WOLFSBURG+

Das Wirtschaftsmagazin für Wolfsburg · Ausgabe 44

04

STABILER BÜROMARKT MIT ZUKUNFTSPOTENZIALEN

22

EINGESTAUBTES HANDWERK? MATTHIAS STEFFEN IM INTERVIEW

26

GEMEINSAM KÖNNEN WIR VIEL ERREICHEN – MARK ALEXANDER KRACK IM INTERVIEW

TOP-THEMA

Wirtschaftsagenda für Wolfsburg

Thorsten Kausch im Interview

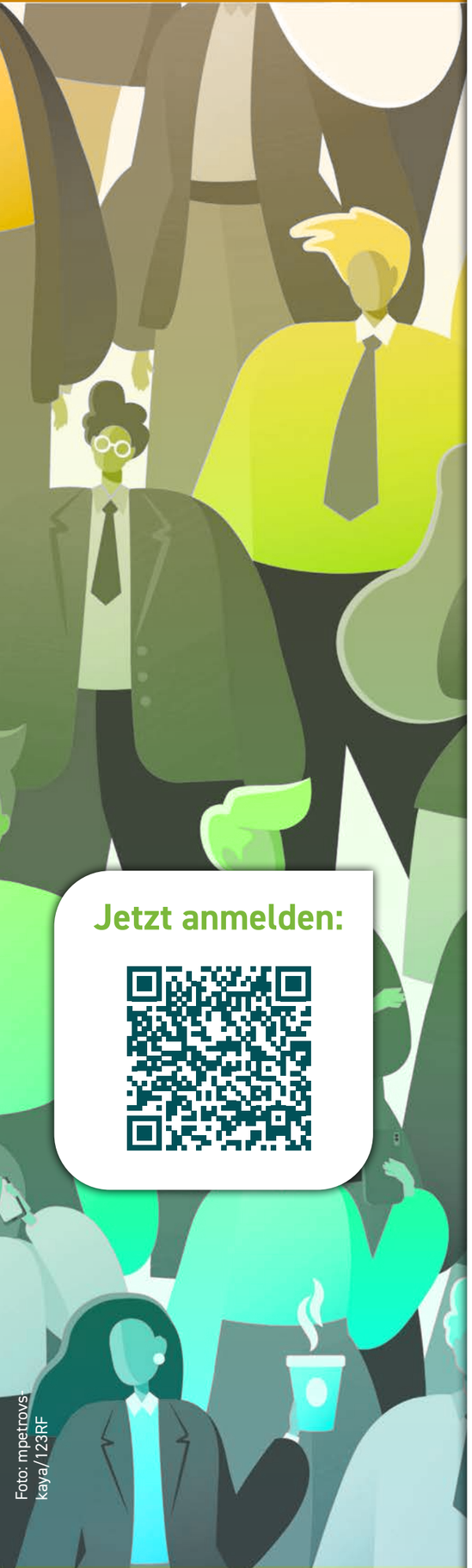


Foto: mpetrovs; kaya/123RF

50% D

KAPAZITÄTEN DER FREIEN STÄNDE

wobJOB

WERDEN SIE TEIL UNSERER ZWEITEN AZUBI- UND ARBEITSMARKTMESSE

am 5. September & online!

Sie sind auf der Suche nach Mitarbeitern, die Ihr Team bereichern?

Dann nutzen Sie die Gelegenheit, um Ihr Unternehmen zu präsentieren und potenzielle Kandidaten persönlich kennenzulernen.

Sie erhalten einen ganzen Tag Präsenz auf der Messe – direkt im Herzen der Wolfsburger Innenstadt, um mit interessierten Bewerbern ins Gespräch zu kommen. Bitte beachten Sie: Es gibt begrenzte Ausstellerflächen – **first come, first serve!**

Wir freuen uns darauf, Sie als Aussteller begrüßen zu dürfen.

Präsentiert durch

AZ WAZ · WMG Für Wolfsburg · Volksbank BRAWO

Anmeldeschluss: 20. Juni 2025, 23:59 Uhr

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

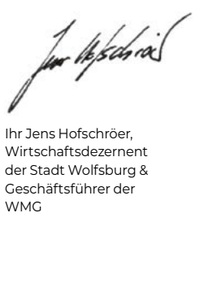
Transformation ist eines der Schlagwörter unserer Zeit und leider kein ein abstraktes Zukunftsszenario. Diese Entwicklung fordert uns als Wirtschaftsregion heraus – technologisch, organisatorisch, menschlich und gesellschaftlich. Umso wichtiger ist es, gemeinsam mit Mut, Klarheit und Innovationsgeist Lösungen zu erarbeiten und die nächsten Schritte zu gehen. Transformation ist kein Ziel – sie ist ein fortlaufender Prozess, in welchem es auch auf das Zusammenspiel von Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Gesellschaft ankommt.

Von Seiten der Stadt Wolfsburg haben wir mit der Wirtschaftsagenda in einem 10-Punkte-Plan Handlungsfelder strukturiert und Aufgaben benannt. Neben der Rolle der Stadtverwaltung als Standortfaktor fokussieren wir Themen wie Standortattraktivität, Innovationen und Mobilität. Mehr zu den Inhalten erfahren Sie im Top-Thema dieser Ausgabe.

Unser aktueller Büromarktbericht zeigt, dass Wolfsburg trotz steigender Bau- und Finanzierungskosten über einen stabilen Büromarkt mit Zukunftspotenzialen verfügt – mehr dazu finden Sie auf der nächsten Doppelseite. Obwohl 2024 rein statisch gesehen das zweitbeste Tourismusjahr für Wolfsburg war, setzen auch hier steigende Kosten die Betriebe stark unter Druck. Gemeinsam gilt es daher, die Strategie für die Destination fortzusetzen und die Qualitäten der Stadt mit überregionalen Kampagnen im MICE-Bereich bekannter zu machen.

Im Heft oder unserem Online-Magazin auf wolfsburgplus.de informieren wir Sie wie gewohnt über Menschen, Projekte und Unternehmen sowie wichtige Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Wolfsburg. Unter anderem erfahren Sie mehr über das Zukunftskonzept Wissenschaft, starke Nahversorgungsprojekte sowie das zukunftsweisende Projekt „Ready4Four“ für die Mobilität von morgen.

Alle Handwerksbetriebe möchte ich an dieser Stelle herzlich zum ersten Wolfsburger Handwerks-Cup im Drachenboot am 5. September einladen. Jetzt wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen und einen schönen Sommer.



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

© Nina Stiller

STANDORT PLUS

4 Stabiler Büromarkt mit Zukunftspotenzialen

STADT+ENTWICKLUNG

6 Zukunftskonzept Wissenschaft

7 Innenstadt im Wandel

8 Die WOBCOM GmbH auf den fiberdays

9 Ausbau des Rechenzentrums der WOBCOM schafft neue Möglichkeiten

10 Nahversorgungsentwicklung in Wendschott

11 Investition in die Nahversorgung in Vorsfelde

MENSCHEN+UNTERNEHMEN

18 Digitale Lösungen aus Wolfsburg

19 Alter Dorfkrug „Am Kanal“

20 Blumenstube Rex

21 Concept-Store Blickfang

22 Eingestaubtes Handwerk? Interview mit Matthias Steffen

24 Ready4Four

26 Gemeinsam können wir viel erreichen - Interview mit Mark Alexander Krack

©Andreas Muhme

TOP-THEMA

12 Wirtschaftsagenda für Wolfsburg: 10 Punkte für eine starke Wirtschaft und mehr Lebensqualität

14 Im Überblick: 10-Punkte-Plan

16 Was ist wirklich essenzielle für die Entwicklung der Destination? Interview mit Thorsten Kausch

28 Internationale Talente gewinnen und halten

SPORT+BUSINESS

30 Lebens.wert

31 Powerplay für die Zukunft

GALERIE

30

STANDPUNKT+

34 Bernd Knaier

HINWEIS ZUM GENERISCHEN MASKULINUM

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

STABILER BÜROMARKT MIT ZUKUNFTSPOTENZIALEN

Nachfrage tendiert zukünftig zu modernen Büroimmobilien

Wandelnde Rahmenbedingungen wie veränderte Arbeitsweisen, hybride Arbeitsmodelle und der Konsolidierungsdruck vieler Unternehmen wirken auf den Büromarkt insgesamt sowie auf die Bedarfe und Anforderungen an Büroimmobilien. Für alle Seiten – von Gebäudeeigentümerin, -nutzerin, Mitarbeitende, aber auch der Stadtentwicklung – entstehen daraus Herausforderungen, die es gemeinsam zu lösen gilt.

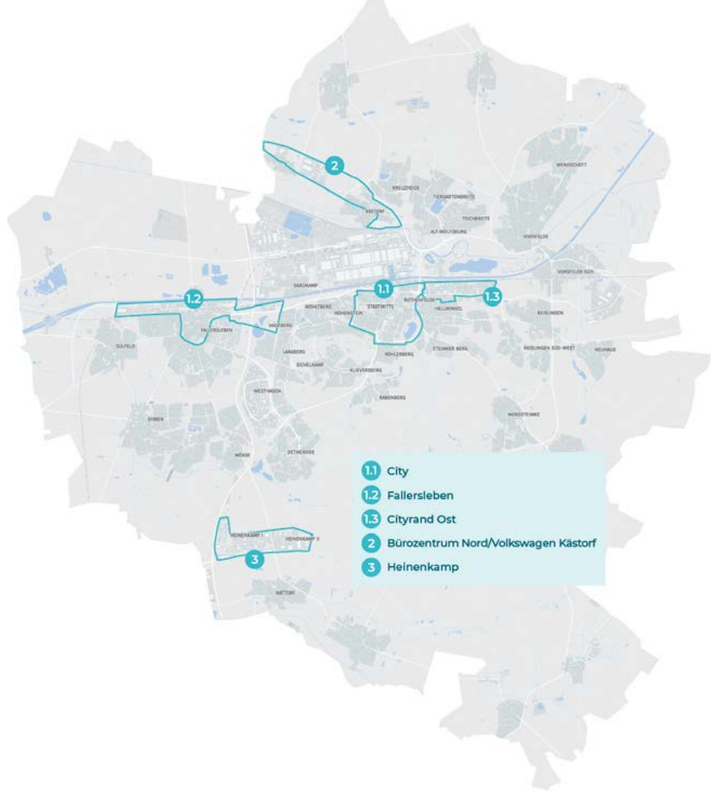
Andreas Völker, Managing Direktor bei BNP Paribas Real Estate Consult (BNPP REC), sagt: „Die aktuelle Entwicklung auf dem deutschen Büroimmobilienmarkt zeigt deutlich, dass keine andere Kennzahl so stark mit der konjunkturellen Entwicklung korreliert wie die Büroflächennachfrage. Zwar sind die positiven und negativen wirtschaftlichen Einflussfaktoren insbesondere im globalen Kontext als sehr vielschichtig und unberechenbar zu beschreiben, insgesamt ist aus heutiger Sicht jedoch von einer allmählichen Erholung im Jahresverlauf 2025 auszugehen."

Wie es sich auf dem Wolfsburger Büromarkt verhält, hat die WMG nun in einem Büromarktbericht veröffentlicht. Gemeinsam mit BNPP REC wurden in einer umfassenden Bestands- und Datenanalyse in 2024 die wesentlichen Parameter zum Büromarkt zusammengetragen und analysiert. Schließlich lag die letzte Vollerhebung mehr als fünf Jahre zurück und der Markt sah sich verschiedenen Krisen und Veränderungen ausgesetzt. „Die aktuelle Erhebung gibt uns einen fundierten Überblick über den Markt, macht Potenziale sichtbar und liefert uns Impulse für zukünftige Entwicklungen", erklärt Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer.

Zur Erhebung des Büroflächenbestands hat die BNPP REC die vorliegenden Daten aus 2018/19 aktualisiert bzw. erweitert, überprüft und ergänzt. Hierfür wurden zunächst Geodaten, das aktuelle 3-D-Gebäudemodell der Stadt Wolfsburg, Hauskoordinaten und Liegenschaftskarten herangezogen. Anschließend folgten eine Recherchephase, Vor-Ort-Besichtigungen aller Büroobjekte und Experteninterviews.

MARKTÜBERBLICK

Insgesamt umfasst der Flächenbestand im lokalen Marktgebiet 607 Büroobjekte mit einer Bruttogeschossfläche von über einer Million Quadratmetern. Rund die Hälfte des Büroflächenbestands befindet sich in modernen Gebäuden. Gemessen an der Anzahl der Büroobjekte ergibt sich jedoch ein deutlich niedrigerer Anteil moderner Gebäude von nur knapp einem Viertel. Somit verteilt sich ein hoher Anteil des modernen Flächenvolumens auf relativ wenige Immobilien.



Die Entwicklung des Büromarktes ist eng mit der Wirtschaftsstruktur und der städtischen Attraktivität verbunden. Wolfsburg steht für Wirtschaftsstärke und wirtschaftliche Prosperität. Im Büroflächenbestand zeigt sich dies vor allem am hohen Anteil des Flächenvolumens von Single-Tenant-Büroobjekten. Multi-Tenant-Büroobjekte mit einer modernen Gebäudequalität, die vielerorts im Fokus der Nachfrage stehen, kommen in Wolfsburg hingegen auf einen Anteil von nur 25 Prozent. Insgesamt ist der Büroflächenbestand im Marktgebiet mit einer durchschnittlichen Flächen pro Objekt von 1.500 m² als kleinteilig zu bewerten.

TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

Gefragt sind Büroflächen in zentraler Lage. Zukünftig werden sie sich vermehrt von der Peripherie ins Zentrum verlagern. Folgerichtig ist eine Marktspreizung zu beobachten: Mieten in modernen Gebäuden mit guter Erreichbarkeit steigen, während sie sich für Flächen in Randgebieten und mit weniger hoher Gebäudequalität eher verringern. Bei der Mietpreisentwicklung zeichnet sich ein weiteres Mietpreiswachstum ab. Die Spitzenmieten für neue, ESG-konforme Flächen liegen heute in der Innenstadt bereits jenseits der 20-€-Marke. Die Leerstandsquote bewegt sich mit 4,5 Prozent auf einem niedrigen durchschnittlichen Niveau.

ZUKUNFTSPOTENZIALE

Wissend der Transformationsprozesse im Automotive-Sektor sorgt die Stadt Wolfsburg u. a. durch den Ausbau des Innovationsstandorts für eine Steigerung der wirtschaftlichen Resilienz. Ein damit einhergehender erhöhter Bedarf an zentral gelegenen, modernen und gut ausgestatteten Büroflächen hebt bestehende Potenziale für den Teilmarkt Innenstadt hervor. Vorhandene Büroflächen können bedarfsgerecht modernisiert oder entsprechende Flächen bei Neubauprojekten einbezogen werden. Die Innenstadtprojekte BRAWO Arkaden, BRAWO City und das Nordkopfquartier Mitte setzen hier bereits an. „Die Marktanalyse bestätigt einen stabilen Büromarkt und zeigt, dass die zeitnahe Realisierung der Innenstadtprojekte für die Entwicklung Wolfsburgs als attraktiver Bürostandort in mehrfacher Hinsicht eine Chance ist", betont Jens Hofschröer.

Andreas Völker ordnet die Ergebnisse für Wolfsburg ein: „Wolfsburg profitiert von einer klaren Profilierung der Wirtschaftsstruktur. Durch den sich fortsetzenden Transformationsprozess entsteht bei globalen Playern wie Volkswagen ein erhöhter Nachfragedruck nach modernen Arbeitswelten in den besten Mikrolagen des Wolfsburger Büromarktes. Umso wichtiger ist es, dass diese Nachfrageimpulse auf ein entsprechendes Angebot treffen, wozu die umfangreichen Projektentwicklungen in zentralen Lagen einen bedeutenden Beitrag liefern dürften. Im Standortvergleich sieht sich Wolfsburg als attraktiver Arbeitsstandort auch in Zukunft sehr gut aufgestellt." +

Kontakt
WMG Wolfsburg
Nicki Karoß und Nadine Wolters
E-Mail: wirtschaftsfoerderung@wmg-wolfsburg.de

Der vollständige Büromarktbericht für Wolfsburg 2024 findet sich hier:

ZUKUNFTSKONZEPT WISSENSCHAFT

STADT WOLFSBURG GIBT MIT NEUEM KONZEPT IMPULSE FÜR DIE STADTENTWICKLUNG

Wolfsburg will sich auch zukünftig als attraktiver Standort für Wissenschaft, Forschung und Bildung positionieren. Dazu wurde das „Zukunftskonzept Wissenschaft in Wolfsburg“ entwickelt. Es definiert einen gemeinsamen Handlungsrahmen für wissensbasierte Vorhaben sowie Projekte und die Stadtentwicklung soll sich mit der Wissenschaft enger verknüpfen. Schließlich ist Wolfsburg ein bedeutender Standort für industrielle Forschung und liegt inmitten eines regionalen Clusters der Mobilitätswirtschaft.

