

25 JAHRE

EINE VERLAGSBEILAGE
VOM 31. MAI 2025



A

AUTOSTADT



HAPPY BIRTHDAY!

Die Autostadt feiert 25. Geburtstag voller Aktionen und Innovationen

Die Autostadt in Wolfsburg bringt Autofans, Technikbegeisterte, Trendsetter, Wissbegierige und Genussfreunde in Bewegung. Mehr als 48 Millionen Besucherinnen und Besucher aus der ganzen Welt gingen seither auf Entdeckungstour – die Faszination für alle Generationen ist ungebrochen. Als Kommunikationsplattform des Volkswagen Konzerns ist die Autostadt ein Ort der Begegnung, der eine Atmosphäre schafft, die

Augen, Ohren und Gefühle der Menschen anspricht und deren Neugier weckt – im Jahr 2000 wie 2025.

Die Autostadt ist mit ihrer Kombination aus Bildung, Innovation und Erlebnis ein Prototyp und Pionier einer Freizeitwelt, die seit ihrer Gründung weltweit ihresgleichen sucht. Ohne Mut und Risiko gäbe es keinen Fortschritt. Diese Erkenntnis trifft für die Gründung der Autostadt genauso zu wie seither für ihre Erlebniswelten, die

Mobilität, Technik, Design, Nachhaltigkeit und Interaktion auf einzigartige Weise vereinen. Als Ausstellungs- und Übergabeort für das Automobil präsentiert die Autostadt die Marken des Konzerns. Sie verbindet die Lust am Erleben, Forschen und Entdecken. Sie bedient die Wissbegier auf Unbekanntes, integriert Zukunftstechnologien und schafft virtuelle und erweiterte Realität, um den Erlebnisbesuch noch spannender zu gestalten. Als Forum für Kultur, Konzerte und Kulinarik eröffnet sie neue Horizonte.

In der Vielfalt der Autostadt spiegelt sich die breite Orientierung des Weltkonzerns Volkswagen. Architektur, Design und Natur schaffen den Rahmen für Attraktionen. Ausstellungen zeigen Vergangenheit, Gegenwart sowie Zukunft der Mobilität. Als Forum für Kultur, Konzerte und Kulinarik eröffnet sie neue Horizonte, ebenso mit Events im Frühling, Sommer und Winter.

Die Autostadt pulsiert und macht Leben und Innovation erlebbar.



06

Bildung und Lernen hautnah

Talente entdecken und Kreativität

08

Lichtinszenierung im Jubiläumsjahr

Leuchtende Schornsteine bis Mitternacht

09

Hochkarätige Künstler beim Sommerfestival 2025

Weltweites Aufsehen als Eventlocation

FOTO: ANJA WEBER



FOTO: VWN



FOTO: VWN



FOTO: VOLKSWAGEN

Grüßworte

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Autostadt wird 25 Jahre alt und trotzdem immer jünger. Wie sie das macht? Unser Team erweckt die Vision von Ferdinand Piëch Tag für Tag zu neuem Leben. Mit innovativen Ideen, exzellentem Service und einer im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichneten Spitzengastronomie machen unsere Kolleginnen und Kollegen die Welt der Mobilität in all ihren Facetten erlebbar.

Bereits im Eröffnungsjahr 2000, als ich damals noch als Journalist auf dem heutigen Parkgelände meine ersten Schritte Richtung Volkswagen unternahm, habe ich diesen Spirit erleben dürfen. Ob anfangs im Mondo Club, später bei Movimentos oder heute bei den Sommerkonzerten mit Weltstars wie Will Smith – das Autostadt-Flair lässt mich nicht mehr los. Und offensichtlich nicht nur mich: Mehr als 48 Millionen Gäste in 25 Jahren belegen eindrucksvoll, wie sehr unsere Autostadt Menschen aus aller Welt begeistert und die Heimat unseres Konzernstammsitzes Wolfsburg nachhaltig prägt.

Ich danke allen Menschen, die diesen Erfolg ermöglichen, und freue mich mit Ihnen auf die kommenden 25 Jahre, in denen unsere Autostadt immer jünger wird.

IHR GUNNAR KILIAN
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER DER AUTOSTADT GMBH

bei Wikipedia steht nüchtern: „Die Autostadt ist ein Auslieferungszentrum für Neuwagen, ein Museum und ein Freizeitpark der Volkswagen AG in Wolfsburg.“ Das alles stimmt, aber für uns in Wolfsburg ist die Autostadt so viel mehr.

Die Älteren werden sich noch an die Bauphase erinnern, die man von der Berliner Brücke gut verfolgen konnte. Dann der erste Besuch, die erste Eisshow, unzählige Höhepunkte wie Konzerte, Sommerfeste und Weihnachtsmärkte: All dies sind Erinnerungen, die viele Menschen der Region vereinen.

Und die Jüngeren? Für die war die Autostadt schon immer da. Ist das nicht ein wunderbarer Gedanke? Sie gehört zum Leben in Wolfsburg einfach dazu. Und für uns als Volkswagen-Familie ist die Autostadt längst das Schaufenster für unseren Konzern – auf das wir verdammt stolz sind.

Dabei wird die Autostadt erst von ihren Gästen mit Leben erfüllt. Und ganz besonders von ihren Beschäftigten. Einige tun dies im direkten Kundenkontakt, andere hinter den Kulissen – und alle mit Herz. Egal, ob für die Menschen aus der Region oder Kundinnen und Kunden von weit her: Die Autostadt ist ein Ort mit Herz und der Begeisterung.

Ich freue mich auf die nächsten 25 Jahre!

IHRE DANIELA CAVALLO
VORSITZENDE VW GESAMT- UND KONZERNBETRIEBSRAT

Ich freue mich außerordentlich, dass wir ein ganz besonderes Jubiläum feiern können – 25 Jahre Autostadt in Wolfsburg!

Sowohl als langjähriges Mitglied des Aufsichtsrates und auch als Bürger der Stadt Wolfsburg ist die Autostadt viel mehr als nur ein Auslieferungszentrum, Museum oder Freizeitpark. Sie ist ein Ort, der seit einem Vierteljahrhundert Erlebnis, Spaß, Kunst und Kultur auf einzigartige Weise verbindet.

Diese besondere Mischung macht die Autostadt zu etwas ganz Besonderem, das weit über die Grenzen Niedersachsens und Deutschlands hinaus strahlt. Es ist beeindruckend, wie sie es schafft, Menschen jeden Alters zu begeistern und eine Atmosphäre zu schaffen, in der Innovation und Kreativität Hand in Hand gehen.

Herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren voller Inspiration und unvergesslicher Momente.

Auf viele weitere Jahre voller Erfolg und gemeinsamer Erlebnisse!

IHR HANS DIETER PÖTSCH
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER VOLKSWAGEN AG

Aus dem Inhalt

03 Die Autostadt in Wolfsburg findet weltweit Beachtung
Interview mit Armin Maus, Edith Gerhardt und Marco Schubert

04 Das Mega-Bauprojekt – Von der Vision zur Realität
Die mobile Erlebniswelt eröffnet im Millenniumjahr

05 Automobile Klassiker im Zeithaus
Aktuelle Sonderausstellung 75 Jahre VW Bulli

06 Innovative Lernorte für alle Generationen
Formate für Interessenbildung und Talentförderung

07 Neuer Gastronomiedienstleister ab Juli 2025
Speisenqualität und Service mit Innovationskick

08 Einzigartige Atmosphäre für Veranstaltungen
Klassik, Rock und mehr als Publikumsmagnete

09 Topstars beim Sommerfestival 2025
Eventmanager Roland Kalweit hat Location international etabliert

10 Prominente über ihre besondere Beziehung zur Autostadt
Neun Stimmen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Gesellschaft

11 Teamgeist, Motivation und Identifikation am Arbeitsplatz
Personalrinnen Stephanie Zöllner und Tessa Lange im Interview

12 Sechs außergewöhnliche Mitarbeitergeschichten
Vom Reiz, von Anfang an dabei zu sein

13 Fahrzeugabholung als Entdeckungstour in der Autostadt
Tradition und Innovationskraft auf Schritt und Tritt erlebbar

14 Hüter des Gedächtnisses der Autostadt
Archivar Sebastian Irmer dokumentiert Zeitzeugnisse unterirdisch

15 Sieben Pavillons für sieben Fahrzeugmarken des VW Konzern
Gebäudedesign und Fahrzeuge sind eine Symbiose

Hinweis generisches Maskulinum

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir bei personenbezogenen Hauptwörtern meist nur das generische Maskulinum und verzichten auf den gleichzeitigen Gebrauch der Sprachform männlich, weiblich und divers. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter und beinhalten keinesfalls eine Herabwürdigung oder Diskriminierung der anderen Geschlechter und umfassen Personen jeden Geschlechts gleichermaßen und gleichberechtigt.

IMPRESSUM: Eine Verlagsbeilage der AZ/WAZ/PAZ und HAZ/NP

Herausgeber: Madsack Medien Ostniedersachsen GmbH & Co. KG, Werderstraße 49, 31224 Peine

Geschäftsführung: Günter Evert, Carsten Winkler | Verantwortlich für den Anzeigenteil: Carsten Winkler | Redaktion: Birthe Kußroll-Ihle (verantwortlich) | Titelfoto, Fotos, Grafiken: gemäß Bildnachweis, Autostadt Wolfsburg: medienportal.autostadt.de, Volkswagen Nutzfahrzeuge: www.vwn-presse.de, Archiv | Layout und Produktion: Ulrike Henkel | Druck: Oppermann Druck- und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Gutenbergstraße 1, 31552 Rodenberg



Armin Maus.

FOTO: ANNE HUFNAGL



Edith Gerhardt.

FOTO: ANNE HUFNAGL



Marco Schubert.

FOTO: ANNE HUFNAGL

„Wir wollen ein weltweit beachteter Ort für Mobilität und Kultur sein“

Geschäftsführung der Autostadt macht für ihre Gäste die Zukunft der Mobilität und des VW Konzerns erlebbar

Das Führungsteam um den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Autostadt Wolfsburg, Armin Maus, und Geschäftsführer Marco Schubert, verantwortlich für Finanzen und Beschaffung, wird von Edith Gerhardt komplettiert. Sie verantwortet moderne Lifestyle-Dienstleistungen – die Auslieferung von Neuwagen, Konferenzmanagement, Gastronomie, Kulturwandel sowie IT- und Infrastrukturmanagement. Im Interview sprechen sie über die Autostadt als Erlebnisort für Familien, Autofans, Wissbegierige und Genusssmenschen.

Herr Maus, welche Bedeutung hat die Autostadt heute – 25 Jahre nach ihrer Gründung?

ARMIN MAUS: Die Autostadt war ein Herzensprojekt von Ferdinand Piëch. Er hatte die Vision, mitten in einer Industriestadt wie Wolfsburg einen Ort zu schaffen, der ein Markenerlebnis, ein gastronomisches Erlebnis und außergewöhnlichen Service vereint. Seitdem haben über 48 Millionen Menschen die Autostadt besucht – ein enormer Erfolg, der zeigt, dass Wolfsburg mehr ist als nur ein Industriestandort.

Sie gehören seit vier Jahren der Geschäftsführung an. Was waren seither Ihre Highlights?

MARCO SCHUBERT: Ich bin stolz auf die Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells, die zu einer Eigenumsatzsteigerung geführt hat. Über unsere Gastronomie, Hotellerie, Events, unsere Shops et cetera generieren wir entsprechende Umsätze. Wir stellen fest, da entwickelt sich die Autostadt

gut. Weitere Highlights sind die aktuell positive Entwicklung der Besucherzahlen sowie die der Fahrzeugauslieferung, die sich nach den Herausforderungen der Corona-Zeit wieder stabilisiert haben.

Worauf sind Sie besonders stolz?

ARMIN MAUS: Auf das Team. Ohne die engagierten Kolleginnen und Kollegen wäre die Autostadt nicht das, was sie heute ist – ein Ort der Begegnung, des Genusses, der Bildung und der Inspiration für die Mobilität der Zukunft.

Sie sind seit Oktober 2023 in der Geschäftsführung der Autostadt, kennen das Umfeld mit dem The Ritz-Carlton als ehemalige General Managerin schon länger. Was macht den „Zauber“ der Autostadt für Sie aus?

EDITH GERHARDT: Die Autostadt vereint einzigartig Mobilität, Innovation und Nachhaltigkeit. Der „Zauber“ liegt in der Fähigkeit, unsere Gäste in eine Markenwelt zu entführen, unvergessliche Momente zu

schaffen und eine tiefe emotionale Verbindung zum Gast herzustellen. Zudem tragen Leidenschaft und Engagement unserer Mitarbeitenden dazu bei, dass jeder Besuch zu einem Erlebnis wird.

Wie ordnet sich die Autostadt in das kulturelle und städtische Gefüge Wolfsburgs ein?

ARMIN MAUS: Wir sehen uns als Teil einer kulturellen Entwicklungsschleife mit Einrichtungen wie dem Kunstmuseum, dem Phaeno oder dem Scharoun Theater. Die Autostadt war ein wichtiger Baustein in der Transformation Wolfsburgs – von der reinen Industriestadt hin zu einem Ort mit hoher Lebensqualität und internationaler Strahlkraft.

Welche größeren Investitionen stehen in nächster Zeit an?

