

25 JAHRE

A

AUTOSTADT
& LEBEN

04/25

**WILLKOMMEN
IM CLUB**

Rundgang durch das neue
Motorsport Clubhouse

ZIMMER MIT HERZ

Die Kunst des Miteinanders
im „Esszimmer“

**DER SCHLÜSSEL
ZUM GLÜCK**

Emotionale Momente bei
der Fahrzeugabholung

DETAIL- VERLIEBT

DESIGN IN DER AUTOSTADT ERLEBEN



Was macht ein Fahrzeug schön? Die Antwort liegt in der Liebe zum Detail. Wenn jede Linie einem Gedanken folgt und jedes Einzelteil mit dem Ganzen harmoniert. Denn was mit Liebe entworfen wurde, weckt dieselbe Emotion im Auge seines Betrachters. Wer die Autostadt besucht, entdeckt diese Detailverliebtheit nicht nur in spektakulären Fahrzeugen wie dem 1936er Škoda Superb, dem diese Bremsleuchte gehört. In unserer Titelstory lassen wir uns auf eine neue Führung mitnehmen, die zeigt, dass Design in jedem Gebäude und manchmal sogar in unerwarteten Details zu finden ist.



„EIN ORT, DER UNS FASZINIERT.“

Liebe Gäste der Autostadt,

jeder von uns hat wohl seine ganz besonderen Orte. Orte, mit denen uns Erinnerungen verbinden und starke Gefühle. Bei mir ist das der verwunschene kleine Teich mitten im Wald, den mir mein Großvater als Fünfjährigem zeigte, es ist das Lokal, in dem meine Frau und ich uns kennenlernten.

Und es ist die Autostadt. Dieser Ort hat meine Familie und mich vor 23 Jahren gepackt und seither nie wieder losgelassen, lange Jahre, bevor die Autostadt mein Arbeitsplatz wurde. Aus vielen Gesprächen mit Gästen, Kolleginnen und Kollegen weiß ich, dass wir damit in bester Gesellschaft sind. Jeder hat seine eigenen Gründe, seine eigenen Lieblingsorte. Ich liebe den Kontrast von kraftvoller Architektur und Zartheit der Parklandschaft, die Momente der Ruhe in den frühen Morgenstunden und das elektrische Britzeln und Pulsieren bei unseren Events und auch die Hochfeste der Automobilkultur, als die ich unser Museum Zeithaus und unsere Markenpavillons sehe.

Über alledem steht die Zuwendung der hier arbeitenden Menschen. Man kann die Autostadt unmöglich besuchen, ohne das Leuchten in ihren Augen und ihren unbedingten Einsatz für jeden einzelnen Gast zu bemerken. Für uns ist die Autostadt nicht irgendein Arbeitsplatz. Sie ist ein Ort, der uns fasziniert, auf den wir stolz, von dessen Wert für unsere Gäste, für Wolfsburg, die Region und nicht zuletzt für Volkswagen wir zutiefst überzeugt sind.

Auslieferungszentrum, Genusssort, Entertainment- und Kulturstätte, Bildungs-Hotspot, Tagungseldorado, Flaniermeile – die Autostadt hat viele Gesichter, aus denen Sie wählen können. Gerade eröffnet haben wir das Motorsport Clubhouse – eine Kombination aus im Wortsinne anfassbarer Ausstellung und Rennspaß. Zwischen dem Zeithaus und The Ritz-Carlton, Wolfsburg gelegen, wird Ihnen dieser Pavillon ans Herz wachsen! Und, nur zur Erinnerung: Anfang kommenden Jahres



eröffnen wir darüber hinaus unser House of Gaming, wo Sie vom Rennsimulator bis zur Spielkonsole vieles ausprobieren und Spielevents mit Profis erleben können. Mich freut hier die wunderbare Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen des VfL Wolfsburg, der auch in der Gaming-Welt eine feste Größe ist.

Apropos feste Größe: Natürlich erwartet Sie auch in diesem Jahr ein Winterevent, das zu den schönsten in der Republik zählt. Neu ist unser Weihnachtskaufhaus. Weihnachtsstimmung, Eislauf, Schneelandschaft, Hüttenzauber – viele Gäste lockt diese einmalige Mischung dann fast täglich in die Autostadt. Ein weiteres starkes Argument für eine Jahres- oder Saisonkarte: Ihr Autostadt Key öffnet Ihnen die Autostadt, so oft Sie wollen.

