WOLFSBURG+

Das Wirtschaftsmagazin für Wolfsburg · Heft 1/2021

„New Work needs Inner Work“

INTERVIEW MIT
DR. JOANA BREIDENBACH

TOP-THEMA
NEUE ARBEITSWELTEN

06 FLÄCHENDECKENDE NAHVERSORGUNG

07 RUNDER TISCH UND DIGITALE ANLAUFSTELLE FÜR GRÜNDER*INNEN

UNTERNEHMENSPORTRÄT DIE FILMBURG X-MEDIA FACTORY 24

Ihr Schlüsselmoment:

Unser Know-How für einen erfolgreichen Immobilienverkauf.

Ihr Draht zu unseren Immobilienmaklerinnen:

Angie Guth und Simone Heinz

05371 187-63628

Sparkasse
Celle·Gifhorn·Wolfsburg

LIEBE LESER*INNEN,

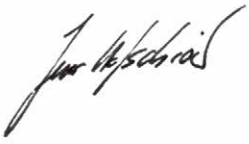
mit dem Prestigeprojekt „Trinity“ hat Volkswagen jüngst ein neues Elektrofahrzeug der nächsten Generation angekündigt, welches in Wolfsburg produziert werden soll und somit für unseren Wirtschaftsstandort wie auch seine Region eine wichtige Perspektive sein wird. Eine eben solche Perspektive fehlt derzeit im Lockdown insbesondere den weiterhin von den beschlossenen Beschränkungen betroffenen Branchen. Als WMG geben auch wir weiterhin mit größtmöglicher Energie unser allerbestes, um unsere heimische Wirtschaft partnerschaftlich zu unterstützen, wo immer wir können. Gemeinsam mit den Vertretern der Wolfsburger Wirtschaft haben wir daher ein gemeinschaftliches Positionspapier ausgearbeitet und die jetzt wichtigen Aufgaben formuliert. Denn neben einer schnellen und unbürokratischen Auszahlung der zugesagten finanziellen Hilfen braucht es eine wirkungsvolle Impfstrategie sowie dringend eine klare Perspektive mit verlässlichen Rahmenbedingungen für die betroffenen Branchen.

Im Bereich der Digitalisierung haben wir alle in den letzten Monaten viel gelernt und zahlreiche Unternehmen die damit in der Krise verbundenen Chancen auch bereits für sich erkannt. Diesen Aspekt greift unser aktuelles Top-Thema auf und beschäftigt sich mit New-Work-Konzepten – auch unter Pandemie-Bedingungen. Nicht zuletzt dank fachkundiger Interview-Experten erhalten Sie interessante Impulse und praxistaugliche Tipps.

Ferner finden Sie in dieser Ausgabe weiterführende Informationen zur WeCard. Die WeCard ist viel mehr als nur ein digitaler Stadtgutschein. Sie kombiniert Gutscheine, Zahlungen und Bonussystem und hilft dabei den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt in unserer Stadt zu stärken. Kommen Sie gerne mit ins Boot und nutzen Sie die WeCard als steuerfreie Sachlohnzuwendung für Ihre Mitarbeiterschaft.

Außerdem informieren wir Sie wie gewohnt über Menschen, Projekte und Unternehmen sowie weitere wichtige Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Wolfsburg – auch in unserem Online-Magazin.

Jetzt wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen und einen zuversichtlichen Start in den Frühling.



Ihr Jens Hofschröer,
Geschäftsführer
WMG

© Nina Stiller

STANDORT PLUS

4 Maskenspende fürs Rathaus, Ein Plus für Nachhaltigkeit und Aktualität, Wir gratulieren zum Jubiläum, Halbe Serverschränke

STADT+ENTWICKLUNG

6 Flächendeckende Nahversorgung: WMG sorgt für Sicherung und Entwicklung

7 Runder Tisch und digitale Anlaufstelle für Gründer*innen

8 Die WeCard ist mehr wert: in Wolfsburg einkaufen und Gutes tun

9 Smart-City-App: Wolfsburg bündelt stadtbezogene Dienste

10 Neuer Schnellladepark in Detmerode: Die öffentliche E-Ladeinfrastuktur in Wolfsburg wächst weiter

11 Eine Netiquette für die Region: Gemeinschaftsaktion für einen konstruktiven Austausch im Internet

12 Kompetent In Pflege: Projekt bringt regionale Pflegeeinrichtungen und Institutionen zusammen

13 Welcome Center: Beratungsnetzwerk für ausländische Fachkräfte und Unternehmen

HINWEIS GENERISCHES MASKULINUM

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

© Nils Hasenau

TOP-THEMA

14 Interview mit Dr. Joana Breidenbach

18 **Neue Arbeitswelten**

19 Vier Fragen an Dennis Weilmann

20 Angebote der IHK

22 Alexander Badini im Experteninterview

MENSCHEN+UNTERNEHMEN

24 Das Unternehmen hinter den WOBStories – die Filmburg X-Media Factory

26 Unternehmensbesuche der WMG-Wirtschaftsförderung

27 Digitales Ticketing made in Wolfsburg

28 Forschen für den Markterfolg: Gespräch mit Jasna Fiebig vom InnovationsCampus der Wolfsburg AG

30 Das soziale Engagement des VfL: Gemeinsam mehr bewegen

31 Die Kinder- und Jugendwelt des Vfl: Teamgeist als Erfolgsfaktor

32 Click & Collect: Wolfsburger Online-Marktplatz für Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie und Kultur

33 **WOLFSBURG IN ZAHLEN**

STANDPUNKT+

34 Gilles Ngameni

35 **TERMINE+EVENTS**

Oberbürgermeister Klaus Mohrs und Wirtschaftsdezernent Dennis Weilmann übernehmen die vom Wolfsburger Unternehmer Andreas Batke gespendeten Masken.

© Stadt Wolfsburg

MASKENSPENDE FÜRS RATHAUS

Oberbürgermeister nimmt Lieferung entgegen

Oberbürgermeister Klaus Mohrs übernimmt vor dem Rathaus in Wolfsburg eine Lieferung 20.000 KN95-Masken. Gespendet werden die Masken vom Wolfsburger Unternehmer Andreas Batke auf Vermittlung von Helge Hagedorn. Batke hat sich für eine Spende an die Stadt entschieden, weil die qualitativ hochwertigen Masken, anders als noch zu Beginn der Pandemie, nicht mehr für im Gesundheitsbereich tätiges Personal (unter anderem in der Pflege, im Klinikum oder Rettungsdienst) zugelassen sind. Die Masken haben zwar kein CE-Zertifikat, bieten aber mindestens den Schutz einer OP-Maske. Oberbürgermeister Klaus Mohrs: „Ich freue mich sehr über diese großzügige Spende. Wir werden die Masken unseren Mitarbeiter*innen in den städtischen Bereichen und auch anderen Menschen, die nicht verpflichtend zertifizierte Masken tragen müssen, zur Verfügung stellen. Die KN95-Masken bieten einen guten Schutz vor einer Corona-Infektion.“ +

EIN PLUS FÜR NACHHALTIGKEIT UND AKTUALITÄT

Seit Ende 2019 gibt es das Wirtschaftsmagazin WOLFSBURG+ auch als Online-Magazin unter https://wolfsburgplus.de

Das ist nicht nur ein Plus für die Umwelt, sondern auch für die Leser. „Durch die Online-Variante haben wir mehr Möglichkeiten, unsere Leser mit aktuellen Informationen zu versorgen. Themen, die wir aus Platzgründen nicht oder nicht in der gewünschten Ausführlichkeit im Heft unterbringen konnten, sind jetzt in der digitalen Ausgabe nachzulesen. Das betrifft auch Themen, die zwischen den Quartals-Ausgaben wichtig werden“, erläutert die Chefredakteurin des Magazins, Jasmin Guss. +

Wer sich zukünftig nur noch digital informieren möchte, darf uns gerne eine E-Mail senden an:
wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de

Wir gratulieren zum Jubiläum

50 Jahre Apotheke am Hoffmannhaus
Die Apotheke im Herzen von Fallersleben steht für den Gesundheitsdienst am Menschen. Vor zwei Jahren übernahm Anna-Marie Gustafsson die Apotheke von der Gründerfamilie. Sie und ihr Team sind sechs Tage in der Woche für die Beratung und Belieferung ihrer Kunden mit Medikamenten und Gesundheitsprodukten da.

70 Jahre Wolfsburger Allgemeine Zeitung
Schon seit 1951 informiert die Wolfsburger Allgemeine ihre Leser zuverlässig und umfassend über aktuelle politische, gesellschaftliche, kulturelle und sportliche Ereignisse. So liefert die Tageszeitung den Bürgern an sechs Tagen der Woche einen spannenden Überblick über regionale und weltpolitische Entwicklungen und ermöglicht ihnen, sich eine freie Meinung zu bilden.

15 Jahre Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Wolfsburg als lebens- und liebenswerte Stadt zu präsentieren und in eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft zu führen, ist seit ihrer Gründung der Auftrag der WMG. Mit einem starken Netzwerk aus lokalen und regionalen Partnern steigert sie die Attraktivität Wolfsburgs ganzheitlich als Wirtschafts-, Wohn- und Reisestandort. +

Feiern Sie auch bald Ihr Firmenjubiläum? Dann schreiben Sie uns eine E-Mail an: wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de

HALBE SERVERSCHRÄNKE

WOBCOM bietet Co-Location für kleine und mittelgroße Firmen

Auch kleinere Unternehmen benötigen in Zeiten voranschreitender Digitalisierung eine hochverfügbare IT-Infrastruktur. Doch viele Firmen haben weder den Raum noch das nötige Fachpersonal, um die wachsende IT-Infrastruktur 24/7 zu betreuen. Zudem steigt mit der Menge an Daten und Komplexität der Infrastruktur auch der Aufwand für Datenschutz, Sicherheit und Compliance. Deshalb stellt sich für viele Firmen die Herausforderung, wie sie ihre IT sicher und performant halten können, ohne dafür ein eigenes Rechenzentrum aufbauen zu müssen.

Eine intelligente Alternative bietet die Auslagerung der systemkritischen IT in ein Co-Location-Datacenter. Als Co-Location oder Serverhousing bezeichnet man die Unterbringung und Netzanbindung von Kunden IT-Geräten im Rechenzentrum eines entsprechend ausgestatteten Providers. Hier bietet die WOBCOM mit ihrem hochverfügbaren Rechenzentrum im Wolfsburger Nordkopf Tower (WNT) ideale Voraussetzungen. Allerdings möchten kleinere Unternehmen möglicherweise nur einen Server, einen Switch, eine unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV) und vielleicht noch eine Speichereinheit auslagern. Das füllt aber noch keinen kompletten IT-Schrank. Den aber mussten Wolfsburger Firmen bisher anmieten und bei einer örtlich getrennten redundanten Infrastruktur sogar gleich zwei. Das kostet wertvollen und teuren Platz im Rechenzentrum. Um gerade kleineren Firmen ein maßgeschneidertes, sinnvolles Co-Location-Angebot für ihre sensiblen Daten unterbreiten zu können, hatte Giovanni Coppa (Head of Data Center and Cloud Innovation bei der WOBCOM) die Idee, halbe Schränke anzubieten. Auf diese kann der Kunde über einen 100-GBit/s-Glasfaseranschluss von der WOBCOM zugreifen. Also entwickelte die WOBCOM eine Lösung, wie sich zwei Mieter einen Schrank teilen können, gleichzeitig aber alles strikt getrennt

© WOBCOM

und sicher ist. Auch größere Firmen, die ihre Co-Location-Aktivitäten erweitern möchten, haben damit die Möglichkeit, zunächst nur einen halben Schrank hinzuzumieten.

Das zentrale Rechenzentrum dient für das Breitbandnetz als Core (der zentrale Teil eines Rechenwerks), beherbergt regionale Cloud-Lösungen und bietet Hosting- sowie Co-Location-Dienste für Privatpersonen, Unternehmen und Behörden der Region an. Es erstreckt sich über mehrere Stockwerke im Kern des WNT. Tatsächlich sind es mehrere voneinander unabhängige Rechenzentren, die hohe Redundanzen erlauben und genügend Platz für Hosting-Kunden bieten. Sie sind seit 2018 in Betrieb und entsprechen einem hohen Standard der Betriebssicherheit. Zum WOBCOM-Service gehören die Überwachung der Stromversorgung und Ausfallsicherheit sowie die Überwachung von Temperatur und Feuchtigkeit. +

Von links: Anatoli Seliwanow, WOBCOM Abteilungsleiter Betrieb und Giovanni Coppa, WOBCOM-Systemingenieur.

© WOBCOM

Kontakt

WOBCOM-Geschäftskundenvertrieb
geschaeftskunden@wobcom.de
www.wobcom.de/geschaeftskunden/

Flächendeckende Nahversorgung

WMG sorgt für Sicherung und Entwicklung

„Eine zentrale Aufgabe der Wirtschaftsförderung ist die flächendeckende Versorgung mit den Dingen des täglichen Bedarfs“, betont Thomas Werner, der bei der WMG für Handel & Zentren sowie Sonderprojekte zuständig ist. „Damit tragen wir dazu bei, in den Stadt- und Ortsteilen die Lebensqualität zu sichern und zu steigern. Wir bringen uns in alle Themen rund um das Ansiedlungsmanagement der Nahversorgungsunternehmen ein und stehen in allen Fragen der Projektentwicklung von der Standortanalyse bis zur Bauantragstellung beratend zur Seite.“ In enger Kooperation mit den Fachabteilungen der Stadtverwaltung engagiert sich die WMG als Mittler zwischen Verwaltung und Unternehmen, Planern und Projektentwicklern. Sie koordiniert, begleitet und sorgt für einen möglichst reibungsarmen Projektablauf. Dank ihrer Unterstützung wurden in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Nahversorgungsstandorten erfolgreich saniert, um- oder neu gebaut. Allein 2020 zählten dazu der REWE Markt am Laagberg, das EDEKA-Center und der PENNY-Markt in der Nordstadt, der PENNY-Markt in Detmerode und der NETTO-Markt in Sülfeld.

„Wir haben mit unserem EDEKA-Center Wolfsburg-Nordstadt am 3. Dezember ein Leuchtturmprojekt für den Handel eröffnet. Gebaut in nachhaltiger, energiesparender Bauweise mit lichtdurchfluteter Architektur und Ökostromversorgung bietet dieser moderne Vollsortimenter auch durch seine Innengestaltung den Wolfsburgern ein Einkaufserlebnis in Wohlfühlatmosphäre“, betont Niklas Daser, Geschäftsführer EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH. „Wir haben 2019 nach dem Abriss des nicht mehr zukunftsfähigen und deutlich kleineren Nahversorgers die Bauarbeiten begonnen und den Neubau zügig realisiert. Das Bauprojekt in der Teichbreite wurde in Zusammenarbeit mit der Stadt Wolfsburg und der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH umgesetzt. Die WMG hat den Planungsprozess eng begleitet und die EDEKA Minden-Hannover bei der erfolgreichen Umsetzung des Bebauungsplanverfahrens umfassend unterstützt.“

DAS EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT LIEFERT ORIENTIERUNG

Die Entwicklung der einzelnen Projekte ist oftmals von einer großen Komplexität und durch eine Vielzahl zu beachtender Belange wie zum Beispiel dem Bau- und Planungsrecht, grünordnerischen Fragen oder Grundstücksbelangen gekennzeichnet. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept bildet dabei die maßgebliche Richtschnur des strategischen Handelns. Das von der WMG unter anderem auch unter Mitwirkung des Wirtschaftsausschusses erarbeitete und 2016 vom Rat der Stadt Wolfsburg einstimmig beschlossene Konzept bildet die klare konzeptionelle Grundlage. „Für uns ist eine zukunftsorientierte Nahversorgungsqualität untrennbar mit einer erfolgreichen Stadtentwick-

© WMG

Abgeschlossene Nahversorgungsprojekte 2020

1. NETTO-Markt
Großer Winkel 2, Sülfeld, Teilumbau im laufenden Betrieb (Erweiterung)

2. REWE-Markt
mit dm Drogeriemarkt, Schlesierweg 15, Laagberg, Neubau

3. PENNY-Markt
Detmeroder Markt 1–3, Detmerode, Abriss/-Neubau

4. PENNY-Markt
am Hansaplatz, Nordstadt, Sanierung

5. EDEKA-Center
Allerstraße 1, Nordstadt, Abriss/-Neubau,

6. LIDL-Markt
An der Meine 6b, Vorsfelde, Teilumbau im laufenden Betrieb (Pfand- und Backbereich)

lung verbunden“, betonen die beiden Vorsitzenden des WMG Wirtschaftsausschusses Harald Vespermann und Sabah Enversen die Bedeutung dieses Konzeptes.

„Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt die wesentlichen Standorte des Einzelhandels und der Nahversorgung dar und dient der Stadt Wolfsburg als Instrument der Steuerung“, führt Thomas Werner weiter aus. Das Konzept trägt dazu bei, schützenswerte Nutzungs- und Standortstrukturen zu erhalten, neue Entwicklungen zu ermöglichen, Fehlentwicklungen zu verhindern und für die gewerbliche Wirtschaft durch eindeutige Regelungen und Festlegungen die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit zu schaffen. Das Netz der Nahversorgungseinrichtungen in Wolfsburg ist gut, teilweise aber nicht mehr zeitgemäß. Einzelne Märkte sind zu klein geworden, sanierungsbedürftig und bieten den Kundinnen und Kunden nicht das Einkaufserlebnis, das heutigen Standards entspricht. Weitere Einflussfaktoren sind der allgemeine Wandel des Einzelhandels und die städtebauliche Entwicklung. Deshalb planen WMG und Stadt, das Einzelhandels- und Zentrenkonzept fortzuschreiben. Dabei wird es insgesamt darum gehen, den aktuellen Status zu analysieren und Potenzialräume zu identifizieren. Dementsprechend soll 2021 zunächst der Einzelhandelsbestand überprüft werden.

Unabhängig von diesen konzeptionellen Planungen befinden sich bereits weitere konkrete Projekte in der Vorbereitung und werden 2021 Schritt für Schritt vorangetrieben. „Am sichtbarsten ist dies in der Berliner Straße in Fallersleben, wo nach Abriss des alten REWE-Marktes in diesem Frühjahr ein neuer REWE-Markt eröffnen wird“, so Thomas Werner. „Dazu kommt die Umstrukturierung des Drömling-Centers in Vorsfelde. Und im Zuge der Sanierungsarbeiten im Südkopf-Center wird sich der dortige ALDI-Markt neu aufstellen. Darüber hinaus arbeitet die WMG gemeinsam mit der Stadtverwaltung perspektivisch an tragfähigen Versorgungsstandorten entlang der Achse der neuen Wohngebiete Hellwinkel Terrassen, Steimker Gärten und Sonnenkamp sowie an einer Stärkung des Einkaufsstandortes An der Meine in Vorsfelde sowie des Dunantplatzes am Eichelkamp.“ +

Kontakt
Thomas Werner
Werner@wmg-wolfsburg.de

© ijesadaphorn/123RF

Wir sollten viel öfter einen Mutausbruch haben

RUNDER TISCH UND DIGITALE ANLAUFSTELLE FÜR GRÜNDER*INNEN

„Um Gründer*innen und Start-ups dabei zu helfen, das vorhandene Potenzial zu erkennen und den ersten wichtigen Schritt zu gehen, hat die Stadt die Initiative ergriffen und zum ersten Runden Tisch eingeladen. In Wolfsburg gibt es viele gut ausgebildete Fachkräfte, die abseits ihres Arbeitsumfeldes spannende Ideen entwickeln“, so Dennis Weilmann, Erster Stadtrat und Dezernent für Wirtschaft, Digitales und Kultur der Stadt. „Wir wollen ein Umfeld schaffen, welches diese Menschen ermutigt, ihre kreativen Ideen auszuprobieren und weiterzuentwickeln.“

Dafür haben sich im vergangenen Oktober die Netzwerkpartner*innen des Runden Tisches zum ersten Austausch getroffen. Erklärtes Ziel: die Schaffung eines Gründungsökosystems, welches Gründungsinteressierte und Start-ups in jeder Phase des Unternehmensaufbaus unterstützt. Neben Initiator Dennis Weilmann sind das Referat Digitalisierung und Wirtschaft der Stadt, die Wolfsburger Wirtschaft und Marketing Gesellschaft, die Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg, die Wolfsburg AG, der Open Hybrid LabFactory e. V. sowie der Entrepreneurship Hub der Ostfalia Hochschule dabei. Dennis Weilmann dazu: „Ich freue mich, dass sich zahlreiche lokale und regionale Akteur*innen aus Wirtschaft und Wissenschaft bei diesem wichtigen Gemeinschaftsprojekt einbringen und engagiert für eine Stärkung der Wolfsburger Gründungszene einsetzen.“

Der erste Runde Tisch hat gezeigt, dass bereits Aktivitäten für Gründer*innen in Wolfsburg angeboten werden, diese aber nicht gebündelt einsehbar sind. Schnell waren sich die Teilnehmenden des Runden Tisches einig, dass eine digitale Anlaufstelle geschaffen werden soll, um die Sichtbarkeit des Netzwerkes zu erhöhen. In kurzer Zeit hat die Stadt dieses Vorhaben mit den Netzwerkpartner*innen umgesetzt und auf wolfsburg.de/gruendungsoekosystem eine Landingpage rund um das Thema Unternehmensgründung aufgebaut.

„Wir haben eine zentrale und digitale Informationsplattform geschaffen, die Gründungen und Start-ups auf ihrem Weg zu einem etablierten Unternehmen mit Informationen und Ansprechpartner*innen unterstützt“, erklärt Dr. Sascha Hemmen, Referatsleiter für Digitalisierung und Wirtschaft. In einem ersten Schritt soll die Basis für das Gründungsökosystem geschaffen werden, indem die Gründungskultur vor Ort gefördert wird. Parallel dazu soll das Gründungsnetzwerk sukzessiv um weitere Akteur*innen erweitert werden.

Ansprechpartner für weitere Informationen zum Thema Gründungsökosystem und Runder Tisch ist das Referat Digitalisierung und Wirtschaft. Den Kontakt finden Sie auf wolfsburg.de/gruendungsoekosystem. Der nächste Runde Tisch ist für den 13. April geplant. +

Am 4. Februar 2021 fand der zweite Runde Tisch (digital) statt.

Jan Klamt und Christiane Schuster, Brackstedter Mühle.

© WMG Wolfsburg

Melanie Perriocone und Jens Hofschröer, Lindenhof.

© WMG Wolfsburg

Gaby und Frank Klarhöfer, Blumen Klarhöfer.

© WMG Wolfsburg

Florian Hary und Melanie Perricone, Dehoga.

© WMG Wolfsburg

Die WeCard ist mehr wert

In Wolfsburg einkaufen und Gutes tun

Ob Wocheneinkauf, Shopping oder Tickets für Freizeitaktivitäten: Mit der WeCard der WMG lassen sich die vielfältigsten Zahlungsabläufe komfortabel erledigen und dabei Punkte sammeln.

So bekommen registrierte Nutzer ein Prozent des Umsatzes auf ihr persönliches Punktekonto gutgeschrieben. Diese können bei Aktionen der teilnehmenden Partner eingelöst oder gespendet werden. Und da jeder Nutzer gemeinnützige Vereine, Einrichtungen oder Stiftungen im WeCard-Portal selbst anlegen kann, lässt sich auch jene Organisation unterstützen, die einem besonders am Herzen liegt. Das intelligente digitale Gutscheinsystem aus Wolfsburg punktet mit zahlreichen Mehrwerten. Registrierte Nutzer*innen können nicht nur bequem Geld auf ihre Karte laden, mit ihr zahlen, etwas verschenken oder spenden. Auch die teilnehmenden Partner der Akzeptanzstellen sind eingeladen, Bonus- und Coupon-Aktionen zu erstellen – und das mit wenigen Klicks. Und weil das WeCard-System drauf einzahlt, dass Kaufkraft wie Spenden in Wolfsburg bleiben, profitiert die gesamte Stadtgesellschaft.

Rechtzeitig zur Adventszeit 2020 hatte die WMG die WeCard an den Start gebracht. Inzwischen lässt sie sich bei zahlreichen lokalen Partnern aus Gastronomie, Kultur, Handel und Hotellerie einlösen. Branchenübergreifend kann jedes Unternehmen mitmachen, das ein Kassengeschäft betreibt. Hierfür können sich Betriebe und Institutionen im WeCard-Portal der WMG registrieren. „Wir unterstützen jederzeit gerne, die Geschäfte anzulegen und die Unternehmen im Umgang mit dem System zu schulen“, betont Jan-Hendrik Klamt, Bereichsleiter der WMG-Wirtschaftsförderung. Bis Ende Januar akzeptierten bereits über 40 Partner die Karte, Tendenz steigend. Viele weitere Interessenten müssen noch juristische und organisatorische Fragen der Einbindung klären. Dennoch haben auch größere Partner bereits angekündigt, die WeCard nach Klärung aller Details als Zahlungsmethode anzuerkennen – darunter die ECE City Galerie und das designer outlets Wolfsburg.

STEUERFREIE SACHLOHNZUWENDUNG

Das Gutscheinsystem überzeugt mit einem weiteren gewichtigen Pluspunkt: So können interessierte Unternehmen die WeCard als steuerfreie Sachlohnzuwendung an ihre Mitarbeiterschaft weitergeben. Laut gesetzlicher Regelung sind Gutscheine und Geldkarten im Rahmen der 44-Euro-Freigrenze ein flexibles Mittel der Sachzuwendung. Sie werden gerade in Zeiten der Digitalisierung von Arbeitgebern wie Arbeitnehmern geschätzt. Dazu zählen aufladbare Geschenkkarten und eben auch die Wolfsburger WeCard. „Von ihr profitieren hiesige Unternehmen wie die Arbeitnehmerinnen und Arbeiternehmer gleichermaßen“, betont Jan-Hendrik Klamt. „Über diese Form der steuerfreien Zuwendung sind unsere Unternehmen eingeladen, ihrer Belegschaft unkompliziert ein WeCard-Guthaben zukommen zu lassen. So gewinnen alle: Die Unternehmen motivieren ihre Mitarbeiter*innen mit steuerfreien Prämien, optimieren ihre Lohnkostenstruktur und unterstützen gleichzeitig die lokale Wirtschaft in Wolfsburg.“ +

Weitere Informationen finden Sie unter: https://marktplatz.wmg-wolfsburg.de/wecard/

Smart-City-App

Wolfsburg bündelt stadtbezogene Dienste

Eine Applikation, die Wolfsburg als smarte Stadt erlebbar macht, Zeit spart und zudem plattformbasierte Mobilität unterstützt: Darauf zielt die Smart-City-App. Sie richtet sich an Menschen, die hier leben, nach Wolfsburg pendeln oder die Stadt besuchen. Die App entsteht im Rahmen der bundesweiten „Modellprojekte Smart Cities: Stadtentwicklung und Digitalisierung".

Indem sie anonymisierte Daten generiert, soll die Smart-City-App diverse Handlungsfelder intelligent verbinden und zahlreiche Mehrwerte schaffen. Dazu will sie stadtbezogene Dienste bündeln, wie beispielsweise zur öffentlichen Daseinsvorsorge, zur Mobilität, zum ÖPNV oder zur Freizeitgestaltung. Dabei gelten die Prinzipien Once-Only und One-Stop – also eine einmalige Anmeldung aller Dienste. „Es ist unser Ziel, unterschiedlichste Dienste zu bündeln und in einer einzigen Applikation zentral abrufbar zu machen. Die Smart-City-App soll funktionale Dienste mit Bezahlfunktion anbieten, die durch die vorhandene Technik des Smartphones oder Tablets unterstützt werden. Unsere App wird auf Open-Source-Basis entwickelt und soll den Alltag der Nutzer*innen erheblich erleichtern", erklärt Wolfsburgs Erster Stadtrat und Dezernent für Wirtschaft, Digitales und Kultur Dennis Weilmann. „Um all das zu ermöglichen, wird die App stetig weiterentwickelt, verbessert und um zusätzliche Dienste erweitert", ergänzt Dr. Sascha Hemmen, Leiter des Referats Digitalisierung und Wirtschaft, das verantwortlich für die Leitung des Projektes ist.

Um die Anwendung auf eine breite Basis zu stellen, arbeitet die Stadt Wolfsburg sowohl mit städtischen Unternehmen als auch mit anderen Städten zusammen. So ist ein Kooperationsvertrag mit den Stadtwerken Wolfsburg und der WOBCOM geschlossen worden. Darüber hinaus setzt Wolfsburg auf die Implementierungspartnerschaft mit den Städten Solingen und Remscheid. Weitere Kommunen sollen folgen. „Ein Ziel des Förderprogramms ‚Modellprojekte Smart Cities' ist der enge Austausch und die Zusammenarbeit mit anderen Kommunen. Bei der Entwicklung einer Smart-City-App stehen viele Städte vor vergleichbaren Aufgaben und Zielsetzungen. Ich bin überzeugt, dass wir durch diese Kooperation viele Synergien bündeln können und so ein Mehrwert für jede*n Einzelne*n entsteht", betont Dennis Weilmann. Im ersten Quartal 2021 wird ein Prototyp der App mit einem ausgewählten Personenkreis getestet. Voraussichtlich im Sommer soll dann eine erste Version der Smart-City-App für alle verfügbar sein.

Finanziert wird die App aus den Fördermitteln des Bundes und der KfW, die im Rahmen des Förderprogramms zur Verfügung gestellt werden. Mit innovativen Ideen überzeugte Wolfsburg als eine von bundesweit 13 Regionen. Ziel des Modellprojektes ist es, die Digitalisierung strategisch im Sinne einer integrierten und nachhaltigen Stadtentwicklung zu gestalten. Dabei stehen Projekte im Mittelpunkt, die durch den Einsatz digitaler Technologien Mehrwerte für die Bürger*innen schaffen. +

Weitere Informationen finden Sie auf: wolfsburg.de/smartcity

Wirtschafts- und Digitaldezernent Dennis Weilmann. © Lars Landmann

Neuer Schnellladepark in Detmerode

Die öffentliche E-Ladeinfrastruktur in Wolfsburg wächst weiter

Weil die Zahl der voll- und hybridelektrischen Fahrzeuge auch in Wolfsburg steigt, ist ein flächendeckendes Ladenetz wichtig, das die verschiedenen Stadt- und Ortsteile einbezieht.

„Die Standorte der IONITY-Schnellladeparks im Wolfsburger Stadtgebiet wurden in Abstimmung mit der Stadtverwaltung sorgfältig ausgewählt. Ausschlaggebend beim Detmeroder Markt war neben der guten Erreichbarkeit durch die nahe gelegene Braunschweiger Straße mit der A 39 vor allem das während des Ladevorgangs nutzbare Angebot an Einzelhandelsgeschäften, Gastronomie oder Arztpraxen. Ferner wird bundesweit erstmalig in einem mit Wohnen, Arbeiten und Einkaufen gemischten Bestandsquartier aus den 1960er-Jahren ein Schnellladepark aufgebaut. Dies verdeutlicht, dass schnelles Laden nicht nur an den Autobahnen stattfindet, sondern auch direkt in den Stadtteilen“, betont Thomas Krause, Vorstand der Wolfsburg AG. Dennis Weilmann, Erster Stadtrat und Dezernent für Wirtschaft, Digitales und Kultur der Stadt Wolfsburg, ergänzt: „Mit dem Bau des dritten Schnellladeparks kommen wir unserem Ziel, Wolfsburg zum Reallabor für Elektromobilität und Digitalisierung zu entwickeln, einen großen Schritt näher. Schnellladestationen im urbanen Raum bieten eine sinnvolle Ergänzung zur öffentlichen Ladeinfrastruktur, etwa an Autobahnen, oder auch der zunehmenden Anzahl privater Ladepunkte.“

Der südwestlich vom Stadtzentrum gelegene Ortsteil Detmerode ist an die Innenstadt angebunden und verfügt über eine gut ausgebaute Infrastruktur. An den von der Firma IONITY errichteten vier HPC-Ladesäulen auf dem Parkplatz zwischen dem Boutique-Hotel Wolfsburg, dem Seniorenheim sowie diversen Einzelhandelsgeschäften können Autofahrer*innen ihr E-Fahrzeug mit einer Ladeleistung von bis zu 350 kW in kürzester Zeit laden und währenddessen Einkäufe erledigen oder andere kurze Termine wahrnehmen.