MARCO SCHUBERT: Wir freuen uns, unseren Gästen spannende Neuerungen präsentieren zu können. Dazu gehört die Modernisierung der Stadtbrücke, die den Weg zwischen

Stadtzentrum und Autostadt nachhaltiger und ökologischer gestalten wird. Etwas Neues entsteht auch im ehemaligen Lamborghini Pavillon: Das House of Gaming wird sich vor allem an eine jüngere Zielgruppe richten. Der Pavillon wird das neue Herzstück für das Thema „Gaming“ in der Autostadt – mit frischen Farben und einer modernen Ausstattung. Um die Faszination Motorsport im Volkswagen Konzern mit seinen Visionen, Emotionen und der Performance geht es zukünftig im bisherigen Premium Clubhouse. Die neue Inszenierung bietet vielfältige Stationen, an denen Gäste in die beeindruckende Welt des Rennsports eintauchen können.

Welche Rolle spielt der regionale Bezug?

ARMIN MAUS: Die Mehrheit unserer Besucher kommt aus dem erweiterten Kreis – Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, aber auch aus ganz Deutschland. Während Großevents wie das Sommerfestival

auch internationales Publikum anziehen, konzentrieren wir uns in der Kommunikation bewusst auf die Region, um Streuverluste zu minimieren.

Frau Gerhardt, Sie gelten als Hotel- und Gastronomieexpertin. Was macht das kulinarische Angebot der acht Restaurants in der Autostadt aus?

EDITH GERHARDT: Unser Leitmotiv für Gäste, Mitarbeitende und Wolfsburger heißt: „Gut essen“. Dafür arbeiten wir regional, sind biozertifiziert und leben den Manufakturgedanken für alle unsere Restaurants. Wir sprechen unterschiedliche Zielgruppen an, die zur DNA sowie zum Willkommenskonzert der Autostadt gehören. Ein neues Auto abzuholen, ist emotional, und Essen steht für zusätzliche Emotionen. Zudem bedeutet die Gastronomie unseren Mitarbeitenden viel, denn enge Bindung fängt mit gutem Essen an. Unsere Angestellten essen zu Vorzugskonditionen täglich in unseren Restaurants.

Die Autostadt hat auch einen Bildungsauftrag. Wie wird dieser umgesetzt?

ARMIN MAUS: Wir sind der größte außerschulische Lernort Niedersachsens mit einem starken Fokus auf MINT-Themen. Schulklassen aus der ganzen Region besuchen uns regelmäßig. Gleichzeitig bieten wir hochwertige Gastronomie, ein Fünf-Sterne-Hotel, Kulturveranstaltungen und eine Markenwelt – alles unter einem Dach. Künftig werden wir mit der „Future Mobility World“ eine neue Dauerausstellung zur Mobilität der Zukunft eröffnen.

Die Autostadt muss wie der VW Konzern sparen. Welche Bereiche trifft es und wie macht sich das für Besucher und Kunden bemerkbar?

MARCO SCHUBERT: In 25 Jahren ist es uns gelungen, die Autostadt als eine der führenden touristischen Destinationen in Deutschland zu etablieren. Wir bieten unseren Gästen einzigartige Erlebnisse und Momente. Doch aktuell sind wir gezwungen, mit den uns zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen effizient und effektiv umzugehen. Wir müssen genau abwägen, für welches Projekt, für welches Event wir Mittel aufwenden können – so, dass das beste Unternehmensergebnis im Sinne des Autostadt-Geschäftsmodells dabei herauskommt.

In der Autostadt steht jetzt ein Wechsel des Gastronomieangebots an. Worauf können sich Besucher freuen?

EDITH GERHARDT: Für unsere große Gastronomie brauchen wir einen Global Player wie die Compass Group, die Dachorganisation von Food Affairs. Gleichzeitig ist Food Affairs ein innovatives, kleines Team – schlagfertig und schnell, das Lust hat, gemeinsam mit uns etwas Einzigartiges zu schaffen. Die Food Affairs wird das Gastronomiekonzept der Autostadt weiterentwickeln. Regionalität, Bioqualität und der Manufaktur-Gedanke bleiben – Qualitäten, die wir noch stärken, um innovative Impulse für die Gastronomie in der Autostadt zu bieten.

Gibt es weltweit vergleichbare Einrichtungen wie die Autostadt?

ARMIN MAUS: Nein, nicht in dieser Gesamtheit. Die BMW-Welt in München oder das Mercedes-Benz-Museum in Stuttgart sind beeindruckend, aber fokussierter auf Produkt oder Historie. Die Autostadt ist einzigartig in ihrer Mischung aus Markenpräsenz, Architektur, Kultur, Bildung und Gastronomie.

Was planen Sie ab dem Start der neuen Gastronomiekooperation am 1. Juli?

EDITH GERHARDT: Zunächst eine reibungslose Betriebsübernahme. Wir müssen die rund 180 Gastronomie-Mitarbeitenden – die der Autostadt sehr verbunden sind – auf dieser Reise zu einem neuen Arbeitgeber nach 25 Jahren behutsam mitnehmen. Die Kür kommt erst nach dieser Pflicht.

Was war die bedeutendste Entscheidung für die Autostadt und wie hat sie das Unternehmen verändert?

MARCO SCHUBERT: Eine der bedeutendsten Entscheidungen für die Autostadt der letzten Jahre ist der bevorstehende Wechsel zu einem neuen Gastronomieanbieter. Diese Veränderung verbessert die Qualität und Vielfalt unseres kulinarischen Angebots und setzt neue Impulse für die gesamte Gastronomie der Autostadt. Dadurch stärken wir unsere Marke und können den Gästen ein noch schöneres Erlebnis bieten.

Was war Ihr persönliches Highlight in der Autostadt?

ARMIN MAUS: Schon mein erster Besuch – die besondere Atmosphäre aus Architektur, Natur, Technologie und Herzlichkeit hat mich sofort gefesselt. Es war Liebe auf den ersten Blick. Besonders beeindruckt haben mich auch die Menschen hier – viele arbeiten seit 25 Jahren mit Leidenschaft an diesem Ort.

Sie sind für den Bereich Neuwagen-Auslieferung zuständig. Worauf können sich Kunden freuen?

EDITH GERHARDT: Wir möchten die Neuwagen-Auslieferung noch erlebnisorientierter, digitaler und emotionaler gestalten, um den Aufenthalt in der Autostadt zu einem unvergesslichen Erlebnis – zu einem Moment fürs Leben – zu machen.

Wie feiern Sie das 25-jährige Jubiläum?

ARMIN MAUS: Nicht mit einem steifen Festakt, sondern gemeinsam mit unseren Gästen. Die beleuchteten Kraftwerkschornsteine sind ein Symbol dafür, ebenso wie ein abwechslungsreiches Sommerfestival mit hochkarätigen Künstlern wie Tom Jones, Will Smith und Katie Melua. Auch für junge Gäste gibt es Highlights – etwa die in diesem Jahr erstmals angebotenen Kinderkonzerte.

VOLKSWAGEN
BANK

Glückwunsch zu 25 Jahre Autostadt.

Ein Vierteljahrhundert voller automobilen Welten, Kultur, Events, Bildung und kulinarischer Hotspots.

Auch wir sind ein Teil davon – mit attraktiven Spar- und Anlageprodukten, Girokonto, Visa Card sowie Kfz-Versicherung und Kfz-Finanzierung. Und natürlich mit persönlicher Beratung direkt vor Ort.

Filiale Wolfsburg

KundenCenter in der Autostadt
Stadtbrücke
38440 Wolfsburg

Terminvereinbarung

telefonisch oder online:
0531 212-859559
volkswagenbank.de/termine



Online

volkswagenbank.de





FOTO: WAZ-ARCHIV



FOTO: AUTOSTADT

Die Autostadt wurde in einer Rekordzeit von zwei Jahren fertiggestellt.

Gesamtkunstwerk mit automobilem Erlebnischarakter

Von der Vision zur eigenen Stadt in einer jungen Stadt



FOTO: AUTOSTADT



FOTO: AUTOSTADT

Die Autostadt eröffnete am 1. Juni 2000 und feiert in diesem Jahr 25. Geburtstag. Genau genommen hätte die eigentliche Geburtsstunde der Autostadt schon vor sechs Jahren gefeiert werden müssen. Schließlich entstand die Idee zur Autostadt schon 1994. Der „Schandfleck“ Kohlehalde hinter dem Kraftwerk sollte weg, die Abholung von Neuwagen zeitgemäßer und moderner werden. Ein „Aushängeschild“ für die Stadt Wolfsburg schwebte Ferdinand Piëch, damaliger Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG, vor. Er hatte die Vision, das Werk für Kunden und eine breite Öffentlichkeit zu öffnen und die Autoabholung zu „emotionalisieren“.



Entwurf der Neuen Autostadt, die auf einer Insel vor dem Kraftwerk liegt.
WAZ-ARCHIV



Das 435 Millionen Euro teure Bauprojekt ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Volkswagen AG.
FOTO: AUTOSTADT

Im September 1996 beschloss der Aufsichtsrat der Volkswagen AG, auf der Fläche am Werkshafen, die bislang als Kohle- und Öllager für das VW-Kraftwerk genutzt wurde, den Bau einer Stadt zu realisieren, die sich der Huldigung des Automobils sowie des Volkswagen Konzerns und seiner Markenvielfalt widmet. Bestandteil sollten die Pavillons sein, in denen die VW-Konzernmarken sich, ihre Werte und Leitbilder vorstellen. Forderung an die Architekten war, die einzelnen Gebäude durch Formgebung und Materialauswahl an dem spezifischen Image der jeweiligen

Marke auszurichten. Das international tätige deutsche Architekturbüro Henn Architekten Ingenieure, das unter anderem auch für die Gläserne Manufaktur Dresden verantwortlich zeichnet, wurde mit der Gesamtplanung beauftragt. Landschaftsarchitekt Hinnerk Wehberg, seinerzeit Professor am Institut für Städtebau und Landschaftsplanung an der TU Braunschweig, entwarf die Außenanlagen.

Im Mai 1998 erfolgte der erste Spatenstich für die Autostadt, noch im selben Jahr die Grundsteinlegung. Das anfangs 25 Hektar große Gelände avancierte neben dem

Expo-Projekt zu einer der größten Baustellen Niedersachsens. 430 Millionen Euro wurden investiert, übergroße Stahl- und Glasstrukturen mussten mit Spezialfahrzeugen und Polizeieskorte durch die Stadt auf das Werksgelände transportiert werden. Und spätestens die Baustellen-Beach-Party rund um den VW-Hafen ließ bereits erahnen, dass sich hier Großes anbahnt ...

In einer Rekordzeit von nur zwei Jahren entstand eine einzigartige neue Metropole in einer Stadt. Ein Themenpark zur Geschichte des Automobils. Während auf

dem Expo-Gelände in Hannover am 31. Mai 2000 die Eröffnung der Weltausstellung Expo 2000 gefeiert wurde, eröffnete in Wolfsburg am selben Tag mit 3000 Ehrengästen – darunter der damalige Bundeskanzler Gerhard Schröder und Ministerpräsident Sigmar Gabriel – die mobile Erlebniswelt von Volkswagen.

Was vor 25 Jahren als visionäre Idee auf dem Gelände des ehemaligen Kohlelagers begann, ist zu einem einzigartigen „Stadtteil“ von Wolfsburg geworden, der durch die Anlage des großen und kleinen Geländeparours sowie den

Bau des Sicherheitsparours auf der anderen Seite des Kanals noch einmal auf insgesamt 28 Hektar erweitert wurde.

Vor 25 Jahren hat Wolfsburg ein kulturell-kulinarisches Statement mit Hightech-Großbauten, Wasserstraßen, Brücken, Seen, Landzungen, Hügeln und Grünflächen gesetzt, das seitdem kontinuierlich baulich und landschaftlich optimiert wird – immer unter der Prämisse, das Gleichgewicht von Architektur und Landschaft zu wahren. Man muss also nicht unbedingt Auto-Freak sein, um auf die Autostadt „abzufahren“.



FOTO: AUTOSTADT

Grand Opening der Autostadt am 31. Mai 2000 (v. l.): Niedersachsens Ministerpräsident Sigmar Gabriel, Prof. Ferdinand Piëch, Bundeskanzler Gerhard Schröder, Dr. Robert Büchelhofer und Otto Ferdinand Wachs.