EIN KONZEPT MIT STRATEGIE UND STRUKTUR

Die Stadt ist nicht nur ein Wohn- und Lebensort, sondern vor allem für Studierende ein urbaner Anziehungspunkt. Besonders im Bereich der Wissenschaft zeichnet sich eine vielversprechende Entwicklung ab.
Bereits im Jahr 2021 hatte der Rat der Stadt Wolfsburg die Verwaltung aufgefordert, ein Konzept zur engeren Verzahnung und Stärkung der wechselseitigen Beziehungen zwischen Stadt- und Hochschulentwicklung zu erarbeiten. Ein erster Meilenstein in Richtung Umsetzung war die im Januar 2025 unterzeichnete Kooperationsvereinbarung zwischen der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften und der Stadt Wolfsburg.

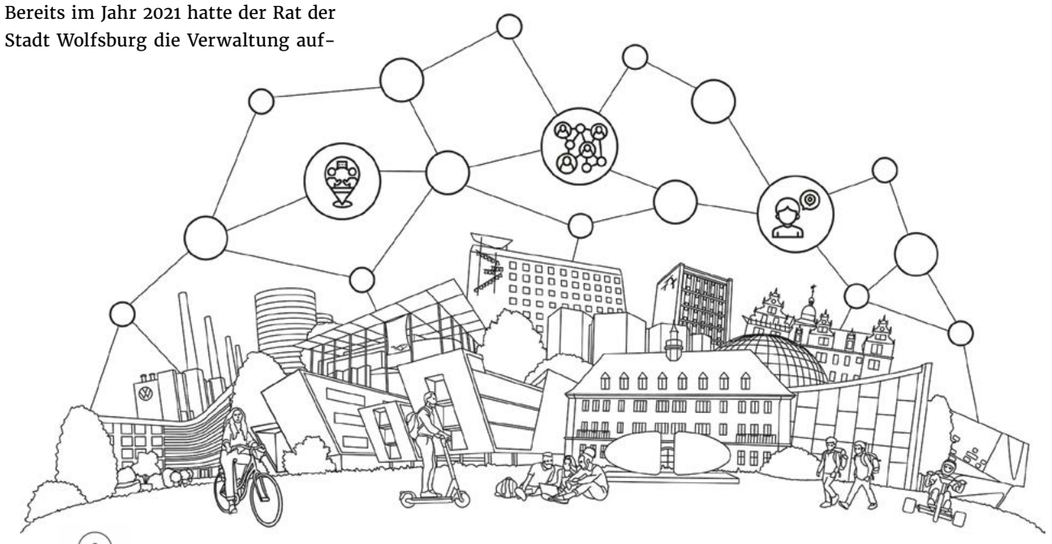
Es ist geplant, mit der Open Hybrid LabFactory (OHLF) als Forschungskern einen gemeinsamen Campus Wolfsburg als Universitäts- und Innovationscampus für Circular Economy-Technologien zu errichten. Dieser soll von der TU Braunschweig, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Fraunhofer-Gesellschaft, Volkswagen AG und der Stadt Wolfsburg getragen werden.

Das wissenschaftliche Ökosystem in Wolfsburg basiert auf einer Vielzahl verschiedener Lernorte. Dazu zählen unter anderem die publikumsstarken Leuchttürme wie das phaeno, die Autostadt und das Planetarium.

Hinzu kommen die hervorragenden Entwicklungen an der Gesundheitsfakultät der Ostfalia, am Medizincampus am Klinikum Wolfsburg sowie an der Programmierschule 42 Wolfsburg.

NÄCHSTE SCHRITTE

Dem Konzept zufolge gibt es nicht nur strategische Ziele, sondern auch bereits konkrete Umsetzungsbausteine. Das Zukunftskonzept Wissenschaft in Wolfsburg geht nun in die politische Beratung und wurde dem Bildungsausschuss am 27. Mai vorgestellt. In seiner Sitzung am 18. Juni trifft dann der Rat der Stadt Wolfsburg seine Entscheidung. +



© Stadt Wolfsburg

Das Konzept zahlt auf den 10-Punkte-Plan zur Stärkung der Wolfsburger Wirtschaft ein.

INNENSTADT IM WANDEL

WIE DIE BRAWO ARKADEN DAS ZENTRUM NEU BELEBEN

Wer heute durch die Porschestraße geht, spürt es noch nicht konkret – aber hier entsteht bald ein neues Kapitel Wolfsburger Stadtgeschichte. Zwischen dem Hauptbahnhof und dem Herz der Innenstadt wächst in den kommenden Jahren ein urbanes Projekt, das weit mehr sein will als ein klassisches Bauvorhaben: Die BRAWO Arkaden sollen zu einem lebendigen Zentrum werden, das Einkaufen, Arbeiten, Wohnen und Verweilen neu denkt – und Wolfsburgs Innenstadt mit frischer Energie erfüllt.
„Mit einem neu aufgestellten Bebauungsplan schaffen wir die Voraussetzung dafür, dass die Volksbank BRAWO ihr Großbauprojekt erfolgreich umsetzen kann. Damit kommen wir unserem großen Ziel wieder ein Stück näher, die Innenstadt für uns Wolfsburgerinnen und Wolfsburger, aber auch für Gäste unserer Stadt lebendiger und attraktiver zu gestalten“, betont Oberbürgermeister Dennis Weilmann.

So werden die BRAWO Arkaden in der Porschestraße 60–66 später aussehen.
Illustration: © STRUCTURE LAB Architekten/loomn 3D Visualisierungen

NEUE PERSPEKTIVEN ZWISCHEN SCHILLERSTRASSE UND PORSCHESTRASSE

17.000 Quadratmeter Einzelhandel und Gastronomie, dazu rund 11.000 Quadratmeter für Wohnen, Büros und Gesundheitsangebote – auf dieser Fläche entstehen nicht nur neue Gebäude, sondern Impulse für die Stadtentwicklung. Die BRAWO Arkaden sollen die Innenstadt als Magnet stärken, auch über die Stadtgrenzen hinaus. Geschäftsreisende, Besucher, Familien und Studierende: Sie alle sollen künftig Gründe haben, länger zu bleiben.
„Es geht um weit mehr als Architektur“, erklärt Claudia Kayser, Direktorin der Volksbank BRAWO. „Wir möchten Orte schaffen, die Menschen berühren. Orte, an denen man sich gerne aufhält – sei es beim Einkaufen, in der Mittagspause oder einfach auf dem Weg nach Hause.“ Die Volksbank BRAWO ist nicht nur Bauherrin, sondern auch Impulsgeberin – mit einer Vision, die die BRAWO Arkaden mit der Stadt verzahnt. Die Innenstadt ist damit nicht nur ein Ort des Handels, sondern der Identifikation. „Mit den BRAWO Arkaden schafft die Volksbank BRAWO ein neues Stück Stadt, das Menschen zusammenbringt, Aufenthaltsqualität bietet und Wolfsburg nach innen wie außen attraktiver macht“, erläutert Claudia Kayser weiter.

MITTEN IM STADTLEBEN – UND DOCH NACHHALTIG GEPLANT

Das Vorhaben wird in mehreren Bauabschnitten realisiert. Zunächst sollen ab Mitte 2025 die Bestandsgebäude an der Porschestraße 60–66 weichen. Für diesen ersten Bauabschnitt sind bis zu zweieinhalb Jahre Bauzeit vorgesehen. Während dieser Zeit werden die Planungsgrundlagen für nachfolgende Bauabschnitte in den BRAWO Arkaden vorbereitet und mit potenziellen Nutzungen und Bedarfen derart konkretisiert, sodass eine Basis für eine weitergehende Bauantragstellung und nachgelagerte Realisierung geschaffen werden kann. Für Claudia Kayser ist diese Staffelung auch ein Zeichen der Verantwortung: „Wir achten auf Verträglichkeit. Kleine Bauabschnitte bedeuten weniger Belastung für Anwohner, Händler und Besucher der Innenstadt.“

Auch städtebaulich zeigt sich das Projekt sensibel: Eine gestaffelte Höhenentwicklung orientiert sich an der bestehenden Bebauung, ökologische Aspekte wie Schallschutz, Klimaökologie oder Luftqualität wurden von Anfang an in zahlreichen Gutachten berücksichtigt.

BRAWO ARKADEN ALS BAUSTEIN EINES GRÖSSEREN WANDELS

Mit dem Satzungsbeschluss und dem städtebaulichen Vertrag ist der rechtliche Rahmen geschaffen. Was am Ende entsteht, ist mehr als ein Bauprojekt: Die BRAWO Arkaden sind ein Symbol für den Wandel einer Stadt – zwischen Alltag und Aufbruch, Tradition und Moderne. +

Das Projektvorhaben zahlt auf den 10-Punkte-Plan zur Stärkung der Wolfsburger Wirtschaft ein.

DIE WOBCOM GMBH AUF DEN FIBERDAYS

NEUE IMPULSE SETZEN UND GEWINNEN

Das Wolfsburger Unternehmen WOBCOM agiert als Tochterfirma der Stadtwerke Wolfsburg AG in den Bereichen Telekommunikation, Konnektivität und Vernetzung in Wolfsburg und der Region. Auf der internationalen Digital- und Glasfasermesse „fiberdays“ in Frankfurt wurden spannende Einblicke generiert, Netzwerke erweitert und zukünftige Konzepte der Branche thematisiert. Ausgerichtet von der BREKO Servicegesellschaft mbH war die WOBCOM als Gründungsmitglied des BREKO Bundesverbandes Breitbandkommunikation e. V. dieses Jahr mit einem Stand auf der Messe vertreten. Die Mitarbeiter referierten außerdem auf den Bühnen der Messe als Impulsgeber der Branche.

GEMEINSAM DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Im Zuge eines Strategiepanels wurden zukunftsfähige Methoden der Branche diskutiert – mit der Essenz, dass langfristige Partner für die Umsetzung und Weiterentwicklung innovativer Konzepte unverzichtbar seien. Die WOBCOM zeigt sich als Vorreiter in Bezug auf brancheninterne Partnerschaften und hat dessen Potenzial früh erkannt. Gemeinsam mit der Lünecom Kommunikationslösungen GmbH konnten zusätzlich zur regionalen Versorgung Gebiete im Landkreis Helmstedt erschlossen und mit Glasfaser ausgestattet werden. Im Zuge einer weiteren Partnerschaft mit Deutsche Glasfaser können die Netze geöffnet werden, damit die Kunden die Möglichkeit haben, über die Wahl ihres Internetanbieters frei entscheiden zu können.

Auf der Green Plaza fand ein weiteres Projekt der WOBCOM in Kooperation mit SELOCA zum Thema Nachhaltigkeit Platz. Im Zuge des Router-Refurbishmentkonzeptes „Green Router“ werden Gebrauchtgeräte so aufbereitet, dass sie sich kaum von Erstgeräten unterscheiden – so können nicht nur Ressourcen gespart, sondern auch Qualität gewährleistet werden. Der Erhalt wertvoller Technik, die ein zweites Leben erhält, steht im Vordergrund des effizienten und nachhaltigen Vorreiterprojektes.

SMART CITY

Auf der Agenda standen außerdem zukunftsorientierte Themen wie beispielsweise eine moderne Infrastruktur, die als Basis für datengetriebene Services im Rahmen von Smart-City-Konzepten eine reibungslose Nutzung von Anwendungen wie Apps ermöglicht. Im Zuge des Smart-City-Panels war auch Oberbürgermeister Dennis Weilmann vertreten, der den flächendeckenden Ausbau des Glasfasernetzes gemeinsam mit der WOBCOM in Wolfsburg als Teil eines innovativen Standorts thematisierte. Der Weg in eine Smart City sei geebnet – dazu trägt die WOBCOM auch mit der Ausführung und Weiterentwicklung der „Offenen Digitalen Plattform“ bei, die als Grundlage für die zukunftsweisenden Anwendungen wie der Wolfsburg-App dient.

Die Teilnehmer der WOBCOM ziehen nach zwei erfolgreichen Messetagen ein positives Fazit und bedanken sich für die zahlreichen Besuche am eigenen Stand, die spannenden Gespräche und bereichernden Impulse. +

Dalibor Drezniak (Geschäftsführer WOBCOM) begrüßt mit seinem Team Dennis Weilmann (Oberbürgermeister Stadt Wolfsburg) und Dr. Sascha Hemmen (Geschäftsbereichsleiter Smart City und IT-Services) an dem WOBCOM-Stand bei den fiberdays 2025. © WOBCOM

AUSBAU DES RECHENZENTRUMS DER WOBCOM SCHAFFT NEUE MÖGLICHKEITEN

Jan Marienfeldt im Rechenzentrum © WOBCOM

Kühlanlage auf dem Dach des Nordkopf Tower © Philipp Ziebart

Die IT-Infrastruktur eines Unternehmens gilt mittlerweile als höchstes Gut, das immer komplexer wird. Die Menge an Daten steigt, die Vorkehrungen für Datenschutz und Sicherheit werden immer aufwendiger. Damit nicht jeder Betrieb ein eigenes Rechenzentrum integrieren muss, kann die Informationstechnik in Co-Location-Datacenter wie das Rechenzentrum der WOBCOM im Wolfsburger Nordkopf Tower ausgelagert werden.

Das Rechenzentrum wird zum einen für die Unterbringung der Glasfasern lokaler Kunden genutzt und zum anderen, um ein neues Geschäftsmodell durch die Vermietung zu erschließen. Im Wolfsburger Nordkopf Tower sind insgesamt acht Etagen für das Datacenter eingeplant, von denen vier bereits fertiggestellt sind und vermietet werden. Der fünfte Raum befindet sich derzeit aufgrund von neuen Kundenanfragen im Ausbau und wird in Zukunft Technik von „Host-Unlimited.de“ beherbergen, einer Marke der Bieber IT GmbH mit Schwerpunkt auf Cloud und Gamehosting, die sich im Zuge der Anmietung am Standort Wolfsburg vergrößert. Im Zentrum befindet sich außerdem Technik von Google und Netflix, die die Ladezeiten für die Wolfsburger beim Serien- und Filmstreaming verkürzt.

Mittlerweile hat sich der Standort zu einem zentralen Datenaustauschpunkt in der Region etabliert, da viele Kunden zur Anmietung auch die Anbindung an weitere Städte benötigen. So haben mehrere nationale und internationale Netzbetreiber mittlerweile Anbindungen an ihr Netz aus dem Rechenzentrum der WOBCOM geschaffen. Das Rechenzentrum beherbergt den SON-IX, den Süd-Ost-Niedersachsen Internetexchange, der als lokaler Internetknoten für die Region fungiert. Dadurch können Kunden ihre Server und Daten in der Region behalten, ohne lange Wege zurücklegen zu müssen. Durch die Daten vor der Haustür werden Echtzeitanwendungen möglich gemacht. Das deutschlandweite Weitverkehrsnetz der WOBCOM mit Standorten in den wichtigsten Rechenzentren sorgt dafür, dass Glasfaseranschlüsse an alle wichtigen Knotenpunkte jederzeit auf Abruf verfügbar sind.

Auf einer Etage befinden sich 15 Serverschränke mit jeweils 47 Höheneinheiten, die mit bis zu 20 kW an Strom versorgt werden können. Die zahlreichen Zertifizierungen belegen hohe Sicherheitsstandards im Rechenzentrum: Die Versorgung wird durch Redundanz in der Glasfaser- und Stromversorgung sichergestellt. Für den zuverlässigen Betrieb von Serversystemen werden die Räume präzise klimatisiert. Ein autarkes Notstromaggregat sorgt bei einem Ausfall der Stromversorgung für einen unterbrechungsfreien fortlaufenden Betrieb und die entstandene Abwärme kann nachhaltig für die Beheizung genutzt werden.