Im Zuge des E-Auto-Booms wächst der Bedarf an Lademöglichkeiten im gesamten Bundesgebiet. Schnellladeparks bieten hier viele Vorteile und rücken zunehmend in den Mittelpunkt des Interesses. „Wir brauchen in Deutschland einen raschen Ausbau der Ladeinfrastruktur. Ich kann die Städte und Kommunen nur ermutigen, verstärkt auf Schnellladestationen zu setzen. Damit lässt sich in relativ kurzer Zeit eine sehr gute Ladeinfrastruktur aufbauen, die auch von den Nutzern angenommen wird. In Wolfsburg machen wir damit sehr gute Erfahrungen“, so Martin Roemheld, Head of E-Mobility Services von Volkswagen. Mit zukünftig vier Schnellladeparks im Stadtgebiet übernimmt Wolfsburg eine bundesweite Vorreiterrolle beim Aufbau der Ladeinfrastruktur. Die Ladeparks sind Teil des Geschenks von Volkswagen anlässlich des 80. Geburtstags der Stadt Wolfsburg. Der erste Schnellladepark ging im Juni 2019 an der E-Mobility-Station an der Braunschweiger Straße in Betrieb, im November 2020 folgte ein weiterer HPC-Ladepark auf dem Forum AutoVision der Wolfsburg AG. Die Fertigstellung des vierten stationären Schnellladeparks im Allerpark, nordwestlich des Kreisverkehrs an der Zufahrt zum BadeLand, erfolgt voraussichtlich bis März 2021. +

Eröffneten den HPC-Ladepark in Detmerode: (von links) Michael Roth, Geschäftsführer Autohaus Wolfsburg, Ralf Mühlisch, Ortsbürgermeister Detmerode, Wolfsburg-AG-Vorstand Thomas Krause, Martin Roemheld, Head of E-Mobility Services von Volkswagen, sowie Dennis Weilmann, Erster Stadtrat und Dezernent für Wirtschaft, Digitales und Kultur der Stadt Wolfsburg.

© Wolfsburg AG

Anke Hummitzsch, Pressesprecherin der Wolfsburg AG, hat bei der Entwicklung der Netiquette mitgewirkt.
© Wolfsburg AG

Eine Netiquette für die Region

GEMEINSCHAFTSAKTION FÜR EINEN KONSTRUKTIVEN AUSTAUSCH IM INTERNET

Wie geht man mit Hasskommentaren, Fremdenfeindlichkeit oder unsachlicher Kritik von Internetnutzern auf der Website und bei der Pflege der eigenen Social-Media-Kanäle um? Diese Frage stellen sich heutzutage viele Unternehmen.

Der Arbeitgeberverband Region Braunschweig e. V. hat in Kooperation mit der Social-Media-Agentur Kreativrausch und mit Unterstützung der Spedition Wandt, des Stadtmarketings Braunschweig, der Kanzlei Göhmann Anwälte und Notare sowie der Wolfsburg AG Spielregeln für die Kommunikation im Netz und den Umgang mit destruktiven Beiträgen entwickelt. Diese Richtlinien stehen allen Unternehmen der Region als Hilfestellung für ihre Online-Auftritte zur Verfügung.

Für die an der Entwicklung beteiligte Wolfsburg AG ist das Thema kein neues. „Der höfliche und respektvolle Umgang untereinander ist auch in den immer wichtiger werdenden digitalen Medien für uns selbstverständlich. Darüber hinaus helfen Social-Media-Guidelines den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wenn sie sich im Netz bewegen. Deshalb haben wir unsere Gedanken und Erfahrungen gern in die Entwicklung einer Netiquette für die Region mit eingebracht“, sagt Anke Hummitzsch, Pressesprecherin der Wolfsburg AG.

Ziel der gemeinsam entwickelten Netiquette ist es, einen offenen und konstruktiven Austausch auf den Online-Kanälen der Unternehmen der Region Braunschweig-Wolfsburg zu fördern. Dahinter steht die Überzeugung, dass verbindliche Kommunikationsregeln den Nutzern einen sicheren Rahmen für ihre Wortbeiträge bieten. Dabei geht es nicht um Zensur, wie der Arbeitgeberverband Region Braunschweig e. V. in seinem Internetauftritt betont. Auch harte Kritik sei willkommen, solange sie sachlich vorgetragen werde. +

Weitere Informationen und der vollständige Text der Netiquette sind zu finden unter:
https://agv-wissensnetz.de/allgemein/eine-netiquette-fuer-die-region

KOMPETENT IN PFLEGE

Projekt bringt regionale Pflegeeinrichtungen und Institutionen zusammen

Wichtige Themen des neuen Projekts „Kompetent in Pflege“ sind digitale Vernetzungsmöglichkeiten, Durchlässigkeit von beruflicher zu akademischer Bildung sowie die Integration ausländischer Fachkräfte.

Mit diesen und weiteren Herausforderungen beschäftigen sich die Allianz für die Region GmbH, das Welcome Center der Region und weitere Partner. „Die Verbesserung der Situation in der Pflegebranche ist ein wichtiges und zentrales Thema für uns“, betont Wendelin Göbel, Geschäftsführer der Allianz für die Region. „Mit unserer Netzwerkarbeit und Projekten wie ‚Kompetent in Pflege‘ wollen wir die Bedeutung einer professionellen stationären und ambulanten Kranken- und Altenpflege sichtbar machen und damit die Arbeit der Pflegekräfte noch mehr wertschätzen. Wir freuen uns, dass wieder viele kompetente Partner aus der Region dabei sind. Denn regelmäßiger Austausch und Kooperationen bereichern die gemeinsame Weiterentwicklung von Arbeitsstrukturen und Qualifizierungsmaßnahmen.“

Zum digitalen Projektauftakt kamen Anfang Februar mehr als 60 Teilnehmer aus regionalen Pflegeeinrichtungen und Institutionen zusammen. Sie erhielten Impulse vom Arbeitgeberverband Lüneburg-Nordostniedersachsen, von Vertretern der Allianz für die Region, des Welcome Centers, der Audi BKK und der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften. Drei Themenfelder wollen die Akteure künftig genauer unter die Lupe nehmen: Diversity mit dem Fokus auf interkulturelle Öffnung, betriebliches Gesundheitsmanagement und Durchlässigkeit von beruflicher zu akademischer Bildung. Zunächst sollen Online-Tools für eine verbesserte Vernetzung regionaler Pflegeeinrichtungen getestet und eingerichtet werden. Außerdem planen die Partner, die Einrichtungen bei der Weiterentwicklung ihres betrieblichen Gesundheitsmanagements zu unterstützen. Ziel ist es dabei, Pflegefachkräfte zu entlasten, den Arbeitsalltag zu erleichtern und die Pflege als Beruf attraktiver zu machen.

Auch die Bettina Harms GmbH, Dienstleister für Pflege und Betreuung in Wolfsburg und Umgebung, unterstützt das Projekt. „Die Pandemie hat die Chancen der Digitalisierung auch für unsere Branche deutlich aufgezeigt“, sagt Geschäftsführerin Bettina Tews-Harms. „Digitale Angebote können den Arbeitsalltag der Pflegenden flexibler gestalten, entlasten und verbessern – besonders bei der Informationsweitergabe sowie der Fort- und Weiterbildung. Ferner bindet die Integration ausländischer Fachkräfte und die Begleitung von Quereinsteigern viele Ressourcen, die ein mittelständisches Unternehmen nicht in dem Ausmaß bereitstellen kann, wie es nötig wäre. Auch deshalb schätze ich den Austausch mit einem starken Netzwerk als großen Ideenpool, der allen nützt!“

Bis zum Projektende im Sommer 2022 soll ein Diversitykonzept unter der Beteiligung von mindestens zwei Einrichtungen erarbeitet und erprobt werden. Außerdem gilt es, digitale Fortbildungsangebote zum betrieblichen Gesundheitsmanagement, für die Integration von Fachkräften aus dem Ausland und zur Bedeutung von Pflegekräften mit einer Hochschulausbildung zu entwickeln und durchzuführen. Gefördert wird das Projekt „Kompetent in Pflege“ im Rahmen des Fachkräftebündnisses Südostniedersachsen aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds. +

„Die Verbesserung der Situation in der Pflegebranche ist ein wichtiges und zentrales Thema für uns.“

Wendelin Göbel

© valenty/123RF

Weitere Informationen unter:
https://www.allianz-fuer-die-region.de/fachkraefte/kopf sowie https://www.ich-pflege-gern.de

Das Beratungsteam: (von links) Simuna Karadzic-Nahler, Houda Araar-Makhlouf und Simone Lange. © Allianz für die Region

WELCOME CENTER

Beratungsnetzwerk für ausländische Fachkräfte und Unternehmen

Das Welcome Center der Region berät ausländische Fachkräfte und Unternehmen in seinen Projektbüros in Braunschweig und Wolfsburg. Dabei geht es zum Beispiel um die formalen Voraussetzungen für eine Arbeitsaufnahme, die Anerkennung von Abschlüssen, die Suche nach einem Arbeitsplatz und um soziale Eingliederung. Das Beratungsspektrum für Fachkräfte umfasst die Bereiche Einreise, Arbeit sowie das Leben in unserer Region. Gleichzeitig unterstützt das Welcome Center interessierte Firmen vom Rekrutierungsprozess bis hin zur Integration der ausländischen Mitarbeiter*innen ins Unternehmen.

Die von der Allianz für die Region GmbH geführten Projektbüros kooperieren eng mit einem regionalen Netzwerk an Beratungseinrichtungen, die mit Sachkompetenz und interkulturellen Erfahrungen seit vielen Jahren erfolgreich mit Migrant*innen in der Region zusammenarbeiten. Sie wissen, was wichtig ist, wenn sich Menschen in einem fremden Kulturkreis zurechtfinden wollen. Zum Initiativkreis zählen neben der Allianz für die Region GmbH sowie den Städten Braunschweig und Wolfsburg unter anderem die Arbeitsagentur Helmstedt-Wolfsburg und die Wolfsburg AG. Die ersten Welcome Center der Region wurden 2016 auf Initiative der Industrie- und Handelskammern Braunschweig und Lüneburg-Wolfsburg gegründet. Seitdem haben rund 1.500 Menschen aus 52 Ländern sowie 95 Unternehmen den Weg zu einer individuellen Beratung gefunden. Rund 100 Fachkräfte – insbesondere aus der Pflegebranche – nahmen an interkulturellen Trainings teil.

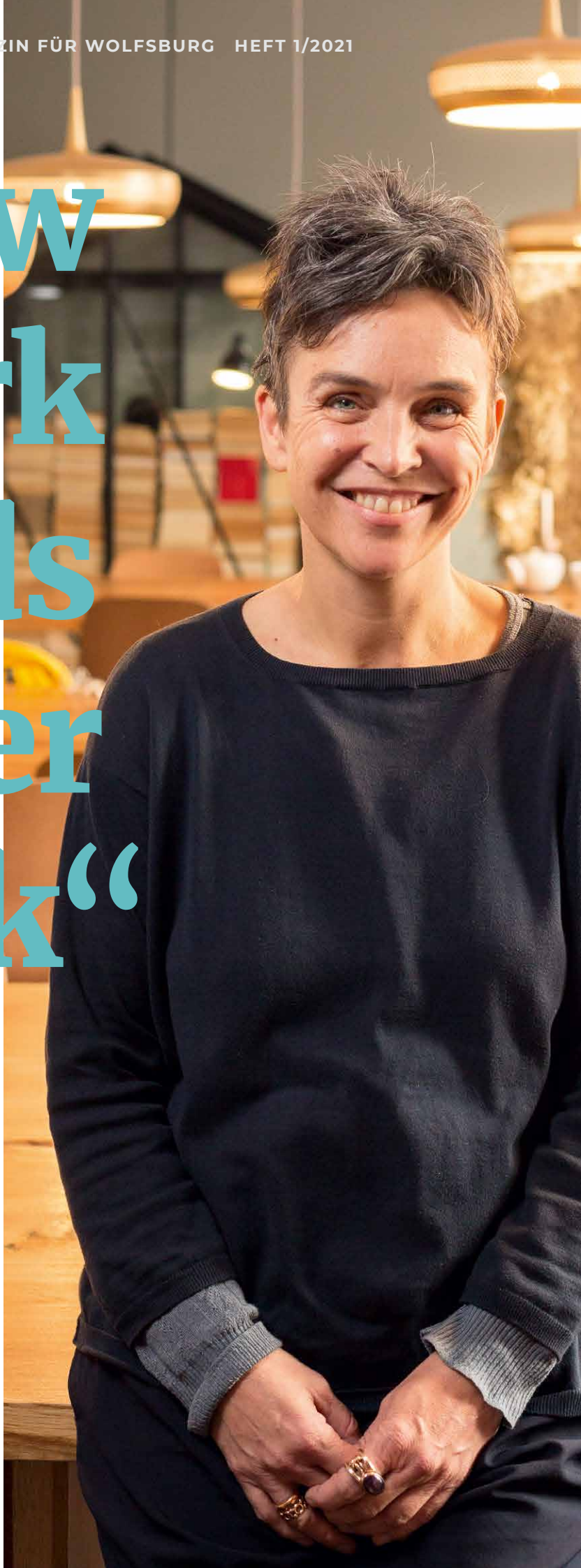
Die erfolgreiche Arbeit soll fortgesetzt werden. Auch in den nächsten Jahren wollen die Städte Braunschweig und Wolfsburg ihre Projektbüros weiter fördern und finanziell unterstützen. „Uns ist es wichtig, sowohl die Wirtschaft im Hinblick auf den Fachkräftemangel zu unterstützen als auch den ausländischen Fachkräften und ihren Familien bei uns einen Anlaufpunkt und Orientierung zu bieten“, betont Iris Bothe, Stadträtin für Jugend, Bildung und Integration. „Das Welcome Center mit seinen regionalen Beratungsnetzwerken schafft diesen Brückenschlag in hervorragender Weise.“ +

Kontakt
http://welcome-center-der-region.de
Termine nach Vereinbarung

„New Work needs Inner Work“

Interview mit Dr. Joana Breidenbach

Joana Breidenbach ist Kulturanthropologin, Sozialunternehmerin, Autorin und Mitbegründerin von Deutschlands größter Spendenplattform betterplace. Gemeinsam mit ihrem Team experimentiert sie im Think Tank betterplace lab und beschäftigt sich dabei auch mit der Frage, wie sich digitale Innovationen für das Gemeinwohl einsetzen lassen. Zusammen mit der Organisationsentwicklerin Bettina Rollow verfasste sie das Buch „New Work needs Inner Work“.



@Marc Beckmann

Ihr Team forscht zum Thema Mensch und Digitalisierung. Welche wesentlichen Erkenntnisse haben Sie gewonnen?

» Uns war schnell klar, dass Digitalisierung nicht nur dazu dienen kann, über E-Commerce noch mehr zu shoppen und noch intensiver in Social-Media-Bubbles abzutauchen. Schließlich können digitale Techniken auch genutzt werden, um uns in den Bereichen Gesundheit, Bildung, Soziales und Ökologie weiterzubringen. Später beschäftigte uns die Erkenntnis, dass Digitalisierung weit mehr ist als die Nutzung von neuen Tools, Plattformen und Apps. Vielmehr haben wir es mit einer fundamentalen Transformation zu tun und reden inzwischen über digitale Prinzipien, die alles verändern. Die Welt wird dezentraler, es gibt neue Chancen zu teilen und vielfältige Möglichkeiten der Kollaboration. Gleichzeitig laufen Veränderungsprozesses immer schneller und die Unsicherheit nimmt zu. Diese spannende Meta-Transformation betrifft inzwischen alle Bereiche des Lebens. Also dürfen wir uns nicht mehr nur darauf fokussieren, dass Menschen die neue Technik beherrschen. Wir müssen auch über Werte diskutieren: Was bedeutet es unter digitalen Bedingungen, Mensch zu sein und wie können wir uns in einer sich ständig verändernden Welt überhaupt noch orientieren? Unsere Schlussfolgerung: Wir sollten dringend an unseren inneren Kompetenzen arbeiten und uns auf den Weg vom Tool zum Menschen machen.

