WOLFSBURG+

Das Wirtschaftsmagazin für Wolfsburg · Ausgabe 45

06
INNENSTADTFONDS GIBT LOKALEM ENGAGEMENT RAUM

10
ERFOLGREICHES JAHR FÜR DIE NAHVERSORGUNGSENTWICKLUNG

18
HANDWERK ZUM ANFASSEN

ZUKUNFTSKONZEPT WISSENSCHAFT

Wolfsburg auf dem Weg zum Wissenschaftsstandort

Viele kleine und mittelständische Unternehmen stehen vor denselben IT-Herausforderungen. Vielleicht auch Du?

Unsere IT macht mir immer mehr Sorgen. Wenn wichtige Systeme ausfallen, läuft nichts mehr. Wir kämpfen mit Sicherheitsrisiken, Datenschutz und gesetzlichen Anforderungen – aber uns fehlen Zeit und das nötige Know-how.

CLOUDIO macht das für Dich!

Wir wissen, wie nervig IT sein kann, wenn sie nicht funktioniert. Mit CLOUDIO musst Du Dich darum nicht mehr kümmern – wir sorgen dafür, dass alles einfach läuft.

Wir übernehmen Deine komplette IT: von Lizenzen über Support bis hin zu Sicherheit und Datensicherung. Alles läuft zuverlässig im Hintergrund – ISO-zertifiziert und ohne versteckte Kosten.

Flexibel & für Dich

Du bekommst exakt das, was Du auch wirklich brauchst. Nicht mehr, nicht weniger.

- Wählbare Module
- Ideal für 1–250 Mitarbeiter
- Wächst mit Deinem Unternehmen mit

Stabil & Sicher

Deine Daten sind in unseren Cloud-Umgebungen bestens geschützt.

- Hohe Verfügbarkeit
- Regelmäßige Backups
- Modernste Sicherheitsstandards

Klar & Fair

Du bekommst hochwertige IT-Leistungen – fair im Preis und klar kalkulierbar.

- Faire Preise
- Planbare IT-Kosten
- Volle Kostentransparenz

Bereit für eine IT, die einfach läuft?
Schreib uns - wir zeigen Dir, wie unkompliziert moderne IT sein kann.

info@CLOUDIO.de

CLOUDIO Berliner Str. 52e, Braunschweig www.CLOUDIO.de +49 531 - 180 51 62 0

Ein Produkt der digitalSee GmbH | Geschäftsführung: Joachim Fricke, Gunhard Keil | HBR: 207274

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

die Wirtschaftsweisen zeichnen für 2025 und 2026 ein verhaltenes Bild: 0,2 % und 0,9 % Wachstum. Diese Prognosen zeigen, dass wir uns weiterhin in einer Umbruchphase befinden – auch in unserer Region. Doch wo sich Strukturen verändern, entstehen oftmals neue Chancen für Ideen, Forschung und Zukunft.

Gerade jetzt kommt der Wissenschaft eine Schlüsselrolle zu: Sie ist Impulsgeberin für wirtschaftliche Entwicklung und städtische Innovation. Mit dem Zukunftskonzept Wissenschaft setzt der Standort Wolfsburg genau hier an. Es stärkt die Zusammenarbeit von Hochschulen, Forschung und Unternehmen, schafft Experimentierräume und macht unsere Stadt attraktiver für Talente und Investitionen. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen das Konzept vor und zeigen, welche Möglichkeiten es für die Wirtschaft eröffnet.

Auch an anderer Stelle sind positive Signale sichtbar: Die Nahversorgungsentwicklung hat 2025 mit Neu- und Wiedereröffnungen sowie wichtigen Baustarts deutliche Fortschritte gemacht. Ein besonderer Meilenstein war der Spatenstich für den neuen MARKT-KAUF in Nordsteimke – ein starkes Zeichen für Wachstum und Standortqualität.

Wie gewohnt informieren wir Sie im Heft und auf wolfsburgplus.de über Entwicklungen, Projekte, Unternehmen und Gründer*innen aus der Region – von smarter Mobilität über Innenstadtfonds bis hin zu neuen Erfolgsstorys.

Seit dem 24. November lädt der Wolfsburger Weihnachtsmarkt zum Besuch ein. Vielleicht treffen wir uns auf dem Weihnachtsmarkt – ich würde mich über ein kurzes persönliches Gespräch freuen. Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre, eine besinnliche Weihnachtszeit und einen guten, gesunden Start ins Jahr 2026.

Ihr Jens Hofschröer, Wirtschaftsdezernent der Stadt Wolfsburg & Geschäftsführer der WMG

© Nina Stiller

STANDORT PLUS
4 Smart Parking in Wolfsburg

STADT+ENTWICKLUNG
6 Innenstadtfonds gibt lokalem Engagement Raum
7 Lupus als weiterer Meilenstein des Nordkopfquartiers
8 Glasfaser für NEULAND-Wohnungen
9 Zufriedenheit als Erfolgsfaktor
10 Erfolgreiches Jahr für die Nahversorgungsentwicklung

MENSCHEN+UNTERNEHMEN
18 Handwerk zum Anfassen
19 75 Jahre Ruess
20 Design und Marketing
21 M2J Fragranza - von der Idee zum eigenen Nischenparfüm
22 Rudelstore als neues Pop-up-Konzept
23 Ebeling feiert 80 Jahre
24 Mission Immobilie
25 Gold Atelier Wolfsburg – Handwerk, dass glänzt
26 Wolfsburg im Zeichen der Innovation

© Stadt Wolfsburg

TOP-THEMA
12 Zukunftskonzept Wissenschaft
14 Räume für Dialog, Kreativität und Innovation
16 Wissenschaft für eine Stadt im Wandel

SPORT+BUSINESS
28 Wölfe TV: Wie der VfL Wolfsburg seine Marke mit Bewegtbild stärkt
29 Mikro statt Schläger: Wie die Grizzlys Kinder zu Reportern machen
30 Expo Real 2025 in München
32 **GALERIE**
34 **STANDPUNKT+** Saskia Elverfeld

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.

SMART PARKING IN WOLFSBURG: WENN KI DEN ALLTAG ERLEICHTERT

WOLFSBURG WIRD SMART CITY

Sensorik erkennt Abfall auf Wolfsburgs Straßen © Stadt Wolfsburg

Wolfsburg gilt längst nicht mehr nur als Autostadt. Mit dem Projekt „Smart Parking“ zeigt die Stadt eindrucksvoll, wie digitale Technologien den urbanen Alltag erleichtern und gleichzeitig zur nachhaltigen Stadtentwicklung beitragen können. Die Vision ist klar: Wolfsburg möchte datenbasierte Entscheidungen ermöglichen, die Verkehrsplanung effizienter gestalten und den Bürgerinnen und Bürgern ein komfortables Mobilitätserlebnis bieten. Gerade in der Innenstadt, wo Parkplätze knapp und schnell belegt sind, wird diese Vision besonders greifbar. Das endlose Kreisen auf der Suche nach einer Lücke, stockender Verkehr und überflüssige Emissionen – das will Wolfsburg mit Smart Parking hinter sich lassen.

INTELLIGENTE TECHNIK FÜR SMARTE PARKPLÄTZE

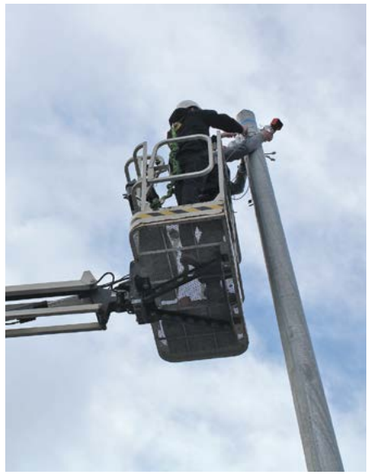
Die Umsetzung ist clever und zukunftsweisend. Gemeinsam mit einem regionalen Partner entwickelt Wolfsburg eine KI-gestützte Software als Open-Source-Lösung. Vier Sensoren auf dem Parkplatz am Meckauerweg erfassen in Echtzeit sowohl die Belegung der Stellplätze als auch den Parksuchverkehr. Sonderparkplätze, etwa für Menschen mit Behinderung, werden gesondert angezeigt. So entsteht eine fundierte Datengrundlage, die nicht nur den Ist-Zustand dokumentiert, sondern auch wertvolle Erkenntnisse für die Optimierung des städtischen Parkraums liefert.

MEHR KOMFORT FÜR BÜRGERINNEN UND BÜRGER

Für die Nutzerinnen und Nutzer bedeutet das konkret: Mehr Transparenz und weniger Stress bei der Parkplatzsuche. Wer morgens eilig zur Arbeit fährt, kann in der Wolfsburg-App sofort sehen, wo ein freier Stellplatz auf ihn wartet. Ergänzt wird das Parkleitsystem der Stadt durch digitale Anzeigetafeln, auf denen die aktuelle Belegung angezeigt wird – ein Komfortservice, der den Alltag spürbar erleichtert. Weniger Suchverkehr, weniger Rückstau, weniger CO_2-Emissionen: Ein Gewinn für Umwelt und Lebensqualität gleichermaßen.

OPEN SOURCE ALS SCHLÜSSEL ZUM MEHRWERT

Smart Parking ist mehr als nur ein Parkplatzmanagementsystem. Die Entscheidung für Open-Source-Software und Datensouveränität macht das Projekt zu einem echten Mehrwert für die Kommune. Noch in diesem Jahr soll die Technologie auf den Theaterparkplatz übertragen werden – inklusive Visualisierung in der Wolfsburg-App und auf den Anzeigetafeln. Die modulare Architektur der KI-Software eröffnet darüber hinaus zahlreiche Weiterentwicklungsmöglichkeiten.



Installation von Sensoren für Smart Parking © Stadt Wolfsburg

PILOTPROJEKTE UND WEITERE ANWENDUNGSFELDER

Bereits umgesetzt wurde ein spannender Pilot im Bereich der Straßenreinigung: Eine Kehrmaschine der Wolfsburger Abfallwirtschaft erfasst mithilfe der KI-Objekterkennung Straßenabfall. Das Modell wurde gezielt auf Müll trainiert, um Häufungen in einer Heatmap darzustellen. So lassen sich Einsatzschwerpunkte präziser planen, Ressourcen effizienter einsetzen – und die Stadt noch sauberer machen. Weitere Anwendungsfelder sind in Planung: Künftig soll die Technologie den Verkehrsfluss messen, Straßenschäden erfassen und potenzielle Engstellen frühzeitig erkennen. Überall dort, wo Daten das Leben erleichtern, spielt die KI ihre Stärken aus.

TEIL EINES NATIONALEN FÖRDERPROJEKTS

Smart Parking ist Teil des Förderprogramms „Modellprojekte Smart Cities“ des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen. Ziel ist es, die Digitalisierung strategisch in eine integrierte, nachhaltige Stadtentwicklung einzubetten. Im Mittelpunkt stehen Projekte, die echten Mehrwert für die Bürgerinnen und Bürger schaffen und gleichzeitig die städtische Infrastruktur zukunftsfähig machen. Seit 2022 befindet sich Wolfsburg in der Umsetzungsphase – ein klarer Beweis dafür, dass innovative Konzepte und pragmatische Lösungen Hand in Hand gehen können.

ALLTAGSERLEICHTERUNG FÜR ALLE

Ein Blick auf die alltägliche Wirkung macht die Vorteile sofort sichtbar: Pendler verbringen weniger Zeit mit der Parkplatzsuche, Eltern wissen genau, wo sie Familien- oder Behindertenstellplätze finden, und wer abends spontan ins Kino oder Restaurant möchte, fährt entspannt los – ohne nervige Wendeschleifen. Auch der lokale Einzelhandel profitiert: Weniger Suchverkehr bedeutet mehr freie Straßen, weniger Stau und ein angenehmeres Einkaufserlebnis

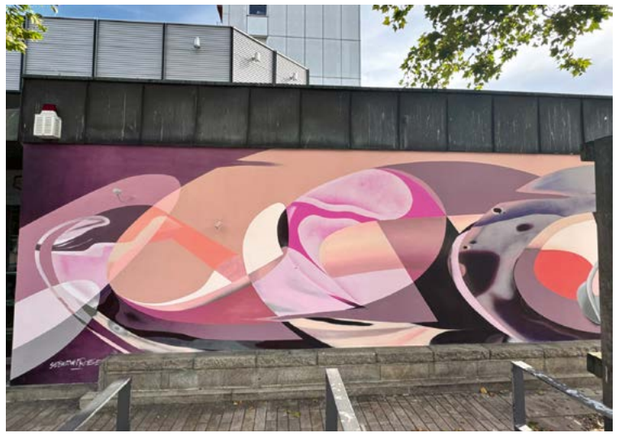
WOLFSBURG ALS VORREITER

Die Stadt zeigt, dass urbane Entwicklung nicht nur verwaltet, sondern aktiv gestaltet werden kann. Dank intelligenter Datenanalyse wird die Parkplatzsuche weniger zum Stressfaktor und mehr zum komfortablen Teil des städtischen Lebens. Gleichzeitig gewinnen Stadtplanung und Umwelt: Effizienz, Nachhaltigkeit und Komfort gehen Hand in Hand – und machen Wolfsburg zu einem echten Vorreiter unter den Smart Cities Deutschlands. Wer morgens über die App den freien Stellplatz checkt, erlebt Digitalisierung ganz konkret: spürbare Entlastung, smarte Lösungen und ein Stück urbaner Lebensqualität – mitten in Wolfsburg. +

Smarte Kehrmaschine erfasst mithilfe der KI-Objekterkennung Straßenabfall © Stadt Wolfsburg

INNENSTADTFONDS GIBT LOKALEM ENGAGEMENT RAUM

UNTERSTÜTZUNG VON DER PROJEKTIDEE BIS ZUR UMSETZUNG



v. l. Künstler Sebastian Roese, Josephine Stein (WMG), Michael Ernst (CMT), Svenja Hohnstock (CMT) und Frank Hitzschke (WMG) freuen sich über das erste Projekt im Rahmen des Innenstadtfonds

Innenstadtentwicklung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die kollektives Engagement, kreative Ideen und einen offenen Dialog zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erfordert. Wolfsburg nimmt sich dessen mit dem Innenstadtfonds an: Mit diesem können Vereine, Initiativen oder engagierte Bürger gemeinsam Impulse setzen und ihre Ideen für ein lebendiges, nachhaltiges und attraktives Zentrum verwirklichen.