BASIS FÜR WEITERENTWICKLUNG

Das Rechenzentrum gilt als Grundlage für die Weiterentwicklung der WOBCOM und somit auch der Stadt Wolfsburg. Es wird dafür gesorgt, dass das Angebot neben den klassischen Angeboten wie Telekommunikation, Internet und Glasfaser um die IT-Auslagerung ergänzt wird. Außerdem werden hier zukunftsrelevante Projekte wie die Offene Digitale Plattform und Move-ID vorangetrieben. Das Projekt Move-ID, bei dem die WOBCOM Projektpartner war, zeigt, dass mit einer stabilen Verbindung Fortschritte und Innovationen wie die Telemedizin möglich sind. +

NAHVERSORGUNGS-ENTWICKLUNG IN WENDSCHOTT

ALDI BAUT NEUEN MARKT MIT NACHHALTIGER HOLZRAHMENBAUWEISE

Visualisierung des Innenbereichs mit Holzständerbauweise © ALDI Nord Deutschland

Im Nordosten des Stadtgebiets entwickelt sich der Stadtteil Wendschott mit großem Wohnungsbau weiter. Entscheidend für die Wohn- und Lebensqualität vor Ort ist die Versorgung mit Dingen des täglichen Bedarfs. In der Alten Schulstraße stellt ein Markt von ALDI Nord seit vielen Jahren die wohnortnahe Versorgung sicher. Doch mit den Entwicklungen im Umfeld erhöhen sich auch die Ansprüche der dort lebenden Menschen.

Als Reaktion darauf reißt ALDI aktuell den bestehenden Markt ab und ersetzt diesen am selben Standort durch eine moderne Fläche mit rund 1.300 m² Verkaufsfläche. Die Neueröffnung ist zu Ende November 2025 geplant. Dabei wird der Gebäudekörper um 90 Grad gedreht und zur Alten Schulstraße geöffnet. Dank modernster Technik wird der Markt energetisch auf dem neuesten Stand sein: Die neue Filiale wird mit einer energiesparenden LED-Beleuchtung ausgestattet. Insgesamt wird das Gebäude ohne fossile Brennstoffe auskommen.

Auch bei den Baustoffen setzt ALDI Nord auf Nachhaltigkeit. „Bei Neubauten frei stehender Filialen wie dem Markt in Wendschott setzen wir verstärkt auf Materialien, die nach der Lebensdauer eines Marktgebäudes schnell und einfach dem Recyclingkreislauf zurückgeführt werden können“, berichtet Rouven Gercke, Leiter Immobilien und Expansion bei der für Wolfsburg zuständigen ALDI Regionalgesellschaft Sievershausen. So besteht die Außenfassade aus Lochblech, die bei einer möglichen Demontage leicht zurückgebaut und in anderen Bauten weiterverwendet werden kann. Rouven Gercke ergänzt: „Mit Holz setzen wir zudem auf einen Baustoff, der mit seiner ansprechenden Optik punktet und für ökologisches Bauen steht.“

Den neuen Markt gestaltet ALDI im Zuge der Modernisierung des gesamten Filialnetzes nach ihrem aktuellen Filialkonzept. Der Fokus liegt auf einer hellen und freundlichen Einkaufsatmosphäre. Die Kunden erwartet eine frische Auswahl an rund 120 Obst- und Gemüseartikeln, täglich frische Backwaren sowie das bekannte Sortiment, das bis zu rund 87 Prozent aus den ALDI. Eigenmarken besteht und bis zu dreimal wöchentlich wechselnde Aktionsartikel umfasst. Mit einem Zeltverkauf in Vorsfelde, An der Meine 10, überbrückt ALDI die Bauzeit ab Juli 2025.

Das Vorhaben basiert auf den Aussagen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Wolfsburg, das die Leitlinien der Nahversorgungsentwicklung festlegt und federführend von der WMG erarbeitet wurde. Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren bei der WMG, sagt: „Die Neuaufstellung von ALDI in Wendschott ist ein wichtiger Schritt zur Sicherung und Entwicklung einer zeitgemäßen und zukunftsfähigen Nahversorgung.“ Die Wirtschaftsförderung der WMG steht ALDI im gesamten Prozess unterstützend zur Seite und vermittelt mit den zuständigen Fachabteilungen der Stadtverwaltung. +

Visualisierung des Neubaus © ALDI Nord Deutschland

INVESTITION IN DIE NAHVERSORGUNG IN VORSFELDE

EDEKA BAHRS BAUT DRÖMLING-CENTER IN E-CENTER UM

Marco und Maurice Bahrs

Vor mehr als 25 Jahren eröffnete an der Neuhäuser Straße in Vorsfelde das Drömling-Center. Für die Inhaber Marco und Maurice Bahrs war es daher an der Zeit für Sanierungs- und Renovierungsmaßnahmen. Größtenteils im laufenden Betrieb haben sie das Gebäude umgebaut und Anfang April unter neuem Namen eröffnet. Das modernisierte E-Center Bahrs stellt sich somit neu auf.

Bereits von außen wird die Umgestaltung der Fassade und des Eingangsbereichs sichtbar. Im Innenbereich sind leer stehende Ladenflächen mit der Fläche des alten EDEKA-Markts verschmolzen, sodass ein moderner Lebensmittelmarkt mit zeitgemäßer Ausstattung entstehen konnte. Die Verkaufsfläche hat sich mehr als verdoppelt. Mehr Fläche schafft auch mehr Platz für weitere Produkte. Auf rund 2.200 m² kann das E-Center nun ein deutlich attraktiveres Angebot schaffen. Neben dem herkömmlichen Sortiment hält der Nahversorger Frischetheken mit Käse, Fleisch und Fisch, Backwaren in einem Bake-off-Bereich sowie eine Sushi-Station bereit. Für die Kunden wird der Einkauf noch komfortabler: Wer Einkaufen ohne Auspacken und Warten an der Kasse bevorzugt, kann den EASY Shopper nutzen und die Artikel schon während des Gangs durch die Regale scannen und in den Einkaufswagen legen.

Auf weiteren rund 300 m² findet sich das Café Bahrs mit Sitzplätzen im Innen- und Außenbereich. „Das Café ist unser Schmuckstück und lädt in gemütlichem Ambiente zum Verweilen ein“, erzählt Marco Bahrs. Geplant ist das Angebot eines Mittagstischs mit drei Gerichten und eine Sonntagsöffnung. „Das ist jedoch nur mit weiterem Personal machbar. Wir sind daher aktuell aktiv auf der Suche“, berichtet der Inhaber.

Auch auf dem Parkplatz wird mehr Platz geschaffen. Zu den bisherigen 120 Stellplätzen kommen 26 weitere hinzu und die Volksbank BRAWO, die ehemals auch eine SB-Geschäftsstelle im Drömling-Center betrieben hat, wird einen Geldautomaten aufstellen.

„Insgesamt haben wir rund acht Millionen Euro in die Modernisierung investiert“, erklärt Marco Bahrs. Davon seien fünf Millionen für den Umbau des Gebäudes und drei Millionen für den Innenausbau geplant – mit Unterstützung der EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH.

Bereits während der Bauarbeiten erhielt die Wirtschaftsförderung der WMG einen Einblick hinter die Kulissen. Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren bei der WMG, sagt: „Für die Vorsfelder Südstadt nimmt das neu gestaltete E-Center als Nahversorgungszentrum und gesellschaftlicher Treffpunkt eine wichtige Rolle ein. Edeka Bahrs setzt mit dem Umbau ein starkes Zeichen für die Zukunft des Standorts und trägt maßgeblich zur Qualitätssicherung der Nahversorgungsentwicklung bei.“ +

WIRTSCHAFTSAGENDA FÜR WOLFSBURG

10 Punkte für eine starke Wirtschaft und mehr Lebensqualität

Oberbürgermeister Dennis Weilmann und Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröer

Entstanden 1938 unter dem Namen „Stadt des KdF-Wagens“ war die 1945 in Wolfsburg umgetaufte Stadt von Beginn an durch die Automobilindustrie geprägt und ist bis heute bekannt für ihre Wirtschaftsstärke. Um weiterhin eine stabile Wirtschaftlichkeit vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen deutschlandweit sowie innerhalb der Volkswagen AG zu gewährleisten, haben Oberbürgermeister Dennis Weilmann und Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröer eine Agenda zur Stärkung der Wolfsburger Wirtschaft erarbeitet, die zehn relevante Punkte aufführt und Handlungsfelder strukturiert. Was funktioniert bereits gut und in welchen Bereichen besteht Handlungsbedarf?

Die Wirtschaftsagenda deckt die zentralen Aspekte einer lebenswerten, zukunftsorientierten Stadtentwicklung ab: Von der Wirtschaftsfreundlichkeit und Lebensqualität der Stadt, des Ausbaus als Innovationsstandort über den Zusammenhalt bis zum Einfluss auf der politischen Ebene wird die Stadtverwaltung zukünftig bereits bestehendes Potenzial weiter ausschöpfen und Maßnahmen, Projekte und Schwerpunkte setzen, um für die kommenden Jahre wichtige Weichen zu stellen. Dabei steht die Stadt Wolfsburg weiterhin als Heimat und vor allem als verlässlicher Partner an der Seite von Volkswagen. „Wolfsburg ist und bleibt der wirtschaftliche Motor der Region und des Landes. Als Stadt Wolfsburg werden wir den Mittelstand, die lokale Wirtschaft und Volkswagen auch künftig bestmöglich unterstützen“, begründet Oberbürgermeister Dennis Weilmann die Wirtschaftsagenda.

Die Handlungsfelder orientieren sich außerdem maßgeblich an den Bedürfnissen der Menschen: Aus der im Auftrag der WMG von der LQM Marktforschung GmbH in 2022 durchgeführten Imageanalyse geht hervor, dass es den Wolfsburgern an einer lebenswerten Innenstadt fehle, wohingegen das grüne Stadtbild als positiv bewertet wird. Wolfsburger und Gäste empfinden insbesondere die Autostadt, die Designer Outlets Wolfsburg und den Allerpark als bereichernde Freizeitangebote. Überregional hat die Stadt ein wirtschaftsstarkes Image und ist vielen Befragten durch den Volkswagen-Konzern bekannt. Insbesondere die Teilnehmenden aus dem lokalen Umfeld sehen weiteres Potenzial in der Positionierung als innovative, zukunftsorientierte und weltoffene Stadt. Mit der Veröffentlichung des 10-Punkte-Plans stellt sich die Stadt Wolfsburg wirtschaftlich zukunftsfähig auf, um künftig zusammen mit Politik und Gesellschaft ein lebenswertes, wirtschafts- und innovationsfreundliches Umfeld am Standort Wolfsburg zu schaffen. „Wir erleben derzeit viele Umbrüche und Unsicherheiten, die unmittelbaren Einfluss auf die Wirtschaftsstruktur unserer Region haben. Wir wollen daher bestmögliche Bedingungen für alle schaffen – seien es junge Gründer, Familienunternehmen oder Konzerne und ihre Mitarbeitenden, die in unserer Stadt etwas bewegen und einen Beitrag zu Beschäftigung, Wachstum und Innovation leisten können“, beschreibt Wirtschaftsdezernent und WMG-Geschäftsführer Jens Hofschröer.

Einer der zentralen Punkte der Wirtschaftsagenda ist die Wirtschafts- und Bürgerfreundlichkeit. Schließlich gilt es, die Services der Stadtverwaltung als maßgeblichen Standortfaktor zu verstehen. Das bedeutet auf der einen Seite den direkten Draht zu intensivieren und auf der anderen Seite Schnittstellen innerhalb der Verwaltung zu optimieren und zu digitalisieren. Gleichzeitig sollen Wirtschaftsflächen bedarfsgerecht zur Verfügung gestellt und aufbauend auf der bestehenden Forschungs- und Innovationskraft Wertschöpfungspotenziale gehoben werden. Ziel ist es, dass Unternehmen und Investoren beste Rahmenbedingungen zur Realisierung ihrer Projekte in Wolfsburg vorfinden und ein prosperierendes Umfeld entsteht.

Oberbürgermeister Dennis Weilmann und Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröer fokussieren Zusammenhalt und Unterstützung seitens der Stadtverwaltung und innerhalb der Gesellschaft, denn nur mit dem gemeinsamen Verständnis, sich als Teil der Lösung zu betrachten, können notwendige Schritte umgesetzt werden.

Einen näheren Einblick zu den Inhalten der Wirtschaftsagenda zur Stärkung der lokalen Wirtschaft findet sich auf der folgenden Seite.

IM ÜBERBLICK

10-PUNKTE-PLAN

1: VORREITER FÜR WIRTSCHAFTSFREUNDLICHKEIT

STATUS QUO: Repräsentative Unternehmensbefragungen am Standort zeigen, dass das Verständnis für betriebliche Zusammenhänge und effizientes Handeln ausbaufähig ist. Um attraktive Rahmenbedingungen für unternehmerische Entscheidungen zu schaffen, sind digitalere und effizientere Strukturen in der Verwaltung sowie eine noch stärkere Serviceorientierung notwendig.

MASSNAHMEN:

- Modernisierung der Organisation strukturen der Stadtverwaltung in den Bereichen Digitalisierung und Flächenmanagement
- Neuorganisation der Aufgabenbereiche Smart City und IT-Services innerhalb des Wirtschaftsdezernates seit Anfang des Jahres 2025
- Effizientes Gewerbeflächen- und Gebäudemanagement in enger Verzahnung zur Wirtschaftsförderung

Ziel: Spürbare Beschleunigung wirtschaftsrelevanter Prozesse innerhalb der Verwaltung mit nachhaltiger Wirkung auf Unternehmen und potenzielle Investoren.

2: ERHALTUNG UND WEITERENTWICKLUNG DER STÄDTISCHEN QUALITÄT

STATUS QUO: Der Unternehmensbefragung der WMG zufolge schätzen die befragten Unternehmen die Lebensqualität in der Stadt, bewerten aber die Innenstadtentwicklung als besonders negativ. Das Entwicklungskonzept Innenstadt fokussiert mit der Roadmap acht Projekte, die innerhalb der nächsten zwei Jahre umgesetzt werden.

MASSNAHMEN:

- Weiterentwicklung der Erbbaurechtsstrategie für die Innenstadt
- Unterstützung der Gründung einer privaten Quartiersgemeinschaft im Kaufhof durch die Eigentümerinnen
- Unterstützung privater Investitionen im Allerpark v. a. im gastronomischen Bereich zur Stärkung der Angebotsvielfalt
- Schaffung von modernem Wohnraum in der Innenstadt
- Ausbau von grünen und Smart-City-Elementen

Ziel: Eine attraktive Umgebung voller Möglichkeiten schaffen, die Fachkräfte, Gründer und junge Menschen für die Stadt begeistert.

3: ERHÖHUNG DER RESILIENZ IM AUTOMOBILEN ÖKOSYSTEM

STATUS QUO: Die Transformation in der Automobilindustrie stellt die Unternehmen der Branche vor große Herausforderungen. In Wolfsburg und der Region ist neben Volkswagen ein leistungsstarkes und zugleich innovatives Automotive-Zulieferernetz angesiedelt.

MASSNAHMEN:

- Verabschiedung einer Resolution zur Transformation des Stammsitzes der Volkswagen AG und der Stadt Wolfsburg durch den Rat der Stadt Wolfsburg im September 2024
- Gezieltes Peer-2-Peer-Matching mit geeigneten Start-ups, Zulieferern mit komplementären Technologien als Austauschpartner oder Hochschulen
- Konsequente Unterstützung durch die Wirtschaftsförderung
- Fortführung und professionelle Organisation der Internationalen Zuliefererbörse (IZB) zur Stärkung des Images als Automotive-Standort
- Finalisierung der Pläne zur Quartiersentwicklung am Nordkopf

Ziel: Innovationskraft und Image als Automotive-Standort weiter stärken, um Fach- und Führungskräfte für den Standort zu begeistern.

4: AUSBAU DES INNOVATIONSSTANDORTS

STATUS QUO: Forschung, Innovation und Produktion machen Wolfsburg als Wirtschaftsstandort mit den ansässigen Forschungs- und Bildungseinrichtungen schon jetzt aus. Die Stadt ist deutschlandweit Vorreiter beim Thema E-Mobilität und Ladeinfrastruktur.

MASSNAHMEN:

- Etablierung eines nachhaltigen Wissenschaftsnetzwerks zur Förderung von Know-how und Technologietransfer
- Umsetzung des Zukunftskonzepts Wissenschaft
- Fokussierung auf Wolfsburg als Innovationsstandort für Ladeinfrastruktur
- Profilierung als wissens- und innovationsorientierte Stadt

Ziel: Vorreiter für Rahmenbedingungen und Technologien in der E-Mobilität sein und Wolfsburger und Besucher für Innovationen begeistern, die mit einer ganzheitlichen Vernetzung kontinuierlich vorangetrieben werden.