Ich wünsche Ihnen viele emotionale Momente in der Autostadt. Wir freuen uns auf Sie!

Ihr
ARMIN MAUS
Vorsitzender der Geschäftsführung, Autostadt GmbH

06 LESERBEFRAGUNG

07 PANORAMA

Aktuelles aus der Autostadt.

08 DETAILVERLIEBT

Eine neue Führung zeigt, wie viel Design in der Autostadt steckt.

14 WINTERZAUBER

Das besinnlichste Event des Jahres steht an.

17 KOLUMNE

Über die Arbeit mit Kindern im Mobiversum.

18 JUNG GEBLIEBEN

Die Autostadt präsentiert 130 Jahre Geschichte.

20 SCHLÜSSELANHÄNGER ZUM ERFOLG

Kluge Köpfe brauchen Raum zur Entfaltung.

21 BLICKFANG

Unsere Lieblingsprodukte aus dem moment! Marken & Erlebnis-Shop.

22 POLE-POSITION FÜR DAS PUBLIKUM

Ein Rundgang durch das neue Motorsport Clubhouse mit Porsche-Pilot Laurin Heinrich.

27 EIN TAG VOLLER MOBILITÄT

Bewegende Erlebnisse in der Autostadt.

28 EIN ZIMMER, KÜCHE, HERZ

Der besondere Charme des „Esszimmer“.

31 GRUSS AUS DER KÜCHE

Heute gibt es: herbstliche Pasta mit Pfifferlingen.

32 KI ZUM ANFASSEN

Die Ausstellung „KI und Du“ erklärt, wie Künstliche Intelligenz unseren Alltag verändert.

34 GENTLEMEN & STIMMUNGSMACHER

Zu Besuch in Deutschlands bester Hotelbar.

36 „FREUDENTRÄNEN AM FLIESSBAND“

Ein Gespräch über die Autostadt Fahrzeugabholung mit Börries Lorenz-Meyer.

INHALT

FOTOS MAXIMILIAN VIRGILI (MOBIVERSUM), JULIA SELLMANN (WUNDERKERZEN),
JULIA NIMKE (ESSZIMMER), JEWGENI ROPPEL (ŠKODA)

08

DETAILVERLIEBT

Eine neue Führung zeigt, wie viel Design in der Autostadt steckt.

14

WINTERZAUBER

Das besinnlichste Event des Jahres steht an.

18

JUNG GEBLIEBEN

Die Autostadt präsentiert 130 Jahre Geschichte.

28

EIN ZIMMER, KÜCHE, HERZ

Der besondere Charme des „Esszimmer“.



Unser Magazin gibt es nicht nur als gedrucktes Heft. Entdecken Sie viele spannende Artikel, Videos und Zusatzinfos auch auf stories.autostadt.de.

SEIEN SIE EHRLICH!

Wir wollen Ihre Meinung zum AUTOSTADT & LEBEN Magazin hören

Bitte schenken Sie uns fünf Minuten Ihrer Zeit für eine kurze Onlineumfrage und helfen Sie uns damit, Ihr Leseerlebnis zu verbessern. Die Befragung wird mit Unterstützung des unabhängigen Marktforschungsunternehmens insidery (www.insidery.de) durchgeführt. Alle Umfragedaten werden anonym ausgewertet und streng vertraulich behandelt. Die Umfrage endet am 10. November 2025.

Bitte nutzen Sie den folgenden Link oder QR-Code, um an der Befragung teilzunehmen:



www.autostadt.de/magazinfeedback

Wir freuen uns auf Ihre Unterstützung!
Ihr Autostadt Team

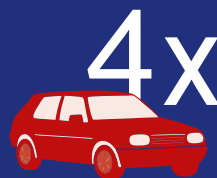
UNTER ALLEN TEILNAHMEN VERLOSEN WIR ALS DANKESCHÖN FOLGENDE PREISE*:



ein Drei-Gänge-Menü im Restaurant „Terra“ des The Ritz-Carlton, Wolfsburg für zwei Personen inklusive alkoholfreier Getränke- oder Weinbegleitung

