und Erfahrung spiegeln sich auch in seiner beeindruckenden Sammlung von 400 verschiedenen Gins wider – ein echter Benchmark für die Qualität, die hier angestrebt wird. Das Wasser für die Herstellung stammt aus der lokalen Rotheburg-Quelle und unterstreicht den regionalen Bezug des Projekts.

Neben der Destillerie umfasst das Projekt auch eine Erlebniswelt, in der sowohl Golf- als auch Dart-Fans auf ihre Kosten kommen – das „Fairway Wolfsburg“. Der Golfsimulator, ausgestattet mit dem modernen Radar-Tracking-System Trackman, lädt Sportbegeisterte zu realitätsnahen Indoor-Golfrunden ein, während nebenan auf einem professionellen Steeldart-Spielfeld das eigene Können unter Beweis gestellt werden kann. Ab Februar 2025 wird außerdem ein Gesellschaftsraum fertiggestellt sein, der für kleinere Veranstaltungen genutzt werden soll und Raum für Gintastings, private Feiern und gemeinsame Abende bietet.

IMMER FÜR EIN TASTING GUT

Ein besonderer Treffpunkt wird die kleine „Hausbar“ sein, an der Besucher Getränke und Kaffeespezialitäten genießen können. Ginliebhaber können hier auch an Tastings teilnehmen oder Wischnewski als Referenten für Ginevents buchen – ob in der Destillerie oder an einem anderen Ort. Wer mehr über das Destillationshandwerk erfahren möchte, kann dem Experten bei der Produktion über die Schulter schauen und verschiedene Ginsorten vor Ort verkosten.

Für den Sommer 2025 sind zusätzlich musikalische Veranstaltungen, Lesungen und ein großes Hoffest auf dem Gelände des Landschaftsbauunternehmens Osterwald geplant. Das Fest soll die Vielfalt des Projekts und die Verbundenheit zur Region feiern.

„Dieses Projekt ist für mich eine Herzensangelegenheit“, erklärt Yven Wischnewski. „Ich wollte nicht nur eine Destillerie gründen, sondern einen Ort der Begegnung und des Genusses schaffen, an dem sich die Menschen wohlfühlen und austauschen können.“ Die Öffnungszeiten sind flexibel gestaltet: Interessierte können jederzeit vorbeikommen und werden gebeten, sich telefonisch anzumelden – denn die Betreiber wohnen direkt vor Ort. Weitere Informationen und Eindrücke gibt es auch online auf www.giniti.de oder auf Instagram unter [@giniti.de](https://www.instagram.com/giniti.de). +





VL: Dimitri Antoni und seine Frau Margarita Ckiata, Vangeli Marko und Spyro Antoni © Hotel Restaurant Zeus

GRIECHISCHER GENUSS

DIE ERFOLGSGESCHICHTE DES HOTELS UND RESTAURANTS ZEUS

Das Hotel und Restaurant Zeus am Steimker Berg vereint griechische Gastfreundschaft und familiäres Wohlgefühl. Geführt wird es von Dimitri Antoni und seinem Bruder Spyro, die bereits 2011 mit dem Restaurant Akropolis in Vorsfelde ihren Schritt in die Selbstständigkeit wagten. Schon lange träumten die Brüder von einem zweiten Standort und 2019 konnten sie schließlich das Hotel und Restaurant am Steimker Berg übernehmen. Seitdem ist es unter dem Namen „Hotel & Restaurant Zeus“ ein beliebter Treffpunkt für Feinschmecker.

EIN ORT ZUM WOHLFÜHLEN

Die Entscheidung für den neuen Standort am Steimker Berg hat sich in vielerlei Hinsicht gelohnt: Das Hotel bietet den Gästen drei Doppelzimmer und sieben Einzelzimmer und ermöglicht damit einen entspannten Aufenthalt direkt am „Eingangstor“ zum Stadtteil Steimker Berg. Das Restaurant selbst ist innenstadtnah gelegen und lädt mit seiner großzügigen Terrasse gerade in den Sommermonaten zu entspannten Abenden unter freiem Himmel ein – ein Highlight, das von den Gästen besonders geschätzt wird. Dimitri, der als Inhaber mit ruhiger und gelassener Art das Restaurant führt, bringt jahrelange Erfahrung als Kellner aus seiner Zeit in Osnabrück mit. Sein Bruder Spyro, der die Küche leitet, hat sich als Koch ebenfalls einen Namen ge-

macht. Besonders beliebt sind im Zeus die Grillteller, die mit griechischer Leidenschaft und besten Zutaten zubereitet werden. Doch Dimitri kann jedes Gericht auf der Karte wärmstens empfehlen. Dass Gäste sich hier wohlfühlen, ist oberste Priorität: „Ab hier bitte lächeln“, lautet die Devise – und mit dieser Herzlichkeit schaffen die Brüder eine angenehme Atmosphäre, die bereits viele Stammgäste hervorgebracht hat.

ECHTE WÖLFE

Die Familie ist inzwischen fest in Wolfsburg verwurzelt, ihre Kinder wachsen hier auf, während die Verwandtschaft in Athen lebt. Gemeinsam mit ihrem sechsköpfigen Team meistern Dimitri und Spyro den Alltag, obwohl auch sie die Herausforderungen des Fachkräftemangels spüren. Rückblickend waren die letzten Jahre nicht immer einfach: Die Coronakrise und die Baustelle an der Nordsteimker Straße haben zu Umsatzeinbußen geführt. Umso wichtiger ist es, dass sie in ihrer Erfahrung und mit ihren Rücklagen stets Sicherheit finden – für die Zukunft wünschen sich die beiden vor allem, weiterhin erfolgreich und gesund zu bleiben. Das Zeus ist heute weit mehr als nur ein griechisches Restaurant: Es ist ein Ort, an dem sich die Nachbarschaft trifft, Freundschaften gepflegt werden und man sich auf einen köstlichen, griechisch angehauchten Abend freut – sieben Tage die Woche, denn das „Zeus“ bleibt nur Montagsmittags geschlossen. +

VOM FELD BIS AUF DEN TELLER

FAMILIE SCHWARTZKOPFF ERFINDET
LANDWIRTSCHAFT FÜR SICH NEU



© Friedrich Wilhelm Schwartzkopff/FWS-Fotografie (beide Fotos)

Die Backschule „Korn & Kruste“ ist ein lebendiges Beispiel für die enge Verbindung zwischen traditioneller Landwirtschaft, handwerklicher Verarbeitung und der regionalen Wirtschaft in Wolfsburg. Gelegen auf dem traditionsreichen Gut Büstedt, das seit über 50 Jahren für die Direktvermarktung seiner landwirtschaftlichen Produkte in der Region bekannt ist, repräsentiert die Backschule eine neue Dimension regionaler Wertschöpfung und Nachhaltigkeit.