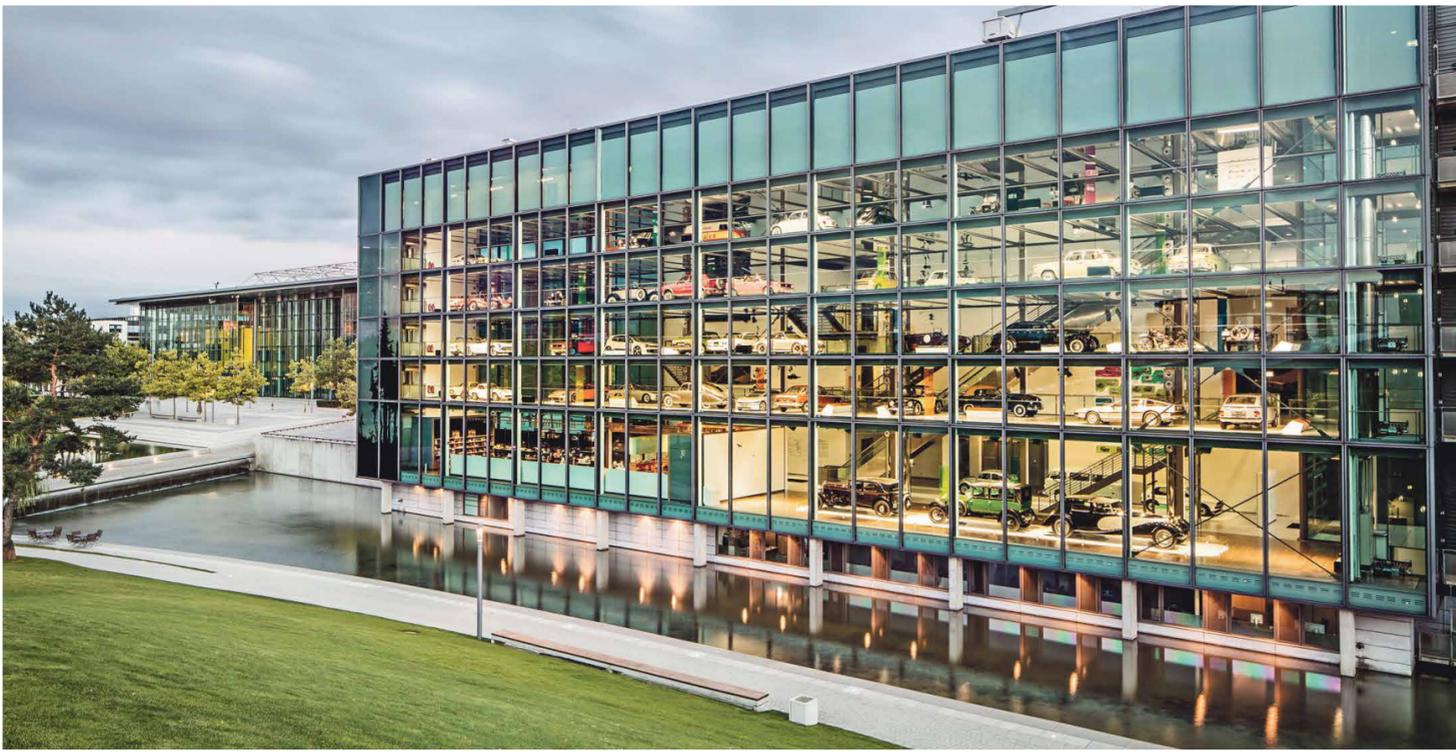
FOTO: FRANK THIEL

Ein Blick auf die Großbaustelle Autostadt in Wolfsburg.



FOTO: AUTOSTADT

Erster Spatenstich für die Kommunikationsplattform 1998.



Der moderne Glasbau beherbergt 60 Marken der Automobilgeschichte und wechselnde Ausstellungen.

FOTO: NILS HENDRIK MUELLER

Schmuckstücke ganz nah auf vier Etagen

Automobile Klassiker im Zeithaus der Autostadt

Das Zeithaus der Autostadt in Wolfsburg ermöglicht seinen Besuchern eine spannende Reise in die mehr als 135 Jahre lange Geschichte der Individualmotorisierung. Auf vier Etagen werden rund 100 Zeitzeugen der Automobilität gezeigt – original erhalten, glanzvoll restauriert oder authentisch rekonstruiert. Sonderausstellungen inszenieren immer wieder neue Themen aus der langjährigen Beziehung von Mensch und Automobil, fokussieren den Blick der Betrachter auf Überraschendes, Hintergründiges oder Liebenswertes.

Dabei setzt sich das Zeithaus nicht nur mit Produkten des Volkswagen Konzerns auseinander. Die Sammlung von Meilensteinen der Automobilität ist markenübergreifend: Schließ-

lich wurde der automobiler Fortschritt in vielen Werkstätten initiiert. Immer wieder verließen geniale Konstrukteure altbekannte Pfade und setzten sich neue Ziele. Das gilt nicht allein für automobiler Techniken. Meilensteine setzten in der Geschichte des Automobils auch Unternehmer, die neue Produktionsverfahren erdachten, Markt-Analysten, die mit neuen Produktkonzepten neue Käufergruppen fanden, oder Designer, die der Zukunft mit ihrer Linienführung weit voraus waren.

Das Zeithaus setzt die Geschichte des Automobils in Zusammenhänge und führt ihre Meilensteine unter einem Dach zusammen. Es ordnet neue Impulse zeitlich ein und erklärt deren Wirkung, stellt nicht nur zur Schau, sondern



Die Sammlung besteht aus rund 300 Meilensteinen der Mobilität.

FOTO: JANINA SNATZKE

macht Beziehungen deutlich. Die Inszenierung gliedert sich in zwei Teile: Der „Corpus“ greift in wechselnden Ausstellungen

verschiedene Schwerpunkte der Automobilgeschichte auf. Parallel dazu präsentiert das „Rack“ Fahrzeug-Klassiker wie

Schmuckstücke in einem gläsernen Setzkasten. Während andernorts automobiler Schätze nur aus der Ferne bewundert werden können, bietet die Autostadt ihren Gästen das Erlebnis der Nähe. Keine Absperrung verwehrt die genaue Betrachtung der historischen Fahrzeuge.

Einen großen Teil der Autostadt-Klassiker können Oldtimer-Liebhaber in den Sommermonaten sogar regelmäßig auf Tour antreffen. Denn „Einsteigen und Losfahren“ ist im Zeithaus der Autostadt keine Theorie, sondern gelebte Praxis. So sind Horch und Cadillac, Bentley und Chevrolet, Käfer, Golf und Co. zum Beispiel auf der Sachsen Classic oder der Rallye Hamburg-Berlin-Klassik in Aktion.

„75 Jahre Bulli“-Sonderausstellung der VW-Ikone

Happy Birthday Bulli! Seit 75 Jahren bewegt der legendäre VW Bus von Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) Menschen und Güter auf der ganzen Welt. Die

Ausstellung „75 Jahre Bulli“ im Zeithaus läuft noch bis November 2025 und zeigt, was der Klassiker für Freiheit und Fracht an Funktionalität und Flexibilität alles

zu bieten hat. Auf einer Etage werden über sechs Monate hinweg ikonische Modelle präsentiert. Thema ist zudem die Entwicklung und der Einfluss des VW Bulli

auf die Automobilwelt. Historische Dokumente und Fotografien ergänzen die Fahrzeugpräsentation und bieten einen umfassenden Einblick in die 75-jährige

Erfolgsgeschichte. Gäste der Autostadt können sich auf eine Reise durch die Modellgeschichte aller sieben Generationen begeben.

Lamborghini als Live-Erlebnis

Acht italienische Sportwagen-Legenden

Sie heißen „Aventador“ und „Gallardo“ wie die gleichnamigen Kampfstiere und machen ihrem Namen alle Ehre. Die extrem leistungsstarken und eleganten Lamborghini wecken bei Enthusiasten, Neuentdeckern, Sport- und Designfans Begeisterung. Die italienische Luxusautomarke ist das neue erlebbare Highlight im Zeithaus der Autostadt Wolfsburg. Zu sehen sind acht außergewöhnliche Fahrzeuge – sechs davon aus der Sammlung des Zeithauses, ergänzt durch zwei exklusive Leihgaben aus Italien.

Große Besonderheit der Ausstellung ist die Kooperation des Zeithauses mit dem Lamborghini Museum in Sant'Agata Bolognese, die erstmals in diesem Rahmen vereinbart wurde. Das Museum in Italien ist das lebendige Herz der Marke und spiegelt ihre Innovationskraft seit der Gründung 1963 wider. Es zeigt die wechselvolle Geschichte von der Vision Ferruccio Lamborghinis bis zu den Hightech-Supersportwagen von heute.

Dank der Partnerschaft mit dem Museum konnten die beiden Modelle Aventador und Gallardo Squadra aus Italien nach Wolfsburg geholt werden, um die Sammlung im Zeithaus eindrucksvoll zu ergänzen. Der Aventador stellte 2018 den Rundenrekord für Serienfahrzeuge auf der Nürburgring-Nordschleife auf. Der Gallardo ist bis heute das meistverkaufte Fahrzeug aus dem Hause Lamborghini.

IKONEN DER AUTOMOBILGESCHICHTE

Neben diesen beiden Leihgaben zeigt die Ausstellung sechs weitere Klassiker der Marke. Darunter das erste von Lamborghini produzierte Automobil, der Lamborghini 350 GT von 1966, sowie der Lamborghini Miura, der erste Supersportwagen des Herstellers. Zu sehen sind zudem der Lamborghini Countach LP 400 und der Lamborghini Diablo GT, der erste Supersportwagen der Automobilfirma mit Allradantrieb. Neben den Klassikern sind mit dem Revuelto und dem Urus SE, dem SUV von Lamborghini, zwei weitere aktuelle Modelle zu sehen.

Diese Bandbreite zeigt die Faszination Lamborghini über mehrere Generationen hinweg – von der eleganten Linienführung der klassischen Ikonen bis hin zu den modernen Hochleistungsmodellen. Mit dem neuen Markenschwerpunkt im Zeithaus unterstreicht die Autostadt ihren Anspruch, Automobilgeschichte nicht nur zu dokumentieren, sondern als lebendiges Erlebnis zu inszenieren – für Gäste jeden Alters, ganz gleich ob Enthusiast oder Neuentdecker.

• Die Ausstellung im Zeithaus der Autostadt kann täglich von 10 bis 18 Uhr mit einer gültigen Tages- oder Jahreskarte besucht werden.



Leihgaben der Sportwagen-Legenden aus Italien.

FOTO: NELE MARTENSEN

Die Autostadt: Ein Ort mit Anziehungskraft und Antrieb – seit 25 Jahren.

Mobilität braucht Visionen und starke Partnerschaften

Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum!
Ihre Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg

 Sparkasse
Celle·Gifhorn·Wolfsburg



Tipp:
Der Sommerlernspaß ist im Onlineshop der Autostadt buchbar. Weitere Informationen zum Bildungsangebot gibt es unter www.autostadt.de/bildung



FOTOS: (4) NELE MARTENSEN

Bildung hautnah erleben

Die Autostadt begeistert mit innovativen Lernangeboten

Kreative Workshops, praxisnahe Schulprojekte oder spannende Freizeitaktivitäten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene – die Autostadt in Wolfsburg ist mehr als nur ein Themenpark. Sie vermittelt vielfältige Bildungsinhalte für alle Altersgruppen auf ihre eigene, innovative Weise.

„Unser Ziel ist es, durch kreative, alltagsnahe und handlungsorientierte Angebote und Projekte für die Zukunftsthemen Mobilität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu begeistern“, erklärt Olaf Katzer, Leiter des Bildungsbereichs der Autostadt, und ergänzt: „Wir möchten den Lernenden die Möglichkeit geben, neue Interessen zu entwickeln, Talente zu entdecken und wichtige Zukunftskompetenzen aufzubauen.“

Die Bildungsangebote der Autostadt sind in vier Themenbereiche gegliedert: MINT, Nachhaltigkeit und Verantwortung, Medien sowie Lernen, Kreativität und Gesellschaft.

Im MINT-Portfolio stehen Technik und Digitalisierung im Vordergrund. Hier können die Teil-

nehmer praktische Einblicke in Innovationen der Fertigung, Coding und Technologien der Mobilität gewinnen. Spaß am Tüfteln und Teamarbeit sind dabei garantiert.

Im Themenfeld Nachhaltigkeit und Verantwortung lernen die Teilnehmer, wie gesamtgesellschaftliche Aufgaben wie die Dekarbonisierung und die Erhaltung von Biodiversität praktisch und kreativ umgesetzt werden können. Neben dem Upcycling-Gedanken spielen dabei Elektromobilität sowie urbanes und ländliches Leben in der Zukunft eine zentrale Rolle.

Das Themenfeld Medien bietet eine breite Palette an Angeboten, von der Produktion eines eigenen Podcasts bis hin zur kreativen Gestaltung von Fotos und Filmen. Hier geht es nicht nur um techni-

sche Fertigkeiten, sondern auch um den verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien.

Im Bereich Lernen, Kreativität und Gesellschaft stehen persönliche und professionelle Kompetenzen im Vordergrund. Ob beim gemeinsamen Kochen, Bewerbungstraining oder bei Bewegungsangeboten – die Teilnehmer werden fit

gemacht für einen produktiven und selbstwirksamen Alltag.

„Die Autostadt ist ein einzigartiger Lernort, der Wissenstransfer, Austausch und Meinungsbildung fördert“, betont Olaf Katzer. „Wir möchten die Menschen dazu inspirieren, sich persönlich mit den Themen der Zukunft auseinanderzusetzen und unabhängig vom Alter und Vorwissen ihre eigenen Fähigkeiten weiterzuentwickeln.“

Die Autostadt bietet ihre Bildungsangebote daher je nach Zielgruppe in verschiedenen Formaten an. Neben schulischen Angeboten, offenen Freizeitangeboten im Mobiversum und Kindergeburtstagen gibt es buchbare Vortragsveranstaltungen, anerkannte Bildungsurlaub sowie Gruppen- und Weiterbildungsangebote für Erwachsene.

HIGHLIGHT SOMMERFERIEN

Ein Highlight für Olaf Katzer und das Bildungsteam stellen jedoch immer die Sommerferien mit einem Best-of der Freizeitangebote dar: „Wir laden alle Kinder, Jugendlichen und erwachsene Begleitpersonen ein, an unseren Sommerlernspaß-Workshops teilzunehmen. Wer Lust hat, einen eigenen kleinen Solar-Bulli zu entwerfen, gemeinsam beim Bau eines Outdoor-Spiels handwerklich aktiv zu werden oder herauszufinden, wie man aus alten Computertastaturen ein eigenes Sudoku-Spiel baut, wird in unserem Ferienprogramm aus insgesamt 27 Workshop sicher fündig.“

Mit ihren vielfältigen Angeboten und der einzigartigen Atmosphäre ist die Autostadt ein idealer Ort für alle, die Bildung hautnah erleben möchten. Ob als Freizeitgast, Schüler oder Berufstätiger – hier findet jeder das passende Programm, um mit viel Spaß neue Talente zu entdecken und wichtige Zukunftskompetenzen zu erwerben.