Konkret stellt die Stadt Wolfsburg mit dem Fonds für 2025 und 2026 jeweils 25.000 Euro zur Verfügung, um private Projekte zu unterstützen. Förderfähig sind Projekte mit einem Projektvolumen von mindestens 1.000 Euro, die zur Belebung und Aufwertung der Innenstadt beitragen – von sozialen und kulturellen Aktivitäten über Begrünung bis zu innovativen Nutzungsideen. Dabei können bis zu 5.000 Euro pro Projekt beantragt werden, wobei die Antragstellenden 50 Prozent der Kosten selbst tragen müssen. Der Innenstadtfonds ist in das Citysofortprogramm eingebettet und ist ein Projektimpuls aus dem Regiebuch des Entwicklungskonzepts Innenstadt.

„Mit dem Innenstadtfonds schaffen wir Mehrwerte in vielerlei Hinsicht: Wir unterstützen private Initiativen und motivieren zum Mitmachen. Damit geben wir lokalem Engagement Raum zur Mitgestaltung, erhöhen die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit der Innenstadt und werten den Bereich als attraktives Stadtzentrum auf“, betont Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren bei der WMG.

Das Citymanagement der WMG steht Interessierten von der Antragstellung über die Projektentwicklung bis zur Umsetzung beratend zur Seite. Neben einer Projektbeschreibung müssen Interessierte eine Kostenschätzung und einen Nachweis des Eigenanteils einreichen. Die Förderwürdigkeit stellt dann eine Fondskommission fest – bestehend aus Vertretenden aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Vereinen und Verbänden.

Erste Projekte und weitere Perspektiven

Seit Ende Juni haben interessierte Vereine und Privatpersonen die Möglichkeit, einen Antrag für den Innenstadtfonds zu stellen. Erste Anträge sind bereits eingegangen. Es ist sogar schon ein erstes Projekt sichtbar: Eine ehemals mit illegalen Graffitis besprühte Fassade der Porschestraße 33 wurde im Auftrag des City Marketings und Tourismus Wolfsburg e. V. vom Wolfsburger Künstler Sebastian Roese in ein farbenfrohes Wandbild verwandelt. Diese Maßnahme wertet nicht nur das Stadtbild auf, sondern erhöht auch die Aufenthaltsqualität und beugt Vandalismus vor.

Weitere Projekte sind aktuell in Vorbereitung, wie beispielsweise die künstlerische Gestaltung von Außenrolläden an einem Ladengeschäft oder die Schaffung eines historischen Geschichtspfads als außerschulischer Lernort. Weitere Ideen sind jederzeit willkommen und werden unterstützt +

Weitere Informationen finden sich hier:

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

LUPUS ALS WEITERER MEILENSTEIN DES NORDKOPFQUARTIERS

OCI INVESTIERT IN INNENSTADTENTWICKLUNG

v. l. Stephan Schäfer (CEO von OCI), Stadtbaurat Kai-Uwe Hirschheide, Oberbürgermeister Dennis Weilmann, Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröer und Gerd Graf (Graf + Graf Architekten) © Stadt Wolfsburg

Der nördliche Bereich der Wolfsburger Innenstadt wird sich in den kommenden Jahren sichtbar verändern. Neben dem Medical Office wird mit Lupus das zweite Neubauprojekt innerhalb des Nordkopfquartiers Mitte und vis-à-vis der künftigen BRAWO City entstehen.
Ausgehend vom Vermarktungsstart des Nordkopfquartiers auf der Expo Real 2024 wurden vom Investor OCI Outlet Centers International in den vergangenen Monaten gemeinsam mit dem Architekturbüro Graf + Graf sowie in Kooperation mit der Stadt Wolfsburg städtebauliche Entwürfe für das Projekt Lupus erarbeitet.

Grundlage dabei bildete die übergeordnete städtebauliche Idee für das Nordkopfquartier Mitte – entwickelt von Henning Larsen Architects. Der städtebauliche Entwurf für Lupus sieht auf der Fläche zwischen Jobcenter und Markthalle ein rund 13.000 m² großes Büro- und Geschäftshaus mit besonderer Architektur vor. Geplant ist ein zweiteiliges, in sich gedrehtes Gebäude mit elf Geschossen mit nachfragegerechten Flächen für Einzelhandel, Gastronomie und Büro – entsprechend der Ausführungen und der Erkenntnisse des Einzelhandelskonzepts und Büromarktberichts. Dabei orientieren sich die unteren fünf Geschosse an den Fluchten der Porschestraße, wobei der obere Kubus in die Straße hineingedreht ist.

OCI ist mit den Designer Outlets Wolfsburg seit 18 Jahren in Wolfsburg vertreten. Stephan Schäfer, CEO von OCI, kennt den Standort gut und sagt: „Die Entwicklungschancen, die die Innenstadt für Handelsflächen, Gastronomie und Büronutzungen bietet, haben uns für eine weitere Investition am Standort überzeugt. Sowohl die hervorragende Lage in der Porschestraße als auch die erstklassige Anbindung an den ÖPNV sind für uns und zukünftige Nutzer ganz wesentliche Aspekte – insbesondere für moderne Office-Arbeitsplätze.“

© Graf + Graf

Oberbürgermeister Dennis Weilmann betont: „Dieses Bauprojekt auf einem unserer Filetgrundstücke am Nordkopf setzt einen wichtigen Meilenstein der Innenstadtentwicklung. Es freut mich besonders, dass wir mit OCI einen zuverlässigen Investor an unserer Seite haben, der die Zukunft unserer Stadt mitgestaltet und entscheidend zur weiteren Aufwertung der City beiträgt.“

Im Erdgeschoss sind Handels- und Gastronomieflächen geplant, darüber sollen moderne Büroflächen entstehen. Wichtig bei den Planungen ist auch die Gestaltung des öffentlichen Raums. Mit der Schaffung eines Quartiersplatzes zwischen Bahnhofspassage und Porschestraße sollen die Wegeverbindung gestärkt und Begegnungsräume gestaltet werden. Gerd Graf, Graf + Graf Architekten, erklärt: „Wir wollen mit diesem Projekt eine Verbindung zwischen Porschestraße und Bahnhofspassage schaffen mit dem Ziel, für die Bürger die Innenstadt als Arbeits- und Lebensraum aufzuwerten. Durch die Gestaltung des Gebäudes kreieren wir eine neue prägnante Adresse, die aus allen Richtungen am Nordkopf eine Magnetwirkung hat.“

Im Oktober hat der Rat der Stadt Wolfsburg dem städtebaulichen Entwurf zugestimmt. Bevor die Umsetzung starten kann, muss das Bauleitplanverfahren für das Nordkopfquartier Mitte durchgeführt werden. Der Projektstart ist aktuell für 2026 mit einer Bauzeit von voraussichtlich zwei Jahren geplant. +

GLASFASER FÜR NEULAND-WOHNUNGEN

WOBCOM GMBH TREIBT WOLFSBURGS DIGITALE ZUKUNFT VORAN

Vertreterinnen und Vertreter der WOBCOM, NEULAND und Stadtwerke Wolfsburg gaben den offiziellen Startschuss für das Glasfaserprojekt © NEULAND

Eine stabile Internetverbindung in den eigenen vier Wänden ist heute essenziell. Ob fürs Home-Office oder einfach für reibungsloses Streaming und Lernen. Glasfasertechnologie bietet genau das: hohe Bandbreiten, geringe Latenz und Zuverlässigkeit. Die WOBCOM GmbH zählt zu den Vorreitern beim Ausbau der lokalen Glasfaserinfrastruktur. Dabei arbeitet sie bereits mit zahlreichen Partnern zusammen, um ganze Stadtteile und umliegende Orte mit modernstem Glasfasernetzausbau zu versorgen.

EIN SMARTER FÜNF-JAHRESPLAN

Auch Wolfsburg schreitet weiter in Richtung digitale Zukunft: Gemeinsam mit der WOBCOM GmbH startet die NEULAND Wohnungsgesellschaft mbH den flächendeckenden Ausbau moderner Glasfaseranschlüsse in sämtlichen ihrer rund 11.000 Wohnungen. Davon profitieren nicht nur die Mieter, sondern die gesamte Stadt Wolfsburg macht einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Smart City.
Bereits heute verfügen rund 1.500 Einheiten, insbesondere in Neubauten und sanierten Beständen, über Glasfaseranschlüsse. In den kommenden fünf Jahren sollen sukzessive alle weiteren Wohnungen folgen. Dafür ist eine Investition eines siebenstelligen Betrags seitens der NEULAND kalkuliert.

VON DER KELLERLEITUNG BIS IN JEDE WOHNUNG

Die strategische Projektplanung liegt bei der NEULAND, welche im Anschluss Eigentümerin des Glasfasernetzes ist. Die Umsetzung/der Ausbau hingegen liegt in den Händen der WOBCOM, die nach Abschluss der Arbeiten den Betrieb des Glasfasernetzes übernehmen wird. WOBCOM-Geschäftsführer Dalibor Drezniak sieht in der Kooperation einen strategischen Meilenstein: „Mit der NEULAND schaffen wir echte Glasfaser bis in die Wohnungen – ein zentraler Schritt auf dem Weg zur flächendeckenden Gigabit-Versorgung.“
Die technische Basis bildet das Glasfaser-Backbone-Netz, das die WOBCOM in den vergangenen Jahren bereits in nahezu alle Wolfsburger Stadtteile und bis in die Keller der Gebäude gelegt hat. Denn von dort erfolgt nun der sogenannte Inhouse-Ausbau bis in die einzelnen Wohnungen.

SCHNELLER AUSBAU MIT KLAREM ZIEL

Bis Ende 2025 sollen ca. 800 weitere Wohnungen angeschlossen sein, ab 2026 sind jährlich rund 1.800 Anschlüsse geplant. Durch die enge Kooperation innerhalb des Stadtkonzerns werden Synergien optimal genutzt – ein Modell, das auch mit anderen Partnern erfolgreich umgesetzt wird, um eine flächendeckende Versorgung zu sichern und unwirtschaftliche Überbauungen zu verhindern.
Für Wolfsburg bedeutet das: eine moderne Infrastruktur, stabile Bandbreiten für die digitale Arbeitswelt und die Grundlage für smarte Anwendungen von morgen. +

Eine Kooperation als weiterer Schritt zur Smart City Wolfsburg © NEULAND

Das FaMi-Siegel steht für außergewöhnliche Familienfreundlichkeit. Die WOBCOM ruht sich jedoch nicht auf dieser Auszeichnung aus und plant bereits weitere Maßnahmen © WOBCOM GmbH, Foto: Lars Landmann

ZUFRIEDENHEIT ALS ERFOLGSFAKTOR

WOBCOM GMBH SETZT AUF FEEDBACK UND FAMILIEN-FREUNDLICHKEIT

Mitarbeiterbindung zählt heute zu den größten Herausforderungen für Unternehmen. Denn Fachkräfte möchten nicht nur einen sicheren Arbeitsplatz, sondern auch Wertschätzung, Flexibilität und Perspektiven. Wer diesen Bedürfnissen gerecht wird, schafft ein Arbeitsumfeld, in dem Menschen gern bleiben – und legt damit den Grundstein für langfristigen Unternehmenserfolg.
Doch wie gewinnt man Fachkräfte in Zeiten des Fachkräftemangels – und wie genau hält man sie langfristig im Unternehmen? Für die WOBCOM GmbH ist die Antwort klar: durch echte Mitarbeiterzufriedenheit.

OFFENE FEEDBACKKULTUR

Gemeinsam mit der Personalabteilung der Stadtwerke Wolfsburg AG bittet die WOBCOM ihre Mitarbeitenden jedes Jahr um ehrliches Feedback. Die Teilnahme erfolgt anonym und ist für alle Gesellschaften der Unternehmensgruppe geöffnet. Bei der aktuellen Befragung 2025 beteiligten sich ganze 77 Prozent der Beschäftigten – ein klares Signal für Vertrauen und Offenheit.
Die Ergebnisse der Umfrage können sich sehen lassen: 95 Prozent der Mitarbeitenden arbeiten gern bei der WOBCOM, über 90 Prozent fühlen sich mit dem Unternehmen verbunden und sehen ihre Work-Life-Balance gesichert. Auffällig ist: Nahezu alle Werte haben sich im Vergleich zum Vorjahr nochmals verbessert.

MASSNAHMEN MIT AUSZEICHNUNG

Das liegt auch an konkreten Maßnahmen, die umgesetzt wurden: ein interner Informationspodcast zur Stärkung der Kommunikation, regelmäßige Teamevents oder ein Pausenraum für den Austausch unter Kollegen. Besonders im Fokus steht die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Flexible Arbeitszeiten, mobile Arbeit oder die Möglichkeit, das 13. Gehalt in zusätzliche Urlaubstage umzuwandeln, sind nur einige der Angebote.

Für dieses Engagement wurde die WOBCOM mit dem FaMi-Siegel ausgezeichnet – einem Gütesiegel für Familienfreundlichkeit, getragen unter anderem von IHK, Handwerkskammer und Gewerkschaften der Region.

Dass sich WOBCOM darauf nicht ausruht, zeigt der Blick nach vorn: Weitere Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern, sind bereits in Planung. So ist und bleibt die Mitarbeiterzufriedenheit auch künftig ein zentraler Erfolgsfaktor des Unternehmens. +

ERFOLGREICHES JAHR FÜR DIE NAHVERSORGUNGSENTWICKLUNG

WMG BEGLEITET PROJEKTENT-WICKLUNGEN

Für eine gute Wohn- und Lebensqualität vor Ort stellt die Versorgung mit Dingen des täglichen Bedarfs einen wesentlichen Faktor dar. Die Wirtschaftsförderung der WMG engagiert sich für die Sicherung und den Ausbau des Nahversorgungsnetzes im gesamten Stadtgebiet. Dabei bildet die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die zentrale Grundlage des Handelns.

In diesem Jahr konnten bei zahlreichen Projekten in Wolfsburg sichtbare Umsetzungserfolge von Neu- und Wiedereröffnungen, Baustarts bis hin zu wichtigen Etappen in der Baurechtsschaffung erzielt werden. „Die verschiedenen Nahversorger setzen mit ihren Investitionen ein wichtiges Zeichen, indem sie zur Qualitätssicherung des Lebens- und Arbeitsortes beitragen. Als Wirtschaftsförderung begleiten wir alle Projekte und Standorte im Sinne einer zeitgemäßen und zukunftsfähigen Nahversorgung in ganz Wolfsburg“, ordnet Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren bei der WMG, die Projektfortschritte ein. „Wir begleiten die Lebensmitteleinzelhändler im gesamten Prozess und vermitteln mit den zuständigen Fachabteilungen der Stadtverwaltung. Intensiv gestalten sich dabei häufig die Abstimmungen mit den unteren Planungsbehörden in Braunschweig hinsichtlich raumordnerischer Belange in der Einzelhandelssteuerung. Umso mehr freut es uns, dass in diesem Jahr die gemeinsame Arbeit an so vielen Stellen auch für die Bürgerinnen und Bürger sichtbar wird.“

NEU- UND WIEDEREREÖFFNUNGEN

Größtenteils im laufenden Betrieb haben die Inhaber Marco und Maurice Bahrs das Drömling-Center in Vorsfelde in ein E-Center umgebaut. Neben der Umgestaltung der Außenfassade und des Eingangsbereichs wurden im Innenbereich bestehende Ladenflächen zusammengezogen und umfassend im Bestand modernisiert. Anfang April feierte der Markt als E-Center seine Wiedereröffnung und bietet mit einer Verkaufsfläche von rund 2.200 m² nun ein noch umfangreicheres Sortiment. Ergänzt wird der Markt zudem um das hauseigene Café Bahrs, das sich bereits als beliebter Treffpunkt im Süden von Vorsfelde etabliert hat.