ALLES AUS EINER HAND

Das Gut Büstedt, geführt von Tilmann und Bianca Schwartzkopff, hat sich seit Jahrzehnten einen Namen gemacht, indem es seine Produkte über

Vertriebsfahrzeuge und Regiomaten direkt zu den Menschen bringt. Diese Nähe zur Wolfsburger Bevölkerung hat die Basis geschaffen, um innovative Projekte, wie eine eigene Getreidemühle und eine Backschule, zu realisieren.

Die Mühle, die 2021 nach intensiver Planung und Recherche in Betrieb genommen wurde, ist ein entscheidender Bestandteil des Konzepts. Sie wurde in einem sanierten Altbau auf dem Gut untergebracht und ermöglicht die Verarbeitung von Getreide direkt vor Ort. Das Besondere: Das Mehl, das hier entsteht, unterscheidet sich grundlegend von den industriellen Produkten. Es ist von hoher Qualität, geschmacklich herausragend und wird

aus regionalen Rohstoffen wie Weizen, Dinkel und Roggen hergestellt. Auch die seltenen Urgetreidesorten Emmer und Einkorn finden ihren Weg in die Backschule.

MIT DEN EIGENEN HÄNDEN BROT BACKEN

Diese nachhaltige Wertschöpfungskette wird in der Backschule „Korn & Kruste“ erlebbar. Geleitet von Michaela Hasenpusch finden hier Kurse statt, in denen Teilnehmer lernen, Brot und Backwaren aus dem besonderen Mehl herzustellen. Der Fokus liegt dabei nicht nur auf handwerklichem Können, sondern auch auf der Vermittlung der Herkunft und Bedeutung regionaler Lebensmittel.

Die Backschule ist nicht nur ein Treffpunkt für Liebhaber des Backens, sondern auch ein wirtschaftlicher Impulsgeber für Wolfsburg. Sie verbindet lokale Landwirtschaft, nachhaltige Produktion und moderne Bildungsangebote. Mit der engen Verknüpfung von Gut Büstedt, der Schwartzkopff-Mühle und der Backschule ist die Familie Schwartzkopff ein Paradebeispiel für fortschrittliche Familienunternehmen aus der Region.

Nachhaltigkeit steht dabei im Zentrum des Handelns: vom Anbau des Getreides bis hin zur Veredelung und dem bewussten Konsum. Die Backschule „Korn & Kruste“ ist mehr als nur ein Ort des Backens – sie ist eine Einladung, die Bedeutung von Regionalität und Handwerk neu zu entdecken. +





Rafael Kisiala freut sich über die Erweiterung seines Cafés © WMG Wolfsburg

ERWEITERUNG DES SUPERLEGGERA

NOCH MEHR RAUM FÜR GENUSS
UND GEMÜTLICHKEIT

Das beliebte Café Superleggera überrascht pünktlich zur Weihnachtszeit mit einer aufregenden Neuerung: Eine räumliche Erweiterung macht das Café noch attraktiver und schafft Platz für mehr Komfort, Events und kulinarische Begegnungen. Bereits vor der offiziellen Eröffnung im Dezember gab es einen exklusiven Blick hinter die Kulissen – und die Vorfreude ist groß. Inhaber Rafael Kisiala fasst sie in einem Satz zusammen: „Das wird gut!“

MEHR RAUM FÜR GEMÜTLICHKEIT

Mit der Anmietung der angrenzenden Fläche des ehemaligen Jeansladens gewinnt das Superleggera 100 zusätzliche Quadratmeter im Innenbereich. Das Café befindet sich in einem denkmalgeschützten Gebäude, das der Stadt Wolfsburg gehört. Diese führte vor der

Übergabe umfangreiche Sanierungs- und Verschönerungsarbeiten durch. Eine neue Feuerschutzdecke sowie kleinere Renovierungen haben die Grundlage für das neue Projekt geschaffen. Rafael Kisiala hat die Inneneinrichtung der neuen Räume mit viel Liebe zum Detail und mit Unterstützung eines lokalen Architekturbüros geplant. Die Verkleidung der Decke, das Verlegen neuer Böden und das Vertäfeln der Wände verleihen den neuen Räumlichkeiten eine warme und einladende Atmosphäre. Über einen Durchbruch sind die alte und neue Fläche miteinander verbunden, sodass die Räumlichkeiten eine harmonische Einheit bilden.

WOHNZIMMERFLAIR TRIFFT AUF EVENTLOCATION

Das Ziel ist klar: eine Wohnzimmer-Atmosphäre, in der sich die Gäste wie

zuhause fühlen. Holz, gemütliche Sofas, Teppiche und indirekte Beleuchtung sorgen für Behaglichkeit. Die neue Fläche ist zusätzlich mit einer kleinen Bühne ausgestattet, die Platz für ein Klavier und DJs bietet. Kulturelle Highlights wie Livemusik oder entspannte DJ-Abende runden das Angebot künftig ab und machen das Café zu einem noch lebendigeren Treffpunkt in der Wolfsburger Innenstadt. Auch die Terrasse wird um 100 Quadratmeter vergrößert. Insgesamt bietet das Superleggera im Sommer nun 600 Quadratmeter Außenbereich – ein perfekter Ort für gesellige Stunden bei Kaffeespezialitäten oder kühlen Drinks.