ein DVR-Sicherheits-
training mit dem
eigenen Fahrzeug

1x



eine Fahrt auf dem
Geländeparcours

Führung „Tour und Turm“
für jeweils zwei Personen

2x



Tickets für Virtual Racing für
jeweils zwei Personen

*Falls Sie an der Verlosung teilnehmen möchten, tragen Sie bitte am Ende der Befragung Ihre E-Mail-Adresse in das dafür vorgesehene Feld ein. Sie können die Befragung aber auch ohne Gewinnspielteilnahme ausfüllen. Das Gewinnspiel wird durchgeführt durch die Autostadt GmbH, Stadtbrücke, 38440 Wolfsburg. Die bei dieser Onlinebefragung erhobenen Daten werden von der insidery GmbH, Freudenbergerweg 11, 81669 München, anonym ausgewertet. Das heißt, Ihre E-Mail-Adresse wird bei der Datenanalyse getrennt von Ihren Einschätzungen verarbeitet. Zur Durchführung der Befragung und zur Erfassung Ihrer E-Mail-Adresse nutzt die insidery GmbH das Programm Forsta der Dapresy Deutschland GmbH, Engersche Str. 176, 33611 Bielefeld (www.forsta.com). An der Verlosung dürfen alle volljährigen Personen teilnehmen, die bis zum 10. November 2025 die Leserbefragung des Magazins AUTOSTADT & LEBEN abschließen, ausgenommen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Autostadt GmbH. Die Gewinnerinnen und Gewinner werden durch die zufällige Ziehung unter allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern ermittelt und von der Autostadt per E-Mail bis zum 15. Dezember 2025 über den Gewinn informiert. Eine Auszahlung des Gewinns in bar ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel willigen Sie in die Erhebung und Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse durch die insidery GmbH ein. Die insidery GmbH erhebt, speichert und verarbeitet Ihre E-Mail-Adresse nur zur Durchführung und Abwicklung des Gewinnspiels und leitet diese nur für die Gewinner an die Autostadt GmbH weiter, damit Sie im Falle eines Gewinns durch die Autostadt GmbH benachrichtigt werden können. Eine Weitergabe der Daten an weitere Dritte findet nicht statt. Ihre Einwilligung ist freiwillig und kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden, zum Beispiel durch eine E-Mail mit dem Betreff „Unsubscribe Autostadt Leserbefragung“ an unsubscribe@weareinsidery.com. Im Falle eines Widerrufs wird Ihre E-Mail-Adresse unverzüglich gelöscht und eine Teilnahme am Gewinnspiel ist nicht mehr möglich. Für mehr Informationen zu den Datenschutzbestimmungen beachten Sie bitte: weareinsidery.com/privacy-statement und forsta.com/de/forsta-datenschutzhinweis sowie autostadt.de/datenschutz

**JETZT
MITMACHEN**
und bewegende
oder köstliche
Preise gewinnen!

PANAMA

Ein Jahr zahlen, zwei Jahre nutzen – der neue Autostadt Key

Der **Autostadt Key** ist das neue Jahreskartenmodell der Autostadt in **Classic** und **Premium**. Der Classic oder Premium Key gewährt neben einem Jahr Eintritt in die Autostadt exklusiven Zugang zum Ticketverkauf, zum Beispiel für Konzerte, und das bereits 48 Stunden vor dem offiziellen Verkaufsstart. Der Premium Key bietet – wie der Name vermuten lässt – weitere attraktive Vorteile. Der Schlüssel für mehr Flexibilität, exklusive Vorteile, Rabatte und besondere Erlebnisse.

Jetzt im Autostadt Online-Shop erhältlich.



Farbgeschichte(n) – eine multisensorische Ausstellung

Eine Welt ohne Farbe ist kaum vorstellbar. Wie Farben vom menschlichen Auge wahrgenommen werden und wie sie unsere Emotionen beeinflussen, zeigt die Sonderausstellung „Farbgeschichte(n) – eine multisensorische Ausstellung“ im Zeithaus der Autostadt seit September 2025. Abwechslungsreiche Fakten aus Natur, Kultur und Technik eröffnen einen neuen Blick auf die faszinierende Welt der Farbpsychologie und regen dazu an, Farben mit allen Sinnen zu erleben. Mehr als 20 Exponate dürfen bestaunt, berührt und beschnuppert werden. Die Geschichte des Lacks wird dabei aus historischen, technischen und kulturellen Perspektiven spannend erzählt. Interaktive Stationen bieten Gelegenheiten zum Mitmachen und Nachdenken.