Ebenfalls in Vorsfelde hat PENNY im Sommer den bestehenden Markt um eine ehemals von einer Bäckerei genutzten Fläche von ca. 165 m² erweitert, um das Markthallenkonzept umzusetzen und neue Artikel in das Sortiment aufnehmen zu können. Neben der Neugestaltung des Eingangs wurden Aufwertungs- und Versickerungsmaßnahmen auf der Stellplatzanlage durchgeführt. Anfang September wurde die Filiale wiedereröffnet.

Mitte Juli startete ALDI Nord in Wendschott nach dem Abriss des alten Marktes mit dem Hochbau seiner modernsten Filiale in der Region. Der Neubau erfolgt in nachhaltiger Holzrahmenbauweise und punktet mit einer hellen und freundlichen Einkaufsatmosphäre auf rund 1.300 m² Verkaufsfläche. Mit der Eröffnung Ende November ist die Nahversorgung in Wendschott damit modern und zukunftsfähig aufgestellt. Im Rahmen der Bauarbeiten und der Standortentwicklung in Vorsfelde entschied sich das Unternehmen nach einer intensiven Kosten-Nutzen-Abwägung für die Umsetzung eines temporären Verkaufszelts auf den Flächen der angestrebten Projektentwicklung an der Meine in Vorsfelde.

Ebenfalls seit Mitte Juli modernisiert ALDI den bestehenden Markt in Kästorf und erweitert diesen durch einen Anbau um rund 250 m². Dabei wird der Eingangsbereich nach Süden verlagert und durch Tageslicht ansprechender gestaltet. Für die Verbindung des Anbaus mit der Bestandsfläche und der entsprechenden Instandsetzung ist der Markt von Ende September bis zur Wiedereröffnung Anfang Dezember geschlossen.

Ende September eröffnete EDEKA in den Steimker Gärten einen modernen nah & gut-Markt mit zeitgemäßem Einkaufskomfort. Als wichtiger Frequenzbringer des Quartiers sichert der Markt mit einer Verkaufsfläche von rund 750 m² und mehr als 12.000 Artikeln das Nahversorgungsangebot für das Quartier sowie das südöstliche Stadtgebiet.

BAUSTARTS UND LAUFENDE BAULICHE MASSNAHMEN

Mit dem gemeinsamen Spatenstich am 6. November geht ein Großprojekt der Nahversorgungs- und Zentrenentwicklung in die Umsetzung. Nachdem im Sommer die Abrissarbeiten der ehemaligen Immobilie des Real Marktes begannen, wird EDEKA auf dem Gelände in den kommenden Monaten einen MARKTKAUF mit einer Verkaufsfläche von rund 5.000 m² realisieren. Die Mall wird mit einem Café, weiteren gastronomischen Angeboten, einer Apotheke und einem Toto-Lotto-Laden zum Verweilen einladen. Edeka hatte das 30.000 m² große Areal bereits 2021 erworben. Seitdem arbeiten WMG und Stadtverwaltung gemeinsam mit Edeka in einem intensiven Abstimmungsprozess an einer neuen zukunftsfähigen Perspektive für den Standort.

Auch in Ehmen wird EDEKA noch in diesem Jahr mit den Baumaßnahmen für eine Erweiterung starten. Mittels eines Anbaus nach Osten zur Straße Bockhorst wird sich die Verkaufsfläche um ca. 300 m² vergrößern. In diesem Zuge sollen auch die Anlieferungszone und der Personalbereich modernisiert werden. Die Bauarbeiten sollen größtenteils im laufenden Betrieb passieren, sodass im kommenden Jahr nur eine kurzzeitige Schließung zur Anbindung an den bestehenden Markt notwendig wird.

Spatenstich für MARKTKAUF in Nordsteimke

Bauarbeiten für PENNY in den Hellwinkel Terrassen
© PENNY Markt GmbH, Foto: Sven Böning

Spatenstich für ALDI in Kästorf

Nachdem das Planungsrecht in den letzten Jahren erfolgreich umgesetzt wurde, erfolgte Mitte Juni der Spatenstich für eine Mixed-Use-Immobilie im zentrumsnahen Quartier Hellwinkel Terrassen. Die Immobilie sieht im Erdgeschoss einen PENNY-Markt mit 830 m² Verkaufsfläche vor. Das Bauvorhaben soll in ca. zwei Jahren abgeschlossen sein. Bis dahin ist die nahe gelegene Filiale im Anemonenweg weiterhin geöffnet und wird dann entsprechend an den neuen Standort verlagert.

LAUFENDE PLANUNGEN

Die Planungen für die Neuaufstellung des Einkaufszentrums in Westhagen nehmen erneut Anlauf. Nachdem sich die ursprünglichen Planungen für das Einkaufszentrum aufgrund der veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen als in der bisherigen Form nicht realisierbar erwiesen haben, bereitete die Stadt Wolfsburg in der letzten Sitzungsfolge mit dem Aufstellungsbeschluss zur Änderung des Bauungsplans den Weg für eine zeitnahe Aufwertung. Vorgesehen ist nach Rückbau des Bestandszentrums ein eingeschossiger Neubau mit attraktiven Einzelhandelsflächen.

Am Dunantplatz entwickelt EDEKA in den nächsten Jahren einen neuen Nahversorgungsstandort. Dazu engagiert sich die WMG im Schulterschluss mit Verwaltung und Politik dafür, die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Errichtung eines Lebensmittelmarktes mit darüber liegender Wohnbebauung zu schaffen.

Im Neubaugebiet Wendeberg II in Heiligendorf wird die Ansiedlung eines Supermarktes angestrebt. Die Stadt Wolfsburg arbeitet derzeit intensiv an der Schaffung des Planungsrechts im Rahmen der Bauleitplanung sowie der Änderung des Flächennutzungsplans. Die WMG unterstützt diese Zielstellung auf Grundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, da sie die Nahversorgungsqualität in den südlichen Ortsteilen im Vergleich zur aktuellen Situation verbessert. +

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

ZUKUNFTSKONZEPT WISSENSCHAFT

Wolfsburg auf dem Weg zum Wissenschaftsstandort

© Stadt Wolfsburg

Wolfsburg hat sich in den vergangenen Jahren nicht nur als wirtschaftsstarker Standort etabliert, sondern zunehmend auch als Zentrum für angewandte Wissenschaften und als international bedeutender Knotenpunkt für industrielle Forschung im Automotive Bereich. Wesentlichen Anteil an der derzeitigen Dynamik haben der gezielte Ausbau wissenschaftlicher Infrastrukturen sowie die enge Zusammenarbeit zwischen Stadt, Wirtschaft und Wissenschaft. Mit dem „Zukunftskonzept Wissenschaft“ wird das Ziel verfolgt, Wissenschaft und Stadtentwicklung strategisch zu vereinen – für eine lebenswerte, innovative und zukunftsfähige Stadt.

Im Mittelpunkt steht dabei die Entwicklung attraktiver Rahmenbedingungen für Bildung und Forschung. Sie schaffen die Grundlage für eine positive Dynamik, die den Wandel Wolfsburgs hin zu einem modernen Wohn-, Arbeits- und Wissenschaftsstandort aktiv unterstützt.

DIALOG ALS GRUNDLAGE: MASSNAHMEN MIT PERSPEKTIVE

Das Zukunftskonzept wurde in einem dialogorientierten Prozess mit Akteuren aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Gesellschaft erarbeitet. Diese Akteure spielen auch bei der Umsetzung des Konzeptes eine entscheidende Rolle.
Ein zentrales Element war eine umfassende Bestandsaufnahme. Daraus wurden drei zentrale Handlungsfelder mit konkreten Maßnahmen abgeleitet:

1. URBANEN LEBENSMITTELPUNKT STÄRKEN

Im Fokus steht hier die Entwicklung von Wissensorten und -formaten, die ko-kreative und explorative Prozesse ermöglichen. Ergänzend werden Projekte für studentisches Wohnen und attraktive Aufenthaltsbereiche im Umfeld der Hochschulen umgesetzt, damit die Stadt ein lebendiger Ort zum Leben, Lernen und Arbeiten wird.

2. PROFIL SCHÄRFEN

Wolfsburg soll als Wissenschaftsstandort sichtbarer werden. Geplant sind daher verstärkte Marketing- und Öffentlichkeitsmaßnahmen, insbesondere Veranstaltungsformate für Studierende und die Stadtgesellschaft. Auch die Zusammenarbeit von Schulen und Hochschulen wird intensiviert, um junge Menschen beim Übergang in die akademische Ausbildung gezielt zu unterstützen.

3. WISSEN VERNETZEN

Der Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft steht hier im Mittelpunkt. Gründungen in Kooperation mit Hochschulen werden gefördert, um Innovationen voranzutreiben und neue Kompetenzfelder zu erschließen. Somit werden zentrale strategische Hebel in Bewegung gesetzt, um die Innovationskraft und wirtschaftliche Entwicklung Wolfsburgs nachhaltig zu stärken.

Oberbürgermeister Dennis Weilmann betont die strategische Bedeutung des Wissenschaftsstandorts: „Wissen ist die Grundlage für Fortschritt und Innovation. In Wolfsburg verfolgen wir einen klaren Wachstumspfad im Bereich Wissenschaft und Hochschule, um die Zukunftsfähigkeit der Stadt zu stärken. Mit dem Ausbau von Studienangeboten, Forschungseinrichtungen und einer strategischen Vernetzung der Akteure schaffen wir die Basis für eine zukunftsfähige Entwicklung.“ Er hebt besonders die Weiterentwicklung von Studienangeboten und Forschungsinfrastruktur an der Ostfalia Hochschule, am Medizincampus am Klinikum Wolfsburg, der 42 Wolfsburg und am gemeinsamen Universitäts- und Innovationscampus an der Open Hybrid LabFactory (OHLF) hervor.

Iris Bothe, Dezernentin für Jugend, Bildung, Integration und Soziales, sieht die Entwicklung der Stadt als wesentlichen Faktor, um vor allem jungen Menschen eine Perspektive zu bieten. Bildung sei auch ein Grundpfeiler für eine lebendige Demokratie, da sie kritisches Denken und aktive Teilnahme an gesellschaftlichen Prozessen fördert. „Deshalb war es uns wichtig, junge Menschen und ihre Bedürfnisse in den dialogorientierten Ansatz zur Entwicklung unseres Zukunftskonzepts einzubinden. So schaffen wir eine Bildungslandschaft, die den aktuellen Anforderungen gerecht wird und die Grundlagen für eine starke, demokratische Gesellschaft legt.“

Jens Hofschröer, Dezernent für Digitales und Wirtschaft, sieht im Ausbau der Wissenschaftsinfrastruktur einen entscheidenden Hebel für den strukturellen Wandel: „Dazu gehört die Sicherung des Fachkräftebedarfs genauso wie die Weiterentwicklung bestehender Wissenschafts- und Forschungsinfrastruktur. Durch die enge Verknüpfung von Wissenschaft und Wirtschaft wird der Transfer von Wissen und die Entstehung neuer Kompetenzfelder gefördert. Gleichzeitig trägt die Entwicklung der Innenstadt – insbesondere am Nordkopf – zur Lebensqualität und Attraktivität für Studierende und Fachkräfte bei.“

Mit dem Zukunftskonzept Wissenschaft stellt Wolfsburg die Weichen für eine wissensbasierte Stadtentwicklung, die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Herausforderungen mit innovativen Lösungen begegnet. Der intensive Austausch und die strategische Zusammenarbeit der Akteure sind dabei der Schlüssel zum Erfolg einer Stadt, die Zukunft gestaltet.

RÄUME FÜR DIALOG, KREATIVITÄT UND INNOVATION

Öffentliche und bildungsnahe Einrichtungen entwickeln sich zunehmend zu Orten der Begegnung und des Austauschs jenseits von zu Hause und Arbeitsplatz. Sie bieten Raum für gesellschaftliche Diskurse, kreative Experimente und interdisziplinären Austausch – so auch in Wolfsburg. Neben Forschungseinrichtungen wie der OHLF, einem Forschungscampus für nachhaltigen Leichtbau und Circular Economy, der Industrie und Wissenschaft verbindet, sollen künftig auch ‚Experimentierräume' als Orte der Begegnung und des Austauschs dienen. Die Räume vereinen innovative Angebote, die Sichtbarkeit der Stadt als Forschungsstandort und die Vernetzung von Wissen. Einige sind bereits fest in der Stadt etabliert und bekannt oder wollen entdeckt werden, andere befinden sich derzeit noch in Planung.