Hinter dem Erfolg des Superleggera steht ein engagiertes Team aus rund 20 Mitarbeitenden. Darunter Festangestellte und Aushilfen, die mit Leidenschaft und Kreativität für das Wohl der Gäste sorgen. Die Erweiterung scheint nicht nur das Raumangebot, sondern auch das Erlebnis für die Gäste auf ein neues Level zu heben. Ob für einen spannenden Kaffee, ein gemütliches Treffen oder ein kulturelles Event – das erweiterte Superleggera verspricht, ein Ort zu bleiben, der die Cafélandschaft bereichert und inspiriert. +

ENTWICKLUNG DES GEWERBEGEBIETS HEINENKAMP WEST

INVESTOR HARTMUT BAUER ÜBER
CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN



© Hartmut Bauer

Die geplante Erweiterung des Gewerbegebiets Heinenkamp West wurde bereits mit dem Konzept regional bedeutsamer Gewerbestandorte des Regionalverbandes aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Laut dem Investor, der Stadtverwaltung Wolfsburg, der Politik, Kammern und Verbände stünden allerdings vorrangig die möglichen Auswirkungen auf die Umwelt und die Infrastruktur im Fokus der Entwicklungsdebatte. Ein wesentlicher Punkt ergebe sich aus der Nähe zum Naturschutzgebiet Hohnstedter Holz. Umfassende gutachterliche Untersuchungen in enger Zusammenarbeit mit der unteren Naturschutzbehörde haben jedoch zuletzt bestätigt, dass eine Entwicklung unter gewissen Voraussetzungen möglich sei. Im August 2024 wurde mit der Entscheidung für die Aufstellung eines Bebauungsplanes die erste Hürde genommen.

Die hcp group GmbH, die sich auf die Planung und Entwicklung nachhaltiger Industrie-, Gewerbe- und Logistikimmobilien konzentriert, investiert in die Gewerbegebietserweiterung Heinenkamp West. Als Geschäftsführer konnte Hartmut Bauer bereits viele Projekte wie Hotels, Shopping, Logistik, Light Industrial sowie wohnwirtschaftliche Projekte wie Quartiersentwicklungen und Denkmalimmobilien deutschlandweit realisieren. Im Interview spricht er über die Motivation und Herausforderungen der Gewerbegebietsentwicklung am Standort Wolfsburg.

Was hat Sie dazu bewegt, in die Erweiterung des Gewerbegebiets zu investieren?

» Wir sehen Wolfsburg als idealen Standort für zukunftsorientierte Gewerbeansiedlungen. Die Stadt bietet eine hervorragende Infrastruktur, insbesondere durch die gute Anbindung an

das Straßennetz sowie durch ihre führende Position in den Bereichen Fernwärme, Stromversorgung und digitale Infrastruktur. Die Voraussetzungen für die Entwicklung des Heinenkamps West haben wir vorab durchleuchtet und abgewogen, ob beispielsweise die Vereinigung der Grundstücke gelingen kann. Diese Chance hatte sich uns geboten und wir haben sie genutzt.

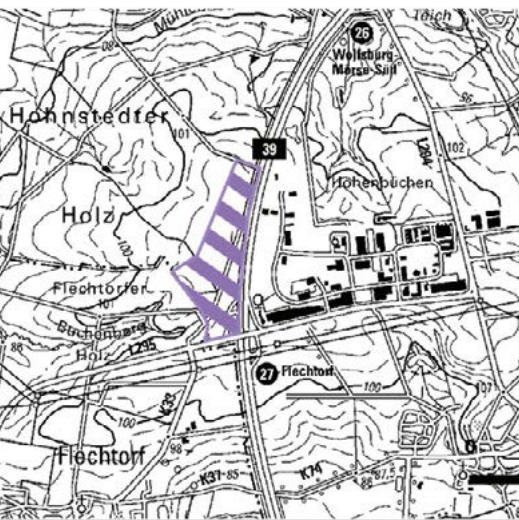
Wie sehen die Planungen für die Fläche genau aus?

» Die Flächen sollen durch eine angemessene Schutzzone vom Wald und dem Vogelschutzgebiet abgegrenzt werden, um die Ökologie bestmöglich zu respektieren. Es sollen wenige große Gebäude mittlerer Höhe entstehen, die sich optimal in den Raum einfügen. Eine kleinteilige Struktur der Gebäude erzeugt wesentlich mehr Lärm als in größeren Hallenkörpern, die durch eine Segmentierung innerhalb der Hallen verschiedenen Nutzern zur Verfügung stehen. Emissionen wie Licht, Schall und Schmutz werden dadurch auf ein Minimum reduziert. Dieses Konzept begünstigt auch die effektive Realisierung von Photovoltaik, Regenrückhaltung und Verkehrsberuhigung, also sämtlichen Einrichtungen zur Steigerung der Nachhaltigkeit.

Es wird keinen öffentlichen Binnenverkehr zwischen den Gebäuden geben, was die Verkehrsbewegungen der Mitarbeiter und Kunden, der im Gewerbegebiet angesiedelten Unternehmen einschränkt und sich vom Verkehr im Heinenkamp I und II unterscheidet.

Wir haben auch den Raum eingeplant, um der Bevölkerung der südlichen Region um Wolfsburg, also auch für die Nachbarn in Lehre/Flechtorf, ein Angebot für eine bessere Anbindung nach Wolfsburg zu machen. Diese kann zum Beispiel durch einen P&R-Platz oder eine Anbindung an den ÖPNV umgesetzt werden, was im weiteren Verfahren noch konkretisiert werden muss.

Für den in Rede stehenden Radschnellweg können wir die notwendige Trasse zur Verfügung stellen, sodass das Konzept durch unser Vorhaben nicht eingeschränkt oder gar ausgeschlossen wird. Wir achten in der Verkehrslenkung kon-



Ausschnitt aus dem Flächensteckbrief im KOREG
© Regionalverband Großraum Braunschweig

sequent darauf, dass der Lkw-Verkehr ausschließlich über die A39 und nicht durch die Ortschaften geleitet wird.

Was ist das Besondere an dem neuen Gewerbegebiet?