5: STÄRKUNG VON TESTFELDERN UND REALLABOREN

STATUS QUO: Testfelder fungieren als Nukleus für eine gezielte Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur, erzeugen neue Impulse in realitätsnahen Umgebungen und bieten Raum, neue Geschäftsmodelle auszutesten.

MASSNAHMEN:

- Forcierung auf das Projekt „Ready4Four“ im Rahmen der Initiative #WolfsburgDigital
- Stärkung der E-Ladeinfrastruktur im gesamten Stadtgebiet

Ziel: Wolfsburg zum Reallabor für digitale Dienstleistungen, neue Geschäftsfelder, neue Mobilität und neue Arbeitsweisen entwickeln.

6: SETZUNG VON INNOVATIONSLEUCHTTÜRMEN

STATUS QUO: Die aktuellen Entwicklungen rund um die OHLF stärken den Hochschulstandort Wolfsburg als ein führender Forschungs- und Bildungsstandort.

MASSNAHMEN:

- Start einer Kommunikationskampagne rund um die OHLF zum Thema „Hochschul-Campus“ Wolfsburg
- Aufbau des gemeinsamen Campus Wolfsburg für Circulary-Economy-Technologien
- Eröffnung eines Pop-up-Stores zum Thema Wissenschaft in der Innenstadt

Ziel: Gemeinsamen Campus Wolfsburg im Schulterschluss mit starken Partnern zu einem Innovationspark aufbauen und den Wissenschaftsstandort stärken und profilieren.

7: BEREITSTELLUNG BEDARFSGERECHTER WIRTSCHAFTSFLÄCHEN

STATUS QUO: In Westdeutschland ist die Nachfrage nach großen, baureifen Industrie- und Gewerbeflächen größer als das Angebot. Im Standortwettbewerb ist die Entwicklung solcher Flächen ein entscheidender Vorteil.

MASSNAHMEN:

- Konsequente Umsetzung des Strukturkonzepts Siedlungsflächen und des Wirtschaftsflächenkonzepts
- Aktive Erweiterung der Gewerbegebiete Heinenkamp Ost und West
- Stärkere Akquise von Investoren für Quartiersentwicklung am Nordkopf
- Erweiterung des Gewerbegebietes Warmenau Nord
- Attraktives Flächenangebot in der Innenstadt

Ziel: Nachfragebezogene Entwicklung hin zu einer angebotsorientierten Entwicklung umkehren, um Standortanfragen zeitnah bedienen zu können.

8: NACHHALTIGE FÖRDERUNG DES ZUSAMMENHALTS

STATUS QUO: Wolfsburg ist eine Stadt mit einer sehr starken Vereinslandschaft und vielen ehrenamtlich engagierten Menschen.

MASSNAHMEN:

- Fortlaufende Unterstützung der Vereine
- Verstärkung der Anreize für ehrenamtliche Tätigkeiten zur Stärkung des Wir-Gefühls
- Einrichtung einer Plattform zur Stärkung des ehrenamtlichen Handelns
- Stärkung des Stadtmarketings im Schulterschluss mit starken Partnern

Ziel: Ehrenamtliches Engagement für die Stadt weiter unterstützen, um ein noch intensiveres Wir-Gefühl zu etablieren und den Blick auf die Stadt intern sowie extern zu verbessern.

9: ERZEUGUNG VON AUFBRUCHSTIMMUNG UND ZUSAMMENBRINGEN VON AKTEUREN

STATUS QUO: Die anstehenden Aufgaben und Veränderungen sind nur mit dem Zusammenhalt innerhalb der Gesellschaft realisierbar. Ein offenes Ohr der Akteure für die Belange der Bevölkerung ist wichtiger als je zuvor.

MASSNAHME:

- Gemeinsame Entwicklung eines aktuellen Zukunftsleitbildes / Strategiekonzeptes 2035

Ziel: Gestaltung der Zukunft als Kollektiv angehen und Bevölkerung und Unternehmen die Angst vor der Zukunft nehmen, indem Potenziale aufgezeigt und gemeinsam ausgeschöpft werden.

10: EINFLUSSNAHME AUF LANDES- UND BUNDESPOLITIK

STATUS QUO: Die politischen Rahmenbedingungen spielen eine bedeutende Rolle, wenn es um den langfristigen Erfolg eines Mobilitätsökosystem geht. In Wolfsburg sind derzeit keine nennenswerten Landes- oder Bundeseinrichtungen vertreten.

MASSNAHMEN:

- Aktivierung politischer Netzwerke
- Direkter Austausch mit Bundes- und Landespolitik
- Engagement für den Erhalt und die Ansiedlung öffentlicher Einrichtungen, u. a. indem innerhalb einer angebotsorientieren Flächenkulisse baureife Grundstücke angeboten werden
- Ausbau der Infrastruktur unter Berücksichtigung der B188 und der A39
- Verbesserung der Bahnanbindung durch eine verkürzte Taktung nach Hannover und einen neuen Bahnhalt in Vorsfelde

Ziel: Erreichbarkeit des Standortes verbessern und erfolgreiche Rahmenbedingungen schaffen.

Die vollständige Wirtschaftsagenda für Wolfsburg finden Sie hier:

WAS IST WIRKLICH ESSENZIELL FÜR DIE ENTWICKLUNG DER DESTINATION?

© Flo Gassner

Eine Einschätzung über die Zukunft Wolfsburgs von Berater Thorsten Kausch

Als Experte für Stadtentwicklung und -vermarktung hat Thorsten Kausch bereits als Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH sowie als Politiker an der Seite von Hamburgs Ersten Bürgermeistern immer wieder Potenziale für eine attraktive Entwicklung sowie Positionierung erkannt und entsprechende Maßnahmen umgesetzt. Seit 2016 berät er als geschäftsführender Gesellschafter der Stadtmanufaktur GmbH gemeinsam mit seinem Teampartner in ganz Deutschland sowie in Österreich und der Schweiz. Auch die Stadt Wolfsburg wird von ihm bezüglich der Ausarbeitung einer Standortstrategie, insbesondere im Bereich Tourismuswirtschaft unterstützt. Schließlich ist die strategische Ausrichtung der Stadt ein wesentlicher Aspekt der Wirtschaftsagenda. Welche Faktoren für ein zukunftsfähiges Konzept relevant sind und wie er die Entwicklung der Stadt sieht, berichtet er im Interview.

Herr Kausch, wie schätzen Sie die Attraktivität Wolfsburgs momentan ein?

» Wolfsburg steht vor einer Herausforderung, was die Positionierung betrifft. Die Innenstadt ist ein wichtiger Faktor, weil sie viel über eine Stadt aussagt. Nach dem Motto: Wenn das Herz einer Stadt nicht schlägt, haben auch die Kapillare, also die Ortsteile, ein Problem und die interne sowie externe Wahrnehmung wird beeinträchtigt. Diese Themen werden jetzt auf lange Sicht angegangen, was ganz wichtig ist.
Gleichzeitig sehe ich viel Potenzial: Es ist eine sehr spannende Stadt, die gut gelegen viele relevante Themen mit globalen Trends verbinden kann. Vor allem die Mobilität der Zukunft steht dabei im Zentrum. Die damit einhergehende Innovationskraft ermöglicht viel Dynamik, die es für die Stadtentwicklung zu nutzen gilt. Damit können Kräfte für die Erhöhung der Lebensqualität der Menschen freigesetzt werden. Dies bietet für Wolfsburg die Chance, die vielen Menschen, die zum Arbeiten in die Stadt kommen, auch nachhaltig zu binden.

Wie ist die Stärkung der Wirtschaftlichkeit durch Flächenerweiterung und Investitionen mit einer Erhöhung der Lebensqualität für die Menschen vereinbar?

» Der Anteil der Menschen, die einen Bezug zu Volkswagen und der Automobilbranche haben, ist in Wolfsburg vergleichsweise hoch, was eine gewisse Akzeptanz für die wirtschaftliche Flächennutzung mit sich bringt. Die Voraussetzungen der Stadt für eine wirtschaftlich tragfähige Entwicklung sind daher gegeben. Jedoch ist ein attraktiver Standort von vielen Faktoren abhängig, die über das Gewerbe und die Unternehmen hinausgehen. Gerade die weichen Faktoren wie zum Beispiel die soziale oder kulturelle Infrastruktur sind wichtig, um die verschiedenen Lebensmodelle bedienen zu können. Beide Bereiche beeinflussen sich wechselseitig: Auf der einen Seite brauche ich eine starke Wirtschaftskraft, weil sie die Weiterentwicklung der Standortfaktoren finanziert, und gleichzeitig brauche ich die vermeintlich soften Faktoren, um überhaupt erst attraktiv für Investoren und Arbeitnehmer zu sein.

Im April wurde ein Workshop mit Hoteliers und Gastronomen initiiert: Was stand auf der Agenda?

» Die zentrale Frage war, wie sich die Destination mithilfe von Tagungen und Fachveranstaltungen besser profilieren kann, damit Hoteliers von steigenden Übernachtungszahlen, die Gastronomiebetriebe, weitere Locations sowie der Einzelhandel von mehr Besuchern profitieren. Das ist ein spannendes Handlungsfeld, weil mit einer klaren und guten Idee relativ schnell spürbare Erfolge erzielt werden können.
Die Stadt kann davon profitieren, wenn sich intensiv mit dem Gedanken der „15 Minuten MICE – steht für Meeting, Incentive, Convention und Events – City“ beschäftigt wird. Das bedeutet, sich folgende Fragen zu stellen: Wie können alle Punkte meiner Tagung oder meines Kongresses in 15 Minuten integriert werden? Das betrifft die Wege vom Hotel zur Tagungslocation, zum Rahmenprogramm und wieder zurück zum Hotel. Das alles in kurzer Zeit ist natürlich ein attraktives Leistungsversprechen für Veranstalter und Teilnehmer zugleich. In Wolfsburg sind dafür gute Rahmenbedingungen gegeben: Große und kleinere Locations, Hotels, gastronomische Angebote, eine gute Anbindung. Tagungen und Kongresse können neu gedacht und erlebbar werden, wenn die Stadt mit ihren verschiedenen Locations als Tagungsort gedacht und gelebt wird und passende Angebote entwickelt werden.

Maßnahmen wie Family-Kampagnen und ein Convention Bureau sind in anderen Städten bereits etabliert und auch in Wolfsburg geplant – wie genau sehen diese Konzepte aus?

» Family-and-Friends-Kampagnen integrieren Angebote und Aktivitäten für die ganze Familie und schaffen bleibende gemeinsame Erinnerungen. Ein Convention Bureau gilt als organisatorischer Kern für Tagungen und Kongresse und ist die Anlaufstelle für Business Events. Mit diesem existiert ein Partner, der einen Gesamtüberblick über Dienstleistungen hat und ein Event von der Übernachtungsmöglichkeit über sportliche Angebote, gastronomische und medizinische Versorgung und allen Aspekten, die dazugehören, die für einen externen Veranstalter nicht erkennbar sind, planen kann. So können wirtschaftspolitische Impulse gesetzt werden, beispielsweise im prädestinierten Bereich Automotive: Für einen Zulieferer oder Innovationstreiber, der ein Event mit seinen Kunden plant, wäre es naheliegend, dieses in Wolfsburg zu veranstalten. Dieses Potenzial gilt es zu nutzen, um mehr Chancen für Entwicklung in diesem Segment voranzutreiben. Daraus ergeben sich Schnittstellen mit anderen Bereichen wie Gesundheit, Bildung und weiteren, die neue wirtschaftliche Effekte generieren.

Gibt es aus Ihrer Erfahrung eine Vorreiter-Stadt, die es geschafft hat, ihre Möglichkeiten als Mobilitätsstandort zu nutzen und zu erweitern?

» Ich denke da an Stuttgart, dort hat sich Porsche stark eingebracht und gemeinsam mit der Stadt die Lebensraumentwicklung für Fachkräfte vorangetrieben, um den Standort für sie interessant zu machen. An diesem Beispiel sehen wir, dass es sich gelohnt hat: Die Stadt hat viele Impulse aufgegriffen, die sie vorher nie genutzt hätte, und sich dadurch deutlich attraktiver entwickelt.

Welche Aspekte sind besonders wichtig für ein umsetzbares Entwicklungskonzept?

» Es gibt oft gute Konzepte, die daran scheitern, dass keine klare Umsetzungsstrategie mit den maßgeschneiderten Prozessen vorhanden ist. Und das Schlimmste, was man machen kann, ist Ankündigungsmarketing zu betreiben und daraus resultierende Erwartungen zu erzeugen, die nie erfüllt werden. Dies führt zu nachhaltigen Enttäuschungen. Es ist wichtig, die richtigen Partner mit einzubeziehen, konkrete Maßnahmen und Ziele zu formulieren, offen für Anregungen zu sein, Rahmenbedingungen fürs Ausprobieren zu schaffen. Das hat auch mit dem Mindset der Führungspersonen zu tun – gibt es Raum zum Scheitern, gibt es Mut zur Veränderung? Können andere Akteure mitgerissen werden und die Idee zu ihrer eigenen machen? Der Mindset-Shift muss von führenden Ebenen vorgelebt werden, um Sicherheit zu vermitteln. In Wolfsburg sehe ich diese Gegebenheiten und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit der Dezernenten in Verbindung mit dem Oberbürgermeister. Die Akteure sind sich im Klaren darüber, wo sie stehen und was sie gemeinsam erreichen können.

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Stadt ein?

» Ich hoffe, dass sich die Automobilbranche fängt, damit der damit einhergehende Druck für die Stadt abnimmt. Aber aus dem Bewusstsein heraus, jetzt liefern zu müssen, kann auch eine Dynamik resultieren, die dem Standort guttut. Häufig braucht es Krisen, um Veränderungen anzuschieben. Ausgehend von dem Wissen, welches Potenzial Wolfsburg hat, steckt in dieser Situation auch eine große Chance. Mobilität, die geografische Lage, die Konnektivität der Stadt, die gute Anbindung und mehr – all das sind günstige Voraussetzungen, die vielversprechend für die Zukunft der Stadt sind. +

DIGITALE LÖSUNGEN AUS WOLFSBURG

© CAPALOGIC GmbH

EIN EINBLICK IN DIE ARBEIT DER CAPALOGIC GMBH: DATENSOUVERÄNE CLOUD-LÖSUNGEN UND KI

Bei IT-Fragen sind viele Menschen schnell überfordert. Und auch Unternehmen stoßen dabei schnell an ihre Grenzen. Doch dafür gibt es Firmen wie Capalogic aus Wolfsburg. Das Unternehmen entwickelt Softwarelösungen für große und mittelständische Unternehmen. Das Capalogic-Team unterstützt seine Kunden bei der Planung und Realisierung von IT-Projekten und fokussiert sich dabei auf die Neuentwicklung, Modernisierung und Migration von Cloud-Anwendungen.

Tim Demann gründete das Unternehmen 2008 zusammen mit Thomas Kessler in Fürth, um ein Onlineberatungssystem zu entwickeln. Später wurde der Schwerpunkt auf Konsolidierung, den Ausbau der IT-Beratung und die Entwicklung individueller IT-Lösungen gelegt. Seit 2012 hat das Unternehmen seinen Sitz in Wolfsburg, Demann ist alleiniger Geschäftsführer.

MITEINANDER STATT GEGENEINANDER

Das Unternehmen setzt auf die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Dadurch können auch große Aufträge bearbeitet werden, denn es wird nicht gegeneinander, sondern miteinander gearbeitet.

Aktuell hat das Unternehmen knapp 20 Mitarbeitende, unter anderem in den Bereichen Softwareentwicklung, IT- oder Software-Architektur, aber auch Projektmanagement oder Qualitätssicherung.

Ein Beispiel für erfolgreiche Zusammenarbeit ist das Buchungsportal terminbuch.de – das gemeinsam mit zwei weiteren Wolfsburger Unternehmen entwickelt wurde. Für Demann zeigt es, „was Kooperation statt Konkurrenz bewirken kann.“ Über terminbuch.de, ein Buchungsportal für Friseure und Kosmetikstudios, werden monatlich mehr als 300.000 Termine von rund 100.000 Nutzenden gebucht.

DATENSOUVERÄNE CLOUD-LÖSUNGEN

Aufgrund der unvorhersehbaren weltweiten Entwicklungen wird es für Unternehmen immer wichtiger, ihre Daten zu schützen. Capalogic hat deshalb eine Kooperation mit dem Cloud-Anbieter Stackit begonnen, um Kunden eine Cloud-Lösung mit hundertprozentiger Datensouveränität nach höchsten deutschen Sicherheitsstandards anbieten zu können.