1. STÄDTISCHE GALERIE WOLFSBURG – DEIN.RAUM

Kurzbeschreibung: offener, experimenteller Raum für ko-kreatives Arbeiten, interdisziplinären Austausch und kulturelle Teilhabe. Workshops, Ausstellungen und interaktive Veranstaltungen laden zum Mitmachen ein

▸ Zielgruppe: Künstler, Kreative, Studierende, Schulklassen, lokale Initiativen, Bürger, die an partizipativen und interdisziplinären Projekten teilnehmen möchten. Fokus auf Menschen, die Kunst erleben, gestalten und diskutieren wollen

▸ Adresse:
Schlossstraße 8, 38448 Wolfsburg

▸ Öffnungszeiten: Di 13–20 Uhr; Mi–Fr 10–17 Uhr; Sa 13–18 Uhr; So 11–18 Uhr

▸ Träger: Stadt Wolfsburg/Städtische Galerie

▸ Themenschwerpunkt: Kunst, Bildung, Gesellschaft

Foto Janina Snatzke© Städtische Galerie Wolfsburg

2. KUNSTMUSEUM WOLFSBURG – OPEN AREA (AB 2026)

Kurzbeschreibung: experimenteller Ort am Hollerplatz für neue Formen der Begegnung zwischen Kunst, Stadt und Gesellschaft. Entsteht in Kooperation mit der Stadt Wolfsburg

▸ Zielgruppe: Kunstinteressierte, Stadtgesellschaft, Studierende, Schulklassen, Kreative, Projektpartner aus Kultur und Wissenschaft

▸ Adresse: Hollerplatz, 38440 Wolfsburg

▸ Status: Eröffnung Frühjahr 2026

Förderung: INK-Programm („Investitionen für nationale Kultureinrichtungen")

Themenschwerpunkt: zeitgenössische Kunst, urbane Innovation

Ergänzende Projekte des Kunstmuseums (laufend):

· Young Generation Freundeskreis – junge Formate wie ArtRave, Drink & Draw, Pop-ups

· Studio Digital – digitale Bildungsplattform (Kooperation mit Schulen, gefördert von der Kulturstiftung des Bundes)

· Volkswagen Group Art4All – freier Eintritt mit Programm wie Führungen, Talks, Workshops, Performances an jedem letzten Mittwoch im Monat

· Volkswagen Group Fellowship – experimentelles Förderprogramm für künstlerische Nachwuchsarbeit

3. PHAENO – WISSENSCHAFTSTHEATER UND SCIENCE CENTER

Kurzbeschreibung: interaktives Science Center mit mehr als 330 Experimentierstationen und einem eigenen Wissenschaftstheater. Fokus auf Naturwissenschaft, Technik und Interaktion

▸ Zielgruppe: Familien, Kinder, Jugendliche, Studierende, Lehrende, Wissenschafts- und Technikinteressierte, Bildungsinstitutionen. Alle, die Naturwissenschaft und Technik interaktiv erfahren oder als Inspiration für Schule, Studium oder Freizeit nutzen wollen

Wissenschaftstheater im phaeno © Andreas Rudolph

© Anastasia Vukmirović

▸ Adresse: Willy-Brandt-Platz 1, 38440 Wolfsburg

▸ Öffnungszeiten: Di–Fr 9–17 Uhr; Sa–So 10–18 Uhr (gelten ab dem 13. Dezember)

▸ Träger: phaeno gGmbH, durch verschiedene Sponsoren gefördert

▸ Themenschwerpunkt: Naturwissenschaft, Technik, Bildung

4. INSTITUT FÜR ZUKÜNFTE – VEREINSHAUS & WURZELWERK

Kurzbeschreibung: gemeinnütziger Verein mit Projekten zu Zukunft, Nachhaltigkeit, Kultur und Gemeinschaft. Schafft Begegnungsräume und Lernorte

▸ Zielgruppe: Bürger, Studierende, lokale Initiativen, Umwelt- und Nachhaltigkeitsinteressierte, Menschen, die sich kreativ und gemeinschaftlich engagieren möchten. Fokus auf partizipative Projekte, Urban Gardening und soziale Innovation

▸ Vereinshaus: Goethestraße 16A, 38440 Wolfsburg

▸ Wurzelwerk:
Stormhof 1, 38440 Wolfsburg

▸ Themenschwerpunkt: Gesellschaft, Nachhaltigkeit, Bildung

▸ Formate: Workshops, Gemeinschaftsaktionen, Gartenprojekte, Lesungen und Kreativformate

5. INNOVATION HUB CAPGEMINI

Kurzbeschreibung: Räume für die Zukunft der Automobilbranche und eine nachhaltig vernetzte und intelligente Industrie. Hochmoderne Einrichtung mit Werkstatt, Bühnenbereichen, Besprechungsräumen, Think Tanks, Lounges und Kaffee- und Relaxbereich

▸ Zielgruppe: Unternehmen, Start-ups, Forschungs- und Entwicklungsteams aus Technologie, Mobilität und Automotive, Hochschul- und Industriepartner, die in kollaborativen Formaten digitale Innovationen und Softwarelösungen entwickeln wollen

▸ Adresse: Birnbaumstücke 3, 38448 Wolfsburg

▸ Themenschwerpunkt: Digitalisierung, Mobilität, Technologie

▸ Träger/Partner: Capgemini

© Capgemini

Forschungs- und Entwicklungsteams aus Technologie, Mobilität und Automotive, Hochschul- und Industriepartner, die in kollaborativen Formaten digitale Innovationen und Softwarelösungen entwickeln wollen

▸ Adresse:
Dieselstraße 40, 38446 Wolfsburg

▸ Themenschwerpunkt: Digitalisierung, Mobilität, Technologie

▸ Träger / Partner: Akkodis, Volkswagen AG, Stadt Wolfsburg

Die temporären oder dauerhaften Räume laden dazu ein, sich in ko-kreativen, inspirierenden Umgebungen mit aktuellen Themen auseinanderzusetzen – über den klassischen Kulturausflug hinaus. Die Potenziale der Räume sollen künftig noch stärker genutzt werden – indem sich die jeweiligen Zielgruppen hier inspirieren lassen und austauschen können.

© Akkodis

6. DIGITAL HUB AKKODIS

Kurzbeschreibung: Digitale Innovationsräume für Forschung, Softwareentwicklung und Mobilitätslösungen. Embedded Systems, Künstliche Intelligenz, Blockchain, Data Analytics, Messtechnik und Cybersecurity; Nutzung des Conference Center für Workshops, Tagungen und Foren.

▸ Zielgruppe: Unternehmen, Start-ups,

Zudem wird an mobilen Formaten gearbeitet, die diesen offenen Austausch auch außerhalb der Institutionen ermöglichen. Ein Beispiel hierfür ist das „Mobile Art Lab" der Städtischen Galerie, das kreative Impulse direkt in den Stadtraum bringt. Zusätzlich bieten die Akteure auch spezifische Formate oder Angebote an, die einem breiten Teilnehmerspektrum den Zugang zu kreativen und wissenschaftlichen Themen eröffnen sollen (z. B. Kunstgespräch in der Mittagspause, art4all im Kunstmuseum, science talk im phaeno, festival für zukünfte).

Mit diesen innovativen Ansätzen positionieren sich Wolfsburger Kultureinrichtungen als aktive Mitgestalter einer offenen, zukunftsorientierten Stadtgesellschaft.

WISSENSCHAFT FÜR EINE STADT IM WANDEL

DR. ANNETTE KLINKERT UND JOSCHA BRÜNNICH IM INTERVIEW

Im Zuge einer wissensbasierten Stadtentwicklung werden Wissen, Forschung und Bildung zu zentralen Treibern der Stadtgestaltung – nicht nur als Ergänzung zur Wirtschaft, sondern als wesentliche Bestandteile der urbanen Identität. Erkenntnisse aus Wissenschaft, Technologie und Gesellschaft werden dabei aus der Theorie in die Praxis übertragen: Sie prägen Bildungskonzepte, nachhaltige Stadtplanung, neue Mobilitätsformen und die gesamte Lebensqualität. Wolfsburg befindet sich im Wandel – von der klassischen Industriestadt hin zu einem Ort, an dem Mobilität, Nachhaltigkeit und Innovation gemeinsam gedacht werden. In diesem Prozess gewinnen neue Ansätze und Kooperationen eine besondere Bedeutung.
Joscha Brünnich, Projektleiter bei der Strategie- und Organisationsberatung Heinze und Partner, und Dr. Annette Klinkert, Geschäftsführerin des international ausgerichteten Büros für Wissenschaftskommunikation city2science, haben das Zukunftskonzept Wissenschaft mitentwickelt. Im Interview sprechen sie darüber, wie eine wissensbasierte Stadtentwicklung Brücken bauen kann: zwischen Forschung und Wirtschaft, zwischen Stadtgesellschaft und Hochschulen, zwischen jungen Talenten und etablierten Unternehmen.

Joscha Brünnich © Heinze und Partner, Foto: Nico Kleemann

1. Warum braucht Wolfsburg ein Zukunftskonzept Wissenschaft – und warum gerade jetzt?

» **Brünnich:** Wolfsburg ist ein hochinteressanter Standort mit guten Voraussetzungen für dieses Konzept, was jedoch durch die starke Prägung der Automobilindustrie oft untergeht. Das spiegelt sich in der fehlenden Wahrnehmung vieler hochkarätiger Angebote und Institutionen wider. In aktuellen Projekten steckt viel Potenzial, gerade weil wir eine Transformation der Mobilität und eine Gesellschaft im Umbruch erleben. Wolfsburg ist gut positioniert, was Zukunftsthemen angeht, die Akteure vor Ort entwickeln Projekte weiter, auch wenn es nach außen nicht immer sichtbar ist. Im Zuge der aktuellen Entwicklungen ist es wichtig, sich breit aufzustellen, denn durch die Wissenschaft wird auch die Wirtschaft gestärkt – Unternehmen, Bevölkerung und der Standort an sich profitieren davon.

2. Welche besonderen Potenziale sehen Sie für Wolfsburg als Wissenschaftsstandort – auch im Vergleich mit anderen Städten?

» **Klinkert:** Wolfsburg verfügt über starke Potenziale: die Nähe zur Automobilindustrie, innovative Bildungsakteure wie Ostfalia, 42 Wolfsburg, OHLF und den entstehenden Medizincampus, sowie Leuchttürme wie das phaeno oder die Autostadt. Im Vergleich zu anderen Städten bietet Wolfsburg kurze Wege, eine hohe Umsetzungsdynamik und ein außergewöhnliches Zusammenspiel von Wirtschaft, Wissenschaft und Stadtentwicklung.

» **Brünnich:** Wissenschaftsstandorte sind eine Bereicherung und eine Schnittstelle auf vielen Ebenen. Nicht nur die Wirtschaft profitiert durch Innovationen und Ausbildungsstandorte – die kulturelle Landschaft, die Bildung, das Demokratieverständnis und letztendlich die gesamte Entwicklung der Stadt sowie ihr Image. Somit wird die Stadt auch für junge Leute attraktiver, die dem Fachkräftemangel entgegenwirken und sich auch nach ihrer akademischen Ausbildung weiterhin mit der Stadt identifizieren können, sofern sie sich wohlfühlen.

3. Wenn Sie auf andere Städte blicken: Wo zeigt sich bereits heute, dass die enge Verbindung von Stadt, Wissenschaft und Hochschulen zu neuen Impulsen führt?

» **Brünnich:** Wir haben beispielsweise Aachen in der Markenentwicklung begleitet, wo die renommierte RWTH Universität als eine der größten Technischen Universitäten Europas beispielhaft auf die Bereiche Wirtschaft, Innovationskultur, Attraktivität und Stadtentwicklung einzahlt. In Bochum wird momentan das ‚Haus des Wissens' als Ort des Austauschs, Lernens und der Stadtgesellschaft gebaut, was ein Paradebeispiel für ‚Dritte Orte' einer Stadt ist.

» **Klinkert:** Beispiele aus anderen Städten – wie Heilbronn, Dortmund oder Karlsruhe – zeigen, dass sich durch die enge Kooperation von Stadt, Wissenschaft und Wirtschaft neue urbane Qualitäten und Innovationsökosysteme entwickeln lassen. Wolfsburg kann aus diesen Erfahrungen lernen, eigene Profile schärfen und sichtbare Orte der Wissenschaft etablieren.

4. Wissenschaft ist oft unsichtbar im Alltag vieler Menschen. Wie kann sie in Wolfsburg sichtbarer und erlebbarer gemacht werden – welchen Beitrag können die Experimentierräume in Wolfsburg dazu leisten?

» **Klinkert:** Wissenschaft wird sichtbar, wenn sie in den Alltag integriert wird. Experimentierräume, Reallabore und niedrigschwellige Formate wie Wissenschaftsfeste oder ‚Open Labs' schaffen Begegnungspunkte zwischen Forschung und Stadtgesellschaft. Sie fördern Neugier, Teilhabe und Vertrauen in Wissenschaft – wichtige Voraussetzungen für eine lernende Stadtgesellschaft.

» **Brünnich:** Die Experimentierräume sehe ich als spannende Maßnahme, um Impulse zu setzen, neue Akteure zu gewinnen und ihnen vielfältige Möglichkeiten zu bieten. Ziel ist es außerdem, Menschen zu besonderen Orten zu bringen und sie mit neuen Ansätzen zu überraschen. Diese Angebote sind agile Ansätze, die ausprobiert werden – mit dem Gedanken: Zahlt das auf unsere gemeinsame Vorstellung, Wolfsburg als zukunftsorientierten Standort zu gestalten, ein? Die Räume können ein Teil davon sein, der hilft, dieses Ziel zu erreichen.

5. Wie können die Experimentierräume in Zukunft noch besser genutzt werden, um Innovation und Wissenstransfer zu stärken?

» **Klinkert:** Zukünftig sollten Experimentierräume stärker thematisch vernetzt und in die Stadtentwicklung eingebunden werden – als dauerhafte Innovationsräume, in denen Stadt, Wirtschaft und Bildungseinrichtungen gemeinsam Zukunftsthemen wie Mobilität, Gesundheit oder Kreislaufwirtschaft bearbeiten.

Dr. Annette Klinkert © city2science

6. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Umsetzung des Konzepts in den nächsten Jahren?

» **Klinkert:** Erfolgsfaktoren sind eine klare strategische Steuerung, langfristige Finanzierung, interdisziplinäre Kooperation und ein gemeinsames Verständnis von Wissen als öffentlicher Wert. Entscheidend ist auch, dass Stadtverwaltung und Wissenschaft institutionell verankert zusammenarbeiten und Prozesse kontinuierlich kommuniziert werden.

7. In Wolfsburg werden aktuell vielfältige neue Studienangebote aufgebaut, Forschungsinfrastruktur erweitert und Kooperationen vereinbart. Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung der Stadt als Wissenschaftsstandort ein?

» **Klinkert:** Mit dem Ausbau von Studienangeboten, Forschungsinfrastruktur und Kooperationen – von der Ostfalia über den Medizincampus bis zu digitalen Lernorten – ist Wolfsburg auf dem Weg, ein profilierter Wissenschaftsstandort zu werden. Entscheidend wird sein, diese Einzelinitiativen strategisch zu vernetzen und ihre Sichtbarkeit zu erhöhen.

8. Herr Brünnich, wie schätzen Sie die zukünftige Umsetzung der Ziele des Zukunftskonzeptes ein?

» Die Entwicklung sollte auf mehreren Ebenen betrachtet werden. In den nächsten fünf Jahren können viele Maßnahmen starten, doch bis ihre Wirkung in der Stadtgesellschaft sichtbar wird, braucht es Zeit. Wichtig ist, regelmäßig zu prüfen, ob Ziele, Maßnahmen und Strategie noch passen. Das Lernen aus dem Prozess bietet großes Potenzial für Weiterentwicklung. Besonders beeindruckt hat mich der Charme der Wolfsburger Viertel zwischen Industrie und Vielfalt – ein wichtiger Faktor, um die Stadt für junge Menschen attraktiver zu machen. Die Zusammenarbeit mit den engagierten Akteuren war bereichernd und stimmt mich zuversichtlich, dass sich ihr Einsatz lohnen wird.

9. Frau Klinkert, wenn Sie den Wolfsburgern eine Botschaft mitgeben könnten – warum lohnt es sich, die Möglichkeiten des Zukunftskonzeptes zu nutzen?