» Das Gewerbegebiet wird nach neuesten ESG-Standards entwickelt und steht im Einklang mit den Bedürfnissen von Natur und Mensch. Es handelt sich um ein zukunftsfähiges Bauprojekt, das langfristig Arbeitsplätze schafft und die Lebensqualität in der Region sichert. Zudem ist es optimal in die Stadtentwicklung integriert und soll die Konzepte der Stadt unterstützen, nachhaltiger zu werden und gleichzeitig leistungsfähig und wirtschaftlich prosperierend zu sein.

Inwiefern sind Sie in der Region verwurzelt? Wie sehr fühlen Sie sich mit Wolfsburg verbunden?

» Ich bin als Jugendlicher hergezogen, in Gifhorn zur Schule gegangen und habe in Wolfenbüttel studiert. Ich habe hier meine Frau kennengelernt, die eine echte Gifhornerin ist. Meine halbe Familie lebt in der Region. Aus beruflichen Gründen sind wir heute in München zu Hause, aber ich fühle mich der Region sehr verbunden und komme immer wieder gerne zurück.

Welche Erfahrungen konnten Sie bislang als Investor sammeln?

» Die Nachfrage nach modernen Gewerbeflächen mit guter infrastruktureller Anbindung ist konstant hoch – insbesondere für innovative Neu-

bauten, die höchste Standards in Nachhaltigkeit und Effizienz setzen. Als Investoren gestalten wir diese Zukunft aktiv mit. Außerdem fällt auf, dass eine partnerschaftliche Beziehung zu den Stadtverwaltungen, den Geldgebern und den Generalunternehmern zwingend notwendig ist. Das ist in den aktuell komplizierten Zeiten noch wichtiger geworden. Oft müssen Definitionen richtig erläutert und fast schon „übersetzt“ werden. Um ein Vorhaben gemeinsam umsetzen zu können, ist es außerdem wichtig, dass alle Beteiligten das gleiche Ziel vor Augen haben.

Wie läuft die Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und der WMG?

» Bevor wir mit der Stadtverwaltung in Richtung Aufstellungsbeschluss und damit zum Auftakt des Bauleitverfahrens kommen konnten, haben wir uns akribisch auf die Herausforderungen vorbereitet, die uns die angrenzende Autobahn, der Wald und das Vogelschutzgebiet vorgaben. Die Untersuchungen dazu haben fast zwei Jahre gedauert. In dieser Phase konnten wir eine sehr konstruktive Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung, insbesondere der unteren Naturschutzbehörde wie auch dem Wirtschafts- und Baudezernat, entwickeln und ein gutes Verständnis füreinander gewinnen.

Da wir als Investoren auch auf politische Beschlüsse angewiesen sind, braucht es dieses Verständnis für die jeweiligen Fachlichkeiten ebenso wie eine kooperative Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Das ist die wichtigste Grundlage, um eine Baurechtschaffung erfolgreich zu meistern.

Mit der WMG-Wirtschaftsförderung haben wir uns bereits während der Analyse sehr eng ausgetauscht, da die Mitarbeiter den Wirtschaftsstandort sehr gut kennen, über die richtigen Kontakte verfügen und die Bedarfe am besten einschätzen können. Wir pflegen eine sehr effektive und intensive Zusammenarbeit, die sich nicht nur auf die Anforderungen des Heinenkamps West beschränkt.

Und wie gestaltet sich die interkommunale Zusammenarbeit?

» Wir stehen mit der Gemeinde Lehre/Flechtorf seit über einem Jahr in einem regelmäßigen Austausch. Uns war wichtig, das Vorhaben frühestmöglich mit dem Bürgermeister zu erörtern und mit den Bedürfnissen der Gemeinde abzustimmen, um ein gewinnbringendes interkommunales Projekt auf den Weg zu bringen. Derzeit bereiten wir uns darauf vor, die Gremien der Gemeinde umfassend und transparent darüber zu informieren, was wir erarbeitet haben und für unser Vorhaben zu werben. Das ist ein fortlaufender Prozess.

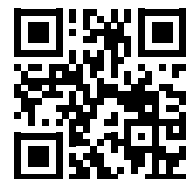
Wussten Sie, welche Herausforderungen auf Sie zukommen?

» Im Prinzip ja, da entsprechende Voranalysen erstellt worden sind. Dennoch ist die Umsetzung unter der Einhaltung sämtlicher verwaltungsrechtlicher Vorgaben und im Einklang mit allen beteiligten Gremien, der Ökologie und regionalen Zielen äußerst komplex und stellt uns vor eine sehr große, aber machbare Aufgabe.

Wie schätzen Sie den weiteren Verlauf ein?

» Wir sind zuversichtlich, dass wir bereits Mitte bis Ende des kommenden Jahres das Bauleitverfahren abschließen können.

Das vollständige Interview findet sich hier:



Die Stadt Wolfsburg unterstützt private Investitionen zur weiteren Entwicklung des Standorts. Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröder betont: „Wolfsburg ist ein gefragter Wirtschaftsstandort. Um bedarfs- und zeitgerecht auf die Ansiedlungsinteressen von Unternehmen reagieren zu können, braucht es ein attraktives Portfolio an baureifen Flächen. Umso mehr freuen wir uns über das Investment und die Akribie der hcp group für die zukunftsweisende Entwicklung von bedarfsgerechten Gewerbeflächen und die gute Zusammenarbeit.“ +

FEELGOOD-MANAGEMENT BEI ES-TEC

MEHR ALS NUR EIN TREND?



© privat

Eine positive Atmosphäre, Spaß im Job und ein wertschätzendes Miteinander im Büro – ein Zustand, den sich so mancher Mitarbeitende nur gedanklich herbeisehen kann. Dabei ist die Förderung der Zufriedenheit im Team weitaus mehr als eine gute moralische Tat, da sie das gesamte Unternehmen beeinflusst. Christina Bunte-Leitgeb ist seit 2010 Teil der ES-Tec GmbH, übernahm vorerst kaufmännische Tätigkeiten und ist derzeit für das Feelgood-Management verantwortlich.