FOTO: CARINA ADAM

OLAF KATZER,

Leiter des Bildungsbereichs der Autostadt

„Wir möchten den Lernenden die Möglichkeit geben, neue Interessen zu entwickeln, Talente zu entdecken und wichtige Zukunftskompetenzen aufzubauen.“

Vorfahrt für bedürfnisorientierte Pädagogik

Die Betriebskita der Autostadt fördert den Nachwuchs



FOTOS: (2) TIM SCHULZE

Kugelbahn, Experimentierisch, Bauraum oder Entspannungsoase – die Möglichkeiten für die Jüngsten, ihrer Fantasie die Sporen zu geben, sind vielfältig, während die Eltern in der Autostadt ihrer Arbeit nachgehen. Seit 23 Jahren ist die Kinderlounge eine unverzichtbare Unterstützung für die Mitarbeitenden der Autostadt und ihre Familien. Unter der Leitung von Verena Hoppe kümmern sich sieben pädagogische Fachkräfte sowie zwei junge Menschen, die ihr Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ) absolvieren, um die Kinder.

„Unser Team bietet eine flexible Betreuung, angepasst an die Schichtzeiten der Autostadt, sodass Eltern ihre Kinder bei

uns in guten Händen wissen“, sagt die Leiterin und ergänzt: „Unsere Öffnungszeiten sind auf die der Autostadt abgestimmt, so gewährleisten wir eine optimale Versorgung.“

DAS KIND IM MITTELPUNKT

In der Kinderlounge steht das individuelle Kind im Mittelpunkt und wird als eigene Persönlichkeit mit unterschiedlichen Begabungen, Interessen und Bedürfnissen angesehen. „Unsere pädagogischen Fachkräfte knüpfen an die Stärken, den aktuellen Entwicklungsstand und die Lebenssituation jedes Kindes an, um es optimal zu fördern“, berichtet Verena Hoppe

und fügt hinzu: „Gemeinsam mit den Eltern wird eine Erziehungspartnerschaft eingegangen, bei der die Erziehungsberechtigten als wichtige Ansprechpartner ihrer Kinder ernst genommen werden.“

Die pädagogischen Betreuerinnen und Betreuer arbeiten in zwei Gruppen. Derzeit lassen sie sich in der Marte Meo Methode ausbilden. Diese ressourcenorientierte Methode unterstützt die Entwicklung und verbessert die zwischenmenschliche Interaktion und Kommunikation. Die Leiterin macht deutlich: „Bedürfnisorientierte Pädagogik wird in unserer Kinderlounge großgeschrieben.“

SPANNENDE LERNMOMENTE

Die Kinderlounge startete mit zwei Gruppen – eine für Dreibis Sechsjährige mit 25 Plätzen und eine Krippengruppe für Babys und Kleinkinder von null bis drei Jahren mit elf Plätzen. Später kam eine weitere Krippengruppe mit elf Plätzen hinzu. Seit 2023 sind es wieder zwei Gruppen. Nachdem umfassend renoviert wurde, verfügt die Krippe über einen Gruppenraum für 15 Kinder, Kreativraum und Schlafraum, der auch zum Spielen genutzt werden kann.

Die Räumlichkeiten der Kinderlounge wurden 2024 renoviert. Sie bieten nun einen

großen Gruppenraum mit Ecken für Rollenspiele, Kreativität und Lesen. Das Herzstück der Kinderlounge ist die Rotunde, ein runder Raum zum Toben und Spaßhaben. Einmal wöchentlich treffen sich alle Kinder mit den Fachkräften zum gemeinsamen Singen und Tanzen. Die Kindergartengruppe fährt im wöchentlichen Wechsel ins Hasselbachtal und in die Turnhalle des VfL Wolfsburg. Die Kinderlounge nutzt auch die Workshops des Autostadt-Bildungsteams, um den Kindern abwechslungsreiches Wissen zu vermitteln. Die gesamte Parklandschaft der Autostadt steht den Kindern für Entdeckungsreisen und spannende Lernmomente zur Verfügung.



FOTO: CARINA ADAM



FOTO: CHRISTIAN GRÄBER

Kulinarik als Erlebnis

Neue Gastronomie setzt auf höhere Qualität und Vielfalt

Der Leiter der Park- und Gastronomieentwicklung der Autostadt, Jan-Christoph Stockebrand, spricht im Interview über innovative Kulinarik und weiterentwickelte Aufgaben an Speisenqualität und Service.

Was ist das Besondere an der Autostadt-Gastronomie? Was zeichnet sie aus?

JAN-CHRISTOPH STOCKEBRAND: In den unterschiedlichen Restaurants der Autostadt finden unsere Gäste ein sehr vielfältiges Angebot, das für viele Anlässe und Geschmäcker etwas bereithält. Dass wir hierbei schon vor vielen Jahren einen Fokus auf regionale Lieferanten, Bioqualität und die hohen handwerklichen Fähigkeiten der Mitarbeitenden gelegt haben, macht unsere Gastronomie zu etwas Besonderem und unterstreicht unseren Anspruch an Qualität sowie unsere Verwurzelung in der Region.

Zum 1. Juli wird die Autostadt erstmals mit einem neuen Gastronomiedienstleister – der Compass Group und ihrer Tochterfirma Food Affairs GmbH – zusammenarbeiten.

Was macht die Compass Group zum idealen Partner für die Autostadt?

JAN-CHRISTOPH STOCKEBRAND: Mit der Compass Group hat die Autostadt einen Partner gefunden, der die notwendigen Kompetenzen und Erfahrungen mitbringt, um die doch sehr unterschiedlichen gastronomischen Aufgaben in der Autostadt – von Eis- und Pasta-Manufaktur über Bio-Bäckerei bis hin zu Event- und Festival-caterings – souverän und mit innovativen Ansätzen zu meistern. Die Food Affairs GmbH steht innerhalb der Compass Group vor allem für den besonderen Anspruch an die Qualität der Speisen und Services, der die Autostadt schon immer ausgezeichnet hat.

Welche Erwartungen haben Sie an die Zusammenarbeit mit der Compass Group und ihrer Tochterfirma Food Affairs GmbH?

JAN-CHRISTOPH STOCKEBRAND: Wir freuen uns in der Zusammenarbeit ganz besonders auf frischen Wind und neue, zukunftsweisende gastronomische Impulse, die die Compass Group und Food Affairs teils



FOTO: TIM SCHULZE

schon im Gepäck haben, die wir uns aber teils auch gemeinsam erschließen möchten. Intensiver Austausch und eine enge partnerschaftliche Zusammenarbeit sind hierfür die Grundlage, die wir in den letzten Monaten schon erfolgreich erproben konnten.

Auf welche neuen Impulse und Innovationen können sich Gäste der Autostadt ab dem 1. Juli freuen?

JAN-CHRISTOPH STOCKEBRAND: Die Weiterentwicklung unseres gastronomischen Angebotes ist eine große und langfristige Aufgabe, für die Food Affairs

ab dem 1. Juli 2025 in die Verantwortung tritt. Unser Fokus liegt dabei zunächst auf der umfassenden Weiterentwicklung des Speisen- und Serviceangebotes. Unsere Gäste können sich schon zu unserem bevorstehenden Sommerevent auf neue Speisekarten und zahlreiche neue kulinarische Erlebnisse freuen.

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie mit der neuen Partnerschaft?

JAN-CHRISTOPH STOCKEBRAND: In ihrem besonderen Zusammenspiel von Ausstellungen, Events, Kunst, Architektur, Landschaft und nicht zuletzt tief verwurzelter „GastgeberDNA“ verfügt die Autostadt über riesiges Potenzial als Erlebnis-Destination. Gemeinsam mit Food Affairs möchten wir in den kommenden Jahren den gastronomischen Anteil in diesem einzigartigen Gesamtpaket durch noch höhere Qualität und noch mehr Vielfalt stärken. Neben den vielen guten Gründen, die Autostadt zu besuchen, soll „richtig gutes Essen“ wieder einer der wichtigsten werden.

da staunst du.
20
JAHRE
phaeno

**KURZE WEGE
GROSSE
GLÜCKWÜNSCHE**

**HAPPY BIRTHDAY
LIEBE AUTOSTADT**

Michel Junge,
Geschäftsführer phaeno

In Wolfsburg und auf phaeno.de

Wir gratulieren zu 25 Jahren Autostadt und bedanken uns für die gute Zusammenarbeit

- Außenanlagen
- Gebäudebegrünung
- Grünpflege
- Winterdienst

KT KELLER TERSCH
LANDSCHAFTS- UND SPORTPLATZBAU

Zeppelinstraße 10 | 38446 Wolfsburg | T 05361 8559-0 | info@kellertersch.de www.kellertersch.de

Das Logo der Autostadt ist ein grünes Quadrat mit einem weißen 'A' und 'W' in einem Kreis.

The Ritz-Carlton in Wolfsburg

Ein Vierteljahrhundert zwischen Tradition und Innovation

Das The Ritz-Carlton, Wolfsburg verbinden die meisten Menschen mit höchster, immer gleichbleibender Qualität und einem unvergleichlichen, exquisiten Servicelevel. Doch neben den traditionellen Werten, denen sich das Haus seit seiner Eröffnung am 1. Juni 2000 verschreibt, hat es in den vergangenen Jahren auch immer wieder herausragende Innovationen gegeben. So zum Beispiel die Nachrüstung eines in das Hafenbecken eingelassenen Außenpools im Jahr 2006 oder der aufwendige Umbau des gesamten Hotels im laufenden Betrieb von 2013 bis 2014. Das Wolfsburger Hotel verbindet Tradition und

Innovation par excellence und schafft diesen Spagat auch bei seinen gastronomischen Angeboten mühelos.

Während das Restaurant Terra sich immer wieder neu erfin-



Feinste saisonale und regionale Küche zeichnet das Restaurant Terra aus. FOTO: DEIDI VON SCHAEWEN

det und in 25 Jahren mit dem mittlerweile vierten ausgefeilten Konzept aufwartet, hat sich das Restaurant Aqua zwar stetig weiterentwickelt, ist aber dem Ursprungsgedanken eines Fine-Dining-Restaurants



Seit 2009 ist das Aqua mit drei Sternen im Guide Michelin ausgezeichnet. FOTO: GARY SCHMID

mit Sterneküche treu geblieben. Zwei Restaurants, zwei Konzepte, eine Mission: unvergessliche Erlebnisse für Gäste zu kreieren und Ritz-Carlton-Gäste dazu zu bringen, immer wiederzukommen.

AUTOSTADT

**HAPPY 25,
LIEBE NACHBARIN!**

**GLÜCKWUNSCH ZUM JUBILÄUM,
LIEBE AUTOSTADT – DEIN VFL.**



FOTO: JANINA SNATZKE



FOTO: MATTHIAS LEITZKE

Die Highlights

Rückblick und Ausblick auf Events von 2000 bis 2025

Alles passt zusammen – Zeit, Architektur, Design und Natur, für Konzerte von Klassik bis Rock, Festivals im Sommer, Winterzauber, Sportevents oder Themenabende in der Autostadt Wolfsburg. Die einzigartige Atmosphäre und exzellente Organisation lassen jede Veranstaltung zu einem außergewöhnlichen Ereignis werden. Das spricht sich schnell herum.

Weltstars wie Sting, Liza Minnelli oder Peter Gabriel treten in der Autostadt auf, Formate wie die ZDF-Sendung „Das Philosophische Quartett“ haben hier jahrelang ihr Zuhause und das Tanzfestival Movimentos, das weiterentwickelt wird zu einem Festwochen, holt über Jahre internationale Tanzkompanien nach Wolfsburg.

Hollywood ist in Wolfsburg, als 2007 Tom Tykwer für seinen Film „The International“ Szenen in der Autostadt dreht. Im selben Jahr präsentieren sich im Rahmen der Sommerinszenierung Wassershows als Eigenproduktion. Was einst mit Fontänen, Licht und Musik begann, hat sich bis heute zu einer spektakulären Inszenierung aus Wasser, Feuer, Laser und Musik- und Video-Einspielern entwickelt. Weltweit gibt es in diesem Zusammenspiel nichts Vergleichbares.

Der Kult-Fußball-Talk „Doppelpass“ wird 2008 erstmals live aus dem Kundencenter der Autostadt übertragen. Ihren zehnten



FOTO: THOMAS AMMERPÖHL

geburtstag feiert die Autostadt mit Künstlern aus der ganzen Welt. Zudem macht Deutschlands größte Oldtimerrallye – die Hamburg-Berlin-Klassik – Station am Mittellandkanal. 180 Oldtimer und Youngtimer, darunter auch ein Team mit Klassikern aus dem Zeithaus, verwandeln den Themenpark in ein Open-Air-Museum. Die größte mobile Rodelbahn der Welt sorgt 2011 bei der Winterinszenierung mit 30 Metern Höhe und einer Länge von 150 Metern für rasanten Spaß im Schnee, Eishows verzaubern Jung und Alt und die Winterwelt mit Weihnachtsmarkt ist seither ein regionaler Publikumsmagnet.

Die Autostadt feiert nun ihren 25. Geburtstag mit einer außergewöhnlichen Lichtinszenierung der vier Kraftwerkschornsteine, die das gesamte Jubiläumsjahr begleiten wird. Mit Einbruch der Dunkelheit bis Mitternacht werden die vier Kraftwerkschornsteine als sichtbares Zeichen täglich strahlend angeleuchtet. Im Viertelstundentakt wechseln sich ruhige und dynamische Lichtsequenzen ab. Dieser Sommer steht

in der 28 Hektar großen Park- und Lagunenlandschaft unter dem Festivalmotto „Nippen, Wippen, Ausflippen.“, wenn am 4. Juli der Konzertmarathon auf zwei Bühnen startet.