Eine datensouveräne Cloud basiert auf Open-Source-Technologien und offenen Standards, die Transparenz, Interoperabilität und einfache Datenmigration ermöglichen. Somit bleiben Unternehmen unabhängig und behalten jederzeit die volle Kontrolle über ihre Daten. Dies ist besonders wichtig, um sich von einzelnen Unternehmen unabhängig zu machen und zu verhindern, dass in einer geopolitischen Krise der Datenverkehr von außen unterbrochen wird.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Natürlich erhält auch die IT-Branche durch künstliche Intelligenz einen neuen Stellenwert. Fast wöchentlich werden neue Entwicklungsumgebungen und Tools veröffentlicht. Das Unternehmen hat zum Thema KI bereits viel Know-how aufgebaut und unterstützt sogar schon andere Unternehmen beim Einsatz von KI in der Softwareentwicklung. Demann betrachtet KI nicht als Gefahr, sondern als Chance. „KI kann – richtig eingesetzt – Entwicklern lästige Routineaufgaben abnehmen“, sagt er.

WIEDER ZURÜCK

Demann ist gebürtiger Wolfsburger, hat aber schon an vielen anderen Orten der Welt gelebt. Dennoch weiß er das Leben in Wolfsburg zu schätzen und hofft, dass die allgemeine wirtschaftliche Situation bald wieder optimistischer stimmt: „Wir Wolfsburger können uns trotz aller aktuellen Probleme vielleicht ein bisschen mehr Leichtigkeit und Lebensfreude gönnen.“ +

ALTER DORFKRUG „AM KANAL“

Karsten Scheil und Heidrun Nekat

© Eileen Schlätel

EINE GASTSTÄTTE MIT LANGER FAMILIENTRADITION

Seit 151 Jahren ist der Alte Dorfkrug „Am Kanal“ in Wolfsburg in Familienbesitz. Nahezu idyllisch liegt der Betrieb direkt am Mittellandkanal und lädt mit Gasthaus, Biergarten und Hotel zum Verweilen ein – nur fünf Minuten Fußweg vom Volkswagen Werk und zwei Kilometer von der Innenstadt entfernt.

EIN HAUS IM WANDEL

1874 gründeten die Eheleute Friedrich und Elisabeth Niess die Gaststätte, damals mit Platz für rund 30 Gäste. Bereits ein Jahr später wurde ein Saal ergänzt. 1956 folgte ein umfassender Umbau mit zusätzlichem Gast- und Clubraum. Die stetigen Erweiterungen brachten immer neue Möglichkeiten. Heute bietet der Betrieb vier Veranstaltungsräume, zwei Biergärten, einen Gastraum und 31 Gästezimmer.

FAMILIENTRADITION IN VIERTER GENERATION

Seit 1995 führt Karsten Scheil den Betrieb in vierter Generation – immer an seiner Seite ist seine Schwester Heidrun Nekat. „Ohne meine Schwester würde ich das nicht schaffen“, sagt Scheil. Scheil ist gelernter Koch, Nekat gelernte Hotelfachfrau. Die beiden sind im Betrieb aufgewachsen und für sie war früh klar, dass sie in die Fußstapfen ihrer Eltern treten und den Familienbetrieb übernehmen würden. Sie ergänzen sich ideal, packen überall mit an und sind an sieben Tagen in der Woche im Einsatz. „Einer muss immer da sein“, sagt Nekat. Unterstützt werden sie von ihrem Team mit aktuell acht Vollzeitkräften, zwei Teilzeitangestellten und 15 Aushilfen.

STARKE BASIS, SCHWACHE INFRASTRUKTUR

Die Pandemie hat Spuren hinterlassen, doch der Betrieb hat sich davon wieder erholt. Unter der Woche übernachten Monteure und IT-Mitarbeiter des Volkswagen Werks, am Wochenende die Gäste der Feiern im Hotel. Auch eine treue Stammkundschaft gehört zum Alltag – Menschen unterschiedlichster Altersgruppen und Berufsstände finden regelmäßig den Weg in die Gaststätte.

Doch die Anbindung ist durch den Verkehrsversuch schwierig geworden – für Gäste wie für Lieferanten. Zum Beispiel ist aus Gifhorn der Betrieb schlecht zu erreichen. „Wir alle leben hier vom Auto, aber offensichtlich will es niemand haben. Solange das Auto rollt, geht es uns allen gut. Wenn es nicht mehr rollt, haben wir alle ein Problem“, sagt Scheil. Die Region sei von guten Jahren verwöhnt, und er hofft, dass diese irgendwann zurückkehren.

UNGEWISSE ZUKUNFT

Wie viele Traditionsbetriebe hat auch der Alte Dorfkrug „Am Kanal“ noch keine Nachfolge gefunden. „Selbst alteingesessene Betriebe haben aufgegeben“, sagt Scheil. Gerade die Arbeitszeiten schrecken viele ab. „Ich habe Sorge, dass unsere Art der Gastronomie verschwindet und am Ende nur noch Systemgastronomie bleibt“, sagt Scheil. Ob das die Zukunft sei, wisse er nicht. Was ihm fehle, sei eine Perspektive für die Zeit nach ihnen: „Wir wünschen uns, dass irgendwo eine Tür aufgeht, durch die wir sehen können, wie es nach uns weitergeht. Aber diese Tür habe ich bislang noch nicht gefunden.“ +

Das Thema zahlt auf den 10-Punkte-Plan zur Stärkung der Wolfsburger Wirtschaft ein.

BLUMEN-STUBE REX

FLORISTIK UND KUNSTHANDWERK AN EINEM ORT

Nach einer Ausbildung im Blumenladen, einem Fernstudium im Bereich Innenarchitektur, einer Zeit lang als Verkäuferin und Planerin für Küchen führte Katharina Rex' Weg sie wieder zurück zu ihren Wurzeln als Floristin – diesmal als Selbstständige mit ihrem eigenen Laden in Vorsfelde. Bereits während ihrer Ausbildung erkannte das Team um sie herum ihr Potenzial, später einen eigenen Laden zu eröffnen. Während sie Küchen verkaufte, wurde ihr mit jedem weiteren Tag im Büro bewusster, wie zufrieden sie in ihrem damaligen Beruf war. „Als Floristin hatte ich nie schlechte Laune, auch wenn es teilweise anstrengend und stressig war. Das war in der Küchenplanung nicht so", resümiert sie retrospektiv. Sie beschreibt die Tätigkeit im Blumenladen als „sehr echt", da sie mit ihren Sinnen arbeitet und den Menschen unmittelbar eine Freude bereiten kann. „Jeder Blumenstrauß und jedes Gesteck bringt Emotionen mit sich", begeistert sich die 31-jährige Selbstständige und Mutter. Neben Event- und Hochzeitsaufträgen ist ihr die Trauerfloristik eine besondere Herzensangelegenheit, da sie einen Hauch Farbe in eine sehr dunkle und schwere Zeit des Abschieds bringen kann. Das bunte Geschäft in der Amtsstraße in Vorsfelde ist außerdem nicht nur ein Blumenladen, sondern lädt auch zum Stöbern zwischen Geschenk- und Dekorationsartikeln, Weinen und Likören, selbst kreierten Grußkarten und Kunsthandwerk ein.

HANDARBEIT MIT HERZ

Hinter dem blumigen Sortiment und der ruhigen Atmosphäre verbirgt sich eine zeitintensive Arbeit, die für die Besucher der Blumenstube unsichtbar bleibt. Ein Luxusprodukt wie Blumen, die in absehbarer Zeit verwelken, selbst wenn sie frisch bestellt werden, erfordert eine präzise Planung und Kalkulation. Der Tag fängt häufig bereits um 5 Uhr morgens an, wenn die Ware geliefert und jeder einzelne der bis zu 2.000 Stilen an einem Tag von Hand angeschnitten wird. Um die Schnittblumen so lange wie möglich zu konservieren, sind mehr als 50 Vasen im Laden verteilt. Das Sortiment wird zudem durch saisonal wechselnde Kleinigkeiten wie Honig und Tee aus der Region, einer Auswahl an Wein und Spezialitäten wie Likör oder Gewürzen erweitert, die sich als kleine Geschenke eignen und im Laden etabliert haben. „Für jeden Geldbeutel ist etwas dabei, das war mir wichtig", beschreibt die Inhaberin. Mittlerweile hat sie auch einen Onlineshop in ihr umfangreiches Konzept integriert. Die Blumen aus der Stube sind außerdem im EDEKA-Markt in Velpke erhältlich, in dem jede Woche mehr als 50 frische Blumensträuße angeboten werden.

BLUMENLADEN UND KUNSTATELIER

Im hinteren Bereich befindet sich das Lager, das gleichzeitig als Werkstatt dient. Hier fertigt ihr Mann, der als Holzkunsthandwerker tätig ist, Holz- und Fräsarbeiten an. Zu besonderen Gelegenheiten finden hier auch Ausstellungen von Künstlern der Region statt, die das dreiköpfige Team der Blumenstube gern unterstützt.
Es gibt kaum einen ausgefallenen Dekorationswunsch, der sich in der Blumenstube in Kombination mit der individuell angefertigten Holzkunst nicht realisieren lässt. Die Inhaberin erinnert sich an eine „Wikinger-Hochzeit", für die sie den Brautstrauß auf einem Dolch gebunden hat und in der Werkstatt kleine Schiffe auf Birkenstämmen als Tischdekoration angefertigt worden sind. Durch eine Kooperation mit der Wolfsburger HVM Tischlerei können Reste von Materialien, die beim Möbelbau übrig bleiben, im Sinne einer ressourcenschonenden Produktion zu kreativen Dekorationsartikeln weiterverarbeitet werden.

Das Kunstatelier dient außerdem als Workshop-Raum für Junggesellinnenabschiede und Kindergeburtstage, die Katharina Rex mit ihren Do-it-yourself-Projekten wie Blumenkränze binden zu besonderen Events werden lässt. Sie ist sich sicher, dass alle Menschen kreativ sein können, wenn sie nur die richtige Anleitung im passenden Ambiente bekommen.

In Zukunft möchte die kreative Floristin ihr Team erweitern und vor allem anderen Müttern eine Chance geben, indem eine strukturierte Vereinigung von Berufs- und Familienleben etabliert und eine Atmosphäre des Zusammenhalts gefördert wird. +

WACHSTUM UND INSPIRATION

HINTER DEN KULISSEN DES CONCEPT-STORES „BLICKFANG"

Der 2017 auf 40 Quadratmetern gegründete Concept-Store ist rasch gewachsen und seit 2024 in einem größeren Geschäft in der Westerstraße in Fallersleben zu finden. Angefangen mit Dekorations- und Geschenkartikeln wurde das Sortiment um eine Feinkostecke und vor allem ausgewählte saisonale Kleidungsstücke erweitert, die mittlerweile den größten Teil des Angebots ausmachen. Inhaberin Michaela Gebensleben machte sich vorerst nebenberuflich und nach drei Jahren hauptberuflich selbstständig. Die ausgebildete Kinderpflegerin und ehemalige stellvertretende Leiterin eines Kindergartens beschäftigt mittlerweile ein Team aus neun Mitarbeiterinnen, widmet sich komplett ihrem eigenen Unternehmen und kreiert immer wieder neue Ideen und Konzepte. Mit dieser Entwicklung habe sie selbst nicht gerechnet - den Erfolg erklärt sie sich mit der persönlichen Beziehung zu ihren Kunden, der Atmosphäre im Laden und der daraus resultierenden Mundpropaganda.

AUS WENIG VIEL MACHEN

„Man muss nicht viel haben, aber es sich mit dem, was man hat, schön machen" – diese Philosophie begleitet die Gründerin seit vielen Jahren, was sich auch im Konzept ihres Stores widerspiegelt. Bei der Auswahl ihrer Produkte setzt sie auf hochwertige Marken und besondere Einzelstücke statt Massenware. „Ich recherchiere so lange, bis ich besondere Stücke finde, die es nicht an jeder Ecke zu kaufen gibt", erklärt die Selbstständige. Auf der Suche nach innovativen Produkten begeistert sie sich auch für die Geschichten der kreativen Köpfe hinter den Labels und der Liebe zum Detail der ausgesuchten Wohnaccessoires und Kleidungsstücke. Ihre Inspiration findet die Inhaberin im skandinavischen Stil, der durch moderne, schlichte und zeitlose Elemente geprägt ist. Auch holländisches Design mit kräftigen Farben und eigenwilligem Flair hat es ihr angetan. Nach dem Schlendern durch die urigen Einkaufsgassen Hollands hatte sie erstmals den Wunsch, einen eigenen Laden zu eröffnen, um ihre kreative Ader in Verbindung mit ihrer sozialen Kompetenz auszuleben. „Wir haben viele Kunden, die die persönliche Beratung zu schätzen wissen und zu Stammkunden werden. Die Leute sollen bei uns eine gute Zeit haben, ähnlich wie in der Gastronomie – sie sind unsere Gäste und wir sind gerne Gastgeber", erklärt Michaela Gebensleben.

EIN ORT DER BEGEGNUNG

Die Store-Inhaberin teilt gemeinsam mit ihrer Social-Media-Managerin regelmäßig neue Produkte auf Instagram und im WhatsApp Status. Diese Idee kam ihr während der Pandemie, als ein persönlicher Einkauf nicht möglich war. Bis heute werden die Statusmeldung von Kunden aus Wolfsburg und Umgebung, aber auch aus Städten wie München, Stuttgart und Hamburg verfolgt, die sich von neuen Stücken des Sortiments inspirieren lassen möchten. Vor allem aber das Einkaufserlebnis vor Ort stehe im Vordergrund. Neben dem regulären Betrieb finden auch After-Work-Abende und Events rund um das Thema Fashion und Styling statt, die einen Ausflug in neue Farbwelten und Eindrücke mit persönlichem Austausch und Modetipps vereinen. Saisonale Aktionen wie Ostereiersuche mit Rabatten, Sommer-Specials und festliche Weihnachtsevents sind für das Team immer wieder ein Highlight. Der Concept-Store soll zukünftig weiterhin ein Ort der Inspiration sein, an dem sich alle wohlfühlen: „Wir wollen uns treu bleiben und uns gleichzeitig weiterentwickeln. Und natürlich, dass die Menschen weiterhin gerne zu uns kommen, mit uns reden und etwas mitnehmen, was bleibt – nicht nur in der Tüte, sondern auch im Herzen", beschreibt Michaela Gebensleben. +

Das Team von Blickfang um Inhaberin Michaela Gebensleben (Mitte)

EINGESTAUBTES HANDWERK?

ZEIT FÜR EINEN PERSPEKTIVWECHSEL

Die Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade vertritt die Interessen der Handwerksbetriebe, Auszubildenden und angestellten Handwerker der Region. Matthias Steffen, der 2024 als Nachfolger von Eckhard Sudmeyer die Hauptgeschäftsführung übernommen hat, entwickelt die verschiedenen Geschäftsbereiche der Handwerkskammer seit 25 Jahren weiter. Was sich verändert hat, wie er die Zukunft einschätzt und was sich hinter dem oftmals noch antiquarischen Image handwerklicher Berufe verbirgt, berichtet er im Interview.

Matthias Steffen © Fotostudio Sascha Gramann

Herr Steffen, welche Relevanz hat die Handwerksbranche in Deutschland und in der Region?

» Berufe im Handwerk sind systemrelevant. Wer sich für eine duale Ausbildung entscheidet, kann in vielen Berufen arbeiten und die Zukunft aktiv mitgestalten. Auch für zukunftsweisende Bereiche wie Klimaschutz und Digitalisierung spielt die Branche eine wesentliche Rolle – ohne Handwerk gäbe es keine Transformation, keine erneuerbaren Energien, kein Smart Home. In Deutschland sind sieben Millionen Beschäftigte im Handwerk tätig, also jede achte Person, dennoch wird die Branche unterschätzt – in unserer bundesweiten Imagekampagne wenden wir uns deshalb unter dem Slogan „Die Wirtschaftsmacht. Von Nebenan“ an die Öffentlichkeit. In der Region nehmen viele Menschen, vor allem Volkswagen, wahr, jedoch funktioniert auch dieser Sektor ohne Handwerk nicht. Andersherum wird das Handwerk von der Situation des Herstellers beeinflusst.

Die Nachfrage ist groß, das Angebot vor allem aufgrund von Personalmangel vergleichsweise klein. Was müsste sich ändern, um die Arbeit im Handwerk attraktiver zu gestalten?