AUTOSTADT ON TOUR

In der Herbstsaison ist die Autostadt wieder auf spannenden Events vertreten – von historischen Rennmomenten bis hin zu inspirierenden Reiseideen. Den Auftakt macht der „Legends Grand Prix“ vom 3. bis 5. Oktober 2025 auf dem traditionsreichen Salzburgring. Hier treffen sich Liebhaberinnen und Liebhaber klassischer Motorsportgeschichte, um legendäre Fahrzeuge in Aktion zu erleben. Zwischen Motorensound und Rennatmosphäre wird die Faszination vergangener Jahrzehnte auf der Strecke lebendig. Ein Highlight für Oldtimerfans und Rennsportenthusiasten gleichermaßen.

Weiter geht es mit der Messe „ReiseLust“ vom 7. bis 9. November in Bremen. Besucherinnen und Besucher können sich auf vielfältige Tipps für die Urlaubsgestaltung freuen. Egal ob Erholung am Traumstrand oder Abenteuerreise in die Berge: Für alle ist Wissenswertes dabei.





Text Ji-Hun Kim
Fotos Jewgeni Roppel

Detail verliebt

Bei der neuen Führung „Design in der Autostadt – eine inspirierende Tour“ erfahren Besucherinnen und Besucher nicht nur neue Blickwinkel auf die Welt des Designs, sondern erleben die Autostadt aus ungewöhnlicher Perspektive. Wir waren bei einer Tour dabei.



Piazza
Konzernforum



Porsche 911
Zeithaus





FOTO: MAXIMILIAN VIRGILI



Oldtimer
Zeithaus

Gutes Design ist oft unsichtbar. Es steckt in Architektur, Landschaften, Autos, Möbeln und Smartphones. All das wird im Idealfall so gestaltet, dass es nicht nur funktioniert, sondern auch Emotionen weckt, Vertrauen schafft und eine Verbindung zu uns Menschen herstellt. Der frühere Volkswagen Designchef Walter Maria de Silva sagte einmal: „Design ist auch das, was man nicht sieht.“

In der Autostadt gibt es – gerade aus der Designperspektive – viel zu entdecken. Wir begleiten die neue Besucherführung „Design in der Autostadt – eine inspirierende Tour“. Unser Guide ist Kathrin Hoppe. Seit zwei Jahrzehnten führt sie Gruppen aus aller Welt durch die Autostadt. Zwar kennt sie das Gelände wie ihr eigenes Zuhause, aber auch für sie gab es Neues zu entdecken: „Ich habe seit 20 Jahren einen so schönen Arbeitsplatz. Dass ich darauf immer wieder neue Blickwinkel bekomme und Geschichten entdecke, motiviert und inspiriert mich jedes Mal neu.“

Ausgangspunkt der Tour ist die große Piazza im Konzernforum. Der offene, lichtdurchflutete Raum wurde vom Architekturbüro HENN in Anlehnung an Orangerien, eine Art von Gewächshäusern, gestaltet. Der schwebende Globus des Künstlers Ingo Günther bildet ähnlich wie ein Brunnen einen visuellen Ankerpunkt und kommunikativen Ort der Begegnung.

Der Designer Charles Eames sagte: „Details sind keine Details. Sie machen das Design.“ Dass diese nicht nur in monumentaler Architektur oder Klassikern der Automobilgeschichte stecken, ist Teil der Führung. Gemeinsam flaniert die Gruppe zu den Ausstellungsräumen im Konzernforum. Auf dem Weg dorthin



Skulptur
The Ritz-Carlton,
Wolfsburg



kommen wir am raumgreifenden Pizzaofen des Restaurants „AMano“ vorbei. Eine Sonderanfertigung, die nicht nur perfekte Steinofenpizzen liefert: Die funkelnden Bisazza-Mosaikfliesen in erdigen Rottönen spiegeln das holzbefeuerte Innenleben wider und sorgen für eine wohlig-warme Atmosphäre.