Neben aufregenden Konzerten erwartet Besucher ein facettenreiches Rahmenprogramm für die ganze Familie – von actiongeladenen Aktivitäten über lehrreiche Workshops bis hin zu kulinarischen Genüssen. Der neu gestaltete Familienbereich bietet mit großem Inflatable-Spielplatz und Kletterwänden viel Raum für Spaß und Abenteuer. Besonders mutige Kletterfans können beim „Jump in the air“ den Sprung in die Tiefe wagen. In insgesamt 27 Bildungsworkshops für Kinder, Jugendliche und Eltern-Kind-Tandems dreht sich alles um Kreativität, Design, Technik, Natur und Handwerk. Die beliebte „Cool Summer Island“ lädt auch 2025 wieder zum Verweilen ein – mit Cocktailbar, feinem Sandstrand, zahlreichen Sitz- und Liegemöglichkeiten sowie einer großen Auswahl an Elektro- und Tretbooten.



FOTO: LENNARD KUGELER



FOTO: JANINA SNATZKE

Tolle Zeiten für Künstler

Eventmanager Roland Kalweit holt Topstars

Will Smith, Tom Jones, Anastacia, Roland Kaiser, Mando Diao: All diese Stars treten beim Sommerfestival 2025 in der Autostadt auf. Wie holt man solch hochkarätige Künstler nach Wolfsburg? Die Antwort auf diese Frage kennt nur einer: Roland Kalweit, Eventmanager der Autostadt.

Der gebürtige Herner hatte schon immer eine große Leidenschaft für Musik und Theater, studierte an der Westfälischen Schauspielschule in Bochum, nahm Gesangsunterricht bei „Starlight Express“ und besuchte noch heute regelmäßig Schauspielworkshops in Los Angeles. Er spielte Theater und in Filmen mit und heuerte dann als Schauspieler in der Entertainmentabteilung der Warner Bros. Movie World in Bötrop an. Der Filmpark von Warner Brothers lockte damals viele Filmfans an und etablierte Roland Kalweit nach einem halben Jahr als kreativen Entertainment Manager.

Und genau hier, in der Movie World, lernte er Ende der 1990er Jahre den heutigen Superstar Will Smith kennen: „Ich habe die Show zur Filmpremiere von ‚Wild Wild West‘ konzipiert und umgesetzt. Wir haben die Originallokomotive aus dem Film nachbauen lassen“, sagt Roland Kalweit. Kurz darauf wurde Kalweit Eventmanager der Autostadt – von den damaligen Erfahrungen und Verbindungen profitiert er noch heute.

„Für den ‚Mondo Club‘ und ‚Movimentos‘ haben wir damals internationale Künstler für



Eventmanager Roland Kalweit präsentiert das Sommerfestival 2025. FOTO: AUTOSTADT GMBH

die Autostadt verpflichtet“, sagt Kalweit und lächelt. „So kam der Kontakt zu den ersten Agenturen zustande.“ Bei der Partyreihe „Mondo Club“ traten etwa Nena, Söhne Mannheims und Fury in the Slaughterhouse auf. Später kamen Jazz- und Bluesfestivals mit internationalen Künstlern wie Paul Anka, Dr. John und Liza Minnelli hinzu.

Allerdings würden sich Tourmanager und Agenturen bisweilen als Hindernis erweisen. Etwa dann, wenn sie „ihre“ Künstler im Vorfeld als kompliziertere Charaktere darstellen, als sie in Wirklichkeit seien. „Viele Künstlerinnen und Künstler sind in Wahrheit sehr offen und zugänglich“, berichtet Kalweit.

Ihm seien von Anfang an zwei Dinge wichtig gewesen: professionelles Arbeiten und persönliche Betreuung der Künstler. Denn, so Kalweit: „Ein Künstler, der sich rundum

wohlfühlt, gibt ein gutes Konzert.“ Natürlich spreche es sich in der Szene herum, wenn die Rahmenbedingungen passen und man Künstlern mit großer Wertschätzung begegne. Dazu gehören für Kalweit auch gutes, gesundes Essen und beispielsweise die Unterbringung im Ritz-Carlton. „Jetzt, nach über 20 Jahren harter Arbeit, melden sich auch internationale Agenturen von sich aus bei uns.“

Wie im Falle von Will Smith: Der 56-Jährige wurde in den 1980er Jahre als Rapper The Fresh Prince bekannt, ehe er mit „Der Prinz von Bel-Air“ eine eigene Sitcom im US-Fernsehen bekam. Nun, nach einer langen Pause, hat Will Smith mit „Based on a True Story“ ein neues Rap-Album aufgenommen. Das will er im Rahmen einer Tournee promoten. „Mit gerade einmal vier Konzerten in Deutschland“, sagt Roland Kalweit, „Und eines davon gibt er bei uns. Das macht mich natürlich stolz.“

Von A wie Anastacia bis Z wie ZAZ

34 Konzerte und Erlebnisse beim Autostadt Sommerfestival 2025

34 hochkarätige nationale und internationale Künstlerinnen und Künstler stehen während des Festivals auf den beiden Bühnen. Die Lagunenbühne und die Porsche-Bühne mit Blick auf die ikonischen Autotürme werden wieder Schauplatz unvergesslicher Auftritte sein. Neu in diesem Jahr: Erstmals präsentiert die Autostadt Kinderkonzerte, die auch den jüngsten Gästen unvergessliche musikalische Erlebnisse bieten.

Die Top Acts vom 4. Juli bis 17. August

Freitag, 4. Juli, 20 Uhr	Rea Garvey	Lagenunbühne
Samstag, 5. Juli, 18 Uhr	Nik West	Porsche-Bühne
Sonntag, 6. Juli, 20 Uhr	Roland Kaiser	Lagenunbühne
Dienstag, 8. Juli, 20 Uhr	Anastacia	Lagenunbühne
Donnerstag, 10. Juli, 18 Uhr	Moss Kena	Porsche-Bühne
Samstag, 12. Juli, 20 Uhr	Will Smith	Lagenunbühne
Sonntag, 13. Juli, 20 Uhr	Katie Melua	Lagenunbühne
Dienstag, 15. Juli, 20 Uhr	Tom Jones	Lagenunbühne
Mittwoch, 16. Juli, 18 Uhr	Picture This	Porsche-Bühne
Donnerstag, 17. Juli, 20 Uhr	Max Herre & Joy Denalane	Lagenunbühne
Freitag, 18. Juli, 18 Uhr	Stefanie Heinzmann	Porsche-Bühne
Samstag, 19. Juli, 20 Uhr	Accept	Lagenunbühne
Sonntag, 20. Juli, 18 Uhr	Heavysaurus	Lagenunbühne
Mittwoch, 23. Juli, 18 Uhr	Jeff Cascaro	Porsche-Bühne
Donnerstag, 24. Juli, 18 Uhr	Sophia	Porsche-Bühne
Freitag, 25. Juli, 20 Uhr	Culcha Candela	Lagenunbühne
Samstag, 26. Juli, 18 Uhr	Madeline Juno	Porsche-Bühne
Sonntag, 27. Juli, 20 Uhr	James Bay	Lagenunbühne
Mittwoch, 30. Juli, 18 Uhr	Bill Haley's Comets	Lagenunbühne
Donnerstag, 31. Juli, 18 Uhr	Robert Finley	Porsche-Bühne
Samstag, 2. August, 20 Uhr	The Dead South	Lagenunbühne
Sonntag, 3. August, 14 Uhr	De Breaks	Porsche-Bühne
Sonntag, 3. August, 20 Uhr	ZAZ	Lagenunbühne
Donnerstag, 7. August, 18 Uhr	Jeremy Loops	Porsche-Bühne
Freitag, 8. August, 20 Uhr	Ray Dalton	Lagenunbühne
Samstag, 9. August, 20 Uhr	Mando Diao	Lagenunbühne
Sonntag, 10. August, 14 Uhr	Kid Clio	Porsche-Bühne
Dienstag, 12. August, 18 Uhr	Mighty Oaks	Porsche-Bühne
Mittwoch, 13. August, 18 Uhr	Hollow Coves	Porsche-Bühne
Donnerstag, 14. August, 20 Uhr	Ronan Keating	Lagenunbühne
Freitag, 15. August, 18 Uhr	Anna Grey	Porsche-Bühne
Samstag, 16. August, 18 Uhr	Latvian Blues Band	Porsche-Bühne
Sonntag, 17. August, 14 Uhr	Bürger Lars Dietrich	Porsche-Bühne
Sonntag, 17. August, 20 Uhr	Samu Haber	Lagenunbühne

Für Konzerte, die bereits ausverkauft sind, besteht die Möglichkeit, noch Rückläufertickets zu ergattern. Diese Tickets gehen ab dem 27. Juni jeden Freitag um 12 Uhr für die Konzerte der folgenden Kalenderwoche bei Eventim in den Verkauf.

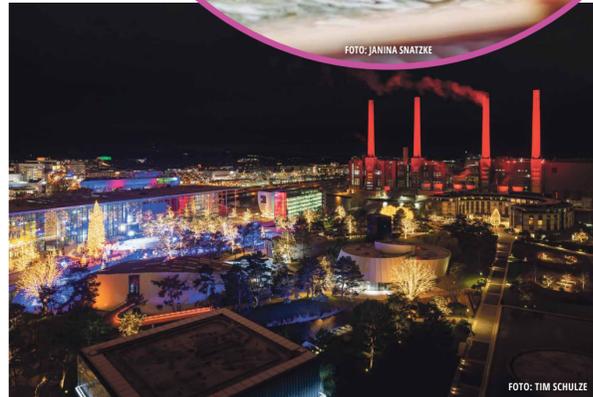


FOTO: TIM SCHULZE



FOTO: MATTHIAS LEITZKE



FOTO: MATTHIAS LEITZKE



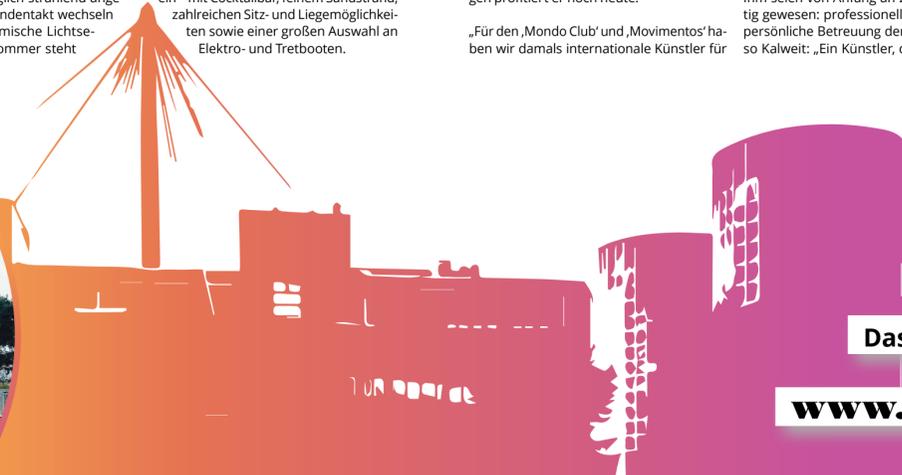
FOTO: AUTOSTADT GMBH



FOTO: RALPH LARMMANN



FOTO: JANINA SNATZKE



GRAFIK: MMO



Das komplette Festivalprogramm steht ab sofort unter www.autostadt.de/sommer zur Verfügung.



FOTO: JANINA SNATZKE

„Ich habe eine ganz besondere Beziehung zur Autostadt, weil ...“

Promis aus Politik, Wirtschaft, Sport und Gesellschaft



PROFESSOR ROLF SCHNELLECKE,

Oberbürgermeister von Wolfsburg a. D.