» Ich halte das Handwerk bereits für hochattraktiv, die öffentliche Wahrnehmung hingegen ist leider oft mit alten Klischees von einem „körperlich anstrengenden“ Beruf, in dem man sich für eine geringe Vergütung die Hände schmutzig macht, verbunden. Dass dieses überholte Bild bestehen bleibt, liegt am Image von Ausbildungsberufen im Vergleich zum akademischen Werdegang, das auch in Schulen vermittelt wird. Vielen ist gar nicht bewusst, dass ein Meistertitel offiziell gleichwertig zu einem Bachelor-Abschluss anerkannt ist und der Betriebswirt des Handwerks den gleichen Stellenwert wie ein Master-Abschluss hat. Dennoch wird die akademische Ausbildung politisch stärker gefördert, was einen Einfluss auf die Entscheidung des Bildungsweges hat. Es gibt generell zu wenig Projekte, die die berufliche Orientierung junger Menschen in alle Richtungen fokussieren. Dafür macht sich die Handwerkskammer stark und organisiert Projekte wie Ausbildungsbotschafter und Auslandspraktika für Auszubildende.

Wie haben sich handwerkliche Berufe weiterentwickelt?

» Die Innovation, die häufig mit akademischen Berufen verbunden wird, findet vor allem in Ausbildungsberufen statt. Die gesamte Branche hat sich durch digitale Verfahren und neue Techniken weiterentwickelt, die Arbeit ist eine andere geworden. Ein Baumaschinenmechatroniker beispielsweise arbeitet heute nur noch einen Bruchteil seiner Arbeitszeit körperlich, da er sehr viel Zeit mit Diagnosetechniken verbringt. In einem Projekt in Kooperation mit Finnland, Estland, Portugal und den Niederlanden wurden beispielsweise VR-Brillen getestet, die die Fehlererkennung vereinfachen sollen. Natürlich spielt das traditionelle Handwerk auch immer eine Rolle, die Herausforderung und Chance zugleich besteht darin, beides in Einklang zu bringen. Die Betriebe haben außerdem die Aufgabe, sich bezüglich der Rahmenbedingungen wie Flexibilität und Vergütung kontinuierlich anzupassen.

Warum sollten sich junge Menschen für einen Job im Handwerk entscheiden?

» Nicht jeder ist für ein Studium gemacht. Es gibt durchaus Menschen, die sich in praktischen Berufen besser aufgehoben fühlen. Eine Studie der IKK besagt, dass Beschäftigte im Handwerk zufriedener mit ihrer Arbeit sind als andere. Einer der Gründe dafür ist, dass sie selbst etwas mit ihren Händen produzieren und am Ende des Tages etwas erschaffen haben. Außerdem können sie gutes Geld verdienen und haben die Möglichkeit, zum Meister oder Betriebswirt aufzusteigen. Viele legen Wert auf den direkten Austausch mit Menschen und haben gleichzeitig den Vorteil, einer zukunftsfähigen Arbeit nachzugehen, die durch künstliche Intelligenz zwar unterstützt, aber nicht komplett ersetzt werden kann.

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

» Das hängt davon ab, wie früh sich ein Betrieb um die Nachfolge kümmert. Es gilt herauszufinden, ob sich das Geschäft wirtschaftlich rentiert, wie die Übergabe realisiert werden kann, ob von einem Nachfolger, einem Mitarbeiter, einem anderen Unternehmen oder einem jungen Meister. Wichtig ist, sich so früh wie möglich mit diesem Thema zu beschäftigen. Wir stehen dabei beratend zur Seite und versuchen natürlich, die Zukunft so vieler Firmen wie möglich zu sichern, damit die Versorgung der Region gewährleistet wird. Aber natürlich wird es auch immer Betriebe geben, die nicht übernahmefähig sein werden.

Welche Erfolge konnte die Handwerkskammer in der Region erzielen, welche besonderen Projekte wurden bislang umgesetzt?

» Die Region gilt deutschlandweit als Vorreiter, vor allem im Bereich Bildung und Forschung. Wir haben den Bedarf früh erkannt und angefangen, unsere Bildungsstätten zu modernisieren – diese kontinuierliche Investition über Jahre hinweg zahlt sich nun aus und wir sind bereit, junge Menschen weiterhin mit modernen Technologiezentren zu begeistern. Eines davon ist beispielsweise das neue Kompetenzzentrum für Mobilität und Landtechnik in Königslutter, das wir gemeinsam mit regionalen Akteuren umsetzen werden.

Sie haben angekündigt, die „verantwortungsvolle Geschäftsführung ihres Vorgängers fortsetzen zu wollen und sich nachhaltig für die Interessen der Handwerker und Handwerksunternehmen im Kammerbezirk einzusetzen“ – Welche Interessen und Maßnahmen sollen konkret umgesetzt werden?

» Die Interessen sind nach innen und nach außen gerichtet. Innerhalb der Institution sorgen wir dafür, dass alle haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter gut zusammenarbeiten. Wir bündeln die Interessen der Handwerksunternehmen und tragen sie an die Politik heran, damit sich die Relevanz der Branche in der Außenwahrnehmung und im Bewusstsein der Gesellschaft verankert.

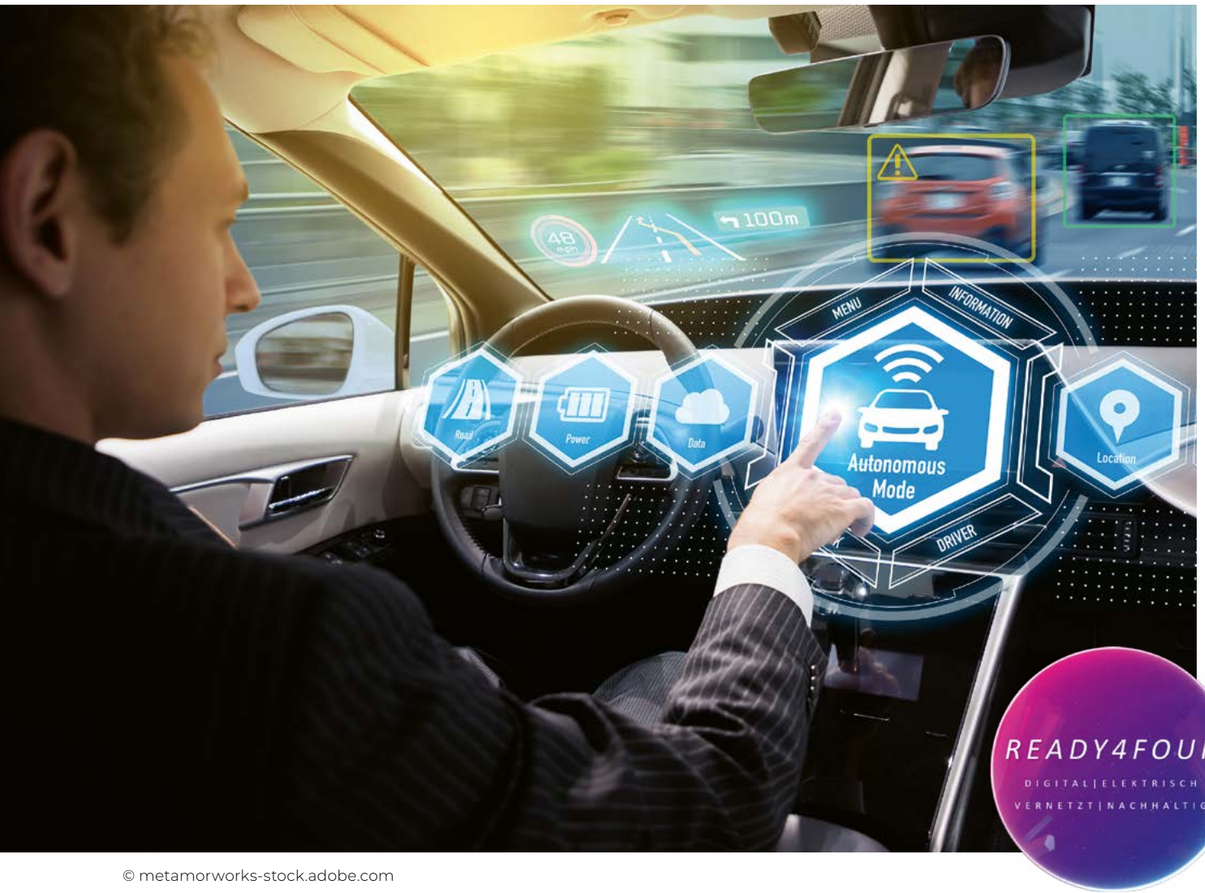
Am 5. September findet der erste Wolfsburger Handwerks-Cup im Drachenboot statt, initiiert durch die Handwerkskammer und die WMG. Was versprechen Sie sich von dieser Veranstaltung?

» Einen Tag vor dem großen Drachenboot-Cup mit über 3.000 Menschen dürfen unsere Innungen die Regattastrecke ausprobieren. Wir freuen uns sehr dabei zu sein - das wird eine ganz neue Erfahrung für alle Beteiligten. Es ist zudem ein innovativer Weg, den Stellenwert des Handwerks in die Öffentlichkeit zu tragen. +

Mehr Informationen zum Handwerks-Cup gibt es hier:

„READY4FOUR“

ZUKUNFTSWEISENDES PROJEKT FÜR DIE MOBILITÄT VON MORGEN



© metamorworks-stock.adobe.com

Die Stadt Wolfsburg und die Volkswagen AG haben die gemeinsame Vision einer innovativen Stadtentwicklung, die den Standort Wolfsburg zum Vorreiter im Bereich zukunftsfähiger Mobilität transformieren soll. Um dieses Ziel greifbar zu machen, werden gemeinsam mit der Wolfsburg AG fortschrittliche Strategien und Projekte entwickelt – das Mitte 2023 initiierte Projektvorhaben „Ready4Four“ gilt als elementarer Bestandteil. Im Kern sieht das im Rahmen der Initiative #WolfsburgDigital ausgearbeitete Konzept die Einrichtung eines Umfelds für autonome, vernetzte und elektrifizierte Mobilitätslösungen vor. Gleichzeitig ist das Vorhaben Teil der Wirtschaftsagenda der Stadt Wolfsburg.

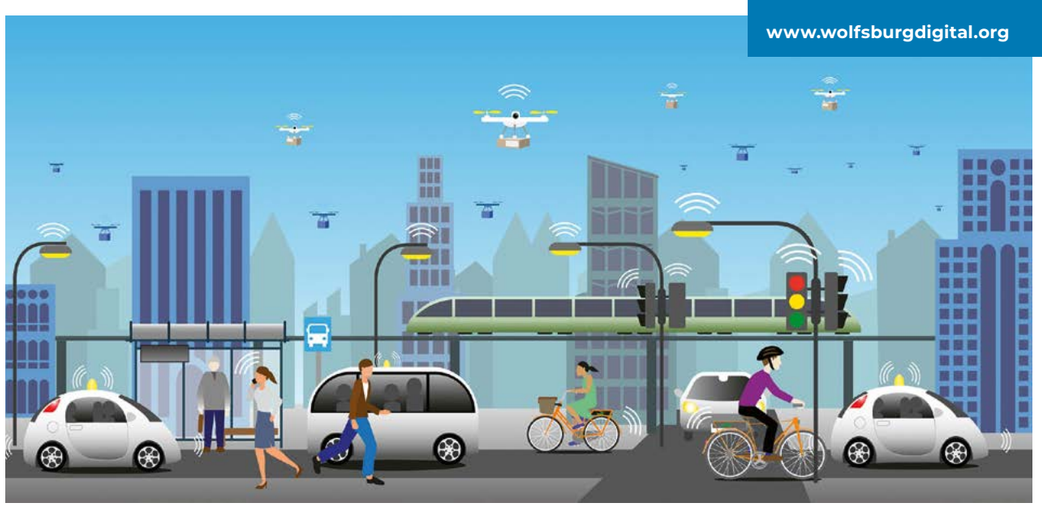
DAUERHAFTE IMPLEMENTIERUNG GEPLANT

Autonomes Fahren wird in verschiedene Stufen eingeteilt – dem Level 1 sind verschiedene Fahrassistenzsysteme zugeordnet. In weiterführenden Stufen sind teilautonome Funktionen im System integriert, der Fahrer gilt jedoch immer noch als unverzichtbarer Akteur im Straßenverkehr, der die Verantwortung trägt. Ein autonomes Fahrzeug mit Level 4 kann sich unter bestimmten Bedingungen zum Großteil selbstständig durch die Straßen bewegen und navigieren.
Um diesem Ziel näher zu kommen, beschäftigen sich die Projektleiter Eric Hoffmann und Anton Anselm von der Wolfsburg AG in Kooperation mit Partnern unter anderem mit der Schaffung von Rahmenbedingungen für die Umsetzung neuer Fahrzeugfunktionen, die die Realisierung dieser neuen Ära der Mobilität möglich machen. „Volkswagen ist führend in der Entwicklung von Elektrofahrzeugen und autonomen Fahrtechnologien. Durch diese Partnerschaft wollen wir sicherstellen, dass die im Volkswagen-Konzern vorhandenen fortschrittlichen Technologien optimal genutzt werden, um die Mobilitätsbedürfnisse der Zukunft zu erfüllen. Damit sind unter anderem die Integration von smarten Mobilitätskonzepten in die Stadtplanung Wolfsburgs und die Schaffung von neuen digitalen Infrastrukturen, die nachhaltige Mobilität fördern, gemeint“, beschreibt Anselm, der seit zwölf Jahren im Bereich digitale Transformation und Mobilität bei der Wolfsburg AG tätig ist. Derzeit sind bereits zahlreiche Testfelder und Reallabore in der Region angesiedelt. Das Vorhaben zielt jedoch darauf ab, Wolfsburg nicht nur als Erprobungsstandort zu sehen, sondern eine dauerhafte Infrastruktur für hochautomatisiertes Fahren zu implementieren und auch erlebbar zu machen.

VORBEHALTE DURCH VORTEILE ERSETZEN

Die Projektleiter sehen großes Potenzial darin, durch gezielte Aufklärung und Erfahrbarkeit das Vertrauen der Bevölkerung in neue Technologien zu stärken und gleichzeitig deren Vorteile aufzuzeigen. Dazu zählen eine erhöhte Sicherheit durch die Minderung von Verkehrsunfällen, mehr Komfort, Effizienz im öffentlichen Nahverkehr, eine Optimierung des Verkehrsflusses, eine smarte und stressfreie Parkplatzsuche sowie reduzierter CO_2-Ausstoß.

Es dauert zwar noch ein wenig, aber wir kommen dem Ziel stetig näher. Trotz sich verändernder Rahmenbedingungen bieten die gesetzten Meilensteine eine solide Grundlage für eine zielgerichtete und agile Projektentwicklung. „Wir streben an, die Rahmenbedingungen in Wolfsburg innerhalb der nächsten fünf Jahre zu verbessern und erste Projekte umzusetzen. Unsere Prioritäten sind derzeit, Konzepte für das autonome und vernetzte Fahren und ein optimiertes Ladeerlebnis zu entwickeln“, erläutert Umweltingenieur Eric Hoffmann.
Die derzeitige Planung sieht eine Umsetzung aller notwendigen Maßnahmen in der kommenden Dekade vor, um autonomes Fahren als festen Teil der Verkehrsstruktur Wolfsburgs zu verankern, von dem alle profitieren. +



© Solveig-stock.adobe.com

Das Projektvorhaben zahlt auf den 10-Punkte-Plan zur Stärkung der Wolfsburger Wirtschaft ein.

#WOLFSBURGDIGITAL

Mit der Initiative #WolfsburgDigital bauen die Stadt Wolfsburg und Volkswagen seit Ende 2016 digitale Angebote, neue Mobilität und Modelllösungen am Standort Wolfsburg konsequent aus. Im Mittelpunkt aller Bestrebungen stehen die Zukunftssicherung des Wirtschaftsstandortes Wolfsburg, die Steigerung der Lebensqualität für die Bürger und die gemeinsame Stärkung von Marke und Standort. Dafür liegen die Schwerpunkte in den Aktionsfeldern „Stadtentwicklung & Mobilitätslösungen“, „Bildung, Leben & Services“, „Digitale Transformation“ und „E-Mobilität & Energie“. Angesichts der komplexen Schnittstellen zwischen Aktionsfeldern und übergeordneten Themen ist aus der Initiative auch ein Netzwerk relevanter Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Gesellschaft entstanden. Den regelmäßigen und interdisziplinären Austausch regen etablierte Veranstaltungsformate und thematisch orientierte Einzelevents an – vom vierteljährlichen Stammtisch bis zum Hackathon. Interessierte melden sich unter pmo@wolfsburgdigital.org für die Aufnahme in den Verteiler für Veranstaltungsankündigungen an.

www.wolfsburgdigital.org

GEMEINSAM KÖNNEN WIR VIEL ERREICHEN

Mark Alexander Krack, Hauptgeschäftsführer DEHOGA Niedersachsen, im Interview zur Situation der Hotellerie und Gastronomie in der Region.