Was steht auf der To-do-Liste einer Feelgood-Managerin? Christina Bunte-Leitgeb sorgt dafür, eine Arbeitsatmosphäre zu schaffen, in der sich jeder Mitarbeiter wertgeschätzt fühlt. Dies wirke sich nicht nur auf das Wohlbefinden der Personen aus,

sondern auch auf den Erfolg: „Wenn sich Mitarbeitende in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen, sind sie nicht nur zufriedener, sondern auch viel eher bereit, ihre Fähigkeiten voll einzubringen und sich zusätzlicher Verantwortung zu stellen. Nicht nur die individuelle Leistung wird gesteigert, sondern auch die Teamdynamik und der gesamte Unternehmenserfolg“, erklärt die ausgebildete Industriefachwirtin und Leitungsassistentin. Neben der Organisation von Strategiemeetings, Seminarschulungen und Events und kümmert sie sich um die Förderung der Kommunikation auf allen Ebenen.

Christina Bunte-Leitgeb sieht in diesem Bereich keinen Trend, sondern betrachtet den Wohlfühlaspekt in Unternehmen als essenziellen Be-

standteil der Unternehmenskultur. „In einer Zeit, in der das Wohlbefinden und die psychische Gesundheit von Arbeitnehmern zunehmend in den Fokus rücken, wird meine Rolle immer bedeutender.“ Als Schnittstelle zwischen den Mitarbeitenden und der Unternehmensführung trage sie dazu bei, dass das volle Potenzial ausgeschöpft werden könne, ohne die Gesundheit oder Work-Life-Balance der Mitarbeitenden zu gefährden.

Für die Zukunft wünscht sie sich, dass ES-Tec ihr auch weiterhin die kreativen Freiräume für innovative Ideen schafft. Diese Freiheit sei für sie ein entscheidender Faktor, um nicht nur in ihrer Tätigkeit erfolgreich zu sein, sondern auch, um das Arbeitsumfeld ständig weiterzuentwickeln und zu bereichern. †

NEUER FIRMENSITZ FÜR MEHR MÖGLICHKEITEN

ELEKTRO MÜLLER UND ELEKTRO SCHARF
ZIEHEN INS GEWERBEGEBIET HEINENKAMP



© Elektro Müller

Was 1972 als Ein-Mann-Betrieb im Keller von Siegfried Müller in Nordsteimke begann, ist heute ein überregional erfolgreiches Unternehmen, das gemeinsam mit Elektro Scharf rund 55 Mitarbeitende beschäftigt. Nun ist es Zeit für den nächsten Meilenstein in der Unternehmenshistorie: Anfang Oktober wurde die Grundsteinlegung des Neubaus im Gewerbegebiet Heinenkamp II in Wolfsburg gelegt und kürzlich das Richtfest gefeiert.

Geschäftsführer Sven Müller übernahm nach seiner Ausbildung zum Installateur früh die Führungsverantwortung der Firma. Mit nur 24 Jahren wurde er nach dem frühen Tod seines Vaters Geschäftsführer und eröffnete 2000 den Firmensitz im Steinweg in Heiligendorf. Der Elektrofachbetrieb hat sich seitdem maßgeblich weiterentwickelt: um einen 24-Stunden-Notdienst für Kunden, die Bauleitung für Großprojekte, die Installation von Kopfstationen und die Realisierung von Kernbohrungen.

Im Frühjahr nächsten Jahres ist mit dem Umzug in den Neubau die nächste große Veränderung geplant. Auf einem Grundstück von rund 3700 Quadratmetern entsteht ein Bürogebäude, eine Lagerhalle sowie ein Ausstellungsraum für das Sortiment. Und die Bauarbeiten schreiten schnell voran. Im Zuge der Grundsteinlegung im Oktober wurden die tagesaktuelle Zeitung, Münzen, ein Brief und ein Medienträger mit Bauzeichnungen und Fotos von Sven Müller, Christine Müller und Sohn Devin in einer symbolischen Zeitkapsel gesammelt. Gemeinsam mit Mitarbeitern des Teams und weiteren Gästen wurde der Stein von Familie Müller feierlich verschlossen.

Für einen Bauprozess im Zeitplan spricht die zügige Entwicklung des Neubaus: Bereits bei der Grundsteinlegung waren die Bodenplatte und die Wände des Untergeschosses fertig und die Decke des Erdgeschosses betoniert. Ende November wurde der Rohbau errichtet und das traditionelle Richtfest zelebriert.

Der Spatenstich für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft ist getan. Der neue Standort ermöglicht eine moderne Weiterentwicklung und optimierte Betriebsabläufe, sodass der Elektrofachbetrieb sich noch effizienter um Anliegen in den Bereichen Elektroinstallation, Satelliten- und Antennenanlagen, Telefonanlagen, Brandmelde- und Türsprecheinrichtungen, elektrische Fußboden-, Freifläche-, und Dachrinnenheizungen sowie Baustrominstallationen für Großbaustellen in Wolfsburg, Hamburg, Stade und Hannover kümmern kann. †



© Nina Stiller



© VfL Wolfsburg

SPORT MEETS UMWELTSCHUTZ

WENIGER MIKROPLASTIK BEIM VfL

Der VfL Wolfsburg setzt ein starkes Zeichen für den Umweltschutz und zeigt, dass Nachhaltigkeit und Sport Hand in Hand gehen können. Mit innovativen Projekten und einer klaren Strategie zur Reduzierung von Mikroplastik geht der Verein neue Wege. Ein besonders bedeutendes Vorhaben ist die Kooperation mit dem Start-up GUPPYFRIEND, das sich auf die Entwicklung spezieller Filter zur Vermeidung von Mikroplastik spezialisiert hat. Durch diese Kooperation konnte der VfL Wolfsburg eine Technologie implementieren, die Mikroplastikemissionen direkt an der Quelle reduziert und damit einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz leistet.

EINSPAREN IM GROSSEN STIL

Die Technologie von GUPPYFRIEND hat es dem VfL ermöglicht, Mikroplastik schon im Ansatz aufzufangen: Die Filter verhindern den Austritt von Plastikpartikeln aus Kunstrasen und anderen synthetischen Materialien, die beim Sport und Training täglich genutzt werden. Die Wirksamkeit dieser Maßnahme zeigt sich in beeindruckenden Zahlen: Allein in der Saison 2023/24

konnten bereits 2.000 Kilogramm Granulat zurückgehalten werden, die ansonsten in die Umwelt gelangt wären. Damit geht der VfL Wolfsburg einen wichtigen Schritt in der Sportbranche, die zunehmend nach nachhaltigen Lösungen sucht, um den ökologischen Fußabdruck zu verringern.