„... die Autostadt nicht nur ein Glanzstück der Expo 2000 war, sondern auch die Initialzündung für eine neue Phase der Stadtentwicklung: Insbesondere entstanden das spektakuläre Phaeno Science Center, die Erlebniswelt Allerpark mit Stadion, Eisarena und Landesgartenschau sowie das Designer Outlet. Alles zusammen führte Wolfsburg zu neuer Ausstrahlung und Wertigkeit.“



OLIVER BLUME,

Vorstandsvorsitzender Volkswagen AG

„... ich die Autostadt mit meiner Familie seit vielen Jahren besuche. Wir haben hier schon Geburtstage unserer Kinder gefeiert oder die schönen Weihnachtsmärkte besucht. Auch nach 25 Jahren entdecke ich bei jedem Besuch wieder neue Dinge. Die Autostadt ist ein einzigartiger Erlebnisort für Familien und Automobilfans. Sie schafft Emotionen und Erinnerungen und steht für all das, was den Volkswagen Konzern ausmacht: Produkte, die Menschen weltweit begeistern, unsere starken Marken, höchster Qualitätsanspruch, die Zukunft der Mobilität und das einzigartige Heritage unseres Unternehmens.“



MICHEL JUNGE,

Geschäftsführer Phaeno

„... immer wenn ich vom Bildschirm aufschaue, fällt mein Blick auf dich. Und über das Wasser, das deine Gebäude spiegelt, schaue ich, was ihr gerade wieder für ein Event so alles auf-, ab- und umbaut. Wir sind Nachbarn und ich bin stolz darauf. Es war und ist mein persönlicher Lieblingsort für so viele Ideen und Veranstaltungen, für unzählige Begegnungen mit Kunst, Literatur, Musik oder Ballett. Ihr habt uns, Phaeno mit seinen Menschen, immer gutgetan, denn uns verbindet ein großes E: Entdecken, Erkunden, Erleben. Unsere gemeinsame Verantwortung als touristische Leuchttürme der Stadt haben uns über die Jahre zu Freunden gemacht. Und was wünscht man einer Freundin mehr als noch viele, viele spannende, aufregende und vor allem erfolgreiche Jahre. Feiert Euer Jubiläum, wir feiern mit!“



MAXIMILIAN ARNOLD,

Kapitän VfL Wolfsburg

„... wir als Familie dort viel Zeit verbringen und uns sehr wohl fühlen – speziell im Sommer, wenn draußen alles geöffnet hat. Die Spielplätze mit den Rutschen, der Bereich, wo unsere Jungs Gokart fahren können, und der Indoorspielplatz – das finden wir alles richtig cool und genießen es sehr. Wir lieben es auch, selber Pizza zu backen – also jedes Mal, wenn wir in die Autostadt gehen, ist die erste Frage von den Kindern, ob wir Pizza backen können.“



ALEXANDRA POPP,

Kapitänin VfL Wolfsburg

„... ich vor allem die Sommer- und Winterevents sehr mag! Eine Adventszeit ohne Schlittschuhlaufen auf der Eisfläche oder einen Besuch im Hüttenzauber – da würde mir etwas fehlen!“



THOMAS SCHÄFER

CEO Marke Volkswagen

„... das Team der Autostadt Kunden und Fans begeistert, die aus der ganzen Welt zu uns kommen und Volkswagen mit allen Sinnen erleben wollen. Ich freue mich immer, in der Autostadt zu sein – egal, ob im Zeithaus oder in einem unserer Marken-Pavillons. Außerdem gibt's dort den besten Marmorkuchen ...“



DR. ANDREAS BEITIN,

Direktor Kunstmuseum Wolfsburg

„... ich schon lange bevor ich 2019 im Kunstmuseum Wolfsburg begonnen habe zu arbeiten, von der großzügigen und architektonisch beeindruckenden Eingangshalle der Autostadt begeistert war. Vor allem von der großen Installation „Exosphäre“ von Ingo Günther, die über der weitläufigen Piazza hängt und ein so herausragendes wie zeitloses Werk der Medienkunst ist.“



KARL-HEINZ „CHARLY“ FLIEGAUF,

Geschäftsführer und Sportdirektor Grizzlys Wolfsburg

„... die Autostadt für mich ein wunderbarer Ort für die ganze Familie und eines der Aushängeschilder unserer Stadt ist. Speziell die Winterwelt ist eine Attraktion, die mit viel Liebe und Leidenschaft errichtet wird und bei mir stets große Vorfreude auf das Weihnachtsfest aufkommen lässt.“



DENNIS WEILMANN,

Oberbürgermeister von Wolfsburg

„... sie eines der größten Wahrzeichen unserer Stadt ist, mit tollen Angeboten für Groß und Klein. Ich habe mit meiner Familie viele tolle Tage in der Autostadt verbracht und bin stolz, dass die Autostadt nunmehr 25 Jahre ein fester Bestandteil von Wolfsburgs Freizeitlandschaft ist.“

„Es ist ein wahnsinnig schöner Ort“

Tessa Lange und Stephanie Zöllner sind ein eingespieltes Personalteam

Über Motivation, Herzlichkeit und Teamgeist am Arbeitsplatz und dessen Attraktivität äußern sich Stephanie Zöllner (Foto rechts), Leitung Personal Autostadt, und Tessa Lange, Leitung Personalentwicklung, im Doppelinterview.



FOTO: JANINA SMATZKE

Frau Zöllner, Sie sind seit 1. August 2024 in der Autostadt und leiten das Personalmanagement. Wie war Ihr erster Eindruck?

STEPHANIE ZÖLLNER: Ich bin sehr warmherzig von meinem Team empfangen worden. Mein erster Eindruck war vielleicht ein bisschen anders als bei Menschen, die zuvor wenig Kontakt mit der Volkswagen-Welt hatten – ich bin bereits 16 Jahre im Konzern beschäftigt und kenne die Autostadt privat und beruflich von Anfang an. Es ist ein wahnsinnig schöner Ort. Man trifft so viele motivierte Menschen, die hier mit Herzblut arbeiten, das macht es so besonders.

Frau Lange, woran liegt es aus Ihrer Sicht, dass hier ein so herzliches Miteinander herrscht?

TESSA LANGE: Ich glaube, es ist diese Zugewandtheit und Offenheit. Man kommt schnell ins Gespräch, die Menschen sind interessiert und stellen Fragen. Meist begegnet man schon zu Tagesbeginn Kolleginnen und Kollegen im Treppenhaus, tauscht sich kurz aus und startet mit positiver Energie. Dieser Teamgeist ist besonders.

STEPHANIE ZÖLLNER: Mir ist aufgefallen, dass mich hier so viele Menschen anlächeln. Schon morgens, wenn ich reinkomme, werde ich mit einem Lächeln begrüßt. Das ist nicht unbedingt selbstverständlich. Das trägt viel dazu bei, dass man mit guter Laune starten kann – selbst wenn der Tag vorher nicht optimal war. Und das spüren natürlich auch die Besucherinnen und Besucher der Autostadt.

Dieses Jahr feiert die Autostadt ihr 25-jähriges Bestehen. Wie viele Mitarbeitende sind von Anfang an dabei?

STEPHANIE ZÖLLNER: Es sind 235 – also fast ein Drittel der Belegschaft. Unglaublich, oder? Ich finde, das erzählt viel über die besondere Verbundenheit, die hier herrscht. Bei vielen Kolleginnen und Kollegen beobachte ich einen Stolz, die letzten 25 Jahre mitgestaltet zu haben.

TESSA LANGE: Zu Recht, wie ich finde. Als Botschafter trägt das gesamte Team jeden Tag aufs Neue dazu bei, dass die Autostadt ein besonderer Ort ist und von unseren Gästen auch so wahrgenommen wird. Hinter all unseren Inszenierungen stehen Expertinnen und Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen, die mit außergewöhnlicher Leidenschaft und hoher Serviceorientierung unseren Gästen ein unvergessliches Erlebnis bereiten.

Das spricht für eine hohe Identifikation mit dem Kosmos Autostadt.

STEPHANIE ZÖLLNER: Das erlebe ich definitiv so. Für viele ist es Teil der persönlichen DNA, zum Team der Autostadt zu zählen. Das liegt sicher auch an der Bedeutung, die die Autostadt für die Region hat. Für die Menschen, die hier regional verbunden sind, ist sie ein Ort, mit dem man positive Begegnungen verbindet. Ein Teil davon zu sein, ist für die Beschäftigten etwas Besonderes.

TESSA LANGE: Das trifft es sehr gut. Alle wollen unseren Gästen ein besonderes und unvergessliches Erlebnis bieten. Ich erlebe auch in der täglichen Personalentwicklungsarbeit diese hohe Identifikation. Die Kolleginnen und Kollegen gehen mit Freude und einer sehr hohen Motivation in Schulungen, um sich weiterzubilden, Neues zu lernen und dies an unsere Gäste weiterzugeben.

Wo sieht man diesen Zusammenhalt zwischen den Teams besonders?

TESSA LANGE: Was viele nicht wissen, ist, dass wir ein eigenständiges Unternehmen mit eigener Verwaltung sind. Und die wenigsten ahnen, wie aufwendig es ist, zum Beispiel im Hintergrund ein Event vorzubereiten. Vom Bühnenaufbau über die Technik bis zur Einlasskontrolle müssen viele Prozesse ineinandergreifen und alle mit anpacken. Gerade dann zeigt sich das besondere Teambewusstsein in der Autostadt.

STEPHANIE ZÖLLNER: Mir war nicht bewusst, dass das auch Beschäftigte aus anderen

Abteilungen tun. Als ich im August hier anfang, war ich sehr überrascht, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Personalmanagement anzutreffen, die an einem Wochenende des Sommerevents am Einlass mithalfen. Das hat mich sehr beeindruckt.

TESSA LANGE: Ja, hier gehört es dazu, dass auch Kolleginnen und Kollegen aus den indirekten Bereichen bei Events oder anderen Anlässen vor Ort mitarbeiten. Ich selbst mache das immer wieder mit großer Freude und empfinde es als sehr wichtig, vor die Kulissen zu schauen, um zu wissen, womit sich die Kolleginnen und Kollegen im Alltag auseinandersetzen müssen.

Was macht die Autostadt zu einem attraktiven Arbeitgeber?

TESSA LANGE: Da gibt es sehr viele Vorteile. Das reicht von unserer Betriebskita über die Dienstkleidung bis hin zu Gesundheits- und Sportangeboten. Außerdem haben wir ein umfangreiches Weiterbildungsangebot. Unsere Mitarbeitenden haben in unterschiedlichen Formaten die Möglichkeit, ihre fachlichen und überfachlichen Kompetenzen weiterzuentwickeln.

STEPHANIE ZÖLLNER: Und insgesamt, wenn ich das ergänzen darf, eine sehr familiäre Atmosphäre. Kita und Krippe sind im selben Gebäude, in dem auch die Verwaltung sitzt. Morgens kommen uns die Kinder entgegen. Wenn wir mittags einen Snack in unseren schönen Restaurants holen, treffen wir auf die Gäste, die dort ebenfalls essen. Das ist ein einzigartiges Miteinander.

Mit Abstand die Beste unter der Sonne

Wir gratulieren zu 25 Jahren Autostadt und freuen uns auf weitere erfolgreiche Jahre!

markilux

MARKISEN KIESEL
Stadtwaldstraße 2 • 38440 Wolfsburg
Tel./Fax 05361/31636
www.markisen-wolfsburg.de
info@markisen-wolfsburg.de

KIESEL
Ihr Partner für Markisen

Immer für Sie da!
Mit Abstand sicher. Schnell.

Herzliche Gratulation zu 25 Jahren Autostadt und auf weitere viele erfolgreiche Jahre!

SCHOLZ
Ihr Malereibetrieb in Wolfsburg
Poststraße 32 • 38440 Wolfsburg
Telefon (0 53 61) 1 21 71
www.maler-scholz-wolfsburg.de

Reinhold Scholz & Sohn
Ruf (0 53 61) 1 21 71

25

Goldankauf

Herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren Autostadt und weiterhin viel Erfolg!

Goldankauf Monika Lankau

Seriöse und faire Wertermittlung!

Porschestraße 74 (gegenüber Rathaus)
Montag bis Freitag 10.00 bis 16.00 Uhr
und n. V., Tel. 0176/62796569

Uhren **Keiser** Juwelier

Wir gratulieren zu 25 Jahren und freuen uns, dass wir die Autostadt in dieser Zeit begleiten konnten.

ELEKTRO VASS

Wir freuen uns auf weitere erfolgreiche Jahre.

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

Gratulation zu 25 Jahren Autostadt!

Seit über 60 Jahren Ihr zuverlässige Partner in Wolfsburg und Umgebung

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

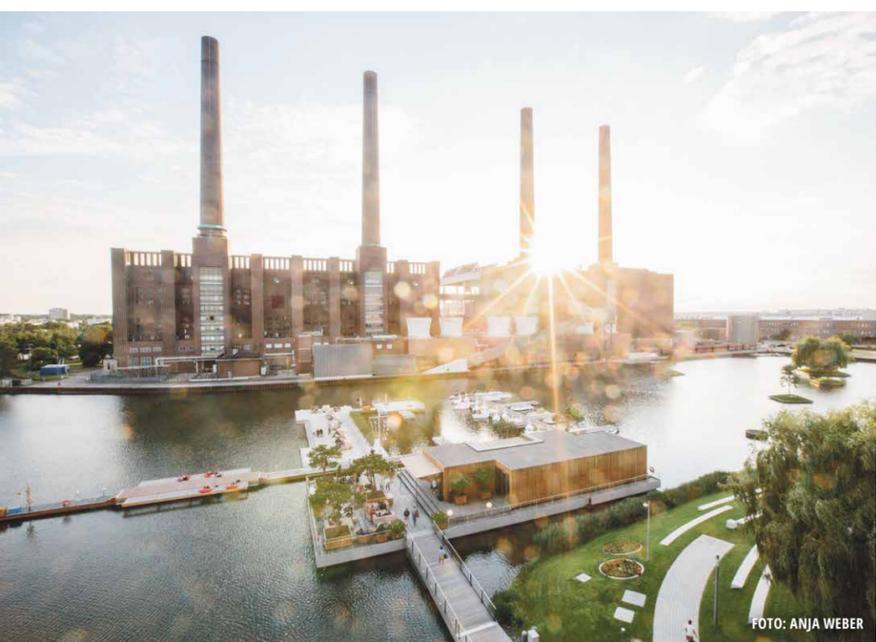


FOTO: ANJA WEBER

25 Jahre Autostadt

HAPPY HAPPY HAPPY

Teamgeist

Birthday

GRIZZLYS WOLFSBURG

Wir gratulieren herzlich zu 25 Jahren Autostadt

OTTO WOLF GmbH
Güterkraftverkehr, Abbruch- und Entsorgungsfachbetrieb

Laischeweg 9, 38554 Weyhausen
Tel.: (05362) 9789-0
Fax: (05362) 9789-33
E-Mail: zentrale@otto-wolf.de
http://www.otto-wolf.de

Kfz.-Reparaturen u. -Elektrik, HU/AU
Laischeweg 1 (an der B188), Weyhausen
Tel.: (05362) 9789-43

HERZLICHEN GLÜCK WUNSCH



FOTOS: (6) KAI SCHELENZ

FOTO: JANINA SNATZKE



PIONIERIN DER AUTOSTADT

Im Oktober 1999, acht Monate vor der Eröffnung, wurde Dörte Pfeffer-Müller Teil des Teams Autostadt, das damals noch in einen einzelnen Besprechungsraum passte. Viele Gebäude befanden sich im Rohbau und die Parklandschaft wurde erst angelegt. Beim Gang über das Gelände waren Bauhelm und Gummistiefel unverzichtbar, und die Aufbruchstimmung war überall spürbar. Dörte begann als Managementassistentin im Digitalisierungsteam und hat seitdem in mehreren Abteilungen gearbeitet. Der 1. Juni 2000 war ein besonderer Tag, der unvergesslich bleibt. Das Gefühl, auf dem Weg in die Autostadt im Radio über die bevorstehende Eröffnung der Autostadt zu hören, war überwältigend. Die Autostadt mit ihrem besonderen Teamgeist hat sie persönlich geprägt, und viele Freundschaften sind hier entstanden.