Ein Stück weiter beginnt das Mobiversum – eine interaktive Bewegungslandschaft, wegen ihrer skulpturalen, organischen Strukturen ein Lieblingssort von Kindern und Familien. Entworfen wurde die Landschaft vom Architekten Jürgen Hermann Mayer und der Erziehungswissenschaftlerin Renate Zimmer. Die an Äste und Bäume erinnernden Formen tauchen auch in der Dauerausstellung LEVEL GREEN auf. Die Natur ist oft Ideengeberin für große Gestaltung. Hier erstreckt sich dieser Gedanke über mehrere Etagen: Design und Technik sind ohne den Respekt vor der Natur kaum denkbar.



SmartFlower
Park- und
Lagunenlandschaft





Mobiversum
Konzernforum

Das lässt sich in der Parklandschaft der Autostadt beobachten. Die vom Landschaftsarchitekten Hinnerk Wehberg gestalteten Grünflächen leben von Kontrasten, geschwungenen Proportionen und sind kunstvoll bepflanzt. Wir steuern auf die 20 Meter lange Rutsche zu. Am gegenüberliegenden Ufer des Mittellandkanals erhebt sich das denkmalgeschützte Volkswagen Kraftwerk mit seinen vier Schornsteinen. Auf unserer Seite steht eine sogenannte SmartFlower – ein intelligenter Solarstrom-Generator aus Österreich. Diese „Sonnenblume“ folgt dem Tageslicht und fügt sich mit ihrem floralen Design nahtlos in die umgebende Landschaft ein. Die Gruppe hat vom kleinen Hügel aus einen beeindruckenden Ausblick. Besucherinnen und Besucher zücken ihre Handys.

Konzipiert wurde die Tour von Myriam Menzel und Dominik Mohn in enger Zusammenarbeit mit den Tourguides. Beide arbeiten im Team für Wissensvermittlung und Trainings und waren früher selbst Guides. In mehreren Kreativ-Workshops sammelten sie spielerisch die Ideen des Teams und haben aus ihrem Hintergrundwissen das Lernmaterial erstellt. „Uns war schnell klar: Es soll nicht nur um Automobildesign gehen“, sagt Myriam Menzel. „Auf die Frage, was gutes Design ausmacht, folgte oft die Antwort: Es ist zeitlos, funktional, ästhetisch, sinnvoll – und es überrascht.“ Dominik Mohn ergänzt: „Wir haben Prototypen entwickelt, durchgeführt und in mehreren

Prozessen daraus gefiltert, was funktioniert.“ Ihr Ziel: zu zeigen, dass Design nicht nur gestalterisch ist, sondern auch kommuniziert – als Medium zwischen Mensch und Gesellschaft.

Die letzten Stationen unserer Tour: The Ritz-Carlton, Wolfsburg und das Zeithaus. Kathrin Hoppe erklärt, wie Architektur und Interior Design des Fünfsternehotels von natürlichen Elementen beeinflusst sind. Selbst die Restaurantnamen „Terra“ und „Aqua“ greifen dieses Thema auf. Im Foyer hängt eine großformatige Fotografie von Heinrich Heidersberger: „Kraftwerk“ aus dem Jahre 1971 ist eine seiner zentralen Arbeiten und zeigt das Volkswagen Kraftwerk in einer monochromen Langzeitbelichtung. Design ist hier auch als Teil der Raumstruktur zu finden. Eine Skulptur der italienischen Glasschmiede Salviati trennt einen Sitzbereich vom Rest des Foyers ab und bietet Blickschutz und Durchlässigkeit zugleich. Das Kunstwerk mit dem Namen „Gläserner Wald“ setzt die Landschaft der Autostadt im Inneren fort. Der amerikanische Designer Elliott Barnes entwarf den Look von The Ritz-Carlton, Wolfsburg in Anlehnung an einen Berg. Im Erdgeschoss dominieren erdige Töne, zum „Gipfel“ hin wird die Farbgestaltung stufenweise heller.