PREISGEKRÖNT

Diese Bemühungen blieben auch international nicht unbemerkt. So wurde das Mikroplastikprojekt des VfL Wolfsburg mit dem prestigeträchtigen „ECA Environmental Sustainability Award 2024“ sowie dem „Sport Positive Award 2024“ ausgezeichnet. Diese Preise würdigen das Engagement des Vereins für eine nachhaltigere Zukunft und unterstreichen die Bedeutung, die der VfL Wolfsburg dem Schutz der Umwelt beimisst. Nachhaltigkeit ist beim VfL Wolfsburg nicht nur ein Trendthema, sondern eine ernsthafte Verantwortung. Der Verein sieht es als seine Pflicht, einen positiven Einfluss auf die Umwelt zu nehmen und den Spielbetrieb so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Das Engagement in Sachen Mikroplastik ist dabei nur ein Teil einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie, die darauf



© VfL Wolfsburg

abzielt, Ressourcen effizient zu nutzen und ökologische Schäden zu vermeiden.

IM NAMEN DER GESUNDHEIT

Mit dieser Initiative leistet der VfL Wolfsburg auch einen wichtigen Beitrag zum Schutz der menschlichen Gesundheit, da in Mikroplastik zunehmend ein Risiko für ebendiese erkannt wird. Studien zeigen, dass Plastikpartikel über die Nahrungskette und durch Einatmung in den menschlichen Körper gelangen und potenziell schädlich sein können. Mit der Reduktion von Mikroplastik setzt der VfL ein Zeichen dafür, dass Sportvereine nicht nur auf dem Spielfeld eine Vorbildfunktion haben, sondern auch darüber hinaus.

Der Verein zeigt damit eindrucksvoll, dass Nachhaltigkeit und sportliche Exzellenz Hand in Hand gehen können und möchte auch in Zukunft weiterhin Verantwortung übernehmen. Daher setzt er sich ehrgeizige Ziele, um den Umweltschutz aktiv voranzutreiben. So wird der VfL Wolfsburg zur Inspiration für andere Vereine und zeigt, wie Sport eine positive Rolle im Kampf gegen Umweltverschmutzung spielen kann. +

GRIZZLYS MIT RASANTEM FAHRSTIL



© Volkswagen AG

DIE WOLFSBURGER EISHOCKEYMANNSCHAFT AUF DEM ASPHALT STATT AUF DEM EIS

Die Grizzlys Wolfsburg haben sich abseits des Eises auf ungewohntem Terrain ausprobiert: Im Rahmen eines Fahrsicherheitstrainings von Volkswagen erlebte das Team einen Tag voller Adrenalin, wertvoller Erfahrungen und Teamgeist. Die Spieler und Trainer des Eishockey-Clubs bekamen auf dem Trainingsgelände von Volkswagen die Gelegenheit, ihre Fahrkünste zu testen und neue Techniken kennenzulernen, die nicht nur im Straßenverkehr, sondern auch in hektischen Spielsituationen von Vorteil sein können.

TEAMBUILDING

Unter der professionellen Anleitung erfahrener VW-Instruktoren lernten die Grizzlys, wie man auch in kritischen Fahrsituationen souverän reagiert. Ob beim Ausweichen auf glatten Straßen, dem kontrollierten Abbremsen oder dem sicheren Kurvenfahren – die Spieler durften in anspruchsvollen Übungen erleben, wie wichtig Reaktionsvermögen und präzise Steuerung sind. Doch das Fahrsicherheitstraining war

nicht nur lehrreich, sondern bot den Grizzlys auch eine willkommene Abwechslung und die Gelegenheit, als Team weiter zusammenzuwachsen. Abseits des Eises konnten die Spieler ihre Teamdynamik unter anderen Umständen erleben und stärken. Das Erleben von neuen Herausforderungen fördert den Zusammenhalt und das gemeinsame Meistern der Fahraufgaben stärkte das Vertrauen und den gegenseitigen Rückhalt der Mannschaft. „Es ist einfach mal was ganz anderes. Vor allem die Erfahrungen auf nassem Asphalt. Man lernt das Auto ganz anders kennen und das macht extrem viel Spaß“, so Verteidiger Fabio Pfohl.

STARKE PARTNER

Auch die Kooperation zwischen Volkswagen und den Grizzlys Wolfsburg wurde durch das Event intensiviert. Der Automobilhersteller, der seit vielen Jahren ein starker Partner der Grizzlys ist, bietet den Spielern nicht nur wertvolle Trainingsmöglichkeiten, sondern unterstützt sie auch durch sol-

che außergewöhnlichen Erlebnisse, die den Spielern auch jenseits des Sports zugutekommen. Die Verbindung von Spitzensport und moderner Technologie, die Volkswagen bietet, war bei diesem Fahrsicherheitstraining hautnah spürbar.

IM SPORT WIE IM ALLTAG

Für die Grizzlys Wolfsburg war der Tag ein voller Erfolg und viele Spieler äußerten sich begeistert über die wertvollen Erfahrungen und Erkenntnisse, die sie mitnehmen konnten. Dieses Erlebnis wird den Grizzlys noch lange in Erinnerung bleiben und sie auch in ihrem Sportalltag stärken. Schließlich gehören schnelle Reaktionsfähigkeit, Konzentration und Teamgeist nicht nur zum Eishockeyspiel, sondern sind auch im Straßenverkehr unverzichtbare Fähigkeiten. Der Besuch beim VW-Fahrsicherheitstraining hat den Spielern gezeigt, dass man in jeder Situation von klarem Denken und schnellem Handeln profitiert – egal, ob auf dem Eis oder hinter dem Steuer. +

WOLFSBURG AUF DER EXPO REAL

Der Wirtschaftsstandort Wolfsburg präsentierte sich vom 7. bis 9. Oktober 2024 erfolgreich auf der internationalen Fachmesse für Immobilien und Investitionen, der EXPO REAL, in München. Gemeinsam stellten die Stadt Wolfsburg, WMG, Wolfsburg AG, Volkswagen Immobilien und die Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg Projekte sowie Perspektiven der Stadtentwicklung vor. Im Fokus standen vor allem die nachhaltige Entwicklung und Aufwertung der Innenstadt inklusive des städtebaulichen Konzepts für das Nordkopfquartier Mitte vom Büro Henning Larsen mit konkreten Investitionschancen. In einer Talkrunde im Discussion & Networking Forum sprachen lokale Akteure zur Zukunft der Innenstadt.