Herr Krack, Sie sind seit Anfang des Jahres Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Niedersachsen. Was hat Sie an dieser Aufgabe besonders gereizt?

» Nachdem ich seit 2001 in der Handelsverbandslandschaft meine Wurzeln gehabt habe und dort seit 2018 Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Niedersachsen-Bremen gewesen bin, reizte es mich besonders, noch einmal den Hauptblickwinkel von einem anderen Wirtschaftsbereich auf Politik, Verwaltung und Gesellschaft zu richten und mich insbesondere auf Landesebene für die Mitgliedsbetriebe aus diesem Segment einzusetzen.

Welche berufliche Laufbahn haben Sie bisher verfolgt – und welche Erfahrungen bringen Sie speziell aus dem Bereich Hotellerie/Gastronomie mit?

» Nach meinem Studium der Rechtswissenschaften an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und dem Referendariat mit einer Auslandswahlstation bei der Deutsch-Britischen Industrie- und Handelskammer in London wusste ich, dass der Bereich der Interessenvertretung meine Sache ist. Die Zulassung als Rechtsanwalt erwarb ich im Jahr 1999, kam dann 2001 nach Hannover zum Unternehmerverband Einzelhandel Niedersachsen, wo ich als Assistent des Hauptgeschäftsführers startete und zum Geschäftsführer aufstieg, bevor mich der Ruf des Handelsverbandes Harz-Heide im Herbst 2005 erreichte, die Leitung seiner Geschäftsstelle in Braunschweig zu übernehmen. Dort hatte man mit dem DEHOGA Bezirksverband Land Braunschweig-Harz gemeinsame Räumlichkeiten und so ergab es sich, dass insbesondere die rechtliche Beratung und Prozessvertretung deren Mitglieder geschäftsbesorgend dann auch seit 2008 durch den Handelsverband erfolgte. 2012 wurde ich in Nachfolge der als Geschäftsführerin beim DEHOGA dort ausgeschiedenen Leonore Stolte auch zum Bezirksverbandsgeschäftsführer berufen. 2018 erfolgte dann die Berufung zum Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Niedersachsen-Bremen. Mit Ablauf des Jahres 2024 habe ich dann die Handelsverbandslandschaft verlassen und bin seit dem 1.1.2025 Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Niedersachsen.

Was sind Ihre ersten Eindrücke von der hiesigen Gastro- und Hotelbranche?

» Die neue Aufgabe macht mir großen Spaß, wenngleich die Zeiten natürlich herausfordernd sind. Der Start folgte ja mitten hinein in den Wahlkampf zur Bundestagswahl und die Kampagnenfähigkeit des Wirtschaftsbereichs ist sehr gut. Die Kolleginnen und Kollegen aus dem Bundesverband und den Landesverbänden haben mich wirklich klasse aufgenommen. Und natürlich sind die Rahmenbedingungen für die Betriebe der Gastro- und Hotelbranche angespannt. Ich sehe aber viele engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich mit Herzblut für ihre Betriebe einsetzen und der Einsatz für deren Interessen ist das, was mich antreibt.

Wie würden Sie die derzeitige Lage der Hotellerie und Gastronomie generell – aber auch vor allem in Wolfsburg und Umgebung – beschreiben?

» Hierzu verweise ich im Hinblick auf die Themen Konsumzurückhaltung der Menschen, Arbeitskräftemangel, Kostensteigerungen, verändertes Buchungsverhalten von Reisenden und Firmen und die eine oder andere Insolvenz im Privathotellerie-Bereich auf die bereits angesprochenen Herausforderungen.

„Nur jeder fünfte Betrieb blickt optimistisch auf das neue Jahr“: Wie bewerten Sie die Ergebnisse der kürzlich veröffentlichten DEHOGA-Umfrage?

» Ich glaube, dass es jetzt guter und spürbarer Impulse für die Wirtschaft sowie die Bürgerinnen und Bürger aus der Politik bedarf, damit wir hier zu einem „Turnaround“ – und zwar zuallererst bei der Konsumstimmung – kommen können. Das ist das Wichtigste.

Welche Ziele haben Sie sich als neuer Geschäftsführer für die kommenden Jahre gesetzt?

» Mir geht es hauptsächlich darum, die Interessen für das Gastgewerbe sehr präsent in Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit zu vertreten, sodass den Menschen klar vor Augen geführt wird, wie wichtig tatsächlich die gastgewerblichen Betriebe auch für den gesellschaftlichen Austausch, das Zusammenkommen und das Menschen-eine-gute-Zeit-bereiten sind.

Gibt es konkrete Projekte oder Initiativen, die Sie anstoßen oder weiterentwickeln möchten?

» Wir werden uns verbandlich verstärkt der fortschreitenden Digitalisierung, der Vernetzung mit anderen Akteuren im Umfeld unseres Wirtschaftsbereichs und speziellen Impulsen – wie beispielsweise Fragen der Nachhaltigkeit und Veränderungen in der Gesellschaft betreffend Lebensmittelproduktion und -verarbeitung – für unser Segment zuwenden.

Was braucht die Branche Ihrer Meinung nach, um zukunftsfähig zu bleiben?

» Vor allem bedarf es sowohl im Bereich der Unternehmerinnen und Unternehmer als auch bei den Beschäftigten Menschen, die mit Herzblut Gästen eine gute Zeit bereiten wollen. Aber da ist mir nicht bange drum, da ich gerade erst bei den Niedersächsischen Jugendmeisterschaften des Gastgewerbes tolle Erlebnisse hatte, die zeigen, dass es klappen wird.

Das Thema Personal beschäftigt viele Betriebe. Welche Lösungsansätze verfolgt der DEHOGA, um den Fachkräftemangel zu bekämpfen?

» Neben unserer Präsenz auf Ausbildungsmessen und Social-Media-Aktivitäten mit zielgerichtet ausbildungsrelevantem Content sind wir aktuell auch zusammen mit dem Niedersächsischen Wirtschaftsministerium und der GIZ dabei, in Marokko Auszubildende zu rekrutieren. Das läuft gut an.

Wie attraktiv ist die Branche heute noch für junge Menschen – und was muss sich eventuell ändern?

» Das Gastgewerbe ist der Wirtschaftsbereich, wo man mit vielen unterschiedlichen Menschen zusammenkommt und interagiert. Nirgendwo hat man, da die Gäste ja gerne zu uns kommen und eine schöne Zeit verbringen wollen, so schnell die Möglichkeit, in einen guten Austausch zu kommen. Und mit seinen flachen betrieblichen Hierarchien ist unser Wirtschaftsbereich auch für schnelle Aufstiegsmöglichkeiten bekannt. Zudem besteht für ausgebildete Fachkräfte eine weltweite Möglichkeit zu arbeiten – auch das schätzen viele.

Was wünschen Sie sich von der Politik auf kommunaler und Landesebene für die Gastronomie- und Hotelbranche?

» Weniger Bürokratie und keine zusätzlichen standortbenachteiligenden Maßnahmen wie beispielsweise Verpackungs- und/oder Bettensteuern, deren Kosten-Nutzen-Verhältnis mit Blick auch auf den administrativ zu leistenden Part höchst fragwürdig ist. Stattdessen eine gute Einbindung der gastgewerblichen Vertreterinnen und Vertreter des DEHOGA in wichtige Entscheidungsprozesse zum Standortmarketing.

Wo sehen Sie die regionale Branche in fünf Jahren – optimistisch betrachtet?

» Hoffentlich mit Blick auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in besserem Fahrwasser, sodass Anreize für Unternehmertum im Gastgewerbe gesetzt werden.

Zum Schluss: Gibt es eine Botschaft, die Sie den Gastgeberinnen und Gastgebern in der Region mit auf den Weg geben möchten?

» Ihr seid in der schönsten Branche der Welt tätig, daher vernetzt Euch. Gemeinsam können wir viel erreichen – mehr noch als 7 % Mehrwertsteuer auf Speisen! +

Das Thema zahlt auf den 10-Punkte-Plan zur Stärkung der Wolfsburger Wirtschaft ein.

FLORIAN HARY, PRÄSIDENT DEHOGA UND CEO HARY NETZWERK GMBH:

„Grundsätzlich leidet Wolfsburg unter denselben Herausforderungen wie zahlreiche andere Städte auch. Durch den Wandel im Dienstreisesektor steht Wolfsburg vor einer großen Herausforderung, die es zu meistern gilt. Gelingen kann so etwas immer mit einer langfristigen Strategie und einem Konzept. Gleiches spiegelt sich in der Gastronomie und im MICE-Sektor. Hier sind einzelne Veranstaltungen ein „Pflaster“ für die Branche. Es muss aber gelingen, dass wir kontinuierlich als Standort attraktiv sind und so auch wahrgenommen werden. Wenn das konsequent umgesetzt wird, dann hat Wolfsburg eine gute Chance.“

CHRISTOPH NEUMANN, VORSITZENDER WMG-TOURISMUS-BEIRAT UND DIREKTOR / GENERAL MANAGER COURTYARD BY MARRIOTT WOLFSBURG:

„Ohne eine Veränderung der aktuellen Marktlage ist die Situation der Hotellerie und Gastronomie katastrophal und für viele Betriebe existenzbedrohend. Mit Blick auf Wolfsburg müssen wir uns neue Märkte erschließen und Tagungen sowie Freizeitgäste in die Stadt locken.“

INTERNATIONALE TALENTE GEWINNEN UND HALTEN

WIE DAS WELCOME CENTER FACHKRÄFTE UND UNTERNEHMEN UNTERSTÜTZT

© Allianz für die Region/Susanne Hübner

180 Teilnehmende beim 10-jährigen Bundesnetzwerktreffen der Welcome Center

Seit Jahren herrscht Personalmangel in Deutschland – vor allem in Branchen wie dem Handwerk, der Informationstechnik sowie dem Gesundheits- und Sozialwesen stehen die Verantwortlichen weiterhin vor finanziellen und personellen Herausforderungen. Qualifizierte und motivierte Fachkräfte werden häufig aus anderen Ländern rekrutiert.
Laut einer Studie des „Mediendienstes Integration“ kommen 2024 mehr als 15,5 % der Arbeitskräfte aus einem anderen Land, die Tendenz ist steigend. Dennoch stehen internationale Talente vor einigen Herausforderungen, die den Aufbau einer Existenz in Deutschland erschweren. Das Welcome Center in Trägerschaft der Allianz für die Region arbeitet eng mit verschiedenen regionalen Institutionen* zusammen. Mit einem Standort in Wolfsburg und Braunschweig hat es sich zur Aufgabe gemacht, eine Willkommenskultur zu etablieren und Arbeitgeber sowie Arbeitnehmer im Rekrutierungsprozess zu begleiten.

SERVICES FÜR FACHKRÄFTE

Sie besetzen relevante Positionen, tragen zum wirtschaftlichen Wachstum bei, zeigen neue Perspektiven auf und bereichern das Land auf vielfältige Art und Weise – ein Land, in dem sie nicht geboren sind und zu dem sie häufig keinerlei Bezug haben. Wie kann es gelingen, Arbeitnehmer aus dem Ausland willkommen zu heißen, damit sie sich nicht nur geduldet, sondern auch wirklich zu Hause fühlen?
Die Projektleiterinnen der Allianz für die Region Houda Araar-Makhlouf und Simuna Karadzic-Nahler stehen den Fachkräften der Zukunft von der Bewerbung bis zum ersten Arbeitstag in der neuen Heimat zur Seite. Neben der transparenten Auskunft darüber, welche Beratungs- und Serviceeinrichtungen sowie Bildungsträger wofür zuständig sind, gehört auch eine ganzheitliche, kostenfreie Orientierungshilfe in den relevanten Lebensbereichen Beruf, Familie und Freizeit zum Angebot. „Die Menschen können mit jedem Thema zu uns kommen und wir erstellen gemeinsam eine Struktur und einen Plan, geben Hinweise und machen Termine“, beschreibt Araar-Makhlouf, die seit 2018 im Welcome Center tätig ist und neben ihrer Expertise in den Bereichen Recht, Personal und Psychologie auch Englisch, Arabisch und Französisch spricht.
Ihre Klienten sind auf Jobsuche, benötigen Informationen zur Anerkennung ihrer Abschlüsse, haben Fragen zum Familiennachzug oder wollen sich beruflich neu orientieren. Teilweise sind sie noch in ihrer Heimat, wenn das erste Gespräch stattfindet, in dem sie auf ihr neues Leben vorbereitet werden. Neben der Unterstützung bei Formularen und Bewerbungen sind zwischenmenschliche Kompetenzen von großer Bedeutung – die Ansprechpartner versuchen, ein realistisches Bild vom Leben in Deutschland zu vermitteln, ohne die Euphorie und Motivation, die teilweise mit diesem neuen Kapitel einhergehen, gänzlich zu bremsen.
Um vorbereitet zu sein und eine der größten Barriere umgehen zu können, legen sie den Arbeitnehmern vor allem ans Herz, die deutsche Sprache zu lernen. Nur so könne es gelingen, gänzlich anzukommen, sich eine Existenz aufzubauen und sich im beruflichen sowie privaten Umfeld wohlzufühlen.

UNTERSTÜTZUNG FÜR UNTERNEHMEN

Für kleine und mittelständische Unternehmen werden kostenfreie Leistungen wie eine Erstberatung und die Begleitung von der Recherche bis zum Bewerbungsprozess sowie weiterführende kostenpflichtige Services angeboten. Für ein Wolfsburger IT-Unternehmen wurden beispielsweise alle Schritte zu einer erfolgreichen Rekrutierung aus dem Ausland von der ersten Kontaktaufnahme in der Heimat des potenziellen neuen Kollegen, der Vorstellung der Position, gemeinsamer Unterlagenbeschaffung für das Visum, Organisation von Terminen mit der Ausländerbehörde, der Umsetzung des beschleunigten Fachkräfteverfahrens bis zum ersten persönlichen Kennenlernen umgesetzt.
In interkulturellen Workshops der zertifizierten Trainerinnen des Welcome Centers können die Mitarbeiter eines Unternehmens außerdem die kulturellen Hintergründe, Bräuche und Sitten der Herkunftsländer ihrer neuen Kollegen vorbereitend kennenlernen, um ihr Gegenüber besser verstehen zu können.
Ein Workshop besteht aus drei Elementen: Theorie, Übungen und Reflexion. Laut der Informationsmanagement-Absolventin und Gesundheitswirtschaftlerin Karadzic-Nahler, die seit sieben Jahren im Welcome Center tätig ist, erleben viele Teilnehmende „Aha-Momente“, auch wenn sie vorher keine Notwendigkeit im Training gesehen haben.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR BEIDE SEITEN

Die größten Hürden für Arbeitgeber sowie Arbeitnehmer sind die Anforderungen der Bürokratie, die mangelnde Erreichbarkeit verschiedener Institutionen, abgelehnte oder unbeantwortete Aufenthaltsanträge der Personen selbst oder deren Familienmitgliedern und die politische Lage, die bei den potenziellen Bewerbenden Zweifel auslöst. Um Lösungen zu finden und Weiterentwicklung zu fördern, tauschen sich die Mitarbeiter der Welcome Center jährlich auf dem Bundesnetzwerktreffen aus, welches dieses Mal im Mai in Braunschweig stattgefunden hat.

Politische Entscheider und Multiplikatoren freuen sich über das Bundesnetzwerktreffen in Braunschweig © Allianz für die Region/Susanne Hübner

BUNDESNETZWERKTREFFEN DER WELCOME CENTER

Deutschlandweit sind mehr als 50 Institutionen vertreten, die sich um derartige Belange in der jeweiligen Stadt kümmern. Auf dem seit zehn Jahren stattfindenden Bundesnetzwerktreffen machen die Mitarbeitenden auf die Relevanz ihrer Arbeit aufmerksam – auch landes- und bundespolitische Vertreter, Netzwerkakteure, Verbände und Unternehmen standen am 15. und 16. Mai wieder auf der Gästeliste. Neben dem Austausch über innovative Ansätze wurde auch die Zukunft der Welcome Center thematisiert, denn diese befinden sich in unterschiedlicher Trägerschaft – die finanzielle Förderung ist oft nicht kostendeckend, eine langfristige auskömmliche Finanzierung ist vonnöten. Diese wünschen sich die Projektbeauftragten der Center, damit sie auch zukünftig erste Schritte mit ihren Klienten gehen können, um ihnen den Weg in eine lebenswerte Zukunft zu ebnen.