Digitalisierung und Menschlichkeit: Funktioniert das zusammen?

» Auf jeden Fall! Einerseits sehen wir, dass die Menschen in der heutigen Arbeitswelt selten ihr gesamtes Potenzial nutzen dürfen und häufig unter prekären Umständen ihren Job verrichten. Gleichzeitig birgt die Digitalisierung unglaubliche Chancen auf die Möglichkeit, so zu arbeiten und zu leben, wie es der angestrebten Lebensform von Menschen gerecht wird. Ferner ist inzwischen über die neuen Technologien vieles kostenlos zugänglich und die Eingangsbarrieren zur Teilhabe sind grundsätzlich gesunken. Das heißt aber leider noch lange nicht, dass alle die gleichen Chancen haben.

Sie sagen, die meisten Ansätze, die sich mit New Work beschäftigen, sind zum Scheitern verurteilt. Warum?

» Weil sie sich fast ausschließlich mit der äußeren Dimension der Arbeit beschäftigen. Wenn ein Unternehmen New-Work-Prozesse einführen will, dann fokussieren sich die Akteure zumeist auf die Veränderungen, die sich vorwiegend auf Prozesse, Strukturen und Regeln beziehen. Das mag zu einer etwas anderen Hierarchie, zu aufgelockerten Rollenbeschreibungen und Ähnlichem führen. Wo aber bleibt die innere Dimension? Bei derartigen Veränderungsprozessen müssen wir zwangsläufig auch persönlichkeitsbezogene Aspekte stärken. Dabei geht es um Haltung, Kultur, Kommunikation, die Art und Weise, wie Menschen ihre Identität entwickeln – wie sie die Welt sehen, deuten und verstehen. Fakt ist: Jede Organisation hat sowohl innere wie auch äußere Aspekte und ein dazu passendes Mindset. Leider wird die innere Perspektive meistens vernachlässigt, weil diese als rein psychologisches Soft Skill abgetan wird. Diese Zeiten sollten aber vorbei sein. Zumal bei New-Work-Ansätzen alte Strukturen verschwinden und damit Mitarbeiter Sicherheit und Orientierung verlieren.

Und dann?

» Dann sollten wir unbedingt alternative Möglichkeiten der Orientierung schaffen. Wenn vertraute Ankerpunkte wegfallen, bringen uns neue Methoden, bunte Pinnwände und der Obstkorb auf dem Schreibtisch nicht wirklich weiter. Wir wissen aus eigener Erfahrung, wie schwer es selbst gut ausgebildeten Menschen fällt, klarzukommen, wenn gewohnte Leitplanken fehlen. Sind die äußeren Bedingungen unsicher, weil sich ständig etwas verändert, dann müssen wir uns wieder stärker an uns selbst orientieren, um dadurch Sicherheit gewinnen. Das bedeutet zunächst einmal, sich besser zu reflektieren, seine Bedürfnisse zu verstehen, klarer mit sich zu sein. Mitarbeiter sollten sich also in diesen Feldern weiterentwickeln dürfen und müssen dabei unterstützt werden. Denn nur so können sie ihre Potenziale am besten entfalten.

Wie kann so ein Inner-Work-Prozess gelingen?

» Ein Ziel von New Work ist es, dass dort Entscheidungen getroffen werden sollten, wo das meiste Wissen und die größte Kompetenz liegt. Also weg von der traditionellen Hierarchie-Pyramide, hin zu einer verteilten Führung, bei der Mitarbeiter ermächtigt werden, weitreichende Entscheidungen zu treffen. Wir hören aber von Chefs, dass viele Mitarbeiter gar keine Entscheidungen treffen wollen – und wenn, dann keine mutigen. Das überrascht nicht. Denn um mutige, verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen zu können, benötigen Mitarbeiter ein hohes Maß an Selbstbewusstsein. Damit sie aus sich heraus entscheidungsfähig sind – unabhängig von der Meinung anderer. Natürlich braucht es das nötige Wissen, aber eben auch ausgeprägte kognitive Skills. Entscheidungsfreudige Menschen wissen, worauf es wirklich ankommt, und können sich auf ihr Bauchgefühl verlassen.

© Nils Hasenau

Das ist ein nicht unwesentlicher Aspekt. Denn Untersuchungen des Max-Planck-Instituts belegen, das zwei Drittel aller Wirtschaftsentscheidungen in der Führungsetage reine Bauchentscheidungen sind. Auch wenn sie im Nachhinein rational gerechtfertigt werden.

Was bedeutet das für die nächsten Praxisschritte?

» Mitarbeiter müssen die Möglichkeit erhalten, das nötige Selbstvertrauen zu entwickeln, um unternehmerisch zu denken und im Zweifel auch einmal eine Entscheidung zu treffen, wie sie sonst kein anderer im Unternehmen fällen würde. Dafür braucht es reife Menschen und einen zeitintensiven Prozess. In der Regel haben die meisten diese Fähigkeit nicht ausbilden können. Also müssen sie diese Kompetenz neu entwickeln. Wenn feste und gewohnte Rahmenbedingungen wegfallen und wir alle agiler reagieren müssen, dann sollten wir zunächst einmal intensiver kommunizieren – viel mehr, viel situativer, viel klarer. Auch dabei sind wieder innere Kompetenzen gefragt. Dazu zählen Empathie, Aufmerksamkeit, Urteilskraft sowie die Fähigkeit, mit Konflikten umgehen zu können. Ferner gilt es, Spannungen aushalten zu können. Denn es gibt ja nicht nur die eigene Wahrheit, sondern auch die der Kollegen. Auch das ist ein Inner-Work-Prozess: gegensätzliche Emotionen auszuhalten und dann einen Lösungsraum zu finden.

Dieser Prozess scheint kein einfacher zu sein, was wäre hilfreich?

» Einerseits kann man natürlich die Entwicklung von inneren Kompetenzen nicht verordnen. Andererseits möchten die wenigsten Menschen stehen bleiben und es gibt einen natürlichen Antrieb, sich zu verändern. Zumal den meisten bewusst ist, dass wir heute anders als bisher auf die aktuellen Herausforderungen reagieren müssen. Deshalb sollten Unternehmen ihre Mitarbeiter einladen, diesen inneren Veränderungsprozess anzustoßen. Ich möchte aber ausdrücklich betonen, dass unser Ansatz sich nicht als Selbstzweck allein auf die eigene Persönlichkeitsbildung bezieht. Vielmehr ist das erst die Voraussetzung, um mit anderen sinnvoller zu kooperieren und gemeinsame Unternehmensziele besser zu erreichen. Alles, was am Arbeitsplatz stattfindet, sollte auf dieses Ziel einzahlen. Wir plädieren also nicht für einen gefühligen Therapieclub, aber sollten uns über Inner Work in Bewegung setzen!

Wie sieht das konkret aus?

» Wir haben in unserem Team gelernt, dass vieles in Bewegung kommt, wenn es dafür entsprechende Räume und Möglichkeiten gibt. Stark inspiriert hat uns dabei das Buch „Reinventing Organizations“ von Frederic Laloux über die Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. Demnach sind Mitarbeiter, die sich ganzheitlich einbringen, für Unternehmen besonders wertvoll. Die Realität ist aber eine andere. Die meisten Mitarbeiter verbrauchen unglaublich viel Energie, um bestimmte Aspekte ihrer Persönlichkeit zu verbergen. So machen sie quasi nebenbei einen zweiten, unbezahlten Job. Wir haben in unserem Team gute Erfahrungen gemacht, wenn Menschen die Möglichkeit haben, herauszufinden, was sie wirklich antreibt und was sie

> Wenn wir unsere Innovationskraft stärken wollen, dann müssen wir unsere Intuitionskraft stärken und lernen, uns selbst zu vertrauen.

brauchen, um noch kreativer zu sein. Erkenntnisse wie diese sollten sukzessive in das Arbeitsumfeld einfließen. Darüber hinaus kann in Workshops geübt werden, wie man aufmerksamer wahrnimmt und besser zuhört. Denn es macht bekanntermaßen einen großen Unterschied, ob man etwas nur rational erfasst oder weitere Sinneskanäle öffnet, um noch mehr zu verstehen. Ebenfalls trainieren lässt sich die Fähigkeit zu reflektieren und Dinge klar anzusprechen, die einen beschäftigen oder die man im Umfeld wahrnimmt. Wenn Erkenntnisse wie diese in die Meetingkultur integriert werden, verbessern sich zwangsläufig auch die Zusammenarbeit in und die Ergebnisse von Teams.

Sie beschäftigen sich mit der „inneren“ Innovation. Was heißt das genau?

» Oft entstehen Innovationen, indem bestehende Elemente nur neu zusammengesetzt werden. Aus der Systemtheorie kennen wir dagegen auch den Begriff der Emergenz, der das selbst organisierte Entstehen von geordneten aus ungeordneten Strukturen thematisiert. Wenn sich also mehr aus einer komplexen Gemengelage heraus entwickelt als die Summe ihrer bereits bestehenden Teile. Wir haben uns mit dieser Form der Innovation beschäftigt und gelernt, dass uns eine ausschließlich intellektuelle Herangehensweise nicht weiterhilft, sondern dass auch eine unstrukturierte Umgebung förderlich sein kann. Die Formel lautet: Wenn wir unsere Innovationskraft stärken wollen, dann müssen wir unsere Intuitionskraft stärken und lernen, uns selbst zu vertrauen. Interessant ist, dass sich die Kraft zur Innovation auch aus einer gewissen Erfahrung der Leere speisen kann – wenn einem quasi in der Stille ein inneres Licht aufgeht. Auch dafür braucht es in einem Arbeitsumfeld entsprechende Räume. Übrigens ist es in meinem Verständnis keine innovative Höchstleistung, wenn ein vermeintlich cooles Produkt nur eine weitere Nische öffnet und noch mehr Scheinbedürfnisse befriedigt. Ist dagegen nicht das besonders fortschrittlich, was dazu beiträgt, unsere Realität sichtbarer zu machen und möglichst viele Menschen zu erreichen, auch die sozial entkoppelten? Dafür brauchen wir im Arbeitsumfeld Menschen, die sich darin üben, vielfältige Perspektiven wahrzunehmen und Brücken bauen können. Ich denke, das bringt Unternehmen wie auch unsere Gesellschaft insgesamt wirklich weiter. +

Das vollständige Interview finden Sie in unserem Online-Magazin wolfsburgplus.de

„Corona erweist sich als Prüfstand für New Work – und zeigt auf, wie steil die Lernkurve von Unternehmen teilweise sein kann. In aller Eile wurden Online-Meetings und Webinare ausprobiert, und sehr rasch wurde klar: Erfolgsentscheidend ist weniger die Technik als die Veränderung sozialer Verhaltensformen.“

Zukunftsinstitut Frankfurt

NEUE ARBEITSWELTEN

Wer derzeit über New-Work-Konzepte spricht, sorgt automatisch für Irritation. Besonders im Zusammenhang mit der Pandemie. Üben wir uns nicht gerade alle irgendwie in New Work? Grundsätzlich dient dieses Schlagwort als Sammelbegriff für eine Vielzahl moderner Arbeitsmethoden und umreißt eine sich wandelnde Unternehmenskultur. Wesentliche Treiber von New-Work-Konzepten sind die Digitalisierung, eine sich schneller drehende, komplexe (Arbeits-)Welt und die Notwendigkeit, darauf schnell und flexibel zu reagieren. New-Work-Prozesse erstrecken sich von der Umgestaltung der Organisationsstrukturen über ein verändertes Führungsparadigma hin zur Personalentwicklung. Ganz im Zauber der Agilität arbeiten Menschen in fluiden Teams, schließen ein Projekt ab und stellen sich danach wieder neu auf. Dreh- und Angelpunkt des New-Work-Ansatzes ist die Rollenverantwortung als Gegenpol zur top-down verordneten Aufgabenverantwortlichkeit.

HOFFICE – DIE VERSCHMELZUNG VON ZU HAUSE UND BÜRO

Befinden wir uns also bereits im New-Work-Modus? Fakt ist: Es gibt einen starken Boost in diese Richtung. Die Corona-Beschränkungen feuerten schlagartig eine komplett neue Regel in die Arbeitswelt: das Ende der Anwesenheitspflicht! Homeoffice und Remote Work sind die Säulen des aktuellen Arbeitsalltags. Wird sich diese Tendenz nachhaltig durchsetzen? „Büropolitik ist tot, lang lebe die Büropolitik“, so die Meinung der Experten vom Fachmagazin „Human Resources Manager“. Denn das Ganze ist ambivalent: In Zeiten von Homeoffice fehlt schmerzlich der reale Austausch mit den Kollegen. Zwar können Plattformen wie Slack oder Google Meet dies etwas auffangen, sodass sich auch zurückhaltende Mitarbeiter*innen stärker einbringen können. Gleichzeitig besteht jedoch die Gefahr, dass soziale Grenzen nicht aufgelöst, sondern verstärkt werden. Das „echte“ Büro wird sich zukünftig also nicht in Luft auflösen. Aktuelle Ergebnisse einer Studie der Bertelsmann Stiftung legen nahe, dass Unternehmen eine Balance aus virtueller und physisch präsenter Bürokultur finden werden. „Die Diversität der Arbeitsweisen wird als eine der wichtigsten Erkenntnisse aus der Corona-Krise in die ‚alte‘ Arbeitswelt hineinreichen. Die Zeit ist anscheinend reif für die Beschäftigten, die in Abstimmung mit ihren Teamkolleg*innen selbst festlegen, wo sie ihre Arbeit gerade am besten ausführen können“, heißt es im Fazit der Studie. Das Vorurteil, dass die Arbeit zu Hause oder unterwegs zu verminderter Leistung führe, sehen 87 Prozent der Experten nicht so. Sie gehen davon aus, dass in Homeoffice oder Mobile Office mindestens gleich viel, wenn nicht sogar mehr gearbeitet wird. Fakt ist: Das Switchen zwischen Büropräsenz und Homeoffice hat gravierende Auswirkungen auf die Führungskultur von Unternehmen. Die meisten Experten sehen dementsprechend einen Trend von weniger Kontrolle hin zu mehr Vertrauen.

Was bleibt festzuhalten? Corona löste eine Spontan-Transformation aus. Homeoffice kann funktionieren, jeder weiß inzwischen aber auch, was er im Büro vermisst – und was nicht. Die Krise zeigt vor allem, wie wichtig eine ehrliche Wertediskussion über eine praxistaugliche Unternehmenskultur ist und bleibt. Schließlich wird uns eine „real-digitale“ Arbeitswelt auch künftig fordern und daran erinnern, was uns die Krise vor Augen führte: Die Zeit der Einzelkämpfer ist vorbei! +

Quellen: „FAZ-Personaljournal“, Zukunftsinstitut Frankfurt, Bertelsmann Stiftung, „Human Resources Manager“

„FÜHRUNGSKRÄFTE ALS WEGBEREITER“

Dennis Weilmann, Erster Stadtrat und Dezernent für Wirtschaft, Digitales und Kultur.
© Lars Landmann

Wie interpretieren Sie das Schlagwort „New Work“?
» New Work ist für mich persönlich mehr eine Frage von Haltung als eine Frage von Räumen und Software. Ressourcen spielen eine wichtige Rolle, aber vielmehr geht es darum, wie Menschen Zusammenarbeit gestalten wollen, damit sie gute Arbeit leisten und produktiv sein können. Das betrifft auch die Führungskultur. Eine Führungskraft muss heutzutage mehr die Rolle des Wegbereiters einnehmen. Es sind somit mehrere Rahmenbedingungen zu erfüllen, damit ein anderes Verständnis von Arbeit umgesetzt werden kann.