© Alle: WMG Wolfsburg





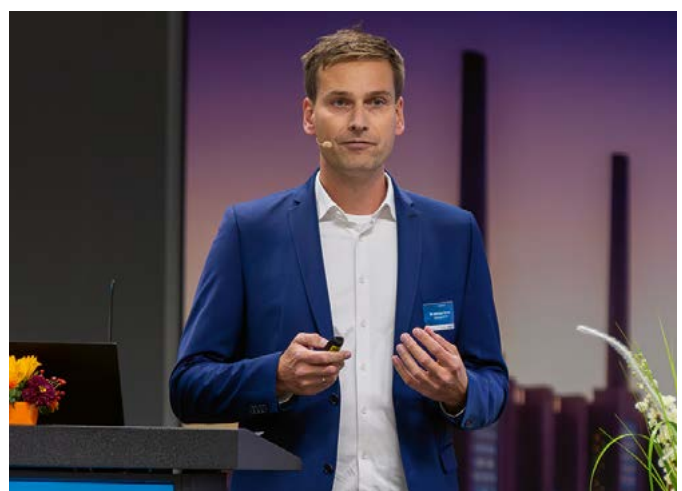
© Alle: WMG Wolfsburg, Fotos Sebastian Bisch

FORUM WIRTSCHAFT 2024

Der Austausch mit der Wirtschaft ist wichtiger denn je: Daher lud die WMG Wolfsburg gemeinsam mit der Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg als Kooperationspartner am 7. November zum Forum Wirtschaft in die Räumlichkeiten von E-BIKE KASTEN ein.

Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschroer eröffnete die Veranstaltung. Danach folgten Grußworte von Oberbürgermeister Dennis Weilmann, dem Hausherrn Guido Kasten und Dr. Bernd Schmid, Vorstandsmitglied der Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg.

Mit einem inhaltlichen Fokus auf das Thema „Gründen und Wachsen in Wolfsburg“ boten Dr. Michael Demes, Geschäftsführer des Wolfsburger Start-ups Sentics, und Fabian Eckert, Geschäftsführer des Mehrweganbieters RECUP, den Gästen spannende Impulse zur Unternehmensentwicklung.



REGIONALE AKTEURE HALTEN GEMEINSCHAFTLICHES PLÄDOYER FÜR DIE WEITERE FÖRDERUNG DES TRANSFORMATIONSNETZWERKS RETRASON

Beim Parlamentarischen Abend in Berlin diskutierten Vertreter aus Wirtschaft, Verwaltung, Gewerkschaften und Verbänden mit Bundes- und Landtagsabgeordneten über die aktuelle Situation der Automobilbranche sowie deren Auswirkungen auf Südostniedersachsen und formulierten Forderungen für die weitere Entwicklung der Region. Die Redebeiträge gaben den Auftakt für eine angeregte Diskussion, in der Bundestags- und Landtagsabgeordnete, Unternehmen, Kommunen, Verbände und Gewerkschaften aktiv ihre Perspektiven austauschten. Im Raum standen Forderungen wie etwa die Unter-



© Allianz für die Region GmbH/Marten Ronneburg, Dominic Schaar



© Allianz für die Region GmbH/Marten Ronneburg, Dominic Schaar

stützung der Fahrzeug- und Zulieferindustrie, die Förderung des Transformationsnetzwerks ReTRASON, der Ausbau der A39, der Anschluss der Region ans Wasserstoffkernnetz sowie die Sicherung der Fachkräftebasis.

Der Parlamentarische Abend bildet eine der zentralen Kommunikationsplattformen, um zusammen mit politischen Mandatsträgern über Entwicklungen und Perspektiven für die Region zu sprechen und Entscheidungsprozesse transparenter zu machen. Im Mittelpunkt steht dabei der Dialog zwischen Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung, Wirtschaftsverbänden und Gewerkschaften.

BUSINESS LOUNGE DER WIRTSCHAFTSJUNIoren

Ende September veranstalteten die Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg für Mitglieder, Gäste, Fördermitglieder und Wirtschaftsjunioren aus Nachbarkreisen bereits zum siebten Mal die Business Lounge in der Schlossremise Wolfsburg. In lockerer Atmosphäre und mit einer Tombola als besonderes Highlight bot der Netzwerkabend erneut eine gelungene Plattform, um die jungen Wirtschaftsakteure zu vernetzen.



© Alle: Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg, Fotos Matthias Leitzke

„EMPOWERING PARTNERSHIPS“

843 Aussteller aus 33 Nationen, knapp 40.000 Besucherinnen und Besucher – Auf der 12. Internationalen Zuliefererbörse (IZB) traf sich Ende Oktober in Wolfsburg das Who-is-Who der Automobilzulieferindustrie. Das Leitthema „Empowering Partnerships“ legte in einer für die Branche von Umbrüchen geprägten Zeit den Fokus auf die Stärkung des Austausches zwischen Zulieferern und OEMs sowie die Förderung von Kooperationen. Unter den rund 20 Ausstellern aus Wolfsburg war erstmals auch die Volkswagen AG vertreten. Zum internationalen Publikum der feierlichen Eröffnung und auf der Messe zählten viele Vertreter aus Politik und Gesellschaft der Region.

Weitere Informationen unter www.izb-online.com.



STANDPUNKT+

MICHEL WEDEKIND



© privat

Mit seinem Unternehmen CSAE macht Michel Wedekind nicht nur Menschen mit Technik glücklich, sondern hat über die letzten Jahre erfolgreich weitere Unternehmen wie Talendox oder kürzlich das Haus der kleinen Sprösslinge aufgebaut. Dabei immer im Fokus: das Miteinander.