**der Industrie- und Handelskammer Braunschweig, der IHK Lüneburg-Wolfsburg, der Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade, dem International Womens Association Region Braunschweig e. V., dem Internationalen Freundeskreis Wolfsburg e. V., der Stadt Wolfsburg, der Stadt Braunschweig/ Braunschweig Zukunft GmbH, der Agentur für Arbeit Braunschweig-Goslar sowie Helmstedt, dem Amt für regionale Landesentwicklung Braunschweig, dem Deutschen Gewerkschaftsbund Region Süd-OstNiedersachsen und der Wolfsburg AG.*

SO GELINGT UNTERNEHMENSNACHFOLGE: DER NEUE PRAXISLEITFADEN

Unternehmensnachfolge gesucht? Die Allianz für die Region unterstützt Unternehmen in der Region Braunschweig-Wolfsburg dabei, eine geeignete familienexterne Nachfolge zu sichern und hilft Nachfolgeinteressierten auf ihrer Suche nach der passenden Firma für den Start in die Selbstständigkeit.
Alle Informationen rund um die Suche nach Kandidaten oder Unternehmen, Finanzierungsmöglichkeiten, Ermittlung des Kaufpreises und vieles mehr bietet der neue digitale Praxisleitfaden für alle, die mehr über das Thema Unternehmensnachfolge erfahren wollen. +

LEBENS.WERT

Ganzheitliche Entwicklung in der VfL Wolfsburg Akademie

© VfL Wolfsburg

Die Ausbildung beim VfL Wolfsburg vermittelt nicht nur sportliches Wissen, sondern auch praktische und lebensnahe Fertigkeiten.

In der VfL Wolfsburg Akademie endet Ausbildung nicht am Spielfeldrand. Mit dem Programm Lebens.Wert verfolgt der Verein ein ambitioniertes Ziel: junge Talente nicht nur sportlich, sondern auch persönlich zu fördern. Den Wolfsburger Nachwuchsspielern soll nicht nur fußballerische Kompetenz vermittelt werden – sie sollen sich zu starken, verantwortungsvollen Persönlichkeiten entwickeln und lernen, ihr Leben eigenverantwortlich zu gestalten. Denn wer auf und neben dem Platz bestehen will, braucht mehr als Technik und Taktik – er braucht Werte, Wissen und Weitblick.

WAS IST LEBENS.WERT?

Lebens.Wert ist ein fest verankerter Bestandteil der Nachwuchsausbildung und geht bewusst über die klassische Fußballförderung hinaus. Es bereitet junge Spieler gezielt auf die Herausforderungen des Lebens vor – innerhalb wie außerhalb des Profisports. Im Zentrum stehen praxisnahe Themen, die für ein selbstbestimmtes und verantwortungsbewusstes Leben essenziell sind. Neben theoretischen Inhalten werden den Spielern auch zahlreiche praktische Aktivitäten wie Werkstouren bei Volkswagen, WG-Kochen bei der VHS oder E-Scooter-Fahrsicherheitstrainings geboten. So werden nicht nur das Wissen, sondern auch die sozialen Kompetenzen der Spieler gefördert und Perspektiven für die Zukunft abseits des Platzes aufgezeigt. „Wir waren mit der U17 bei der Lebenshilfe und haben uns alles angeschaut. Anschließend hat ein Spieler gefragt, ob er dort sein Praktikum absolvieren kann. Die Idee hätte er wahrscheinlich nicht gehabt, wenn wir nicht vor Ort gewesen wären“, sagt Projektleiterin Conny Pohlers.

DIE VIER SÄULEN VON LEBENS.WERT

1. Ernährung
Die richtige Ernährung ist der Schlüssel zur Leistungsfähigkeit. Die Spieler lernen, wie sie sich gesund und ausgewogen ernähren können.
2. Schlaf und Regeneration
Wer dauerhaft Leistung bringen will, muss auch Pausen einlegen. Das Programm vermittelt, wie wichtig Erholung für Körper und Geist ist – und wie sie effektiv in den Alltag eingebaut werden kann.
3. Finanzen
Frühzeitig den Umgang mit Geld lernen – das ist ein zentraler Baustein. In Workshops erarbeiten die Nachwuchstalente Grundlagen für finanzielle Selbstständigkeit und Vorsorge.
4. Social Media
Der Umgang mit digitalen Medien ist Alltag. Lebens.Wert sensibilisiert für Risiken und Chancen und unterstützt die Spieler dabei, einen bewussten und reflektierten Umgang mit ihrem Social-Media-Auftritt zu finden.

INDIVIDUELL, PRAXISNAH UND ZUKUNFTSORIENTIERT

Konzipiert in enger Zusammenarbeit mit internen Experten und externen Partnern, passt sich Lebens.Wert flexibel den Bedürfnissen der Spieler an. Workshops, interaktive Formate und persönliche Betreuung sorgen dafür, dass jeder individuell gefördert wird – immer mit dem Ziel, nicht nur bessere Fußballer, sondern vor allem starke Persönlichkeiten hervorzubringen, die auch in schwierigen Situationen die richtigen Entscheidungen treffen. +

„POWERPLAY FÜR DIE ZUKUNFT“

Grizzlys setzen sich für mehr Nachhaltigkeit ein

© Grizzlys Wolfsburg / City-Press GmbH

Nachhaltigkeit im Profisport? Für viele mag das zunächst wie ein Widerspruch klingen. Doch die Grizzlys zeigen, dass sportlicher Erfolg und gesellschaftliche Verantwortung kein Gegensatz sein müssen – sondern Hand in Hand gehen können. Seit Anfang 2024 beschäftigt sich der Klub intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit und hat daraus seine eigene Strategie entwickelt: **„POWERPLAY FÜR DIE ZUKUNFT“.**
In einem gemeinsamen Workshop mit Vertretenden aller Bereiche des Vereins wurden zentrale Fragen gestellt: Welche Verantwortung trägt ein Sportverein in Zeiten des Klimawandels? Welche Wirkung kann er in der Region entfalten? Und vor allem: Welche Maßnahmen können konkret umgesetzt werden? Aus diesen Überlegungen ist eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie entstanden, die weit über den Tellerrand des Sports hinausblickt.

Im Mittelpunkt stehen dabei fünf ambitionierte Ziele:

- Reduktion der CO_2-Emissionen um 50 Prozent bis 2030
- Stärkung der Region Wolfsburg
- verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen
- Ausbau des sozialen Engagements und Förderung des Nachwuchses
- Schaffung eines arbeitnehmerfreundlichen Umfelds

Dabei ist dem Klub bewusst: Nachhaltigkeit ist ein Prozess – kein Zustand. Die gesetzten Ziele werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. „Uns geht es nicht darum, von jetzt auf gleich alles zu verändern, sondern darum, stetig besser zu werden“, sagt Lisa-Marie Wendlandt von den Grizzlys. Der Weg ist klar: Schritt für Schritt, mit viel Teamgeist und dem festen Glauben daran, dass auch kleine Maßnahmen Großes bewirken können.

„Unsere Vision: Gemeinsam für die Zukunft des Eishockeys, die Region und die Welt von morgen.“

WENIGER EMISSIONEN, MEHR ENGAGEMENT

Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Reduktion von CO_2-Emissionen und dem Ausbau des sozialen Engagements. Aktuell arbeitet der Klub an einem umfassenden Abfallmanagementkonzept, das zunächst in der Geschäftsstelle, dem Mannschaftsbereich und dem Fan-Shop umgesetzt wird. Bei erfolgreicher Implementierung soll es auf die gesamte EisArena ausgeweitet werden – in enger Abstimmung mit der Stadt, die als Betreiberin der Arena fungiert.

MIT DEN ÖFFIS ZUM HEIMSPIEL

Auch die Mobilität der Fans steht auf dem Prüfstand: Wie können Zuschauer dazu motiviert werden, umweltfreundlich zum Spiel zu kommen? Ideen wie vergünstigte ÖPNV-Tickets oder Carpooling-Initiativen sind bereits in der Diskussion. Denn klar ist: Der Sport bewegt nicht nur Menschen – er kann auch Veränderung anstoßen.
„Wir sind uns unserer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung bewusst“, betont Lisa-Marie Wendlandt. „Und wir glauben fest daran, dass wir als Sportgemeinschaft Vorbild sein können. Aber wir schaffen das nur gemeinsam – mit unseren Fans, Partnern, Mitarbeitenden und der Stadt.“ Mit **„POWERPLAY FÜR DIE ZUKUNFT“** zeigt der Wolfsburger Klub, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Modethema ist – sondern eine echte Mannschaftsleistung. +

WIRTSCHAFTSJUNIOREN MIT NEUEM VORSTAND

Als Netzwerk der jungen Wirtschaft der Region sind die Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg e. V. mit einem neuen Vorstand in das Jahr 2025 gestartet. Das Vorstandsteam bilden Kreissprecher Michel Wedekind, sein Stellvertreter Florian Wagner, Schatzmeister Veith Deumeland, Geschäftsführerin Meike Förster, Jan-Filipp Schmidt, Lea Kehring, Markus Simon und Hendrik Vieth. Gemeinsam wollen sie das Netzwerk weiterentwickeln, Begeisterung und Mehrwert schaffen und die Region aktiv mitgestalten.

Hintere Reihe v. l.; Hendrik Vieth, Veith Deumeland, Lea Kehring, Jan-Filipp Schmidt und Markus Simon, vordere Reihe v. l.: Florian Wagner, Michel Wedekind und Meike Förster

© Wirtschaftsjunioren Gifhorn-Wolfsburg e. V., Foto: Thomas Koschel

INNENSTADT-DIALOG

Regelmäßig bringt die WMG die Gewerbetreibenden und Eigentümerschaft der Innenstadt zum gemeinsamen Austausch zusammen. Anfang März fokussierte der Innenstadt-Dialog den Hochschul- und Wissenschaftsstandort Wolfsburg. Wirtschaftsdezernent Jens Hofschröer, Prof. Denis Royer von der Ostfalia Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Dr. Stefan Schmitt von der Open Hybrid LabFactory und Marcel Hilbig von der Stadt Wolfsburg sprachen über die aktuellen Entwicklungen und die Chancen der Kooperation zwischen den Hochschulen und den Innenstadtakteuren.

WOLFSBURG WOMEN CONNECT

Ein Abend voller Inspiration, Austausch und Empowerment – das war der Netzwerkabend Wolfsburg WOMEN Connect am 2. April 2025 für rund 350 Unternehmerinnen und Frauen in Führungspositionen aus Wolfsburg und der Region. Verschiedene Impulsvorträge zum Thema Mut rundeten das Programm ab. Die WMG veranstaltete den Abend in Kooperation mit der CinemaxX Entertainment GmbH und mit Unterstützung weiterer Partner.

Alle Fotos © Nina Stiller

STANDPUNKT+

BERND KNAIER

© Marian Lenhard

Hotelmanager Bernd Knaier ist nach 18 Jahren internationaler Karriere in der Luxushotellerie zurück in Deutschland, genauer gesagt in Wolfsburg: Nachdem er seine Ausbildung zum Hotelkaufmann in Frankfurt absolviert und in Dubai Management studiert hat, sammelte er jahrelang weltweit Expertise in renommierten Hotels in Chicago, Peking, Singapur und Katar.

Seit Juli 2024 ist er gemeinsam mit seiner Familie wieder back in Germany – als General Manager des The Ritz-Carlton Wolfsburg. Er sieht eine gute Basis der Stadt als MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions)-Standort und kennt den Stellenwert Wolfsburgs im Tourismussektor.

»In Wolfsburg sind bereits viele Faktoren vorhanden, die einen attraktiven MICE-Standort ausmachen – von der Infrastruktur im Bereich Transport, Hotellerie und Gastronomie bis hin zu einer Vielzahl an verschiedenen Attraktionen im Bereich Kunst, Kultur und Erlebnis. Unter vielen anderen ist hier das phaeno, das Kunstmuseum, die Autostadt, die Volkswagen Arena oder Werksführungen bei Volkswagen zu nennen.
Ich stehe in engem Austausch mit Akteuren aus allen Sektoren und Branchen der Region und stelle immer wieder einen starken Antrieb fest, sich gemeinsam im offenen Austausch weiterzuentwickeln. Die kooperative Hotelbranche zum Beispiel ermöglicht im Schulterschluss aller, ausreichend Übernachtungskapazitäten für große Events, was Wolfsburg – auch im Vergleich zu anderen Standorten dieser Größe – ebenfalls attraktiv macht. Hinzu kommt die geografische Lage in der Nähe von Großstädten wie Berlin, Hamburg und Hannover sowie die gute Anbindung an die Bahn.

Wolfsburg gewinnt auch im Tourismussegment an Relevanz. Diese Entwicklung spiegelt sich in steigenden Besucherzahlen wider und auch im The Ritz-Carlton erfreuen wir uns an der großen Beliebtheit bei unseren regionalen und überregionalen Freizeitreisenden, vor allem an den Wochenenden.

Zukünftig gilt es, Wolfsburg einerseits als MICE-Standort anhand der Durchführung größerer Veranstaltungen zu etablieren und andererseits einen Mehrwert für Freizeitreisende durch stetige Innovation und Unternehmertum im Tourismussektor zu schaffen.

Auch die lokale Perspektive beziehen wir im Tourismusbeirat in Zusammenarbeit mit der Stadt und der WMG ein und schaffen Synergien mit relevanten Partnern. In Kooperation mit dem Kunstmuseum veranstaltet das The Ritz-Carlton dieses Jahr beispielsweise den ersten Museumsball, der ein besonderes Highlight im Veranstal-tungskalender für die Wolfsburger werden soll und am 21. Juni im Rahmen der außergewöhnlichen Ausstellung „Schwerelos“ von Leandro Erlich stattfinden wird.

Wolfsburg darf getrost als ganzheitlich attraktive Stadt betrachtet werden, die ihren Besuchern und Einwohnern sehr viel zu bieten hat. Wir haben viele Möglichkeiten, das Potenzial der Stadt auszuschöpfen, wenn wir Chancen und Gelegenheiten miteinander identifizieren und weiterhin effektiv zusammenarbeiten, diese für einen deutlichen Mehrwert im Bereich MICE, Tourismus, aber auch Lifestyle zu verwirklichen. +«

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

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

WOLFSBURG STORE

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

Willy-Brandt-Platz 4 | 38440 Wolfsburg
Öffnungszeiten: Montag-Samstag 9-18 Uhr
und Sonntag 10-13 Uhr

FOLGEN SIE DER WMG AUCH AUF
wmg-wolfsburg.de

WOLFSBURG CONVENTION BUREAU

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

Wolfsburg erleben

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

MAGAZIN-ABONNEMENT

Wenn Sie das Wirtschaftsmagazin WOLFSBURG+ der WMG zukünftig nur noch digital lesen möchten, senden Sie uns bitte eine E-Mail an wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de.
Falls wir Ihnen das Magazin nicht mehr zuschicken sollen, informieren Sie uns bitte ebenfalls per E-Mail an wolfsburgplus@wmg-wolfsburg.de.

IMPRESSUM

Herausgeber
WMG Für Wolfsburg
Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Geschäftsführer
Jens Hofschröer

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

Ausgabe 44
Juni 2025

Druck
oeding print GmbH
Erzberg 45 | 38126 Braunschweig
Jakob Burmeister

Kooperationspartner
Stadt Wolfsburg
WOBCOM GmbH
Wolfsburg AG

Projektkoordination
Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH
Wirtschaftskommunikation
Lea Kehring

Titelfoto
Flo Gassner

Redaktion
Lea Kehring (WMG)
Siri Buchholz
Eileen Schlätel
Lina Tauscher

Gestaltung
Ivonne Jeetze
Lars Wilhelm

WOLFSBURGER HANDWERKS-CUP
IM DRACHENBOOT
2025

Wolfsburger Handwerks-Cup

im Drachenboot am 5. September 2025 ab 15 Uhr am Allersee

Are you ready? Jetzt noch bis zum 30. Juni 2025 anmelden!

handwerkscup-wolfsburg.de

Präsentiert von

Wolfsburger Kanu-Club e.V.

Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg

Lufthansa Industry Solutions

Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade

WMG Für Wolfsburg