Sie waren Anfang Dezember 2020 zu Gast auf der Digitalkonferenz TECHTIDE und dabei im Austausch zu New Work und Digitalisierung mit Fachexpert*innen. Welche wichtigsten Erkenntnisse haben Sie mitgenommen?
» Es war ein sehr guter und wichtiger Austausch mit verschiedenen Fachexperten. Beim Thema „New Work“ stehen Wirtschaft und öffentliche Verwaltung vor ähnlichen Herausforderungen. In diesem Bereich braucht es Vorreiter, die die neuen Möglichkeiten einfach mal ausprobieren. Gute Ideen können dann flächendeckend umgesetzt werden, wenn sie bereits an anderer Stelle funktionieren. Eine Besonderheit ist hier beispielsweise die 42 Wolfsburg. An der Hochschule gibt es keinen offiziellen Abschluss. Das ist eine völlig neue Form der Ausbildung. Daraus ergibt sich die spannende Frage, was das eigentlich für den Arbeitgeber bedeutet.

Wie weit ist die Stadtverwaltung auf dem Weg Richtung New Work?
» Die Stadtverwaltung Wolfsburg hat bereits erste Schritte in diesem Bereich unternommen. Mit MS Teams haben wir eine Kollaborationssoftware eingeführt, die das mobile Arbeiten unterstützt und eine Zusammenarbeit ermöglicht, auch wenn man sich nicht im Büro gegenübersitzt. Weiterhin verfügt die Stadt Wolfsburg bereits seit einigen Jahren über eine eigene Cloudspeicher-Lösung, mit deren Hilfe ein ortsunabhängiger Zugriff auf Dateien ebenso wie ein unkomplizierter Austausch von Daten mit Dritten möglich ist. Mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets bilden für immer mehr Kolleg*innen die notwendige Hardware für mobiles Arbeiten. Die Pandemie, das muss man so sagen, war hier ein starker Treiber, nicht nur was die Ausstattung mit den notwendigen Ressourcen betrifft, viele mussten auch ihre Gewohnheiten auf den Kopf stellen und das neue Arbeiten miteinander ausprobieren.

Wo sehen Sie in Wolfsburg die größten Potenziale beim Thema New Work, eine Vorreiterrolle zu übernehmen?
» Mit der „Markthalle – Raum für digitale Ideen“ und dem „Schiller40 - Coworking Space Wolfsburg“ haben wir einen digitalen Ort geschaffen, der kollaboratives Arbeiten ermöglicht und repräsentiert. Mit Studios, Laboren und digitalen Produktionsmitteln bietet sich eine innovative Arbeitsumgebung für Unternehmer*innen und Bürger*innen, aber auch für Mitarbeitende unserer Verwaltung. Ergänzt wird dieser „Digital Hub“ um die 42 Wolfsburg. Die Programmierschule ist mit ihrem innovativen Lernkonzept ein Paradebeispiel für New Work.

Mobiles Arbeiten spielt eine entscheidende Rolle beim Thema New Work. Und um mobil arbeiten zu können, wird schnelles Internet benötigt. Der Glasfaserausbau im Stadtgebiet schreitet weiter voran. Wichtig wird sein, dass wir möglichst schnell eine flächendeckende Glasfaserinfrastruktur in Wolfsburg haben. Dazu kommt öffentliches WLAN, welches an vielen Orten in Wolfsburg bereits verfügbar ist. +

Angebote der IHK

Die IHK Lüneburg-Wolfsburg (IHKLW) bietet verschiedene Netzwerk-Angebote zu den Maxi-Trends Digitalisierung und „New Work“. Dazu gehören neue digitale Formate wie das Azubi-Speedating via ZOOM, virtuelle Besichtigungstouren in den IHK-Mitgliedsunternehmen sowie ein breites Spektrum an Informationsveranstaltungen, Beratungen und Servicethemen.

NETZWERK ARBEIT-ZUKUNFT

Unter der Überschrift „Arbeiten 4.0“ präsentiert die IHK aktuelle Trends und zukunftsweisende Themen für Unternehmer, Personaler und Führungskräfte sowie Best Practice. Gleichzeitig wird der Austausch untereinander gefördert. Neben Tools wie den Kompetenz Navi Plus oder einer App für die psychische Gefährdungsbeurteilung stehen weitere Themen auf der Agenda: darunter mobile Work, neue Arbeitszeitmodelle, multifunktionale Arbeitsplätze und Raumkonzepte, stärkenorientierte Führung sowie Arbeiten in kollaborativen Teams, Gamification und andere Trends aus dem Bereich New Work.

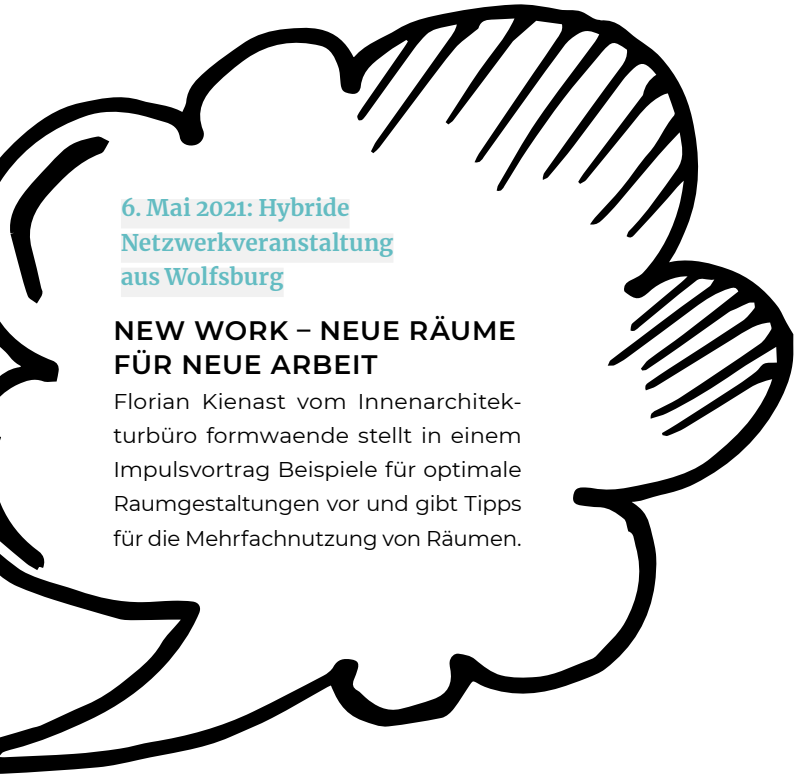
NETZWERK DIGITALISIERUNG

Die Digitalisierung verändert Märkte und ganze Branchen. Der Wandel von analogen zu digitalen Unternehmensstrukturen und Prozessen führt zum Umdenken. Doch welche digitalen Lösungen sind für die Unternehmen optimal? Wie lässt sich die digitale Transformation im Unternehmen umsetzen? Dazu führt das Netzwerk branchenübergreifend Firmen, die auf der Suche nach digitalen Lösungen sind, und Informationstechniker zusammen. Dabei kann von erfolgreichen Beispielen gelernt und in praxisnahen Fachvorträgen neues Wissen erworben werden.

WAS BESCHÄFTIGT DIE UNTERNEHMEN BESONDERS?

„New Work steht für einen grundlegenden strukturellen Wandel der Arbeitswelt, der alle Bereiche im Unternehmen durchdringt. Genau darin liegt aber auch die Schwierigkeit für viele Unternehmen, denn ein Impuls aus der Mitte allein reicht nicht“, erläutert Kirstin Borgwardt von der IHKLW. New Work muss alle Bereiche im Unternehmen durchdringen und gleichzeitig eine große Akzeptanz auf allen Ebenen erfahren. Deshalb stehen Unternehmen oft vor der Herausforderung: Wo(mit) fange ich an? Kirstin Borgwardt umreißt den Fragenkomplex: „Verändere ich zuerst die Arbeitsbedingungen im Unternehmen wie Arbeitsplatz, -ort, -zeit und -form oder setzte ich bei der Unternehmenskultur und der Führung an? Muss ich Trends wie etwa Gamification überhaupt mitmachen? Und wie setze ich moderne Führungs- und Arbeitsmethoden so um, dass alle Mitarbeiter auch mitgenommen werden? Wir stellen fest, dass bei dieser Themenvielfalt die Frage nach der Sinnhaftigkeit von Arbeit ganz weit oben steht. Gleichzeitig beobachten wir, dass viele Unternehmen, die

https://www.ihk-lueneburg.de/produkte/mitmach-ihk/netzwerke



6. Mai 2021: Hybride Netzwerkveranstaltung aus Wolfsburg

NEW WORK – NEUE RÄUME FÜR NEUE ARBEIT

Florian Kienast vom Innenarchitekturbüro formwaende stellt in einem Impulsvortrag Beispiele für optimale Raumgestaltungen vor und gibt Tipps für die Mehrfachnutzung von Räumen.

bereits agil gearbeitet haben, inzwischen in die hybride Führung wechseln, indem sie Methoden von New York mit klassischen Ansätzen verbinden."

Ferner belegen die bisherigen Erfahrungen der IHKLW, dass Neuerungen im Arbeitsbereich naturgemäß erst einmal praktisch austariert werden müssen. So bringen Großraum und Multi-Space-Offices zwar Vorteile (Transparenz und Austausch), können aber auch Stress und Konzentrationsprobleme verursachen (Geräuschpegel, Raumtemperatur). „Oft bessern die Unternehmen nach und sorgen für Telefonkabinen, Lärmschutz und Ruheinseln", erklärt Kirstin Borgwardt und ergänzt: „Ein großes Thema ist die Orientierung im Zusammenhang mit neuen Arbeitsnormen. Auch Mobile Work und selbstbestimmtes Arbeiten brauchen Regeln, besonders in der Kommunikation. Das bezieht sich auf das Meeting-Verhalten ebenso wie generell auf Informationsflüsse. Klar ist: Bei zu vielen Kanälen droht Überflutungsgefahr. MS Teams und Chats bieten viele Chancen, aber manchmal auch Fallstricke. Besonders dann, wenn Missverständnisse entstehen, weil Mimik und Emotionen über digitale Kanäle missverständlicher sein können als im Büro." +

Ansprechpartnerin
Kirstin Borgwardt
IHK-Beraterin für Unternehmensnetzwerke
Kirstin.borgwardt@ihklw.de
Telefon 04131 742-476
https://www.ihk-lueneburg.de/produkte/mitmach-ihk/netzwerke

Remote arbeiten – Darauf sollten Sie achten

INTERVIEW-EXPERTE ALEXANDER BADINI EMPFIEHLT:

Selbst kleinere Unternehmen sollten sich einen Green Room (analog zum Wetterstudio im TV) zulegen. So können Chefin oder Chef auch virtuell ihrer Mannschaft alle wesentlichen Inhalte unkompliziert präsentieren. Inklusive Chat-Funktionen, die Konferenz-Tools wie MS Teams bieten. In digitalen Workshop-Szenarios sollten Mitarbeiter ähnlich schnell etwas gemeinsam entwickeln können wie in realen Arbeitsräumen. Tools wie Deon, Mural oder Miro erlauben es, gemeinsam und in Echtzeit an einem virtuellen Whiteboard zu arbeiten. Daneben können weitere virtuelle Räume genutzt werden, damit Mitarbeiter auch in remote konstruktiv zusammenarbeiten können. Alexander Badini: „Schaffen Sie mit ‚Breakout-Sessions' die Möglichkeit, dass sich eine kleine Gruppe in separaten Räumen treffen kann. Das senkt die Schwelle, sich einzubringen. Hierbei haben sich Fünfer- oder Sechsergruppen bewährt. Ganz wichtig sind klare Aufgabenstellungen und Zeitabsprachen – idealerweise mit einem Moderator. Das ist besonders dort nötig, wo noch wenig Erfahrung mit den neuen Tools und virtuellen Räumen vorhanden ist. Grundsätzlich kommt es darauf an, die Zusammenarbeit den Gegebenheiten anzupassen und Überforderungen vorzubeugen. Deshalb unbedingt darauf achten, das Projekt in kleinere Häppchen und Zeiteinheiten zu packen, als dies im Büro der Fall wäre. Sonst wird es schnell zu anstrengend und die Ergebnisse leiden darunter." +

Paradigmenwechsel in der Arbeitswelt

ExpertenInterview mit Alexander Badini

Alexander Badini ist Head of Agile Consulting bei der P3 group GmbH, einem Beratungsunternehmen, das mit seiner Tochterfirma P3 DS auch Software und Apps entwickelt. P3 ist für zahlreiche Unternehmen – darunter Volkswagen – in den Feldern Technologieberatung, Coaching und Training von agilen Methoden aktiv.
Der Organisationsentwickler Alexander Badini bezeichnet sich als einen Wanderer zwischen den Welten. Sein Vater ist Italiener, seine Mutter Österreicherin, er ist in Deutschland aufgewachsen und trägt Japan im Herzen, wie er sagt. Als Experte für Agilität motivieren ihn die jeweils anderen Lebensstile und Perspektiven.
Auf Unternehmen sieht er einen gewaltigen Paradigmenwechsel zukommen.

Was zeichnet agiles Arbeiten aus?

» Bei Personen wie bei Organisationen zielt der agile Ansatz auf eine hohe Anpassungsfähigkeit an ein sich immer stärker und rasanter veränderndes, komplexes Umfeld. Agil zu sein ist per se noch kein Erfolgsfaktor, kann aber ein guter Vektor sein. Auf Organisationsebene gilt es, ein Unternehmen so aufzustellen, dass es flexibel und reaktionsfähig bleibt. Auf persönlicher Ebene geht es unter anderem darum, ein Wertesystem zu entwickeln, das es der Person ermöglicht, zwischen wichtig und dringend zu unterscheiden. Das Ziel ist ein Kompass, mit dem Mitarbeiter die Anforderungen, die auf sie einprasseln, entsprechend klarer Prioritäten einsortieren können und wissen, was für sie wie für ihr Umfeld den größten Wert bringt. Diese Orientierung lässt sich auch auf agile Teams und Unternehmen übertragen. Es ist irrelevant, wie viele Produkte in welcher Zeit produziert werden – und damit bloßer „Output“ generiert wird. Relevant ist dagegen der „Outcome“, also hochwertige Produkte, die eine Zielgruppe tatsächlich braucht. Allerdings hat sich die Wirtschaft in den letzten Jahrzehnten zu sehr darauf fixiert, alles über Arbeitsstunden, Zeitaufwand und Leistungsnachweise zu bewerten. Wer dagegen agiler und zukunftsfähiger vorankommen will, sollte sich von diesem traditionellen Ansatz lösen. Stattdessen muss ein Unternehmen analysieren, was wertvolle Ziele sind, und sollte daran die Arbeit und die Teams ausrichten. Neben schlanken Prozessen und Wertorientierung geht es vor allem um schnelles Lernen. Agilität bedeutet, sich nicht zu verzetteln, sondern wertvolle

„Es kann eine Transformation auch ausbremsen, wenn man mit Macht auf agile Methoden setzt. Manchmal sollte man besser einen hybriden Modus fahren.“

© P3 group GmbH

Dinge nacheinander zu erledigen (und nicht parallel) und kontinuierlich zu lernen und besser zu werden. Am besten teilt man Aufgaben in kleine, sodass man die Ergebnisse möglichst schnell überprüfen kann. Auf den Punkt gebracht: so wertorientiert wie möglich, so klein wie möglich, so feedbackintensiv wie möglich!

Welche Hürden müssen überwunden werden, damit Unternehmen agiler werden?