» Miteinander geht immer mehr. Das ist wohl eines meiner wichtigsten Learnings der letzten Jahre und mir daher ein besonderes Anliegen, es mit anderen zu teilen und ihnen bewusst zu machen. Der Mensch hat Stärken und Schwächen. Ganz individuell kann jeder Mensch unterschiedliche Sachen mehr oder weniger gut – das zu begreifen, darauf kommt es an. Sobald wir für unsere eigenen Stärken und Schwächen ein Verständnis entwickeln, gelangen wir zu innerer Sicherheit. Sind dann bei einem Thema andere Stärken als die eigenen gefragt, fällt es uns viel leichter, in den Austausch zu gehen und uns Unterstützung zu holen.

Wenn Menschen mit ihren jeweiligen Stärken zusammenkommen und jeder sein Können und Wissen einbringt, kann es für den Einzelnen und das Team sehr gewinnbringend sein. Doch dieses Miteinander funktioniert erst mit der richtigen Ausrichtung und wenn beide Seiten ein entsprechendes Mindset mitbringen. Denn das weit verbreitete Win-win-Denken greift oft zu kurz. Beide Seiten sollen gewinnen, doch jeder versucht, bewusst oder unbewusst, das größte Stückchen der Torte für sich zu beanspruchen. Ein besseres Prinzip, das ich lernen durfte, ist Co-Elevation. Demnach bringt jeder das für sie oder ihn Mögliche in die Beziehung ein, sodass letztlich beide ein höheres Level erreichen. Schließlich macht Geben viel zufriedener als Nehmen.

Das gelebte Miteinander begegnet mir in Wolfsburg an ganz vielen Stellen. Alle Menschen, die ich hier bisher kennengelernt habe, sind offen, hören zu, identifizieren sich, verstehen das Gemeinschaftsgefühl und engagieren sich ehrenamtlich in großartigen Netzwerken. Allen Akteuren, auch wenn sie keine gebürtigen Wolfsburger sind, liegt etwas an der positiven Entwicklung dieser Stadt. Und mir geht es genauso.

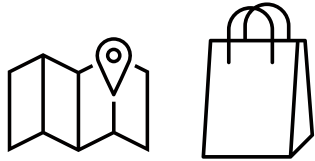
Konkret schaffen meine Frau Sarah und ich gemeinsam mit einer großartigen Erzieherin eine Kindertagespflegeeinrichtung – das Haus der kleinen Sprösslinge –, in der die Kleinen gemäß ihrer Stärken gefördert werden. Warum machen wir das? Ich habe eins leider erst spät gelernt: Ich bin gut, wie ich bin. Früher habe ich stets auf andere geschaut und versucht, es ihnen gleichzutun. Doch da lagen nicht meine Stärken, da war ich kein Pinguin. Pinguine können nicht gut laufen und fliegen, doch im Wasser sind sie stark. Wir sind alle Pinguine und wir müssen nur unser Wasser finden. Wenn wir diese Denkweise Kindern schon von klein auf mitgeben, dann können wir viel Selbstsicherheit in die Gesellschaft bringen und das Miteinander fördern. +





WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Sie suchen Unterstützung bei Ihrem Projekt? Unser Team steht Ihnen bei allen Fragestellungen gern zur Seite und fungiert als wichtige Schnittstelle zu den Fachabteilungen der Stadtverwaltung. Kontaktieren Sie uns gern per Mail an wirtschaftsfoerderung@wmg-wolfsburg.de.



WOLFSBURG STORE

Direkt gegenüber dem Hauptbahnhof verbindet der Wolfsburg Store die wichtigen Serviceleistungen der Tourist-Information mit einer Vielfalt an Wolfsburg-Produkten.

Willy-Brandt-Platz 4 | 38440 Wolfsburg
Öffnungszeiten: Montag-Samstag 9-18 Uhr
und Sonntag 10-15 Uhr



WOLFSBURG CONVENTION BUREAU

Sie planen eine Tagung oder ein Event in Wolfsburg? Als Ihr Eventpartner in Wolfsburg berät sie unser Team individuell und unterstützt Sie bei der Konzeption und Organisation, um Ihr Event zu einem besonderen Erlebnis zu machen. Kontaktieren Sie uns gern per Mail an tagungen@wmg-wolfsburg.de.

Wolfsburg
erleben

Unser Erlebnisportal www.wolfsburg-erleben.de bündelt Veranstaltungen in Wolfsburg und informiert über die vielfältigen Freizeiterlebnisse vor Ort. Ihre Veranstaltung fehlt noch im Veranstaltungskalender? Dann melden Sie sie gern an.

MAGAZIN-ABONNEMENT

Wenn Sie das Wirtschaftsmagazin WOLFSBURG+ der WMG zukünftig nur noch digital lesen möchten, senden Sie uns bitte eine E-Mail an wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de.

Falls wir Ihnen das Magazin nicht mehr zuschicken sollen, informieren Sie uns bitte ebenfalls per E-Mail an wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de.

IMPRESSUM

Herausgeber



Wolfsburg Wirtschaft
und Marketing GmbH
Geschäftsführer
Jens Hofschröder

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

Ausgabe 43
Dezember 2024

Druck

oeding print GmbH
Erzberg 45 | 38126 Braunschweig
Jakob Burmeister

Kooperationspartner



Wolfsburg AG



Stadt Wolfsburg

Projektkoordination

Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Wirtschaftskommunikation
Lea Kehring

Titelfoto

Klaus Weddig

Redaktion

Lea Kehring (WMG)
Simon Henke
Jannick Stühff
Lina Tauscher

Gestaltung

Ivonne Jeetze
Lars Wilhelm

**SAVE
THE DATE**

2. APRIL 2025
IM CINEMAXX
WOLFSBURG

WOLFSBURG Women CONNECT

Überregionales Netzwerk-Event für
Unternehmerinnen und Frauen
in Führungspositionen.



Weitere Informationen und
Tickets finden Sie hier:
wmg-wolfsburg.de/wwc

Hochwertige
InspirationTalks
Speakerinnen und
Podiumsrunden