» Meine Botschaft an die Wolfsburger und Wolfsburgerinnen: Das Zukunftskonzept Wissenschaft ist eine Einladung, die eigene Stadt aktiv mitzugestalten – als Ort des Lernens, Forschens und Zusammenlebens. Jede und jeder kann Teil dieser Transformation werden. Wer die Chancen nutzt, gestaltet nicht nur Wolfsburgs Zukunft, sondern auch die Wissensgesellschaft von morgen. +

HANDWERK ZUM ANFASSEN

HANDWERKER-LIVESTUNDE ERMÖGLICHT SCHÜLERN EINBLICKE IN PRAXISALLTAG

© Thieme GmbH & Co. KG

Die Handwerker-Livestunde der Peter-Jensen-Stiftung ist ein bewährtes Konzept, das Schüler dazu einlädt, einen Beruf nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch kennenzulernen – mit interaktiven Stationen, gegenseitigem Austausch und neuen, wertvollen Erfahrungen. Die Stiftung arbeitet mit regionalen Handwerksbetrieben zusammen. Ziel ist es, junge Menschen für das Handwerk im Bereich Sanitär, Heizung und Klima zu begeistern, Vorurteile abzubauen und Praktikums- und Ausbildungsperspektiven zu eröffnen.
Dieses Jahr fand das Projekt in Kooperation mit der Thieme Industrie- und Gebäudetechnik zum ersten Mal in der Haupt- und Realschule Vorsfelde statt.

Zum Einstieg gaben Ausbildungsleiter, Auszubildende und Stiftungsmanager den Schülern Informationen und Fachwissen der Arbeit, die praktisches Denken und geschickte Handgriffe kombiniert. Die Teilnehmenden konnten sich im Anschluss direkt an verschiedenen Stationen wie digitaler Badplanung, dem Bau einer Sitzbank aus Rohren, dem Biegen eines Herzens aus Kupferrohr und der beispielhaften Montage von Fußbodenheizungsleitungen ausprobieren.

Die Peter-Jensen-Stiftung und Thieme haben sich zur Aufgabe gemacht, die Vorzüge des Handwerks in den Fokus zu rücken und junge Menschen zu erreichen. Nina Wessels aus dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit der Firma Thieme weiß, welche positiven Seiten mit dem Beruf verbunden sind und welche Skills die Bewerber mitbringen sollten.

Warum sollte man sich für einen handwerklichen Beruf entscheiden?

» Die Arbeit kann großen Spaß machen – nicht nur durch die abwechslungsreichen Tätigkeiten, auch der psychologische Effekt, etwas mit den Händen geleistet zu haben, was man sehen und anfassen kann, ist nicht zu unterschätzen. Auch in der Livestunde wurde deutlich: Im Handwerk wird morgens begonnen und am Nachmittag ist zu sehen, was man geschafft hat. Das kann ein installierter Kessel, eine Rohrleitung oder etwas anderes sein, womit man das Leben anderer bereichert hat. Außerdem bietet der Job Zukunftssicherheit und die Leute werden mehr denn je gebraucht – das merken wir auch bei uns und am gegenwärtigen Fachkräftemangel.

Wie hat sich Branche weiterentwickelt?

» Es ist natürlich immer noch eine männerdominierte Branche, aber es entscheiden sich immer mehr Frauen für einen handwerklichen Beruf, was uns sehr freut. Zudem spielt die Digitalisierung natürlich auch eine Rolle – in unserem Betrieb nutzen wir digitale Tools beispielsweise für die interne Organisation und die Planung auf der Baustelle. Die Mitarbeitenden haben ihre eigenen Smartphones, Tablets und Laptops, um effizient über Aufträge, Bestellungen und Task-Meldungen informiert zu sein. Zudem entwickelt sich die Branche in eine nachhaltige Richtung, die jungen Menschen gleichzeitig Sinnhaftigkeit und Ansporn geben kann. Es werden beispielsweise immer mehr neue, effiziente Wärmepumpen entwickelt, die auf moderne Art und Weise installiert werden, was Fortschritt und Weiterbildung vereint.

Welche Eigenschaften sollten Schüler für den Beruf mitbringen?

» Eine Kombination aus handwerklichem Geschick, Spaß an der Arbeit mit Werkzeugen und Interesse daran, sich immer neuen Aufgaben rund ums Thema Werkeln zu widmen.

Wie wurde die Handwerker-Livestunde angenommen?

» Wir konnten fünf Schülern direkt einen Praktikumsplatz bei uns anbieten, worüber wir uns sehr gefreut haben. Wir haben auch gemerkt, dass die Schüler sich vor allem den jungen Azubis anvertrauen konnten und viele Fragen gestellt haben. Sollten sich die Schüler nach ihrem Praktikum entscheiden, eine Ausbildung bei uns zu absolvieren, können sie sich über einige Benefits wie enge Teamarbeit, viel Abwechslung und die Möglichkeit, gelegentlich freitags frei zu haben, freuen.

Die Firma Thieme und die Peter-Jensen-Stiftung möchten auch in Zukunft unter anderem in den Livestunden zeigen, was Handwerk ausmacht und freuen sich über alle, die Interesse an handwerklichen Tätigkeiten haben. +

© Thieme GmbH & Co. KG

75 JAHRE RUESS

Von der kleinen Wäscherei und Färberei zu einem modernen Hightech-Betrieb mit lokalen Wurzeln

Geschäftsführer Henrik Rueß erhielt Glückwünsche zum Jubiläum von Oberbürgermeister Dennis Weilmann und Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer

Am 1. Oktober 2025 feierte die Ruess GmbH ihr 75-jähriges Firmenjubiläum. Das Familienunternehmen gilt als zuverlässiger Partner im Bereich der Textilvermietung für Kunden aus Industrie, Handel, Handwerk, Hotellerie und Gastronomie. Das Liefergebiet reicht von Emden bis Kassel über Magdeburg bis an die holländische Grenze.

VOM KLEINUNTERNEHMEN ZUM HIGHTECH-BETRIEB

Gegründet wurde Ruess 1950 als Färberei und chemische Reinigung. Mit dem Aufbau eines Filialnetzes, der Übernahme der Wäscherei Baumann und dem Einstieg in die Mietberufskleidung entwickelte sich das Unternehmen in den folgenden Jahrzehnten kontinuierlich weiter. Ende der 1980er-Jahre beschäftigte Ruess bereits über 200 Mitarbeitende in rund 40 Filialen zwischen Gifhorn und Helmstedt.

1990 erfolgte die strategische Neuausrichtung: Der Verkauf des Filialnetzes markierte den Rückzug aus dem Privatkundengeschäft. Seitdem konzentriert sich Ruess auf Geschäftskunden aus der gewerblichen und industriellen Textilnutzung – vom Handwerk bis zur Hotellerie. Ende der 1990er-Jahre fusionierten die Reinigung Ruess und die Wäscherei Baumann, verbunden mit dem Umzug in den Heinenkamp. 2007 war das Unternehmen Mitgründer des bundesweiten Wäschereiverbundes „die mietwäsche“ – ein Beispiel dafür, wie regionale Verwurzelung und überregionale Kooperation erfolgreich zusammenwirken.

WACHSTUM MIT VERANTWORTUNG

Heute betreibt Ruess eine Produktionsfläche von 10.000 m². Rund 40 Tonnen Textilien werden täglich in Wolfsburg gewaschen, gepflegt und in ganz Norddeutschland ausgeliefert. Mit über 250 Mitarbeitenden und mehr als 1.000 Kunden zählt das Unternehmen zu den größten Anbietern von Miettextilien für Hotellerie, Gastronomie und Industrie in Niedersachsen.

Ein besonderer Fokus liegt auf Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. Moderne Wasseraufbereitungsanlagen, Wärmetauscher und optimierte Maschinentechnik ermöglichen die Rückgewinnung und Wiederverwendung von Ressourcen. Als Mitglied des United Nations Global Compacts (UNGC) verpflichtet sich Ruess zu hohen sozialen und ökologischen Standards. Der Energieverbrauch pro Kilogramm Wäsche wurde in den vergangenen drei Jahren um 20 Prozent gesenkt.

Auch in den sozialen Medien zeigt sich das Unternehmen offen und nahbar: Einblicke in Produktion, Technik und Mitarbeitendenalltag unterstreichen den Anspruch, Innovation mit Transparenz zu verbinden.

„Unternehmerischer Mut, Gestaltungswille und starke regionale Partnerschaften haben uns in 75 Jahren erfolgreich gemacht – und genau diese Werte tragen uns auch in die Zukunft“, betont Geschäftsführer Henrik Ruess. +

DESIGN UND MARKETING

SEBASTIAN ROESE ALS KREATIVER ALLROUNDER AUF DEM WEG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT

© Sebastian Roese

Sebastian Roese vereint kreatives und strategisches Denken – eine Kombination, die er sich als ausgebildeter Designer und studierter Betriebswirtschaftler mit Marketingschwerpunkt über die Jahre angeeignet hat. Sein beruflicher Weg begann in der Werbeabteilung einer Agentur, führte ihn später in die Position des Marketingleiters in der IT-Branche, bevor er im April dieses Jahres den mutigen Schritt in die Vollzeitselbstständigkeit wagte.

KÜNSTLERISCHE WURZELN UND REGIONALE PROJEKTE

In der regionalen Künstlerszene ist Sebastian Roese längst kein Unbekannter mehr. Insbesondere in Wolfsburg und Umgebung hat er bereits mehrere beeindruckende Kunstprojekte realisiert, die seine Leidenschaft für Malerei und kreativen Ausdruck unterstreichen. Diese Kombination aus künstlerischer Affinität und fundierter Marketingexpertise, die er in mehr als fünfzehn Jahren Berufserfahrung erworben hat, macht ihn zu einem vielseitigen Profi, der klassische wie innovative Marketingmaßnahmen umsetzen kann.

KREATIVITÄT TRIFFT EFFIZIENZ

Sein Leistungsspektrum umfasst neben traditionellen Printprodukten auch ein breites Angebot im digitalen Bereich: von interaktiven Präsentationen und professionellem Videoschnitt über Web- und Grafikdesign bis hin zu Local SEO, Google Ads und Markenentwicklung. Seine Vielseitigkeit macht es möglich, spezielle Projekte zu realisieren, die über das Gewöhnliche hinausgehen: Corporate Design, Fahrzeug- und Gebäudefolierungen, großflächige Wandmalereien oder exklusive Lichtinstallationen an Fassaden zählen ebenso zu seinem Portfolio wie die Gestaltung stilvoller Infobroschüren und anderer Werbemittel.
„Ich schätze Projekte sehr, die mir den nötigen Gestaltungsspielraum geben und in denen ich mutige, extravagante Designideen umsetzen kann“, erklärt der kreative Kopf. „Mir ist es wichtig, diese kreative Freiheit mit effizienten Marketingstrategien und fundierten Erfolgskontrollen zu verbinden, um nicht in endlosen Prozessschleifen stecken zu bleiben.“ Besonders wichtig sei ihm die gegenseitige Wertschätzung und Augenhöhe.
Derzeitige Entwicklungen wie die Etablierung von Künstlicher Intelligenz sieht er nicht als Nachteil, sondern nutzt sie als Unterstützung – beispielsweise als Korrektur- und Feinschliff-Tool oder zur Sammlung von Anregungen. Das kreative Denken übernimmt er am liebsten selbst.

STARKES NETZWERK ALS ERFOLGSFAKTOR

Derzeit arbeitet Sebastian Roese mit namhaften Partnern wie den Designer Outlets Wolfsburg, Montabauer und weiteren zusammen. Für ihn ist ein gut ausgebautes Netzwerk entscheidend – dieses hat er sich über die Jahre mit regionalen und überregionalen Partnern sowie Kunden aufgebaut. Als Teil eines Kreativkollektivs pflegt er den Austausch mit verlässlichen Kooperationspartnern, die sich gegenseitig unterstützen und gemeinsam innovative Projekte realisieren. Sein Ziel ist es, seinen Kundenstamm und das Künstlerkollektiv durch Onlinepräsenz und Mundpropaganda weiter auszubauen, um auch in Zukunft neue, spannende Projekte umzusetzen.

Sebastian Roese hat seinen Weg gefunden, kreative Leidenschaft und wirtschaftliches Know-how zu verbinden, um seine Träume zu verwirklichen. Für Gespräche und Anregungen stehen die Türen seines Ateliers, gleichzeitig auch Büros, immer offen. +

M2J FRAGRANZA – VON DER IDEE ZUM EIGENEN NISCHENPARFÜM

ZWEI GRÜNDER AUF IHRER REISE ZUM EXKLUSIVEN DUFT

© studioline Photography

Verführerisch, würzig, mystisch – die Welt der Düfte ist vielfältig. Maria Cagnina und Fabio Allegrino, zwei Freunde mit einer gemeinsamen Leidenschaft für außergewöhnliche Nischenparfüms, hatten 2021 den Wunsch, ihren eigenen Duft zu entwickeln. Aus dieser Idee wurde eine Vision – und nach einem intensiven Entwicklungsprozess schließlich ein fertiges Produkt: M2J Fragranza ist heute in vier exklusiven Duftvarianten von floral über orientalisch bis holzig erhältlich. Welche Herausforderungen die gebürtigen Wolfsburger dabei meistern mussten und wie sie ihre Marke weiterentwickeln wollen, haben sie im Gespräch berichtet.

INSPIRATION ZWISCHEN ITALIEN UND DUBAI

Was macht M2J Fragranza besonders? „Es ist die Kombination aus intensiven Duftnoten und italienischem Flair“, beschreibt Fabio Allegrino, der ebenso wie seine Geschäftspartnerin italienische Wurzeln hat. Die Inspiration für ihre eigene Duftkreation kam unter anderem auf einer gemeinsamen Reise nach Dubai mit Maria und seiner Frau Jacqueline, wo auch der Name „M2J – Maria to Jacqueline“ entstanden ist. Dort begeisterte sich das Duo für die hochwertigen, kraftvollen Nuancen, die in den Vereinigten Arabischen Emiraten beliebt sind. Ihr Ziel: Die Wärme und Eleganz italienischer Dufttradition mit der Opulenz orientalischer Noten zu verbinden.

VON DER IDEE ZUM PRODUKT: EIN LANGER WEG

Doch der Weg von der Vision zum marktreifen Produkt war lang. Neben rechtlichen und bürokratischen Hürden – wie der Wahl der passenden Unternehmensform, der Markenanmeldung und der Einhaltung der europäischen Kosmetikverordnung – bildeten sich die Gründer intensiv im Bereich Parfümerie weiter. Sie besuchten Schulungen, lernten die Grundlagen der Duftherstellung und machten sich auf die Suche nach einer Partnerin, die ihre Vorstellungen professionell umsetzen konnte.
Fündig wurden sie in Berlin bei der renommierten Parfümeurin Marie Le Febvre, mit der sie sich sofort auf fachlicher und persönlicher Ebene verbunden fühlten. Nach neun Monaten Entwicklungszeit war ihr erstes eigenes Parfüm „geboren“ – in Grasse, der Welthauptstadt des Parfüms in der französischen Provence.