» Ich empfehle, sich zuerst auf die eben genannte Bereiche zu konzentrieren. Dabei spielt die Wertediskussion die wichtigste Rolle. Was ist der Zweck, die Intention, was der Sinn der Arbeit? Gleichzeitig gewinnt Kreativität an Bedeutung. Wir befinden uns, laut Daniel H. Pink, an der Schwelle zu einem Zeitalter, in dem Ökonomie und wirtschaftliches Wachstum primär auf Wissen und Kreativität basieren. Die Sinnhaftigkeit von Arbeit und die Motivation, Meisterschaft in den Dingen zu erlangen: Das ist ein hoher Wert. Dazu müssen Mitarbeiter die Chance erhalten, dort eingesetzt zu werden, wo sie ihre größten Fähigkeiten am besten entwickeln können. Und Teams sollten bereichsübergreifend zusammenarbeiten, um wirklich wertvollen Outcome zu generieren. Es geht also nicht um die, die am lautesten schreien, sondern um exakt die Idee, die am besten auf das Ziel „den größten Wert für Unternehmen und Kunden“ einzahlt. Darüber hinaus muss ein Unternehmen stets beachten, wie es zukünftige Risiken minimieren und zukünftige Chancen maximieren kann. Mit dem Blick nach vorn schon heute das Richtige tun: Das ist eine große Herausforderung.

„Merkmale agiler Arbeit: so wertorientiert wie möglich, so klein wie möglich, so feedbackintensiv wie möglich!“

Alexander Badini

Sie sagen, ein weitere Hürde birgt die Definition von Auslastung in sich. Was ist gemeint?

» Auslastung spielt gerade unter New-Work-Aspekten eine wichtige Rolle. Ist ein Team wirklich nur dann gut, wenn es zu 100 Prozent ausgelastet ist? Ich denke nicht. Zwei Beispiele: Ist ein Server hundertprozentig ausgelastet, so steigt das Sicherheitsrisiko enorm. Und eine zu hundert Prozent ausgelastete Autobahn ist nur noch ein Parkplatz. Unternehmen müssen also lernen, dass erfolgreiche Mitarbeiter auch Zeit und Freiraum brauchen. Sonst brennen sie aus. Es bringt nichts, wenn Menschen gezwungen sind, einen Sprint nach dem nächsten hinzulegen und ständig liefern müssen. Jedes Unternehmen braucht deshalb den gütlichen Handshake zwischen denjenigen, die etwas wollen und denjenigen, die etwas liefern müssen. Es gilt also Rahmenbedingungen zu schaffen, damit Mitarbeiter Zeit haben, motiviert sind und nicht ständig fünf Projekte parallel bearbeiten müssen. Oft wird von Teams erwartet, dass sie den Mount Everest besteigen, sie erreichen aber unter den traditionellen Bedingungen höchstens die Zugspitze. Also besser alle Stakeholder mitnehmen und Erwartungen wie Anforderungen ins rechte Verhältnis setzen. Übrigens kann es eine Transformation ausbremsen, wenn man mit Macht auf agile Methoden setzt. Vor allem dann, wenn das organisatorische Umfeld für agile Arbeitsmodelle nicht vorbereitet ist. Manchmal sollte man dann besser einen hybriden Modus fahren und auf Konvergenz zwischen klassischen und agilen Modellen innerhalb einer Organisation achten. Wir leben nun einmal in einer Welt, die noch sehr stark von alten Ritualen geprägt ist. Auch das müssen wir anerkennen, wenn wir uns weiterentwickeln wollen.

Welche Auswirkungen hat die Pandemie auf neue Arbeitswelten?

» So schrecklich die Pandemie ist, sie hat auch einen Boost für das Thema Digitalisierung gebracht und somit auch für das Thema New Work im weitesten Sinne. Gleichzeitig haben agile Methoden noch einmal einen kräftigen Schub erhalten. Wo allerdings früher ausschließlich auf Face-to-Face-Kommunikation gesetzt wurde, musste man zwangsläufig Alternativen finden. Dabei lernen wir derzeit, dass in unserer komplexen Welt vieles am besten durch intensive Zusammenarbeit funktioniert. Unabhängig davon, wo wir uns gerade befinden. Wir können nicht Einzelteile zusammenstöpseln und dann hoffen, dass das zum Erfolg führt. Stattdessen sollten wir uns permanent austauschen und eng kooperieren. Auch wenn wir es aktuell nicht real können. Die Digitalisierung bietet gute Alternativen. Es scheint ferner so zu sein, dass überall neue Wege ausprobiert werden. Sogar in Bereichen, in denen man das nicht zwangsläufig erwartet hätte. Das ist gut. Wir befinden uns in einer Lernphase und genau dieser fruchtbare Boden ist ideal für New-Work-Prozesse.

Was würden Sie kleineren Unternehmen raten, die in eine zukunftsfähige Arbeitswelt starten wollen?

» Habt Vertrauen in eure Mitarbeiter. Dezentralisiert Entscheidungen. Gebt den Mitarbeitern die Entscheidungsmacht in den Feldern, in denen sie Kompetenz haben und lasst los. Geht weg von Arbeitsstunden-Tracking, geht weg von Leistungsnachweisen. Achtet auf wertvollen „Outcome“. Dabei ist Kontrolle gut, Vertrauen aber besser. +

UNTERNEHMENSPORTRÄT

Das Unternehmen hinter den WOBStories – die Filmburg X-Media Factory

Olaf Levin war Koch, Kellner, Taxifahrer, Musikalienhändler und Musiker, bevor er seine Leidenschaft zum Beruf machte: nämlich Filme zu produzieren. Weil er findet, dass Wolfsburg viel zu bieten hat und er sich außerdem für die hiesigen Menschen und ihre Geschichten interessiert, begann er, diese in den WOBStories zu erzählen. Mittlerweile umfasst die im Film festgehaltene Dokumentation des Lebens dieser Stadt weit mehr als 1000 Beiträge.

„Ich bin vor dem Fernseher groß geworden und wollte immer etwas mit Film und Fernsehen machen", sagt Olaf Levin. Früher glaubte er, dass man dazu mindestens das Abitur haben müsste. Glücklicherweise haben sich die Zeiten geändert. Als Olaf Levin Anfang der 2000er-Jahre eine Familie gründete, beschloss er, sich ein solides berufliches Fundament zu schaffen, und machte 2006 in Schwerin eine Ausbildung zum Video-Journalisten. Er kehrte nach Wolfsburg zurück und bemühte sich um Aufträge, doch die Akquise gestaltete sich zäh.

2020 produzierte Olaf Levin (Mitte) für das Autohaus Hotz und Heitmann den Kurzfilm „Take Five" mit Starbesetzung. Dafür verwandelte die Filmburg die Geschäftsräume des Unternehmens in ein Filmstudio. © SAHNEFOTO

„Eigentlich wollte ich Wolfsburg schon verlassen. Dann wagte ich einen letzten Versuch, mir als Filmemacher einen Namen zu machen. Ich produzierte auf eigene Kosten Filme über die Stadt und ihre Einwohner, stellte sie ins Netz und schaute, was passiert." Es funktionierte! Am 1. Oktober 2007 lud Olaf Levin seinen ersten Film über Wolfsburg ins Internet. Damit waren die WOBStories geboren. Drei Monate später gründete er seine Firma, die Filmburg. Allerdings musste er zunächst feststellen, dass der Prophet im eigenen Land nicht zählt, wie er es heute schmunzelnd formuliert. Aufträge aus Wolfsburg gab es nur wenige, dafür wurden andere Auftraggeber, sogar aus dem Ausland, auf ihn aufmerksam. Er produzierte Filmbeiträge für Sky Italia, N24 und andere Privatsender.

Heute ist Olaf Levins Filmproduktionsfirma im Markt etabliert und zählt namhafte Kunden aus der Region sowie dem In- und Ausland zu seinen Kunden. Werbe-, Image- und Spielfilme gehören zum Portfolio genauso wie Livestream-Produktionen. 2017 holte Olaf Levin die italienische Kinofilm-Produktion „Finalemente Sposi" nach Wolfsburg und drehte auch einige Szenen selbst. 2020 produzierte er einen 18-minütigen Image-Kurzfilm für das Autohaus Wolfsburg mit Starbesetzung durch „SOKO Wismar"-Darsteller Dominic Boeer und Pierre Littbarski. Im Januar dieses Jahres verantwortete die Filmburg X-Media Factory den Live Stream der FIFA-Auslosung für die Klub-WM in Zürich. Ein Projekt, das Nerven kostete. „Da war eine Menge Druck drauf, aber es hat mega funktioniert", berichtet Olaf Levin.

Olaf Levin (rechts) bespricht eine Szene mit Dominic Boeer (links), bekannt durch die Krimi-Serie SOKO Wismar. © SAHNEFOTO

WOLFSBURGS ERSTER EIGENER FERNSEHKANAL

Neben solchen Projekten, die die Existenz des Unternehmens mit seinen fünf Angestellten sichern, hat Olaf Levin nie aufgehört, die zeitgenössische Geschichte Wolfsburgs in seinen WOBStories festzuhalten. In den letzten 13-einhalb Jahren ist das Archiv auf weit über 1000 Filme angewachsen. Dazu zählen Dokumentationen aus dem Leben der Stadt, vom Abriss des berühmten Pizza-Pavillons auf der Porschestraße bis hin zur Eröffnung des ersten Barber-Shops, sämtliche Pressekonferenzen des VfL Wolfsburg seit 2009 und viele Beiträge rund um Kunst und Kultur. Beispielsweise interviewte Olaf Levin Weltstar Hardy Krüger nach dessen Lesung im Phaeno oder den Dokumentarfilmer Georg Stefan Troller im Hallenbad. Darüber hinaus erzählen die WOBStories Geschichten aus dem ganz normalen Leben der Wolfsburger. „Mir ist wichtig zu zeigen, dass Wolfsburg viele schöne und interessante Seiten hat. Und viele tolle Leute, die hier wohnen“, begründet Olaf Levin sein Engagement.

Mit den WOBStories holen der Filmemacher und sein Team das, was sich in und um Wolfsburg ereignet, in die heimischen Wohnzimmer. Sogar im Klinik-TV des Wolfsburger Krankenhauses sind die WOBStories zu sehen. Auf diese Weise weckt die Filmburg das Interesse der Wolfsburger an ihrer Stadt. Die Reichweite der Beiträge liegt dabei zwischen 1200 und 50.000 Views innerhalb eines Tages.

Immer wieder gelingt es Olaf Levin, Sponsoren zu gewinnen, für die er Werbeeinblendungen oder PR-Filme produziert. Doch nach wie vor leben die WOBStories hauptsächlich von seiner Begeisterung und der seiner Mitstreiter für die Idee, Wolfsburg und seinen Einwohnern eine Video-Plattform zu bieten. Damit erreicht Olaf Levin auch Jugendliche. „Bei uns müssen Azubis und sogar Praktikanten selbst Filme produzieren, die im Netz veröffentlicht werden. Dadurch lernen die jungen Leute, wie Film und Fernsehen funktionieren.“ Das ist Olaf Levin, der auch als Dozent für Videojournalismus arbeitet, ein Anliegen. Die heutzutage immer wichtiger werdende Medienkompetenz wird seiner Meinung nach in den Schulen zu wenig gefördert.

Nach sieben harten Anfangsjahren hat sich Olaf Levin mit seiner Filmburg einen guten Stand in der Branche erarbeitet. Jetzt will er mehr: Noch in diesem Jahr, wenn Corona es zulässt, wird er eine eigene Medienschule eröffnen. Er möchte die WOBStories als Online-Fernsehsender ausbauen und eine Archivfunktion auf der Website anlegen. Außerdem plant er eine Serie unter dem Namen „The Circus“ mit Michaela Schaffrath und vielen Schauspielern aus Wolfsburg, die er in der Region drehen möchte. +

Kontakt
Olaf Levin
Telefon 05361 1814184
info@film-burg.de
www.film-burg.de

UNTERNEHMENSBESUCHE **DER WMG-WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG**

Welchen Herausforderungen stellen sich regionale Unternehmen? Wie kann die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) unterstützen? Diesen Fragen sind Nadine Wolters und Josephine Bohlmeier von der WMG-Wirtschaftsförderung bei ihren Unternehmensbesuchen zu Beginn des Jahres nachgegangen.

Um ihre Waren optimal im Internet zu präsentieren, hat Bettina Binder in eine professionelle Fotostudio-LED-Lichtbox investiert. © WMG Wolfsburg

Klaus Schulz führt Nadine Wolters durch die neuen Räumlichkeiten von Impulse. © WMG Wolfsburg

DIE SPIELKISTE IN FALLERSLEBEN – EIN ERLEBNIS FÜR DIE GANZE FAMILIE

Die Leidenschaft der Inhaberin der Spielkiste Bettina Binder für hochwertige und pädagogisch wertvolle Spielwaren spürt jeder Besucher des Ladenlokals in der Fallerslebener Altstadt sofort. Kunden schätzen, dass bei der Herstellung des hier verkauften Spielzeugs auf Schadstoffe und gefährliche Lacke verzichtet wird. Qualität und Sicherheit der Produkte stehen für Bettina Binder an erster Stelle. Normalerweise kommen Eltern mit ihren Kindern gerne in der Spielkiste vorbei, um auf Erkundungstour zu gehen und sich von neuen Spielideen begeistern zu lassen. Doch das ist zurzeit nicht möglich. Damit ihre kleine und große Kundschaft trotzdem nach Herzenslust im Angebot des Spielwarengeschäfts stöbern kann, präsentieren Bettina Binder und ihre Tochter das Spielzeug auch auf Facebook, Instagram und per WhatsApp. Dafür hat sich die findige Inhaberin extra eine professionelle Fotostudio-LED-Lichtbox gekauft, um ihre Produkte ins beste Licht zu rücken. Unterstützung für ihre Online-Aktivitäten erfährt Bettina Binder auch von der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH: „Die schnelle Einrichtung des Online-Marktplatzes der WMG war und ist für kleine Betriebe wie uns eine tolle Möglichkeit, auf unser weiter bestehendes Angebot aufmerksam zu machen. Es ist schön zu wissen, dass sich die WMG so für die lokalen Betriebe einsetzt."

IMPULSE – DAS TEPPICH- UND TAPETEN-FACHGESCHÄFT IN VORSFELDE

Im Januar ist die Firma Impulse von Fallersleben in das Gewerbegebiet Vogelsang in Vorsfelde gezogen. In der Wilhelm-Carl-Wien-Straße präsentiert das Unternehmen nun auf circa 1.000 Quadratmetern eine große Auswahl an Tapeten, Teppichen, Gardinen, Sonnenschutzartikeln und einiges mehr. Geschäftsführer Klaus Schulz hat sich für den neuen Standort entschieden, um den Kunden das Sortiment des Raumausstatters noch attraktiver präsentieren zu können. Aufgrund der Pandemie konnte das Team von Impulse leider noch kein Publikum in den neuen Räumlichkeiten begrüßen. Doch selbstverständlich ist der Fachmarkt auch in Corona-Zeiten für seine Kunden da, um Bodenbeläge zu verlegen, auszumessen, zu dekorieren und vieles mehr. Interessierte finden eine große Auswahl an Angeboten auf der Website www.impulse-wolfsburg.de und können die bestellte Ware entweder selbst abholen oder sich nach Hause liefern lassen. „Die WMG hat uns in allen Fragen rund um die geltenden Verordnungen während des Lockdowns bestens unterstützt", findet Geschäftsführer Klaus Schulz. +

Unternehmensbesuch bei COMbridge: (von links) Jens Hofschröer, Rainer Gruhlke und Dennis Weilmann.

© WMG Wolfsburg

DIGITALES TICKETING
MADE IN WOLFSBURG

Dennis Weilmann, Erster Stadtrat und Dezernent für Wirtschaft, Digitales und Kultur der Stadt Wolfsburg, und Jens Hofschröer, Geschäftsführer der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH, (WMG) zu Besuch bei COMbridge IT Consulting.

COMbridge IT Consulting mit Unternehmenssitz in Reislingen hat sich seit der Gründung im Jahr 1999 durch Rainer Gruhlke und seinen damaligen Geschäftspartner Frank Backmann laufend weiterentwickelt. Es zählt heute mehr als 50 Mitarbeiter, die großes Vertrauen bei der Geschäftsführung genießen. Die Start-up-Mentalität ist in den agilen Entwicklungsteams, die moderne, smarte Apps entwickeln, allgegenwärtig.