Auch im Zeithaus gibt es viel über Designdetails zu erfahren. Architektonisch soll das Gebäude das Analoge und das Digita-



Liegestühle
Lagunenlandschaft

le verkörpern. Zentrale Themen sind Erinnerung, Geschichte und Orientierung. Hier erklärt Kathrin Hoppe Ideen des Automobildesigns anhand ikonischer Fahrzeuge wie dem 1968 von Ferdinand Alexander Porsche entworfenen Modell 911. „Ein formal stimmiges Produkt braucht keine Verzierung“, erklärte der Designer seinerzeit sein Konzept für diese bis heute einzigartige Sportwagensilhouette. Der Porsche gefällt auch den Besucherinnen Leo und Marie aus Berlin besonders gut. „Der 911 in diesem tollen Rot war ein Highlight“, sagt Leo, die wie Marie zum ersten Mal in der Autostadt ist. „Es ist hier wie in einer eigenen kleinen Stadt. Es war spannend zu erfahren, wo und auf welchen Ebenen überall Design zu finden ist. Das hat mir wirklich gut gefallen.“ Marie ergänzt: „Unabhängig von der interessanten Tour war ich überrascht, wie schön das Gelände ist. Man will hier gerne mal während eines Sonnenuntergangs mit Freunden sein.“

Inspiziert und aufgetankt mit neuem Wissen, verabschiedet sich die Gruppe von Kathrin Hoppe, der es auch diesmal wichtig war, auf die Interessen ihrer Gäste einzugehen, und die ihre Touren gerne spontan auf die Wünsche der Gruppe anpasst. Ihre Leidenschaft für Design ist ansteckend. Und so zeigt sich nach der Tour nicht nur die Autostadt, sondern auch die Welt draußen in neuem Licht – mit vielen unbekannten Details.

Die kreativen Köpfe der Designführung

FOTOS MAXIMILIAN VIRGILI



Kathrin Hoppe

arbeitet seit 20 Jahren in der Autostadt als Tourguide für Gruppen aus aller Welt, seit Kurzem auch zum Thema Design. Sie spricht fließend mehrere Sprachen, gibt Touren in Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch. Das schönste Autodesign hat der Porsche 356, findet sie.



Myriam Menzel

ist Kunstwissenschaftlerin mit einer Leidenschaft für kreative Lernformate. Im Fernstudium „Organisations- und Personalentwicklung“ an der RPTU Kaiserslautern vertiefte sie sich in Kreativitätstheorien, die sie heute praxisnah in Workshops einsetzt – etwa mit LEGO® Serious Play. Internationale Ausstellungen wie die Biennale oder documenta nutzt sie als Quelle für neue Impulse für Führungen und fürs Lernen.

Dominik Mohn

ist ausgebildeter Vermessungstechniker, hat sich jedoch auch als Kulturwissenschaftler sowie als Kultur- und Non-Profit-Manager intensiv mit der „Vermessung der Welt“ auseinandergesetzt. Nach einer Schulung zum Autostadt Tourguide und einer Trainerausbildung an der Hochschule Hannover ist er heute im Bereich Wissensvermittlung und Trainings der Autostadt tätig.

WINTER ZAUBER



Mit jedem Grad weniger auf dem Thermometer wächst der Zauber in der Autostadt. Dann laden Lichterglanz und Winterluft zum Besuch ein: zum gemütlichen Schlendern zwischen den Buden, mit gebrannten Mandeln und warmem Punsch. Oder auf die glitzernde Eisfläche, hinein in den Wintertraum.



WINTERZAUBER

Vom 28. November 2025
bis zum 4. Januar 2026
Öffnungszeiten (wetterabhängig):
Eisfläche: Mo. – So. 10 bis 22 Uhr

SCHNEEWELT

12 bis 20 Uhr

WINTERMARKTBUDEN

14 bis 22 Uhr
(Sa. & So. ab 12 Uhr)

EISDISCO

So. – Do. 16.30 bis 19.30 Uhr
(außer am 25. Dezember)

CRIME TIME – MULTIMEDIALER THEATER-THRILLER

am 3., 10. & 17. Dezember

Alle Informationen zur Winterwelt:
autostadt.de/winter

Änderungen vorbehalten



— 1. Unter funkelnden Lichtern ziehen Besucherinnen und Besucher auf der 4.000 Quadratmeter großen Eisfläche ihre Bahnen. Auch die kleinen Gäste können mit Laufhilfen sicher das Eis erkunden. Von Sonntag- bis Donnerstagabend sorgt die Eisdisco für rhythmische Winterstimmung. — 2. Neben der Eislaufbahn wird abgehoben. Auf dem Kettenflieger haben nicht nur Kinder Spaß, wenn man für ein paar Minuten sorglos wie eine Schneeflocke durch die Winterluft schwebt. — 3. Ob auf der Eisfläche, an den Buden oder beim Spaziergang: Der Lichterglanz ist in diesen Tagen überall in der Autostadt. Durch rund 40 Kilometer Lichterketten erstrahlt das Gelände in besinnlicher Atmosphäre. — 4. Festlicher Zauber im Weihnachtskaufhaus: Auf 100 Quadratmetern gibt es funkelnden Baumschmuck und besondere Mitbringsel zum Staunen und Verschenken.