VOM FLAKON BIS ZUR AUSLIEFERUNG – ALLES IN EIGENER HAND

Nach Zwischenstopps in Berlin und Wolfsburg verpacken die Gründer den fertigen gefüllten, selbst designten Flakon eigenhändig und versenden ihn an Privatkunden oder Nischenparfümerien in Düsseldorf und Italien, mit denen sie zusammenarbeiten. Auch im Wolfsburger Barbershop „Joe’s Barber Gentlemen’s Lounge“ sind die exklusiven Unisex-Düfte vertreten. „Wir sind offen für Kooperationen mit speziellen Parfümerien, aber auch mit kleineren Partnern wie Concept Stores“, beschreibt Maria Cagnina.
Bestellt werden die hochpreisigen Parfüms über einen eigenen Onlineshop. Mit dem Ziel, die Bekanntheit weiter zu steigern, nutzen die Gründer vor allem digitale Plattformen wie Instagram und arbeiten mit Influencern zusammen.

Seit der Gründung 2023 hielten sie vor sechs Monaten das erste fertige Produkt in den Händen. Ein langer und aufregender Prozess für die hauptberufliche Bänkerin und den Volkswagen-Mitarbeiter. „Man muss schon ein bisschen verrückt sein, um so ein Projekt neben dem Beruf zu stemmen“, sagen die beiden lachend. Geholfen haben dabei vor allem ihre langjährige Freundschaft, gegenseitige Motivation und die Unterstützung ihrer Familien. Auch verlässliche Partner – in der Produktion, im Design und in der Steuerberatung – waren laut den Gründern ein echter Gamechanger.

In Zukunft möchten die beiden jedes Jahr eine neue Duftkollektion auf den Markt bringen und langfristig bei der weltweit größten Parfümmesse in Mailand nicht nur als Gäste, sondern als Aussteller vertreten sein. Die Teilnahme ist dort nur über ein strenges Auswahlverfahren möglich – auch wenn dieses Ziel noch weit entfernt scheint, arbeiten die beiden Optimisten kontinuierlich darauf hin. +

RUDELSTORE ALS NEUES POP-UP-KONZEPT

GRÜNDER PRÄSENTIEREN SICH IN DER INNENSTADT

Seit Anfang August hat in der Innenstadt ein neuer Pop-up-Store mit einem besonderen Konzept geöffnet: Im sogenannten Rudelstore bieten die jungen Gründer von Hej Skat, Highbro, PablocreationDE und Peaches Attire ihre Produkte temporär zum Verkauf an. Ergänzend ist der VfL Wolfsburg mit einem Teamstudio vertreten und es werden verschiedene City-Services wie Schließfächer, eine Handyladestation, eine Hundetrinkstation und eine Spielecke für Kinder angeboten. Die WMG ist Initiator dieses besonderen Kooperationsprojektes.

Der Rudelstore ist aus mehreren Gesichtspunkten ein Gewinn für die Innenstadt, die Stadtgesellschaft und die Förderung junger Gründer. Erstens aktiviert der Pop-up-Store eine zentrale Ladenfläche in der Innenstadt und bietet für Besucher ein gefragtes Serviceangebot. Zweitens stärkt der VfL Wolfsburg mit einem ausgewählten Sortiment seine Präsenz im Stadtzentrum. Der Verkauf des Jubiläumstrikots zum 80-jährigen Jubiläum des VfL Wolfsburg e.V. holte zahlreiche Fans in den Rudelstore und sorgte für besonders großen Andrang. Drittens machen verschiedene Gründer ihre vielseitigen Sortimente im Store sichtbar.

Neben der Sichtbarkeit ist auch die Vernetzung der Gründer untereinander ein zentraler Vorteil des Konzepts. „Der Rudelstore ist ein idealer Ort, an dem die Gründerinnen und Gründer sich untereinander vernetzen und direkt voneinander lernen können. Sie bringen unterschiedliche Erfahrungen mit und ihre unternehmerischen Fähigkeiten sind unterschiedlich ausgeprägt. Die gemeinsame Präsenz und der persönliche Austausch hilft ihnen, sich in verschiedenen Bereichen weiterzuentwickeln“, erklärt Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer.

Seit 2022 setzt Daniela Müller mit ihrer Marke Highbro auf Mode für große Teenager und Herren bis 2,20m Körpergröße. Pablo Marrazza ist der jüngste Gründer Wolfsburgs und hat mit seinem Label bereits mehrere eigene Pop-up-Stores betrieben. Kira Lojewski hat ihre Marke Peaches Attire erst in diesem Jahr gegründet. Alle Gründer setzen vor allem auf ihre jeweiligen Onlineshops als direkten Vertriebskanal. Im Rudelstore können sie nun wichtige Erfahrungen im stationären Handel sammeln. Claudia Nanau, Gründerin von Hej Skat, ist bereits einen Schritt weiter und betreibt neben einem Onlineshop auch einen eigenen Concept Store in den Steimker Gärten. Für sie geht es im Rudelstore vor allem darum, zu testen wie ihr Sortiment in der Innenstadt ankommt.

Der Standort in der Innenstadt bietet den Gründern die Möglichkeit mit geringem Risiko und Kosten, ein Gespür für den stationären Handel, die Kundenfrequenz, die Produktpräsentation sowie wirkungsvolle Marketingmaßnahmen zu gewinnen. Gleichzeitig können sie eine Brücke zwischen ihrer digitalen Präsenz und der analogen Welt schaffen und lernen, wie sie neue Kunden gewinnen und binden. Durch ihren gemeinschaftlichen Auftritt können die Gründer in verschiedenen Bereichen Synergien heben und ihr Netzwerk erweitern. +

Kontakt
Porschestraße 37 | 38440 Wolfsburg
Öffnungszeiten:
Dienstag-Freitag 13:00 - 18:00 Uhr
Samstag 11:00 - 16:00 Uhr

EBELING FEIERT 80 JAHRE

FACHHANDEL MIT TRADITION UND NEUEM STANDORT

v.l. Nicki Karoß (WMG) mit den Geschäftsführern von Ebeling Christian Kalwatz und Karsten Genthe und Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer

Als technischer Großhandel blickt die Firma Ebeling in diesem Jahr auf eine beeindruckende Geschichte zurück: Seit nun mehr 80 Jahren steht der Betrieb für Qualität, Verlässlichkeit und Nähe zum Handwerk. Pünktlich zum Jubiläum wagt das Traditionsunternehmen den nächsten Schritt und verlagert den Standort von der Innenstadt in das Gewerbegebiet Ost.

ENTWICKLUNG ZUM MODERNEN FACHHANDEL

Mitten in der Nachkriegszeit gründete Willi Ebeling am 10. Oktober 1945 den Betrieb im Schachtweg. Was als kleiner Eisenwarenladen in einer Baracke begann, entwickelte sich im Laufe der Jahrzehnte zu einem festen Bestandteil der lokalen Wirtschaft. In Wolfsburg hat sich der Betrieb damals mit seinem Sortiment und der Expertise einen Namen gemacht und als Anlaufstelle für die Baubranche und Privatpersonen etabliert. Seit 1960 war das Unternehmen in der Bahnhofspassage 8 in der Innenstadt ansässig. 2004 übernahm Karsten Genthe den Geschäftsbetrieb und leitet ihn heute gemeinsam mit seinem Sohn, Christian Kalwatz.

Anfang Oktober 2025 folgte mit dem Umzug in den Lerchenweg 49 ein wegweisender Schritt der Unternehmensgeschichte. In den neuen Räumlichkeiten hat Ebeling nun nicht nur mehr Platz, sondern auch das Kundenerlebnis modernisiert. Rund 600 m² Verkaufsfläche bieten der Kundschaft Raum für Inspiration, Expertise und fachkundige Beratung mit langjähriger Erfahrung. „Unsere Kunden sollen in unserem Geschäft nicht nur einkaufen, sondern auch mit erstklassiger Beratung Lösungen finden“, erklärt Karsten Genthe.

Heute präsentiert sich Ebeling als moderner Groß- und Einzelhandel für Handwerksbetriebe, Industrie- und Privatkunden. Das Sortiment deckt nahezu jeden handwerklichen Bedarf ab: Werkzeuge, Befestigungstechnik, Messinstrumente, Maschinen und weiteres Zubehör sind vor Ort erhältlich. Zudem setzt der Betrieb auf Serviceorientierung und zertifizierte Arbeitssicherheitsprüfungen und agiert deutschlandweit sowie teilweise sogar international aufgrund der Spezialisierungen im Bereich Industrie- und Absauganlagen. Dabei spielt auch die Weiterbildung der Mitarbeitenden eine zentrale Rolle.

FAMILIENBETRIEB DURCH UND DURCH

Neben all den Entwicklungen bleibt der Charakter des Familienbetriebs erhalten. Seit nun acht Jahrzehnten prägen Kundennähe, Ehrlichkeit und Verlässlichkeit die Unternehmenskultur. Zum 80-jährigen Bestehen blickt Ebeling stolz zurück und optimistisch nach vorn. Karsten Genthe betont: „Unsere neuen Räumlichkeiten bieten beste Voraussetzungen, um unser Angebot weiter auszubauen und die Nähe zum Kunden zu stärken. Auch in den nächsten 80 Jahren bleiben wir ein verlässlicher Partner für das Handwerk und offen für neue Entwicklungen.“ +

MISSION IMMOBILIE

ALLES RUND UMS EIGENHEIM AUS EINER HAND

v. l. Dennis Weilmann, Jens Hofschröer, Joachim Franz, Mario Steffen
Matthias Leitzke - Photodesign Wolfsburg

Im Interview erklärt Mario Steffen, wie sein Unternehmen „Mission Immobilie“ – mit Sitz in der Innenstadt – durch ein umfassendes Leistungsangebot von der Maklervermittlung bis zum Garten- und Landschaftsbau neue Maßstäbe in der regionalen Immobilienbetreuung setzt.

Herr Steffen, was genau steckt hinter Ihrem neuen Unternehmen Mission Immobilie?
» Mission Immobilie ist ein innovatives Unternehmen, das sich auf die ganzheitliche Betreuung von Immobilienprojekten spezialisiert hat. Unser Ziel ist es, unseren Kunden einen umfassenden Service zu bieten, der von der Maklerleistung (mit Unterstützung in der Finanzierung) über den Innenausbau bis hin zum Garten- und Landschaftsbau reicht. Wir möchten unseren Kunden den gesamten Prozess so einfach und stressfrei wie möglich gestalten.

Sie bieten Maklerleistungen, Innenausbau sowie Garten- und Landschaftsbau aus einer Hand – wie positionieren Sie sich damit im regionalen Markt?
» Durch unser breites Leistungsspektrum können wir uns klar von den Mitbewerbern abheben. Wir bieten unseren Kunden einen einzigartigen Mehrwert, indem wir alle relevanten Dienstleistungen rund um die Immobilie aus einer Hand anbieten. Dies ermöglicht uns, Projekte effizienter und kostengünstiger umzusetzen, was uns zu einem attraktiven Partner im regionalen Markt macht.

Welche Vorteile haben Kunden durch diesen ganzheitlichen Ansatz?
» Unsere Kunden profitieren von einer nahtlosen Integration aller Dienstleistungen, was Zeit und Kosten spart. Sie haben nur einen Ansprechpartner für alle Belange, was die Kommunikation vereinfacht und Missverständnisse vermeidet. Zudem können wir durch unsere ganzheitliche Herangehensweise sicherstellen, dass alle Aspekte eines Projekts optimal aufeinander abgestimmt sind.

Gibt es bestimmte Zielgruppen oder Projekte, auf die Sie sich besonders konzentrieren möchten?
» Wir konzentrieren uns besonders auf Privatkunden, die ihre Traumimmobilie verwirklichen möchten, aber auch auf gewerbliche Kunden, die nach maßgeschneiderten Lösungen für ihre Immobilienprojekte suchen. Darüber hinaus haben wir ein besonderes Interesse an nachhaltigen und umweltfreundlichen Projekten, die einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten.

Mit welchem Ausblick starten Sie – wo sehen Sie Mission Immobilie in den nächsten Jahren?
» Wir starten mit großen Ambitionen und einem klaren Ziel vor Augen: Mission Immobilie soll in den nächsten Jahren zu einem führenden Anbieter im Bereich der ganzheitlichen Immobilienbetreuung werden. Wir planen, unser Dienstleistungsangebot kontinuierlich zu erweitern und unsere Marktpräsenz auszubauen. Langfristig streben wir an, auch über die regionalen Grenzen hinaus bekannt zu werden und neue Märkte zu erschließen. +

GOLD ATELIER WOLFSBURG – HANDWERK, DAS GLÄNZT

INDIVIDUELLE SCHMUCKSTÜCKE MIT NACHHALTIGKEIT, STIL UND LEIDENSCHAFT

© privat

Im Gold Atelier Wolfsburg erlebt man echtes Handwerk. Seit der Übernahme der Goldschmiede 2012 ist Bilal Majid fester Bestandteil der Wolfsburger Innenstadt. Mit seinem Bruder fertigt er täglich Schmuckstücke mit viel Liebe zum Detail.
Schon früh wusste der Unternehmer, dass er mit seinen Händen arbeiten möchte. In seinem früheren Beruf war er unzufrieden und nach einer Ausbildung zum Goldschmied in Düsseldorf kehrte er schließlich in seine Heimatstadt Wolfsburg zurück. Heute ist er froh über diese Entscheidung: Das Geschäft läuft stabil, auch wenn es mal ruhigere Monate gibt. Über die Jahre zeigt die Entwicklung aber klar nach oben.
Viele seiner Kunden sind Stammkunden, einige reisen sogar von weither an. Gleichzeitig profitiert der Inhaber von der guten Lage in der Innenstadt und den zahlreichen Laufkunden. „Von jung bis alt ist alles dabei“, sagt er.

HANDWERK MIT LEIDENSCHAFT

Alles entsteht im eigenen Atelier. Die Brüder kaufen Gold an, schmelzen es ein und formen daraus Drähte oder Bleche, aus denen sie Ringe, Ketten und andere Schmuckstücke fertigen. „Wir haben alles hier, wir nutzen unsere Ressourcen und recyceln alles selbst“, erklärt Bilal Majid.
Im Gold Atelier gestalten die Kunden ihre Schmuckstücke von Anfang an mit. Oft gibt es zunächst eine Skizze, die digital umgesetzt und anschließend mit dem 3-D-Drucker modelliert werden kann, um Größen und Formen zu prüfen. Die Dauer bis zur Fertigstellung hängt von der Art des Schmucks ab – manche Stücke sind in zwei Tagen fertig, andere benötigen bis zu zwei Monate. Ein klassischer Trauring entsteht hingegen oft in nur wenigen Stunden.