Die Geschäftsführer Rainer Gruhlke und Karsten Linse legen viel Wert darauf, langjährige Kunden optimal zu betreuen – mit Handschlagqualität und einer guten Gesprächsbasis. Auch die Affinität zu neuen Technologien und Innovationen, das Gespür für das „next big thing", zeichnet das Team aus.

„Wir geben uns nicht damit zufrieden, dabei zu sein und das Spiel von der Reservebank aus zu erleben. Wir sind die Spielmacher", sagt Rainer Gruhlke daher auch nicht ganz ohne Stolz auf seine Mitarbeiter. Bei COMbridge wird ermutigt, frei und groß zu denken und keine Angst vor neuem Terrain zu haben. Daraus resultieren Umsetzungen in den Bereichen Serverless Applications, Smart Apps oder bei der Digitalisierung von behördlichen Vorgängen – wie mit dem neuen COMbridge-Produkt fastlane (Mehr dazu unter www.myfastlane.de).

Dieses neueste Software-Produkt aus dem Hause COMbridge wird bereits von Partnern wie dem VfL Wolfsburg und den Grizzlys Wolfsburg im Bereich des digitalen Ticketings genutzt. Darauf ist der sportaffine Geschäftsführer Gruhlke besonders stolz. Im Rahmen des Unternehmensbesuchs nutzten Wirtschaftsdezernent Dennis Weilmann und WMG Geschäftsführer Jens Hofschröer die Gelegenheit, die neueste Entwicklung von COMbridge vor Ort zu testen.

„Fastlane ist ein innovatives System, mit dem Ticketing-Prozesse einfach und sicher erfasst werden können, ohne dabei komplizierte Arbeitsprozesse bei den Vereinen auszulösen. Insbesondere mit Blick auf die wichtige Digitalisierung von behördlichen Vorgängen und deren Nutzen für die Stadtgesellschaft sind lokale Innovationstreiber der Softwareentwicklung für uns ganz besonders wichtige Partner", stellt Dennis Weilmann heraus.

Auch für WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer hat die Softwarelösung Potenzial für weitere Anwendungsbereiche: „Mit Blick auf eine hoffentlich baldige Wiedereröffnung von Gastronomie, Handel, Kultur und Hotellerie kann fastlane auch eine smarte Lösung für die unkomplizierte und zugleich sichere Gästedatenerfassung sein." +

PARTNERPORTRÄT

FORSCHEN FÜR DEN MARKTERFOLG

Gespräch mit Jasna Fiebig vom InnovationsCampus der Wolfsburg AG

Mit ihrer Marktforschungsexpertise verhilft Jasna Fiebig Gründern und etablierten Unternehmen, sich erfolgreich am Markt zu positionieren und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Warum ist Marktforschung so wichtig für den Erfolg eines Unternehmens?

» Die Ausrichtung des eigenen Produkts oder der eigenen Dienstleistung am Kunden ist heutzutage unerlässlich. Ein vom Käufer wahrgenommenes positives Nutzererlebnis (User Experience) ist entscheidend für die spätere Markenbindung und den Erfolg eines Produkts. Gute Beispiele sind hier Tesla oder Apple. Die bekannte 1-10-100-Regel besagt: Sobald ein Produkt die Umsetzungsphase erreicht, kostet es zehnmal mehr als in der Entwurfsphase, ein Problem zu beseitigen. Ist das Produkt bereits in den Markt eingeführt worden, kann eine hundertfache Kostensteigerung zur Problembeseitigung nötig sein. Dies beschreibt die positiven Auswirkungen, die eine zielgerichtete Marktforschung haben kann, meiner Meinung nach sehr gut. Wer sich frühzeitig damit auseinandersetzt, was Kunden wollen und brauchen, kann den hohen Entwicklungsaufwand um bis zu 50 Prozent reduzieren, da zum Beispiel nur Features realisiert werden, die tatsächlich Sinn machen. Auf diese Weise vermeiden Unternehmen, am Markt vorbei zu entwickeln und dabei viel Zeit und Geld zu verschwenden.

Theoretisch leuchtet das ein, aber stimmt das auch in der Praxis?

» Darauf kann ich mit einem klaren Ja antworten und diese Aussage auch mit einem wunderbaren Beispiel belegen. Das von uns begleitete Start-up ONOMOTION, Anbieter des e-Lastenfahrrads ONO für die emissionsfreie City-Logistik, hat mithilfe unserer Marktanalysen, Befragungen und Prototypentests herausgefunden, dass der von ihnen ursprünglich angedachte Zielmarkt der Personenbeförderung zum damaligen Zeitpunkt noch ungeeignet war. Somit konnte das Unternehmen rechtzeitig einen notwendigen Change hin zum erfolgversprechenderen Kurier-, Express- und Paketdienst-Markt vollziehen. Im weiteren Verlauf haben wir gemeinsam weitere Zielmärkte analysiert, darunter auch die Handwerksbranche. Hier bin ich zum Beispiel auf die autofreie Insel Langeoog gereist, um einen dort ansässigen Handwerker in seinem Arbeitsumfeld zu beobachten und zu interviewen. Er fuhr bis dato immer mit einem E-Bike, an dem eine Transportbox befestigt war, zum Kunden. Durch das sogenannte User Requirements Engineering erhielt ich erste wichtige Erkenntnisse zum Nutzungskontext sowie zu den Anforderungen an das Produkt. Ich erfuhr zum Beispiel, dass die Seeluft die Antriebskette seines E-Bikes schnell rosten lässt und für ihn

Für jede Fragestellung konzipiert das Team Geschäftsmodelle & Marktforschung der Wolfsburg AG das passende Untersuchungsdesign. Für das e-Lastenfahrrad analysierten Jasna Fiebig (rechts) und Philipp Kahle von ONOMOTION (links) 2019 den Arbeitsalltag des Handwerkers Daniel Lang-Redel (mitte) auf der autofreien Insel Langeoog.

© Wolfsburg AG

© Wolfsburg AG

Kontakt
InnovationsCampus Wolfsburg AG
Jasna Fiebig | Telefon 05361 897-2885
E-Mail jasna.fiebig@wolfsburg-ag.com

deshalb ein Riemenantrieb eine wichtige Produkteigenschaft darstellt. Beim anschließenden Usability-Test nutzte der Handwerker den Prototyp des ONO Lasten-eBikes in seinem Arbeitsalltag. Dadurch generierten wir weitere zielgerichtete Erkenntnisse, die ein Entwickler am grünen Tisch nicht unbedingt im Fokus hat. Deshalb rate ich unseren Kunden immer: Haben Sie keine Angst vor Kritik! Sie liefert die entscheidenden Hinweise, um ein Produkt am Markt erfolgreich zu machen.

Wie gehen Sie vor, wenn ein Kunde mit einem Marktforschungsauftrag an Sie herantritt?
» Zunächst einmal klären wir ausführlich, was unser Kunde wirklich braucht und welche Ziele er hat. Daraus entwickeln wir innerhalb des Teams Geschäftsmodelle und Marktforschung das passende Untersuchungsdesign, und das sowohl im B2B- als auch im B2C-Kontext. Wenn wir die Produktentwicklung eines Unternehmens flankieren, ist unser Ausgangspunkt immer die Kundenanforderung, das heißt, wir verfolgen einen Ansatz, der den Menschen im Fokus hat. Idealerweise begleiten wir die gesamte Produktentwicklung in einem sich stetig wiederholenden Prozess. In diesen Verfahren zum User Requirements Engineering und dem Usability Testing and Evaluation bin ich nach DIN-ISO Norm-Richtlinien zertifiziert.

Wer sind Ihre Kunden?
» Wir sind für die verschiedensten Branchen und die Untersuchung der unterschiedlichsten Fragestellungen tätig. Ein Schwerpunkt ist Automotive, doch wir befassen uns auch mit Fragen zur neuen Mobilität, zu Digitalisierung, Energie, Gesundheit sowie Immobilienkonzepten. Wir unterstützen bei der Produktentwicklung genauso wie dabei, ein bereits bestehendes Produkt erfolgreicher am Markt zu platzieren oder etablierte Unternehmen wettbewerbsfähig zu halten. Dabei sind wir in den unterschiedlichsten Methoden zu Hause, von Befragungen zur Kundenzufriedenheit über Usability-Tests, Meinungs- und Sozialforschung, Fokusgruppen bis hin zu Kreativ-Workshops. +

ELEKTRO VASS

Profitieren Sie von unserem Service-Angebot!

Seit über 60 Jahren
Ihr zuverlässiger Partner in Wolfsburg und Umgebung

- Haustechnik
- Klimatechnik
- Telefonie/Kommunikation
- Kundendienst und Wartung
- Daten- und Netzwerktechnik
- Sicherheitstechnik ● EIB/KNX
- Antennenanlagen
- Verkauf und Ausstellungen u.v.m.

Benzstraße 29 · 38446 Wolfsburg · Gewerbegebiet Ost
Tel. (0 53 61) 1 40 14 und 2 97 70
info@elektro-vass.de · www.elektro-vass.de · Fax 1 40 17

Das soziale Engagement des VfL
Gemeinsam mehr bewegen

Fußball ist heute mehr denn je ein gesellschaftliches Ereignis. Nicht nur die Leistung auf dem Platz spielt dabei eine Rolle, sondern auch das verantwortungsbewusste Handeln abseits des Spielfeldes. Was das genau für den VfL Wolfsburg bedeutet, erläutert **Michael Meeske**, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH.

Die anhaltende Corona-Pandemie hat starke Auswirkungen auf das öffentliche Leben und die Wirtschaft. Dazu zählt auch der Profi-Sport. Inmitten dieser schwierigen Zeit sagte der VfL Wolfsburg auch noch der globalen Erwärmung den Kampf an. Als erster Profi-Fußballklub der Welt unterstützt der VfL Wolfsburg die „Race-to-Zero" Kampagne der Vereinten Nationen und setzt damit Maßstäbe. Was steht hinter dieser Initiative und wie unterstützt der VfL Wolfsburg?

» „Race to Zero" ist eine Kampagne der Vereinten Nationen. Ziel ist es, die globalen Emissionen perspektivisch auf netto-null zu reduzieren, beziehungsweise etwaige Emissionen entsprechend zu kompensieren. „Race to Zero" stellt die gemeinsame Klammer dar, innerhalb der die unterschiedlichsten Organisationen – Unternehmen, Städte, Universitäten und andere – Orientierung auf diesem Weg finden, sich selbst eine klare, nachvollziehbare Selbstverpflichtung auferlegen und dementsprechend ihren Beitrag leisten. Wir sind uns dessen bewusst, dass der Fußball nicht nur eine große gesellschaftliche Relevanz, sondern für viele Menschen auf der Welt auch eine gewisse Vorbildfunktion hat. Diesen Einfluss nutzen wir, um auf die Herausforderungen, aber auch die vielen Möglichkeiten, die jeder Einzelne hat, sich selbst zukunftsweisend zu verhalten, hinzuweisen. Dabei gehen wir mit gutem Beispiel voran und setzen in unserem direkten Umfeld Anreize, sich bei Aktivitäten rund um den VfL klimaneutral zu verhalten. Wir selbst werden unter anderem unseren Fuhrpark schrittweise in Richtung Elektromobilität umstellen und dazu eine nachhaltige Ladeinfrastruktur implementieren. Außerdem setzen wir verstärkt auf Solarenergie. Dort, wo wir auf fossile Energie nicht verzichten können, nutzen wir vermehrt klimafreundlicheres Erdgas.

Stichwort „Zusammen sind wir Wolfsburg". Der VfL Wolfsburg engagiert sich für verschiedene soziale Projekte und bezieht dabei auch seine Fans mit ein. Was können Sie mit Ihrem Engagement erreichen?

» Wie ich bereits ausführte, hat nicht nur der Fußball ganz allgemein, sondern auch der VfL eine Vorbildfunktion. Darüber hinaus verfügen wir über eine große Kraft, Menschen für eine Sache zusammenzubringen. Das nehmen wir rund um den Spielbetrieb wahr, aber natürlich auch bei sozialen Projekten. Es ist ein großes Privileg für uns, dass wir uns immer wieder gemeinsam mit Fans und Partnern gesellschaftlich engagieren können. Für uns als Organisation, die von ihrer öffentlichen Relevanz lebt, ist es elementar, auf solche Weise unserer damit verbundenen gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen.

Im Dezember unterstützte der VfL Wolfsburg auch die Wolfsburger Initiative „Schenke ein Lächeln" mit einer Alltagsmaske zugunsten der Tafel Deutschland. Warum war es für Sie wichtig, die Aktion mit einer eigenen Maske zu verstärken?

„Schenke ein Lächeln" ist eine jener vorbildlichen Aktionen, die auf großem gesellschaftlichem Engagement beruhen. Die Initiative hat die Kraft, viele Menschen zum Mitmachen zu animieren. Zudem stellt sie einen sehr wirkungsvollen Weg dar, um die tagesaktuellen Probleme vieler Menschen zu lindern. Mit unserer eigenen Maske wollen wir die Wirkung der Aktion durch einen authentischen Imagetransfer nochmals steigern. Wir sind überzeugt davon, gemeinsam mehr erreichen zu können. +

Michael Meeske, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH.
© VfL Wolfsburg

Die Kinder- und Jugendwelt des VfL
TEAMGEIST ALS ERFOLGSFAKTOR

Was den VfL Wolfsburg auf dem Spielfeld stark macht, lebt der Verein auch in der Kinder- und Jugendarbeit sowie in Kooperationen mit regionalen Partnern. Der Erfolg gibt dem Bundesligisten recht. **Robin Joop** (Corporate Social Responsibility) und **Marko Kresic** (Leiter VfL ErlebnisWelten) erklären, wie man als Teamplayer erfolgreich ist.

Der Vfl Wolfsburg engagiert sich stark in der Kinder- und Jugendarbeit. Nehmen Sie damit in der Bundesliga eine Sonderstellung ein?
» Robin Joop: Viele Vereine sind auf diesem Gebiet aktiv, doch in der Breite und Qualität ist unser Angebot einzigartig. Bestes Beispiel ist unser grün-weißes Klassenzimmer im Stadiongebäude. In diesem außerschulischen Lernort nutzen wir den Fußball als Motivator, um wichtige Botschaften zu platzieren. Dabei geht es um gesunde Ernährung und Bewegung, aber auch gesellschaftliche Themen wie Diskriminierung und Rassismus. Ein weiteres Beispiel ist die Fußball-Schul-AG. An 30 Partnerschulen trainieren wir die Kinder regelmäßig vor Ort. So wecken wir ihre Begeisterung für den Fußball und den VfL. Auch andere Aktionen kommen gut an. Wenn unser Maskottchen Wölfi bei einem Sportfest auftaucht, sind die jungen Fans regelmäßig aus dem Häuschen. Das absolute Highlight ist für viele Kinder allerdings, wenn sie vor einem Bundesliga-Spiel ihr eigenes Fußball-Turnier auf einem unserer Plätze austragen und anschließend den Profis im Stadion zuschauen dürfen.

Was erreichen Sie dadurch bei Kindern und Jugendlichen? Wie reagieren Eltern und Lehrer?
» Marko Kesic: Bei Kindern, aber auch bei ihren Eltern, können wir wichtige Impulse setzen. Wir zeigen, dass zu einem guten Sportler mehr gehört als nur die sportliche Leistung. Er muss außerdem teamfähig sein und kommunikative Kompetenzen besitzen. Wir transportieren Werte, die auch außerhalb des Sports zählen. Wir locken die Kinder von ihren Handys weg und motivieren sie dazu, sich zu bewegen und echte Gemeinschaft zu erleben. Dabei beziehen wir Eltern, Lehrer und Trainer als Multiplikatoren mit ein. Wir leisten einen wichtigen Knowhow-Transfer an die örtlichen Vereine und stoßen Veränderungen mit beträchtlicher Breitenwirkung an. Auch die ehrenamtlich Aktiven vergessen wir nicht, die wir als wichtigen Teil der Fußball-Familie wertschätzen. Wir unterstützen sie, denn sie haben eine wichtige Vorbildfunktion für die Kinder. Ganz besonders dann, wenn sie soziale Kompetenz vorleben und zeigen, was es heißt, ein Teamplayer zu sein.