Dörte Pfeffer-Müller



HÜTER DER OLDTIMER

Pablo Rother ist seit der Eröffnung der Autostadt vor 25 Jahren mit dabei. Der gelernte Kfz-Mechaniker ist Experte für klassische Automobile und im Zeithaus sowie im Oldtimerdepot der Autostadt tätig. Dort ist er für die Instandhaltung von fast 300 Klassikern verantwortlich. Seine Leidenschaft für historische Fahrzeuge und sein umfangreiches Fachwissen machen ihn zu einer unverzichtbaren Stütze des Teams. Pablo sorgt dafür, dass die Oldtimer in bestem Zustand bleiben und die Besucherinnen und Besucher der Autostadt in die Vergangenheit eintauchen können. Für ihn ist die Arbeit in der Autostadt nicht nur ein Beruf, sondern eine Herzensangelegenheit.

Pablo Rother



FAMILIENSACHE FÜR ZWEI GENERATIONEN

Eine ganz besondere Geschichte teilen Helena Kernt und ihre Tochter Alissa Kernt. Helena arbeitet seit Beginn in der Autostadt, zuerst im Konzernforum und später als Tourguide. Ihre Tochter Alissa ist mit der Autostadt aufgewachsen und erkannte 2019 beim Zukunftstag, dass sie dort auch arbeiten möchte. Sie begann eine Ausbildung zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit. Helena ist stolz auf Alissas Entwicklung und freut sich, ihre Tochter nun auch als Kollegin zu haben. Alissa schätzt die bekannten Gesichter und die Unterstützung, die sie beim Einleben erhielt. Für beide ist die Autostadt Familiensache.

Helena und Alissa Kernt



TOURGUIDE DER ERSTEN STUNDE

Beate Altenhoff-Urbaniak arbeitet seit Beginn in der Autostadt und ist als Tourguide tätig. Neben vielen unvergesslichen Erlebnissen, bei denen sie die Gäste der Autostadt verzauberte, bleibt ihr ein besonderer Vorfall fest im Gedächtnis. Im Sommer 2000, kurz nach der Eröffnung der Autostadt, wollte Dr. Piëch seinen Vorgängern unter den Volkswagen-Vorständen „seine Autostadt“ zeigen. Während Dr. Piëch mit Herrn Wachs, dem Geschäftsführer der Autostadt, und den anderen Gästen den Rundgang fortsetzte, blieb Beate gemeinsam mit Prof. Dr. Carl Hahn und einer Kollegin im Aufzug des Konzernforums stecken. Diese unerwartete Situation führte zu einem intensiven Gespräch und einem einzigartigen Erlebnis, das Beate nie vergessen wird. Für Beate ist die Autostadt nicht nur ein Arbeitsplatz, sondern ein Ort voller Erinnerungen und Geschichten.

Beate Altenhoff-Urbaniak



GESICHT DER GASTFREUNDSCHAFT

Als Betreuer im Kundencenter arbeitet Rachid Hamama bereits seit 25 Jahren in der Autostadt. Rachid, der fünf Sprachen spricht, sieht die Autostadt als Wohnzimmer des Konzerns – ein Ort, an dem sich die Welt trifft. Wer kann behaupten, dass er in einem 28 Hektar großen Wohnzimmer arbeitet? In dieser Zeit hat er unzählige Gäste betreut, doch eine Begegnung bleibt ihm in besonderer Erinnerung: Eine junge Frau aus Hamburg, die zur Abholung ihres Neuwagens ihren Kinderführerschein stolz präsentierte, den sie bereits mit acht Jahren in der Autostadt gemacht hatte. Dass sie ihn bis heute aufbewahrt, berührt Rachid. Ein Moment, der zeigt, wie stark die Autostadt mit positiven Erinnerungen verbunden ist.

Rachid Hamama

Sechs persönliche Kurzgeschichten

Die Autostadt als Arbeitgeber

Ein Arbeitsplatz voller Anekdoten, Begegnungen und Erinnerungen und zugleich ein Ort mit Perspektiven und Angeboten zur Weiterentwicklung in einer innovativen Umgebung – das ist die Autostadt für ihre Mitarbeitenden. Wer hier arbeitet, bleibt gerne im Team – manche von Beginn an. Das spricht für einen attraktiven Arbeitgeber, der Möglichkeiten bietet, an spannenden Projekten mitzuwirken, die berufliche Karriere voranzubringen, und flexible Arbeitszeiten für eine gute Work-Life-Balance schafft.



FOTOS: (2) TIM SCHULZE

Fünf gute Gründe für die Fahrzeugabholung in der Autostadt

Nachgefragt bei BÖRRIES LORENZ-MEYER

1.

DIE AUTOSTADT IST EIN AUFGREGENDER ORT, NICHT NUR FÜR AUTOMOBIL-ENTHUSIASTEN

Stellen Sie sich vor, Sie betreten eine Welt, in der die Leidenschaft für Automobile in jedem Winkel spürbar ist. Die Autostadt bietet eine Vielzahl von Pavillons, die die neuesten Technologien und Designs präsentieren, das Zeithaus, das die faszinierende Geschichte der Automobilindustrie erzählt, und eine wunderschöne Parklandschaft, die zum Verweilen einlädt. Die Restaurants bieten kulinarische Genüsse, die jeden Geschmack treffen. Hier können Sie einen ganzen Tag voller Abenteuer und Entdeckungen verbringen – ein Erlebnis, das weit über die bloße Fahrzeugabholung hinausgeht!

2.

WAS KANN SCHÖNER SEIN, ALS SEIN FAHRZEUG DORT ABZUHOLEN, WO SCHON SO VIELE VOLKSWAGEN UND DIE MARKE SELBST IHREN URSPRUNG HABEN

Die Autostadt ist nicht nur ein Ort, sondern ein Symbol für die Tradition und die Innovationskraft von Volkswagen. Hier können Sie die Marke in all ihren Facetten erleben. Ihr Fahrzeug dort abzuholen, wo alles begann, ist ein eindrucksvolles Erlebnis, das Ihnen das Gefühl gibt, Teil dieser großartigen Geschichte zu sein.



3.

DAS HOTEL THE RITZ-CARLTON IST TEIL DER AUTOSTADT – EINE ÜBERNACHTUNG IST EIN WIRKLICHES HIGHLIGHT

Ein Aufenthalt im The Ritz-Carlton, Wolfsburg, ist ein wahres Highlight. Der erstklassige Service und das luxuriöse Ambiente machen Ihren Besuch unvergesslich. Genießen Sie das Schwimmbad, das seines

VITA BÖRRIES LORENZ-MEYER

Börries Lorenz-Meyer hat seine Passion für Autos zu seinem Beruf gemacht. Der neue Leiter der Fahrzeugabholung der Autostadt hat 35 Jahre Erfahrung in Führungs-, Vertriebs- und internationalen Consultingfunktionen in der Automobilbranche. Der Betriebswirt aus Hamburg begann seine Karriere bei Mercedes-Benz. Nach dem Studium sammelte er Erfahrungen im Consulting, betreute Projekte der Adam Opel AG, von Jaguar Deutschland sowie Volkswagen/Audi of America und hatte Führungspositionen bei General Motors und der Marke Saab. Er entwickelte sein Fachwissen im Bereich Dienstleistung in der Maut- und Verkehrssicherheitsbranche weiter und war Geschäftsführer einer BP-Tochter. Seit 2013 ist Börries Lorenz-Meyer im Volkswagen Konzern tätig. Bevor er die Fahrzeugabholung in der Autostadt übernahm, war er Geschäftsführer der Volkswagen Zubehör GmbH.

Freundlich, kompetent und persönlich erfolgt die Übergabe des neuen Fahrzeugs in der Autostadt.

4.

WIR WISSEN, WIE EINE AUSLIEFERUNG UNVERGESSLICH WIRD

Mit 25 Jahren Erfahrung und fast 3,5 Millionen ausgelieferten Fahrzeugen wissen wir genau, wie wir Ihre Fahrzeugabholung zu einem besonderen Moment machen. Jede Auslieferung ist individuell und persönlich gestaltet. Wir nehmen uns viel Zeit, um sicherzustellen, dass Sie sich wohlfühlen und alle Ihre Fragen beantwortet werden. Ihr neues Fahrzeug wird fabrikneu und glänzend in unserem Kundencenter präsentiert – ein Moment, den Sie nie vergessen werden.

5.

DIE KULINARIK IN DER AUTOSTADT IST GROSSARTIG

Die Autostadt bietet eine kulinarische Vielfalt, die jeden Gaumen verwöhnt. Ob Sie ein saftiges Steak im Steakhaus genießen, frisch gebackenes Brot und italienische Köstlichkeiten probieren, oder die berühmte VW-Currywurst – hier finden Sie alles. Und für besondere Anlässe gibt es ein Restaurant mit drei Michelin-Sternen, das kulinarische Meisterwerke serviert. Ein Besuch in der Autostadt ist auch eine Reise durch die Welt der Gastronomie.

UMFRAGE

Was verbinden Sie mit der Autostadt?

EVE GOLDENBOGEN (55),
Wahrenholz

„Ich erinnere mich gerne an die Events mit den Wasserfontänen. Diese Veranstaltungen sind vermutlich acht bis zehn Jahre her, meinem Sohn haben sie auch immer gut gefallen. Und mich haben die Wasserfontänen an Barcelona erinnert, dort gibt es auch einen Brunnen mit dem Schauspiel.“



JOACHIM POLZIN (87),
Wolfsburg

„Ich hatte viele Jahre eine Jahreskarte für die Autostadt, weil ich den Park wundervoll finde. Ich habe mir immer gerne die Automodelle angeschaut, und natürlich war ich in den verschiedenen Restaurants essen, zum Beispiel im Amano.“



KIM FUDALLA (28),
Isenbüttel

„Ich habe jeden Geburtstag in der Lagune verbracht und das große Frühstücks-Buffet genossen. Ich komme gerne wegen der Gastronomie an den Mittellandkanal. Die Bäckerei ‚Das Brot‘ liebe ich, dort gibt es die besten Brötchen. Nun freue ich mich auf eine Überraschung, die mit dem diesjährigen Sommerfestival verbunden ist. Zu meinem Geburtstag, der bald ist, bekomme ich Karten für ein Konzert geschenkt. Ich würde mich sehr über Rea Garvey freuen.“



TORBEN HILBIG (25),
Klötze

„Ich verbinde mit der Autostadt viele Kindheitserinnerungen. Im Alter von sechs Jahren bin ich erstmals im Park gewesen. Wir waren auch mehrmals von der Schule da und als Kind fand ich es immer ganz cool.“



WOLFGANG SCHELLENBERGER (73),
Wolfsburg

„Ich habe seit 25 Jahren eine Jahreskarte für die Autostadt, bin seit der Eröffnung regelmäßiger Gast. Der Park ist schön, da fällt mir beispielsweise der Dufttunnel ein. Ich genieße die Zeit vor Ort und lese dort häufig Zeitung. Außerdem organisiert die Autostadt im ganzen Jahr viele gute Veranstaltungen. So ist der Weihnachtsmarkt wundervoll.“



FOTOS: (5) BRITTA SCHULZE

Nachhaltigkeit für den ökologischen Fußabdruck

Umweltschutzbeauftragte Silvia Dreissig fördert mit der „Smartflower“ eigenen Strom

Warum ist das Thema Nachhaltigkeit in der Autostadt wichtiger denn je?

SILVIA DREISSIG: In 25 Jahren hat sich die Autostadt ständig weiterentwickelt. Dabei nehmen wir unsere unternehmerische Verantwortung ernst und arbeiten stetig daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren – durch moderne Technologien, nachhaltige Angebote und gezielte Modernisierungsmaßnahmen. Unsere Besucherinnen und Besucher, Partner und Mitarbeitenden sind sich bewusst: Nachhaltiges Handeln ist entscheidend für die Zukunft – und genau das leben wir gemeinsam in der Autostadt.

In welchen Bereichen der Autostadt zeigt sich Nachhaltigkeit?

SILVIA DREISSIG: In der Autostadt zeigt sich das Thema Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen. Ein Beispiel ist unser vielfältiges Angebot rund um die E-Mobilität, bei dem Besucherinnen und Besucher die neuesten Elektrofahrzeuge beispielsweise im Rahmen einer Erlebnisfahrt entdecken und mehr über die Vorteile der Elektromobilität erfahren können.