ZWISCHEN TRADITION UND MODERNE

Der Onlinehandel spielt für das Atelier keine große Rolle. „Ich habe es ausprobiert, aber es gibt kaum Juweliere, die online wirklich stark sind – Schmuck wirkt digital einfach anders“, sagt er.
Auf Social Media informiert der Goldschmied über neue Produkte und gibt Einblicke in die Werkstatt. Dennoch bleibt der persönliche Kontakt entscheidend. Viele Kunden schätzen die Transparenz – die Goldwaage steht sichtbar auf dem Tresen, damit jeder den Wert des Materials nachvollziehen kann.

ENGAGEMENT IN DER INNENSTADT

Gemeinsam mit den Nachbarbetrieben engagiert sich der Unternehmer auch für eine schönere Innenstadt. Vor dem Atelier laden bunte Stühle und Blumen zum Verweilen ein.
„Die Stimmung in der Innenstadt hängt oft vom Werk ab. Wenn es dort nicht gut läuft, spürt man das auch hier auf der Straße“, meint der Inhaber. Die Unsicherheit sei spürbar, doch er bleibt optimistisch: „Man erfindet sich immer wieder neu. Wenn die Qualität stimmt, ist das auch gut fürs Geschäft.“

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Für die kommenden Jahre wünscht sich Bilal Majid vor allem eines: mehr Aufmerksamkeit für das Handwerk. „Ich möchte weiter wachsen und wünsche mir, dass das Handwerk wieder mehr Wertschätzung erfährt.“

Er hofft, dass sich die wirtschaftliche Lage verbessert, die Steuerlast sinkt und bürokratische Hürden für Selbstständige kleiner werden. „Es ist immer etwas los – Schmuck ist Luxus und den möchte ich den Menschen bieten“, sagt der Goldschmied. +

WOLFSBURG IM ZEICHEN DER INNOVATION

© Wolfsburg AG

DIE INTERNATIONALE ZULIEFERERBÖRSE ALS MOTOR FÜR STADT UND WIRTSCHAFT

Wenn Wolfsburg zur Internationalen Zuliefererbörse (IZB) einlädt, verwandelt sich die Stadt in ein Zentrum der Zukunftstechnologien. Mehr als 840 Aussteller aus 43 Nationen präsentierten im vergangenen Jahr ihre Neuheiten, Konzepte und Strategien. Der Termin für die nächste IZB steht jetzt fest: 27. – 29. Oktober 2026.
Das Messegelände rund um das Allerpark-Areal wird dann zum internationalen Treffpunkt der Automobilbranche – und Wolfsburg zur Bühne für Innovationen, Begegnungen und wirtschaftliche Dynamik.

Die IZB gilt längst als Leitmesse der europäischen Automobilzulieferindustrie. Sie zeigt, wie tiefgreifend sich die Branche wandelt – hin zu Elektromobilität, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neuen Wertschöpfungsketten. In dieser Rolle hat die IZB für Wolfsburg eine doppelte Bedeutung: Sie bringt weltweite Aufmerksamkeit und wirtschaftliche Impulse und sie macht sichtbar, dass Wolfsburg mehr ist als der Sitz eines globalen Konzerns – nämlich ein Standort mit Vision, Vielfalt und Innovationskraft.

IMPULSE, DIE ÜBER DIE MESSE HINAUS WIRKEN

Was die IZB besonders macht, ist ihr nachhaltiger Effekt – nicht nur für die Industrie, sondern auch für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Wolfsburg. Während der Messetage füllen sich die Hotels bis auf den letzten Zimmerblock, Restaurants und Cafés erleben einen echten Besucherboom. Und dieser positive Effekt beginnt lange vor dem eigentlichen Start der Messe: Schon während des Auf- und Abbaus, der sich über rund zweieinhalb Monate erstreckt, sind zahlreiche Fachkräfte, Techniker und Dienstleister in der Stadt – sie übernachten, essen, leben hier. Für die Betriebe bedeutet das eine spürbar längere Hochphase, die weit über das eigentliche Messegeschehen hinausreicht.

Viele Gastronomen erzählen, dass sie die Zeit der IZB mittlerweile fest einplanen – als wirtschaftlich stärkste Phase des Jahres. Das Stadtbild verändert sich in diesen Wochen: internationale Stimmen in den Straßen, volle Terrassen, spontane Geschäftstreffen in Hotellobbys, After-Work-Treffen an der Bar. Die Messe wirkt wie ein Pulsschlag, der in die gesamte Stadt hineinreicht.

Auch touristisch entsteht ein Mehrwert. Wer wegen der IZB nach Wolfsburg kommt, entdeckt oft auch die Freizeitangebote der Stadt – vom phaeno über die Autostadt bis zum Allersee. Für viele internationale Gäste ist der Messebesuch der erste Kontakt mit Wolfsburg – und nicht selten folgen sie ihm später privat wieder. So sorgt die IZB nicht nur für kurzfristige Umsätze, sondern auch für langfristige Bindungseffekte und ein positives Stadtimage.

DIE WOLFSBURG AG ALS IMPULSGEBERIN

Hinter dem Erfolg der IZB steht nicht nur Organisationstalent, sondern auch eine klare Vision. Die Wolfsburg AG hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Transformation der Stadt aktiv zu gestalten – als Brückenbauerin zwischen Industrie, Wissenschaft, Start-ups und Stadtgesellschaft. Projekte wie die IZB, #WolfsburgDigital oder Innovationsformate wie promotionschool zeigen, wie wirtschaftliche Entwicklung, Digitalisierung und Lebensqualität miteinander verknüpft werden können.

Dabei versteht sich die Wolfsburg AG als Plattform für Fortschritt: Sie unterstützt Unternehmen beim Wandel, bringt Akteure zusammen und sorgt dafür, dass aus Ideen konkrete Projekte entstehen – ob in Mobilität, Energie, Gesundheit oder Stadtentwicklung. Gerade diese Verbindung aus Wirtschaftsförderung, Standortstrategie und Lebensqualität ist es, die Wolfsburgs Entwicklung so besonders macht.

ARBEITEN, LEBEN, BLEIBEN – WOLFSBURG ALS STADT MIT ZUKUNFT

Neben der wirtschaftlichen Stärke punktet Wolfsburg mit hoher Lebensqualität – und davon profitieren auch die touristischen und gastronomischen Angebote. Besucher der IZB entdecken nicht nur innovative Produkte und Lösungen, sondern auch die kulinarische Vielfalt der Stadt: Cafés, Bars und Restaurants im Zentrum, am Hafen oder rund um den Allerpark. Hotels und Gastronomiebetriebe werden so zu aktiven Partnern des Messegeschehens, die Wolfsburg als Standort zusätzlich profilieren und das Erlebnis für internationale Gäste abrunden.

Die IZB zeigt seit 25 Jahren eindrucksvoll, wie eng Wirtschaft und Stadtleben miteinander verbunden sind. Sie stärkt die lokale Wirtschaft, schafft internationale Sichtbarkeit – und lässt Wolfsburg für einige Wochen (und darüber hinaus) zu einem lebendigen Schaufenster der Zukunft werden.

© Wolfsburg AG

„Die IZB ist weit mehr als eine Messe – sie ist ein Impulsgeber für die gesamte Region."

Thomas Krause, Vorstandssprecher der Wolfsburg AG

FAKTEN & STIMMEN ZUR IZB

Internationale Zuliefererbörse (IZB)

- Ort: Allerpark Wolfsburg
- Nächster Termin: 27. – 29. Oktober 2026
- Turnus: alle 2 Jahre
- Fläche: rund 38.000 m²

WIRTSCHAFTLICHER EFFEKT:

- Hotels und Gaststätten in Wolfsburg und der Region sind zur IZB-Zeit komplett ausgelastet.
- Zahlreiche Unternehmen aus Gastronomie, Hotellerie, Logistik und Eventdienstleistung profitieren direkt.

WOLFSBURG ALS GASTGEBERIN:

Die Stadt präsentiert sich während der IZB international – mit einem modernen Mobilitätsnetz, kurzen Wegen und gastfreundlicher Atmosphäre.
Viele Besucher bleiben länger oder kommen privat zurück – ein Gewinn für Tourismus und Image.

Mehr Infos:
www.izb-online.com
www.wolfsburg-ag.com

© Matthias Leitzke

WÖLFE TV: WIE DER VFL WOLFSBURG SEINE MARKE MIT BEWEGTBILD STÄRKT

Der Verein setzt auf eine Strategie, die weit über klassische Vereinskommunikation hinausgeht

© VfL Wolfsburg

Der VfL Wolfsburg setzt mit Wölfe TV auf ein eigenes, professionelles Bewegtbildangebot. Auf dem offiziellen YouTube-Kanal des Clubs werden Videos gebündelt, die Fans und Interessierte mit exklusiven Inhalten versorgen. Das Ziel ist klar definiert: „Wir wollen Vereinsnähe schaffen, Informationen schnell bereitstellen und unsere Spielerinnen und Spieler nahbar machen“, so Felix Janoschek, Teamleiter Wölfe TV beim VfL Wolfsburg. Das Angebot schafft Transparenz, Authentizität und Markenbindung – alles auf einer Plattform.

EIN TEAM AUS PROFIS

Das Projekt ist fest in der Clubstruktur verankert: Vier feste Mitarbeitende – drei Videojournalisten und ein Volontär – bilden das Kernteam von Wölfe TV. Trotz der professionellen Aufstellung stehen die Produzenten regelmäßig vor Herausforderungen. „Besonders enge Spieltag-Timings und rechtliche Fragen zu Lizenzen und Musiknutzung sind Teil unseres Alltags“, sagt Felix Janoschek. Auch die Abstimmung mit den Mannschaften – Männer, Frauen und Nachwuchs – erfordert präzise Planung.

VOM TRAININGSPLATZ BIS ZUR CHAMPIONS LEAGUE

Wölfe TV bietet den Fans ein breites Spektrum an Formaten – von Pressekonferenzen über Interviews bis zu exklusiven Behind-the-Scenes-Einblicken. Besonders beliebt sind Reihen wie die „Weekly Wolves“, die wöchentlich aktuelle Themen und Spieltagsinformationen zusammenfassen. Aber auch Challenges und Quizformate, die ausschließlich auf dem Channel zu sehen sind, begeistern die Fans.

Die Frauenmannschaft und der Nachwuchsbereich sind ebenfalls fester Bestandteil des Programms. „Wir sind bei jedem Spiel der Männer und Frauen im Einsatz – mit Highlights, Stimmen und exklusiven Einblicken in die Kabine oder das Training“, sagt Felix Janoschek. Damit positioniert sich Wölfe TV als umfassender medialer Begleiter des gesamten Vereinsgeschehens – von der Bundesliga bis zur Champions League.

NÄHE ZU DEN FANS

Im Zentrum des Angebots stehen die Fans. Ob zur Spielvorbereitung, bei Ticketverkäufen oder Fanaktionen – Wölfe TV liefert Hintergrundgeschichten und Serviceinformationen aus erster Hand. Ein Beispiel war die große Choreografie zum 80. Vereinsgeburtstag, die in einem emotionalen Video festgehalten wurde. „Solche Momente sind es, die zeigen, was unsere Fans leisten – und was diesen Verein ausmacht“, betonen die Macher. Auch Liveinhalte gehören dazu: Alle Testspiele der Männer und Frauen werden in der Regel kommentiert und kostenfrei übertragen. Damit schafft der Verein ein Angebot, das weit über die klassischen Kommunikationskanäle hinausgeht.

KOSTENLOS, ZUGÄNGLICH UND ZUKUNFTSORIENTIERT

Das Format Wölfe TV ist komplett kostenfrei. Alle Videos sind über den YouTube-Kanal des VfL Wolfsburg, die Vereinswebsite, die App sowie weitere Social-Media-Plattformen abrufbar. Das Angebot folgt damit dem Trend der offenen, plattformübergreifenden Markenkommunikation im Profisport.

Auch für die Zukunft hat der Club klare Pläne, um redaktionell und technisch mit der Zeit zu gehen. Besonders die erfolgreichen Behind-the-Scenes-Formate sollen weiter ausgebaut werden. Ein Blick in die Zukunft zeigt zudem Offenheit für Innovationen: „Wir sind immer offen für neue, interaktive Fan-Formate oder technologische Ansätze – schließlich machen wir allen Content für unsere Fans.“ +

© VfL Wolfsburg

MIKRO STATT SCHLÄGER: WIE DIE GRIZZLYS KINDER ZU REPORTERN MACHEN

DER VEREIN VERBINDET NACHWUCHSFÖRDERUNG, FAMILIENBINDUNG UND MEDIENKOMPETENZ

„Hallo, ich bin Clara und heute frage ich unseren Torwart: Was geht dir eigentlich durch den Kopf, wenn der Gegner allein auf dich zuläuft?“ Die 14-Jährige steht nicht auf dem Pausenhof, sondern mitten in der Eis Arena Wolfsburg. Hinter ihr rauschen die Grizzlys im Training über das Eis, vor ihr wartet ein echter DEL-Profi auf die erste Kinderreporter-Frage.

Was nach einer ungewöhnlichen Szene klingt, ist fester Bestandteil der Markenstrategie des Eishockey-Clubs. Mit dem neuen Social-Media-Format „Kinderreporter“ – offiziell als „Young TV Crew“ gestartet – haben die Grizzlys Wolfsburg gemeinsam mit der Autostadt ein Format ins Leben gerufen, das junge Fans zwischen 10 und 16 Jahren zu Reportern macht. Mit Kamera und Mikrofon ausgestattet, erhalten die Nachwuchsreporter exklusive Einblicke hinter die Kulissen auf und neben dem Eis, führen Interviews mit Spielern und Coaches und lernen dabei, wie man Medieninhalte professionell produziert.

MUTIG, BEGEISTERND, FAMILIÄR, NACHHALTIG

„Das Konzept zahlt unmittelbar auf die Markenwerte der Grizzlys ein, da es die Kernthemen mutig, begeisternd, familiär und nachhaltig in gelebte Praxis übersetzt“, betont Christopher Gerlach, Leiter Medien und Kommunikation bei den Grizzlys. Kinder und Jugendliche übernehmen Verantwortung, gewinnen Selbstvertrauen und sehen ihre eigenen Beiträge anschließend auf den Social-Media-Kanälen der Grizzlys und der Autostadt.