Robin Joop

Marko Kresic

© VfL Wolfsburg

Bei einigen Ihrer Projekte arbeiten Sie eng mit Kooperationspartnern zusammen. Warum?
» Robin Joop: Wir haben festgestellt, dass wir gemeinsam großartige Aktionen auf die Beine stellen können. Das betrifft zum Beispiel das Muuvit-Programm, das wir in Deutschland eingeführt haben. Hier unterstützt uns die Audi BKK mit Tipps zu gesunder Ernährung und Bewegung.
» Marko Kesic: Außerdem kooperieren wir beim Ferienprogramm. Im Phaeno und in der Autostadt werden Kinder und Jugendliche nicht nur beschäftigt – sie können richtig was erleben! Damit schaffen wir gemeinsam mit unseren Partnern echte Mehrwerte, die lange im Gedächtnis bleiben. Dieses Engagement wollen wir ausbauen, um gemeinsam mit Wolfsburger Unternehmen noch mehr für die Bürger dieser Stadt zu tun. +

INFO:

An einer Kooperation mit dem VfL Wolfsburg interessierte regionale Unternehmen können sich an Andre Ebel wenden:
Telefon 05361 8903-637, andre.ebel@vfl-wolfsburg.de

Click & Collect

Wolfsburger Online-Marktplatz für Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie und Kultur

Für Wolfsburgs Einzelhändler ist der erneute Lockdown eine große Belastung. Trotzdem geben viele von ihnen nicht auf. Um weiterhin für ihre Kunden da sein zu können, setzen sie auf das Click-and-Collect-Verfahren. Dabei präsentieren sie ihre Waren via Facebook, Instagram oder auf ihrer eigenen Website und nehmen Bestellungen per Telefon oder E-Mail entgegen. Anschließend holen die Kunden die bestellte Ware am Geschäft ab. Dieses Engagement kommt an!

© Hempel

© HOHLS

HOHLS

Christian Kluge von der Firma HOHLS freut sich über die durchweg positive Resonanz seiner Kunden auf das Angebot, per Click & Collect einkaufen zu können. „Die Kunden freuen sich, dass wir auch während des Lockdowns für sie da sind. Schließlich stecken auch sie in der Bredouille, weil sie dringend etwas benötigen, und sei es ein Geburtstagsgeschenk. Unsere Stammkunden wissen oft genau, was sie wollen und manchmal besser als wir, wo es im Laden zu finden ist.“ Trotz positiver Erfahrungen wird auch Christian Kluge froh sein, wenn er das Geschäft endlich wieder wie gewohnt öffnen kann. „Für unsere Kunden ist das Bummeln, Schauen und Anfassen der Waren wichtig. Wir sind darauf vorbereitet, gleich nach dem Lockdown wieder voll durchzustarten.“

© Archiv photowerk

SPORT 2000

Auch das Sportgeschäft von Eldrid Sode läuft per Click & Collect. „Die Kunden sehen unser Angebot auf Instragram oder unserer Website und kontakten uns per WhatsApp, E-Mail oder Telefon. Wir fragen dann genauer nach und können so den Bedarf eingrenzen. Anschließend holen die Kunden die Sachen kontaktlos bei uns ab und probieren sie gleich vor Ort oder zu Hause aus. Aktuell verkaufen wir viele sogenannte Homeofficehosen (Jogginghosen), aber auch Nordic-Walking-Stöcke, Lauf- und Wanderschuhe sowie Winter-Treckinghosen.“ Nichtsdestotrotz bleibt der persönliche Kontakt wichtig. „Wir kennen unsere Kunden und beraten auch in diesen Zeiten ausführlich, um herauszufinden, was sie genau brauchen. Das geht weit darüber hinaus, nur eine Tüte zu überreichen.“

Weitere Informationen finden Sie online unter
https://marktplatz.wmg-wolfsburg.de/

MODEHAUS HEMPEL

Dr. Annette Hempel vom Modehaus Hempel hat bislang nur gute Erfahrungen mit Click & Collect gemacht. „Wir freuen uns über die Nachfrage und die Kunden sind für unser Angebot dankbar. Wir packen #STAYHOMEFashionbags nach ihren Wünschen und liefern die bestellte Ware nach Hause. Dort können unsere Kunden in Ruhe schauen, welche Stücke zu ihrer Garderobe passen und die Sachen anprobieren. Noch mehr Kunden kommen allerdings direkt vorbei und holen die Ware in unserem Geschäft ab.“ Von den aktuell schwierigen Zeiten lässt sich die Geschäftsführerin nicht unterkriegen. „Ich suche innerhalb des zur Verfügung stehenden Rahmens nach Lösungen und übe mich in Zuversicht.“

DIE SPIELKISTE

Für Bettina Binder war der Start ins Click-and-Collect-Verfahren ein Sprung ins kalte Wasser. „Als der erste Lockdown begann, wusste ich zunächst nicht, wie es weitergehen soll. Dann hat meine Tochter damit angefangen, unser Angebot auf Facebook und Instagram zu präsentieren, wo wir uns mittlerweile ein großes Kunden-Netzwerk aufgebaut haben. Ich selbst stelle unsere Produkte auch auf WhatsApp vor.“ Obwohl Bettina Binder auf diese Weise den Kontakt zur Kundschaft hält, ist das Verfahren für sie kein Modell für die Zukunft. „Mein Herz hängt an meinem Laden, so, wie er ist. Ich will kein Online-Shop werden. Mir ist der Austausch mit den Menschen wichtig.“ +

© WMG Wolfsburg

Wolfsburg in Zahlen

Quelle: Arbeitsagentur Wolfsburg

35 Prozent

mehr Weiterbildungen von Beschäftigten gibt es in Wolfsburger Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr.

Quelle: Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN)

60 Prozent

weniger Übernachtungen gab es im letzten Oktober in Wolfsburg im Vergleich zum Vorjahr.

Zahlen deutschlandweit

Quelle: www.wuv.de/karriere/home

33 Prozent

der Mitarbeiter dürfen laut einer aktuellen repräsentativen Befragung von Appinio und Indeed im Homeoffice arbeiten und tun dies auch.

10 Prozent

der Mitarbeiter haben eine Homeoffice-Erlaubnis, gehen aber trotzdem jeden Tag ins Büro.

Quelle: www.wuv.de/karriere/home

16,9 Prozent

wird der Frauenanteil der Vorstände der 30 Dax-Unternehmen in diesem Jahr erreichen.

Quelle: https://de.statista.com

75 Prozent

Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen die Reiseanbieter 2020 in Deutschland.

Quelle: https://de.statista.com

75 Prozent

der 2020 von Bitkom befragten Unternehmen gaben an, dass sie als Folge der Digitalisierung bestehende Produkte und Dienstleistungen anpassen.

Quelle: Gesellschaft für Informationsdienste der Einzelhandelsverbände mbH, Handelsjournal, Ausgabe 01/2021

60 Millionen

Paketsendungen bewältigte DHL in der Woche vor Weihnachten.

STANDPUNKT+
GILLES NGAMENI

Der Mensch im Mittelpunkt

© privat

Gilles Ngameni ist Geschäftsführer der NgC GmbH. Im Frühling eröffnet sein IKT-Unternehmen mit Schwerpunkt auf Digital Solutions, neben den bestehenden drei Standorten, einen weiteren in Wolfsburg.

Wolfsburg hat als junge Stadt bereits viele Veränderungsprozesse gemeistert und enorme Fortschritte gemacht. Ob Bevölkerungsdichte, Immobilien, Infrastruktur oder Freizeitmöglichkeiten: Das gesamte Umfeld hat sich zum Positiven gewandelt und die Attraktivität der Stadt kontinuierlich gesteigert. Und mit den geplanten Projekten und interessierten Investoren hat die Stadt die besten Voraussetzungen, ein zukunftsfähiger Standort zu sein. Mich begeistert diese Entwicklung sehr, weil sie hervorragende Talente, junge Leute und Familien anzieht. Wolfsburg wird inzwischen als ein lebendiges, multikulturelles Zentrum wahrgenommen. Diese Dynamik macht die Stadt so stark und das freut mich als Unternehmer der IKT-Branche besonders.

Die Firmenphilosophie der NgC GmbH lebt ebenfalls diese Veränderungsdynamik. So setzen wir gemeinsam mit unserem Automotiv-Partner, der 1TNC GmbH, auf eine moderne und nachhaltige Personalpolitik, auf familiäre Atmosphäre und agile Arbeitsformen. Mit dem Schritt, in ein größeres Gebäude in den Heinenkamp II zu ziehen, verbinden wir mehrere Intentionen: Wir wollen unserer Vision „Der Mensch im Mittelpunkt“ ein Heim geben, unsere Ziele der Digitalisierung noch weiter vorantreiben und unsere Innovationsstärke für die Region insgesamt erhöhen.

In diesen Zeiten der Pandemie blicken wir trotz gemischter Gefühle mit viel Optimismus in die nahe Zukunft. Die aktuelle Situation stellt aber Unternehmer wie Mitarbeiter vor komplexe Herausforderungen. Gleichzeitig zeigt sich, wie stark wir als Unternehmen aufgestellt sind und was uns diese Stadt gegeben hat. Wir sind zuversichtlich, dass Wolfsburg noch stärker zurückkehren wird und sich zu einem wichtigen Zentrum für Digitalisierung und fortschrittliche Technologien in Deutschland und Europa entwickeln wird. Dafür müssen wir mutig neue Trends setzen und den gesellschaftlichen Wandeln als Chance verstehen. So schaffen wir zeitgemäße Ansätze für Kommunikation, Marketing und für Möglichkeiten zur produktiven Entfaltung von persönlicher Vielfalt. Ich bin sicher, je mehr wir unsere Prozesse ausrichten auf persönliche Vielfalt, gesellschaftlichen Wandel und Globalisierung, desto besser werden wir auch unsere Kunden von morgen verstehen. Als Unternehmer wollen wir aktiv dazu beisteuern, mehr digitale Räumen zu realisieren für regionale, nationale und internationale Ideen-Austauschprogramme. +

Impressum

Herausgeber
Wolfsburg Wirtschaft
und Marketing GmbH
Geschäftsführer
Jens Hofschröer (verantwortlich),
Dennis Weilmann

Porschestraße 2 | 38440 Wolfsburg
Telefon 05361 89994-12
Telefax 05361 89994-19
wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de
www.wmg-wolfsburg.de

Ausgabe 33
Februar 2021 | Auflage 3.400 Exemplare

Druck
Fischer Druck GmbH
Wilhelm-Rausch-Straße 13
31228 Peine

Kooperationspartner
wolfsburg AG

Wolfsburg AG
Stadt Wolfsburg

Projektkoordination
Jasmin Guss-Klier
Chefredaktion
Wolfsburg Wirtschaft
und Marketing GmbH

Madsack Medien
Ostniedersachsen GmbH & Co. KG
Wolfsburger Allgemeine
Geschäftsführer Gordon Firl

Verantwortlicher Ansprechpartner für Anzeigen
Gordon Firl
Telefon 05171 406-190
g.firl@mmo-niedersachsen.de

Konzept und Redaktion
Thomas Beyer (t.beyer22@icloud.com)
Gesa Walkhoff (Madsack)
Lea Kehring (WMG)
Anke Hummitzsch (Wolfsburg AG)
Julia Streuer (Stadt Wolfsburg)

Creative Board
Thomas Johannes Müller-Rösler
Jasmin Guss-Klier

Layout-Konzept
Marketing Services
Creative Group (MSCG)

Layout
Ulrike Henkel (MMO)
Lena Brunklaus (MMO)

Hinweis
Bilder ohne Atemmasken sind vor der Corona-Pandemie entstanden.

Titelfoto: © Nils Hasenau

Termine & Events

Vom 2. bis zum 5. März

Z – Internationale Zuliefermesse 2021

Online-Messe. Die Zuliefermesse ist eine der führenden internationalen Messen in Europa für Teile, Komponenten, Module und Technologien. Rund 400 Aussteller präsentieren aktuelle Produkte und Dienstleistungen vor allem für den Fahrzeug- und Maschinenbau, aber auch im Bereich Elektrotechnik und Elektronik, Kunststofftechnik und -verarbeitung, Medizintechnik und andere. Weitere Informationen zu Programm und Anmeldung unter www.zuliefermesse.de.

3. März

Expertentag Fördermittel

Kostenlose Telefon-Sprechstunde von 9 bis 12 Uhr. Experten der IHK und der NBank beraten zu öffentlichen Finanzierungshilfen wie Zuschüssen, Bürgschaften, Beteiligungen oder Darlehen ab einem Finanzierungsbedarf von 30.000 Euro. Weitere Termine zum Thema unter www.ihk-lueneburg.de.

Vom 3. bis zum 4. März

Handelskraft 2021

Online-Konferenz zu den Themen Trends, Best Practices und Impulse der Digitalisierung. Unter dem Motto „Digitale Freiheit“ führt die Handelskraft-Konferenz Akteure des Digital Business, Partner sowie langjährige Fans zusammen. Weitere Informationen und Anmeldung unter www.dotsource.de.

10. März

Expertentag Online-Marketing

Kostenlose Telefon-Sprechstunde von 9 bis 12 Uhr. Längst besitzen die meisten Unternehmen eine eigene Website. Doch wird sie von den Kunden auch gefunden? Wird das (Online)-Marketingbudget in die richtigen Maßnahmen investiert? Marketing-Experten geben Antworten auf Fragen rund um das Thema Onlinemarketing und viele praxistaugliche Tipps. Weitere Termine zum Thema unter www.ihk-lueneburg.de.

16. März

Erfolgreiche Frauen haben Mut zur persönlichen Marke

Ort: Haus der Jugend, Kleiststraße 33. In ihrem Vortrag geht die Referentin Saskia Hoog der Frage nach, ob sich Frauen nach den Spielregeln der Männer richten müssen, um beruflich erfolgreich zu sein. Sie präsentiert verblüffende Erkenntnisse darüber, wie frau sich in der Geschäftswelt durchsetzen und dabei selbst treu bleiben kann. Personal Branding als innerer Wachstumsprozess, der nicht nur im Beruf stark macht! Anmeldung unter frauundwirtschaft@wolfsburg-ag.de oder 05361 8972880.

14. April

Expertentag Gründungsidee

Kostenlose Telefon-Sprechstunde von 10 bis 14 Uhr. Erfahrene Berater aus dem Wirtschaftssenioren-Netzwerk beraten Gründungsinteressierte und Gründer kostenlos zu ihrem geplanten Vorhaben und geben hilfreiche Tipps zur Umsetzung ihrer Ideen (keine abschließende Konzeptberatung!).

13. Mai

Hanseraumkonferenz 2021

Die HAKO2021, ausgerichtet von den Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg, findet wegen der Pandemie ausschließlich digital statt und öffnet sich auch für Nicht-Mitglieder. Auf dem Programm stehen virtuelle Betriebsbesichtigungen, Workshops, Seminare, Vorträge, Podiumsdiskussionen mit namhaften Gästen, Kulturveranstaltungen und einiges mehr. Weitere Informationen unter www.hako2020.de.

Die Angaben zu Veranstaltungen entsprechen dem aktuellen Stand bei Redaktionsschluss. Bitte beachten Sie, dass sich aufgrund von Corona Änderungen ergeben können!

LOHNKOSTEN OPTIMIEREN UND DIE LOKALE WIRTSCHAFT UNTERSTÜTZEN!

MIT DER WECARD
ALS STEUERFREIE
SACHZUWENDUNG!*

JETZT ANMELDEN!

wecard-wolfsburg.de

ZUSAMMEN SIND WIR WOLFSBURG

Sparkasse
Celle·Gifhorn·Wolfsburg

WMG

WOLFSBURG