Ein weiteres Beispiel ist die Parklandschaft, die zunehmend nach ökologischen Gesichtspunkten renaturiert wird. Hier wird auf den Einsatz von Pestiziden verzichtet und es werden heimische Pflanzenarten gefördert, um die Biodiversität zu unterstützen. Zudem gibt es rund 60 Nistkästen für Vögel und Fledermäuse, die sichere Brutplätze bieten. Auch Bienenvölker sind auf dem Gelände angesiedelt, die Honig produzieren und zur Bestäubung der Pflanzen beitragen. Wer den leckeren Wildblütenhonig mal probieren möchte, sollte den moment! Marken & Erlebnis-Shop besuchen: Dort gibt es den Autostadt-Honig zu kaufen.

Auch unsere Gastronomiebetriebe verfolgen nachhaltige Lösungen und setzen auf Mehrweggeschirr wie Recup und Rebowl. Mithilfe einer umfassenden Food-Waste-Strategie setzen sich die Restaurants der Autostadt zusätzlich aktiv gegen Lebensmittelverschwendung ein.

Für den Einzelnen bedeutet Nachhaltigkeit in der Autostadt, dass jeder Besucher und jede Besucherin die Möglichkeit hat, sich aktiv auf vielfältige Weise mit den Themen auseinanderzusetzen und Anregungen für einen nachhaltigeren Lebensstil zu erhalten. Es geht darum, das Bewusstsein für den eigenen Ressourcenverbrauch zu schärfen und praktische Ansätze für eine nachhaltigere Zukunft zu entdecken.



FOTO: TIM SCHULZE

Welche Projekte konnten bisher erfolgreich umgesetzt werden?

SILVIA DREISSIG: Wir setzen eine Vielzahl von Projekten um, die nicht nur die Umwelt schützen, sondern auch das Bewusstsein der Besuchenden für nachhaltiges Handeln schärfen sollen. So ist bereits 2013 die komplette Umstellung auf Ökostrom erfolgt und seit 2015 wird die Beleuchtung auf LED umgestellt und mittels intelligenter, effizienter Systeme bedarfsgerecht gesteuert. Die Projekte sind vielfältig und reichen von Verzicht auf Reinigungsschemie bis hin zum Einsatz von sichtbaren innovativen Energieerzeugungsanlagen, wie zum Beispiel die Smartflower oder der Solarweg. Die als Blume geformte Solaranlage „Smartflower“ mit fortschrittlichen Photovoltaik-Solarmodulen ist so konzipiert, dass sie von Sonnenaufgang bis -untergang der Sonne folgt und mit ihren „Blütenblättern“ die maximale Sonnenenergie erfasst. Darüber hinaus zeigt ein Solarweg mit 360 Solarpflastersteinen als umweltfreundliche Energiequelle im Bereich des Mittellandkanals beim Konzernforum, wie clever und praktisch klimaschonende Energiegewinnung sein kann.

Welche langfristigen Ziele verfolgt die Autostadt im Bereich Nachhaltigkeit?

SILVIA DREISSIG: Wir möchten Vorreiter und Vorbild – nicht nur bei der Zukunft der Mobilität, sondern auch in Sachen Nachhaltigkeit-, sein. Um dieses Ziel zu erreichen und unserer Verantwortung nachzukommen, haben wir ein internes Projektteam aufgestellt, das sich gemeinsam mit Geschäftsführerin Edith Gerhardt dem Thema Nachhaltigkeit widmet. Das kontinuierliche Hinterfragen der eigenen Abläufe ist dabei essenziell, um fortlaufend besser zu werden und nachhaltige Strategien in verschiedenen Bereichen der Autostadt zu entwickeln und umzusetzen.

Das Gedächtnis der Autostadt

Archivar Sebastian Irmer arbeitet unter Wasser

Das historische Archiv der Autostadt ist vermutlich das weltweit einzige in dieser Größenordnung, das unter Wasser liegt: Direkt unterhalb der Bassins, neben den Türmen, lagern hier Zeitzeugnisse wie Pläne, Fotos, Baumodelle – und sogar Pflastersteine. Für das 25-jährige Jubiläum der Autostadt recherchiert Archivar Sebastian Irmer hier noch häufiger.

Wer zum Gedächtnis der Autostadt möchte, muss in einem der Autotürme einer schmalen Metalltreppe unter die Erde folgen. Unten bringen selbstfahrende Plattformen lautlos fertige Fahrzeuge aus den Türmen in das Kundencenter. Der enge Fußweg daneben ist gespickt mit schwarz-gelben Warnmarkierungen. Irgendwo öffnet sich dann eine Brandstutztür, Neonlicht flackert an.

„Da wären wir“, sagt Sebastian Irmer und lässt den Blick stolz über Reihen von Schränken und Regalen, Kisten und Kartons in dem mehr als 300 Quadratmeter großen Raum schweifen. Wir befinden uns unter den Bassins neben den Türmen, über uns schwappen Tausende Liter Wasser.

Hier unten lagert das Archiv der Autostadt. Der 43-jährige Irmer ist dessen Hüter: Er weiß alles zur Vergangenheit der Autostadt oder wo es zu finden ist. Welchen Entschluss genau hat der Aufsichtsrat noch mal vor zehn Jahren zu dieser



Die historischen Schätze des Automuseums lagern unterhalb der Bassins neben den Türmen.

FOTOS: (3) JEWGENI ROPPEL

einen Angelegenheit gefasst? Was genau wurde früher mit den Künstlern besprochen, die Werke für die Piazza beige gesteuert haben? Und wie sah das Gelände, auf dem sich heute die Markenpavillons verteilen, vor Baubeginn aus? Wann immer Fragen auftauchen, kommt Irmer ins Archiv und recherchiert.

SEHR GUTE BEDINGUNGEN

Irmer trägt dann einen warmen Pullover, denn es herrschen konstant 18 Grad, bei 40 bis 60 Prozent Luftfeuchtigkeit,

für die im Raum ein Luftbefeuchter rauscht und rattert. Es gibt weder Staub noch Fenster, denn Tageslicht ist schädlich für die Unterlagen und Objekte. „Das sind sehr, sehr gute Rahmenbedingungen, um Sachen lange aufbewahren zu können“, sagt er.

In den grauen Stahlschränken, den drei Meter hohen Rollregalen und den blau-orangefarbenen Stahlablagen, die bis zu 600 Kilogramm je Boden tragen können, hat Irmer zahllose penibel beschriftete Aktenordner, Holzboxen und in Folie eingeschlagene Objekte eingelagert. „Hier landet alles aus dem Unternehmen Autostadt, von dem wir denken, dass es irgendwann relevant sein könnte“, sagt er. Die ältesten Unterlagen stammen aus den frühen 1990er-Jahren.

Der Archivar geht das Spalier der Metallschränke entlang, die Material aus bestimmten Abteilungen der Autostadt enthalten. Sie tragen Beschriftungen wie „46-48 – Inszenierung“ oder „31-33 – Handelskommunikation und Messen“. Irmer öffnet einen von ihnen und greift hinein. Zutage kommt Material der Marketingkampagne „Nordischer Sommer“ von 2011: Flyer, Plakate, Programmhefte im Retrolook. In anderen finden

SO WAR DAS DAMALS

Archivar Irmer schlägt die Folie über einem Modell beiseite. Es zeigt das Gelände der heutigen Autostadt vor Baubeginn, als hier noch eine Kohlehalde für das Kraftwerk sowie Hafenbecken und Parkplätze lagen. Gleich am Eingang zum Archiv stellt dagegen eine Miniaturlandschaft von 1998 die damals geplante Autostadt inklusive Teile des Volkswagen Werks und der angrenzenden Stadt Wolfsburg dar. Früher sammelte sich noch kistenweise Papier im Archiv an. Heute werden fast alle Dokumente digital abgelegt. Die verwaltet Irmer ebenfalls, wenn sie ins historische Archiv gehören. Höchstens mal ab und an ein Modell stellt er inzwischen in seine Regale. „Aber eigentlich“, sagt er, während er das Licht ausschaltet und laut die Tür zufallen lässt, „ist es mir am liebsten, wenn ich etwas in der Hand halten und ordentlich einsortieren kann.“



SEBASTIAN IRMER,
Archivar der Autostadt

„Hier landet alles aus dem Unternehmen Autostadt, von dem wir denken, dass es irgendwann relevant sein könnte.“

Schuppenkarpfen tummeln sich in der Lagune

HABITAT FÜR EISVOGEL, AUSTERNFISCHERPAAR UND MÖWEN

Die Autostadt fördert den Erhalt der Artenvielfalt in Flora und Fauna vor Ort und in der Umgebung. Biodiversität ist eines der zentralen Handlungsfelder der Nachhaltigkeit. Die Parklandschaft ist mittlerweile ein Habitat für zahlreiche Pflanzen und Tiere. Dazu gehören Fischreiher, Möwen und sogar ein Austernfischerpaar im Frühjahr. Zu den seltenen Tieren, die man hier beobachten kann, zählt auch der Eisvogel.



FOTO: TIM SCHULZE

Die meisten Gäste bleiben aber staunend auf der Brücke vor dem Porsche-Pavillon stehen und erfreuen sich an den riesigen Schuppenkarpfen, die sich seit vielen Jahren in der Lagune tummeln. Sie wurden ursprünglich eingesetzt und haben sich seitdem selbstständig vermehrt. Die Fische schaffen eine entspannende Atmosphäre für Besucherinnen und Besucher,

die die Ruhe der Wasserlandschaften genießen und die Natur der Autostadt auf sich wirken lassen möchten.



Die Welt der Marken erleben

Die sieben Pavillons der Autostadt

Die Markenvielfalt des Volkswagen Konzerns können Gäste hautnah in den Pavillons der Autostadt erleben. Von VW über Audi bis hin zu Porsche ist den Konzernmarken ein eigener Pavillon gewidmet. Die insgesamt sieben Pavillons bilden das Zentrum der Parklandschaft in der Autostadt. Mit einzigartigen Architektur- und Designkonzepten heben sie sich deutlich voneinander ab und führen über besondere, interaktive Ausstellungen tiefer ins Herz der unterschiedlichen Markenphilosophien. So lädt jeder Pavillon dazu ein, die Markenwelt auf individuelle Weise zu entdecken.



Audi

Das Motto „Vorsprung durch Technik“ ist aktueller denn je: Im Audi House of Progress steht alles im Zeichen der Zukunft. Audi kleidet progressive Technologien in klares, sportliches Design. Durch interaktive Angebote werden die Kernwerte der Marke Digitalisierung, Design, Performance und Nachhaltigkeit vermittelt.



Volkswagen

Als Schaufenster der Marke zeigt der Pavillon neben aktuellen Entwicklungen von Volkswagen auch die aktuellsten Fahrzeugmodelle. Dabei versinnbildlicht das Brand Design den Aufbruch der Marke in die Zukunft der E-Mobilität.



Volkswagen Nutzfahrzeuge

Freiheit auf vier Rädern: Im Pavillon von Volkswagen Nutzfahrzeuge stehen Modelle wie der ID. Buzz oder der Multivan im Mittelpunkt. Der Pavillon verkörpert die Eigenschaften Kraft, Robustheit und Funktionalität. Zudem gibt es interaktive Exponate und Attraktionen, die Themen wie Zukunft und Freiheit erlebbar machen.



Škoda

Das Haus von Škoda erscheint aus der Vogelperspektive wie der geflügelte Pfeil des seit 1926 genutzten Markenlogos. Der Pavillon lädt zu einer Entdeckungsreise durch die Geschichte und Werte der tschechischen Traditionsmarke ein. Unter dem Leitgedanken „Simply Clever“ verbindet Škoda Funktionalität und Alltagstauglichkeit mit hoher Qualität und zeitlosem Design.



Porsche

Im Juni 2012 öffnete mit dem Porsche Pavillon der erste Neubau auf dem Autostadt-Gelände seit der Gründung. Die geschwungene Dachkonstruktion, die weit über die Wasserfläche der Lagune ragt, ist Teil der beeindruckenden Architektur dieses Pavillons. Im Inneren zeigt eine Ausstellung die Entwicklung der Marke, beginnend mit dem 356 Nr. 1 von 1948 bis hin zu modernen Rennwagen.



Volkswagen R

Der jüngste Zuwachs im Kosmos: Seit 2024 lässt sich die Faszination von Volkswagen R im gleichnamigen Pavillon spüren. So können Besucherinnen und Besucher die sportliche R-Produktlinie unter anderem in einem Simulator spüren, der sie mit einem Power-Golf auf den Nürburgring schickt.



Seat

Der Seat Pavillon spiegelt mit seiner Architektur die Geografie der iberischen Halbinsel wider und beeindruckt durch seine Fassade mit 349 Außenspiegeln. Darin erleben Besucherinnen und Besucher die Markenphilosophie „Technology to Enjoy“ durch interaktive Präsentationen und aktuelle Modelle, darunter auch CUPRA.



Weitere Informationen finden Sie hier:
stories.autostadt.de/markenvielfalt_erleben

AUTOSTADT



NIPPEN. WIPPEN. AUSFLIPPEN.

**SOMMERFESTIVAL VOM 4. JULI BIS 17. AUGUST
IN DER AUTOSTADT IN WOLFSBURG**

Wir feiern 25 Jahre Autostadt mit Top-Acts aus Rock, Pop, Jazz und Hip-Hop sowie einem großen Programm für alle, die etwas erleben wollen: BMX für Kids, Yoga auf dem Wasser, entspannen im Beachclub, krasse Klettertürme, riesige Hüpflandschaft und vieles mehr!

Das ganze Programm, Infos und Tickets unter autostadt.de/sommer