Ein besonderer Baustein ist das Gemeinschaftserlebnis. Die Familien der Kinderreporter erhalten Dauerkarten für die Heimspiele. So wird das Projekt nicht nur zu einer Medienwerkstatt, sondern zu einem gemeinsamen Ankerpunkt rund um den Club – und das für die ganze Familie. „Eltern und Kinder sind dadurch nicht nur Zuschauer, sondern werden ein aktiver Teil unserer Grizzlys-Familie“, erklärt Christopher Gerlach.

LERNERFAHRUNGEN, DIE WEIT ÜBER DEN SPORT HINAUSREICHEN

Auch der Partner des Projekts, die Autostadt, sieht darin mehr als ein Eishockey-Experiment. „Das Projekt passt perfekt zu uns als anerkanntem außerschulischen Lernort“, betont Geschäftsführer Armin Maus. Denn die Workshops in Interviewtechnik, Kameraführung und Schnitt vermitteln Fähigkeiten, die weit über den Sport hinausgehen.

Es entsteht eine Win-win-Situation: Die Grizzlys stärken ihre Fanbindung und Markenidentität, während Kinder wertvolle Lernerfahrungen sammeln – und dabei ihren ganz eigenen Blick aufs Eishockey entwickeln. +

© Grizzlys Wolfsburg

EXPO REAL 2025 IN MÜNCHEN

WOLFSBURG PRÄSENTIERTE SICH ALS ZUKUNFTSORIENTIERTER WIRTSCHAFTSSTANDORT

Jährlich findet die EXPO REAL als internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen in München statt – in diesem Jahr mit über 1.700 Ausstellenden aus 34 verschiedenen Ländern und ca. 42.000 Teilnehmenden. Sie dient der Vernetzung verschiedener Akteure des Bereichs wie z. B. Regionen und Investoren oder Immobilienexperten sowie Projektentwicklern. Auf der Messe, die in diesem Jahr vom 6. bis 8. Oktober stattfand, präsentierten die Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg, Stadt Wolfsburg, Volkswagen Immobilien, WMG und Wolfsburg AG gemeinsam den Wirtschaftsstandort Wolfsburg. Die Präsenz fügte sich in den Gemeinschaftsstand der Metropolregion Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg GmbH und dem Land Niedersachsen ein.

AUFBRUCHSTIMMUNG IN DER BRANCHE

Mit neuer Kraft reagiert die Messe auf eine Phase, die von Unsicherheiten geprägt ist. Inhaltlich standen vor allem die gesellschaftlich höchst relevante Frage nach bezahlbarem Wohnraum sowie innovative Bau- und Nutzungskonzepte für bestehende Immobilien im Fokus. Trotz hoher Zinsen und wirtschaftlicher Herausforderungen zeigt sich die Branche vorsichtig zuversichtlich. Die EXPO REAL kommt dabei ihrer Aufgabe als Plattform für die Wegbereitung gemeinsamer Projekte nach. Wolfsburg setzt in diesem Rahmen auf gezielte Investitionen, um nachhaltige Entwicklungen voranzutreiben. Die Attraktivität für Investitionen beweist sich auf der Messe in den Gesprächen: Aufgrund ihrer wirtschaftlichen Stärke, Innovationskraft und Lebensqualität ist Wolfsburg national und international ein gefragter Standort.

IM ZEICHEN DER TRANSFORMATION

Oberbürgermeister Dennis Weilmann betont die Bedeutung der auf der Messe vorgestellten Projekte für die Stadtentwicklung: „Auch in diesem Jahr präsentieren wir aktuelle Projekte unseres Wirtschaftsstandorts mit partnerschaftlichem Engagement und Erfolg auf der EXPO REAL. Transformation ist das Schlüsselwort unserer Zeit – und in Wolfsburg gestalten wir sie aktiv mit.“ Darüber hinaus weist der Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer auf die Wichtigkeit der Teilnahme an der internationalen Messe hin: „Standortentwicklung ist eine Daueraufgabe, die wir als Stadt Wolfsburg im engen Schulterschluss zwischen Wirtschaftsförderung und Wirtschaft angehen. Unsere Präsenz auf der EXPO REAL bietet die ideale Plattform für den persönlichen Austausch mit Investoren und Projektentwicklung. Wolfsburg ist ein gefragter Standort mit konkreten Investitionschancen und spannenden Perspektiven vor allem im Zusammenspiel von Wirtschaft und Wissenschaft – das bestätigen uns auch die zahlreichen Gespräche.“

Panel zum Medical Office auf der EXPO REAL

Thomas Krause im Interview mit der Metropolregion © Wolfsburg AG

PROJEKTE FÜR DIE ZUKUNFT

Auf der Messe stellte Wolfsburg unter anderem das Projekt Medical Office im Zuge der Innenstadtentwicklung vor. Im sogenannten Nordkopfquartier Mitte entsteht mit dem Medical Office eine moderne Mixed-Use-Immobilie, die Flächen für die Audi BKK, das städtische Gesundheitsamt, Arztpraxen sowie Gastronomie vorsieht. Die Details des Projekts als Katalysator für die Aufwertung und Belebung der Innenstadt wurden in einem Panel diskutiert. Mit dabei waren Oberbürgermeister Dennis Weilmann, Architekt André Bühring und Hilmar Albrecht von der Goldbeck Group sowie Nadine Wolters von der WMG als Moderatorin. Mit dem Konzept Lupus des Investors OCI gibt es in diesem Quartier ein weiteres, zentrales Zukunftsprojekt, das ein architektonisch markantes elfgeschossiges Gebäude mit Raum für Büros, Handel und Gastronomie vorsieht.
Auch die bedarfsgerechte Entwicklung von Gewerbeflächen sowie die Vermarktung baureifer Flächen für moderne Logistik- und Gewerbestrukturen wie sie im Gewerbegebiet Vogelsang mit multimodaler Anbindung noch verfügbar sind, waren Themen des Messeauftritts.

„Wolfsburg begeistert durch seine Dynamik, Innovationskraft und Praxisnähe. Die Stadt ist ein Modell für den erfolgreichen Strukturwandel – geprägt durch die Transformation der Automobilindustrie, die enge Verzahnung mit Forschungseinrichtungen und die konsequente Förderung von Zukunftstechnologien. Projekte wie der TU Campus an der Open Hybrid LabFactory oder die Teilnahme am Bundesprogramm „Smart Cities“ zeigen: Wolfsburg denkt und handelt zukunftsorientiert – ein idealer Ort für Investoren, Unternehmen und Talente“, so Thomas Krause, Vorstandssprecher der Wolfsburg AG.

Die Wolfsburg AG übernahm das Projektmanagement für den Wolfsburger Messestand und koordinierte die Interessen der Standpartner gegenüber der Metropolregion bei der Planung des Gemeinschaftsstandes. Bereits jetzt wird für die EXPO REAL 2026 über die Einbindung weiterer Partner nachgedacht, um den Wirtschaftsstandort Wolfsburg noch breiter und wirkungsvoller zu präsentieren. +

BUSINESS LOUNGE DER WIRTSCHAFTS-JUNIOREN

Anfang September veranstalteten die Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg e. V. zum 15-jährigen Vereinsjubiläum die Business Lounge für Mitglieder, Gäste, Fördermitglieder und Wirtschaftsjunioren aus Nachbarkreisen in der Schlossremise Wolfsburg. Verschiedene Highlights sorgten mit Unterstützung von Sponsoren für einen gelungenen Netzwerkabend in entspannter Atmosphäre.

Alle Bilder © Hensel Media Agency

WOLFSBURG AUF DER SMART COUNTRY CONVENTION

Erstmals präsentierte sich die Smart City Wolfsburg vom 30. September bis 2. Oktober 2025 mit einem eigenen Stand auf der Smart Country Convention in Berlin. Gemeinsam stellten die Stadt Wolfsburg, WOBCOM, GERHARTL Fahrzeugtechnik, Starwit Technologies und die Wolfsburger Abfallwirtschaft und Straßenreinigung unter dem Motto #WeArePart ofSmart zentrale Smart-City-Projekte wie Smart Parking und die Wolfsburg App vor. Auch der Austausch mit dem Fachpublikum stand im Fokus. So diskutierte Dr. Sascha Hemmen als Geschäftsbereichsleiter Smart City und IT Services der Stadt Wolfsburg über smarte Mobilitätslösungen in einem Expertenpanel.

Alle Bilder © Stadt Wolfsburg

WOLFSBURGER HANDWERKS-CUP IM DRACHENBOOT

„Are you ready? Attention. Go.“ hieß es am 5. September 2025 bei der Premiere des ersten Wolfsburger Handwerks-Cups im Drachenboot – ein besonderes Sommer- und Familienfest für lokale Handwerksbetriebe kombiniert mit einem sportlichen Wettbewerb im Drachenboot.
Energie, Teamgeist und Zusammenhalt standen dabei im Mittelpunkt.

Insgesamt stellten sich neun Teams dem spannenden Rennen über 200 m auf dem Allersee. Die WMG veranstaltete das Event gemeinsam mit dem Wolfsburger Kanu Club e. V. und mit Unterstützung der Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg, der Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade und der Lufthansa Industry Solutions AS GmbH.

Am 4. September 2026 findet der Handwerks-Cup erneut statt. Interessierte können sich bei der Wirtschaftsförderung der WMG per E-Mail an events.wirtschaftsfoerderung@wmg-wolfsburg.de melden.

1. Platz für „The Dragoneers“ – Team der Unternehmensgruppe ES-Tec GmbH, CUBOS, GE-T GmbH und Marketing Services Creative Group (MSCG)

2. Platz für „Elektro Selent Trupp“

3. Platz für „Horst Hüller x Haltern und Kaufmann“

© WMG Wolfsburg, Alle Bilder: Drone Fever Wolfsburg

STANDPUNKT+

SASKIA ELVERFELD

© Linna Hensel / Hensel Photography

Unternehmerin und Gastgeberin Saskia Elverfeld prägt die Gastro-, Event- und Wirtschaftsszene in Wolfsburg mit ihren Projekten – und verbindet dabei Tradition, Gemeinschaft und digitale Innovation. Was sie antreibt, ist die Überzeugung, dass Wolfsburg weit mehr ist als Auto und Konzern: eine lebendige Region, die gerade durch ihre Menschen, Initiativen und ihren Unternehmergeist gewinnt.

„Wolfsburg ist ein Dorf – aber eines mit unglaublichem Potenzial.“

Wenn Gastgeberin Saskia Elverfeld über Wolfsburg spricht, klingt das zugleich bodenständig und visionär. Seit über zehn Jahren prägt sie die Stadt aktiv mit – gastronomisch, kulturell und gesellschaftlich. Mit dem Restaurant Schlossremise, der Eventkirche auf dem Rabenberg und dem neuen, digitalen Gutscheinnetzwerk belivo hat sie Projekte geschaffen, die weit über Gastronomie hinausreichen. Sie verkörpert ein besonderes Gespür für Wolfsburg als vielseitigen Wirtschafts- und Lebensstandort.

„Ich bin in Wolfsburg aufgewachsen – und wer hier lebt, weiß genau, was das bedeutet. Wolfsburg ist ein Dorf, im besten Sinne: Man kennt sich, man begegnet sich, man unterstützt sich. Diese Nähe, dieses Netzwerk sind für mich das Fundament all meiner Projekte. Genau aus dieser Struktur heraus entstehen große Dinge – weil Zusammenarbeit hier kein Schlagwort, sondern gelebter Alltag ist. Ich schätze besonders den Unternehmergeist der Stadt: modern, wachsend und doch familiär im Kern.“

Mit der Schlossremise habe sie vor einigen Jahren einen Ort geschaffen, an dem Menschen sich begegnen, austauschen und genießen können – entschleunigend … etwas außerhalb der Stadt, mit Blick auf das Schloss. „Hier kommen Menschen in geselliger Atmosphäre zusammen; daraus entstehen neue Wege, vertraute Gesichter und ehrliche Gespräche – das ist für mich Wolfsburg.“

Die Idee der Eventkirche entstand ähnlich: aus einem zufälligen Gespräch, einem kurzen Austausch. „Plötzlich war klar: Dieser traditionsreiche Ort kann völlig neu gedacht werden – als besondere Location für Paare, Unternehmen, Künstler. Als Raum für Begegnungen, Feiern, Emotionen und Kreativität.“

Mit belivo geht sie nun noch einen Schritt weiter: „Ich möchte diese Verbundenheit – digital – sichtbar machen. belivo verbindet Unternehmen, Gastronomen und Dienstleister aus der gesamten Region. Es sorgt dafür, dass Kaufkraft und Gemeinschaft vor Ort bleiben. Es geht mir nicht nur um Gutscheine, sondern um ein Netzwerk, das den lokalen Zusammenhalt stärkt.“

Ihr Blick auf die Stadt bleibt positiv und fordernd zugleich: „Wolfsburg hat unglaubliches Potenzial. Die Stadt muss sich nicht neu erfinden – wir sind klein genug, um schnell zu handeln, und groß genug, um wirklich etwas zu bewegen. Ich wünsche mir, dass wir noch viel öfter solche Chancen nutzen.“ +

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 E-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 10-18 Uhr
und Sonntag 10-13 Uhr

FOLGEN SIE DER WMG AUCH AUF

wmg-wolfsburg.de

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 E-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
WMG Für Wolfsburg
Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Geschäftsführer
Jens Hofschröer

Porschestraße 26
38450 Wolfsburg
Telefon 05361 89994-0
Telefax 05361 89994-19
wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de
www.wmg-wolfsburg.de

Ausgabe 45
November 2025

Druck
Oeding Print GmbH
Erzberg 45 | 38126 Braunschweig
Jakob Burmeister

Kooperationspartner
Wolfsburg – Stadt Wolfsburg
WOBCOM – WOBCOM GmbH
WOLFSBURG AG – Wo Zukunft entsteht. – Wolfsburg AG

Projektkoordination
Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Wirtschaftskommunikation
Lea Kehring

Titelfoto
Stadt Wolfsburg

Redaktion
Lea Kehring (WMG)
Lisa Behrendt
Siri Buchholz
Ingeborg Obi-Preuss
Jaquelin Ohk
Eileen Schlätel
Lina Tauscher

Gestaltung
Ivonne Jeetze
Lars Wilhelm

WOLFSBURG STORE

Willy-Brandt-Platz 4, 38440 Wolfsburg
(gegenüber dem Hauptbahnhof)

Montag – Samstag	**10:00 – 18:00 Uhr**
Sonntag	**10:00 – 13:00 Uhr**
Feiertage	**geschlossen**

Telefon **+49 5361 89993-0**
E-Mail **tourist@wolfsburg.de**

Alles, was Wolfsburg besonders macht.

Regionale Produkte, besondere Stadt-Souvenirs und Fanartikel!

Jetzt im Wolfsburg Store entdecken!

Unser Service
+49 5361 89993-0

WMG
Für Wolfsburg