WENN DIE GRIZZLYS DAS EIS EROBERN

Seit diesem Jahr sind die Autostadt und die Eishockeymannschaft der Grizzlies Wolfsburg offizielle Kooperationspartner – mit dem erklärten Ziel, die Nachwuchsarbeit zu fördern, Eishockeykultur erlebbar zu machen und Familien ein abwechslungsreiches Programm zu bieten.

Die Grizzlies sind in der Autostadt allerdings keine Unbekannten. In der Winterzeit findet seit einigen Jahren ein öffentliches Showtraining in der Winterwelt statt. Auf der Eisfläche rund um den großen Weihnachtsbaum zeigen die Profis und Nachwuchs-Grizzlies am 2. Dezember 2025 ihr Können mit Schläger und Puck.

„Winter und Eis – das sind Attribute, die sehr gut zu uns passen“, sagt Yannick Imler, Leiter Organisation und Marketing bei den Grizzlies. „Genau deshalb ist das Showtraining mitten in der Autostadt ein Highlight für uns alle. Der Spaß steht im Vordergrund“, betont er.

Für das Publikum macht vor allem die Nähe den Reiz aus: Zwar ist beim Training nur das Zuschauen erlaubt, doch anschließend nehmen sich Spieler und Trainer Zeit für Fotos, Autogramme und

Gespräche mit Gästen und Fans. „Die Grizzlies sind ein Profisportclub zum Anfassen. Wir riegn die Profis nicht ab“, sagt Imler. So entsteht gemeinsam mit der Autostadt als Familienpartner eine Bühne, auf der Sport, Nachwuchsarbeit und Wintererlebnis perfekt zusammenfinden.

Doch zu dieser Kooperation gehört noch mehr als das Showtraining. Beim Projekt „Young TV Crew“ lernen Jugendliche, wie Medien funktionieren: Für einen Tag werden sie zu Reportern und Kameraleuten und interviewen die Profis. Am Kinderspieltag im März übernehmen Kinder dagegen verschiedene Rollen im Stadion und sind damit noch näher als in der ersten Reihe dabei. Familien dürfen sich auf ein buntes gemeinsames Programm der Autostadt und der Grizzlies freuen.

— 1. / 2. Beim Showtraining in der Autostadt zeigen die Nachwuchstalente der Grizzlies Wolfsburg, wie sich Spaß und Können beim Eishockey verbinden.



WAS MACHT DIE ARBEIT MIT KINDERN BESONDERS?

Eine Frage an Patrick Morgenstern –
Gästebetreuer im Mobiversum



PATRICK MORGENSTERN

hat eigentlich Management im öffentlichen Verkehr studiert. In der Autostadt arbeitete er im Fahrservice, in Markenpavillons und als Sachbearbeiter im Bereich Jahreskarte. Die Autostadt förderte ihn und ermöglichte damit den Wechsel in das Mobiversum, wo er heute als Gästebetreuer arbeitet.

Wer die Autostadt mit seinen Kindern besucht, kommt früher oder später auch ganz sicher bei uns im Mobiversum im Konzernforum vorbei. Auf der großen Kletterskulptur, der Motorik, hangelt sich bereits die zweite Generation kleiner Entdeckerinnen und Abenteuerer entlang, während die Jüngsten sich im Krabbelbereich ausprobieren, Eltern im Ruheraum Bücher vorlesen oder im Stillbereich ihre Babys versorgen. Nicht ganz so ruhig geht es an den Werkstischen des Mobiversums zu, denn dort bieten wir regelmäßig neue Angebote oder auch spezielle Aktionen zu Feiertagen an.

Dass ich einmal Teil dieses fröhlichen Gewusels sein würde, hätte ich bis vor wenigen Jahren nicht gedacht. In das Team der Autostadt bin ich vor 14 Jahren gekommen, im Fahrservice als Nebenjob während des Studiums. Ich bin seit knapp 30 Jahren ehrenamtlich im Basketball aktiv, war viele Jahre Jugendtrainer. Deshalb haben mich Kolleginnen und Kollegen in der Autostadt ermutigt, mich für den Bildungsbereich zu bewerben, und das gesamte Team hat mich dort vom ersten Tag an mit offenen Armen empfangen.

Die Freizeitworkshops und ganzjährigen Angebote sind wahnsinnig beliebt, unsere Kindergeburtstage nahezu immer ausgebucht. Da gibt es zum Beispiel eine Tour durch die Autostadt, bei der Rätsel gelöst werden, wir drucken eigene Zeichnungen der Kinder auf Taschen, Kissen oder Schürzen oder produzieren einen eigenen kleinen Film. Die Kinder erleben dabei ganz besondere Momente.

Vor wenigen Monaten haben wir als Teil eines Werkstischangebotes verschiedene Knoten gebunden. Der kleinste Junge in der Gruppe tat sich sichtlich schwer damit und sagte mir verschämt, dass er noch überhaupt keinen Knoten binden könne. Ich habe ihn gefragt, ob er es lernen wolle, und am Ende war er unglaublich stolz darauf, dass er jetzt eine Schleife binden kann. Das hat mich wirklich berührt.

An solche Erlebnisse erinnern sich die Kinder lange. Wenn ich durch die Autostadt gehe, ruft mir regelmäßig ein Kind zu, strahlt und erzählt mir von einem Workshop oder Geburtstag, den ich begleitet habe. Da fühle ich mich jedes Mal geehrt, und es ist auch ein schönes Zeichen für mich und das Team, dass

unsere Aktionen in Erinnerung bleiben. Und wenn die Kinder mit einem Lachen nach Hause gehen und die Eltern glücklich sind, dann kommen sie natürlich auch gern wieder zu uns.

Wir laden nicht nur die Kinder, sondern ausdrücklich die ganze Familie ein, bei unseren Aktionen und Angeboten mitzumachen. Manche Eltern oder Großeltern sind zuerst überrascht, wenn wir fragen, ob sie sich auch an die Bohrmaschine setzen oder mitgestalten wollen. Aber wenn sie dann zusammen mit ihren Kindern und Enkeln ein Meisenknödelhäuschen bauen oder einen SOS-Anhänger für Rucksack oder Schulranzen basteln, bekommen sie oft selbst wieder ein kindliches Leuchten in den Augen. Das erwärmt einem das Herz.

Gemeinsam etwas mit den eigenen Händen zu erschaffen, kommt oft zu kurz in einer Zeit, in der Dinge gern einfach bestellt werden. Die Kinder schätzen es auch, Verantwortung übernehmen zu dürfen, achten aufeinander und helfen sich gegenseitig. In diesen Momenten dabei sein zu dürfen, macht meine Arbeit für mich zu einem besonderen Erlebnis. Mich macht es sehr stolz, zu sehen, wie die Kinder mit gestärktem Selbstvertrauen unsere Werkstische verlassen, weil sie etwas Neues dazugelernt haben.

In den mittlerweile über zwei Jahren im Bildungsteam hat mir jeder einzelne Tag Spaß gemacht.

TEXT PETER GAIDE
FOTOS JEWGENI ROPPEL



1



2



3

JUNG GEBLIEBEN

Škoda blickt auf 130 Jahre Automobilgeschichte zurück und seit 25 Jahren in der Autostadt nach vorn. Zwischen Oldtimern, einem KI-Avatar und nachhaltigen Ideen feiert die Marke ein Jubiläum, das zeigt: Neugier treibt sie bis heute an.

Im Zeithaus der Autostadt bleibt eine Besuchergruppe vor einem schmucken Škoda Popular Roadster aus den 1930er-Jahren stehen. Ein Oldtimer mit Geschichte. „Der Popular war ein Krisenretter: Eine neue Konstruktion aus einem neuen Werk, die das Unternehmen damals wieder nach vorne brachte“, erklärt Škoda-Historiker Lukáš Nachtmann. Das Modell wurde zum Symbol des Aufbruchs.

Heute ist der Popular eines der Ausstellungsstücke in der Autostadt, die die Vergangenheit mit der Zukunft verbinden. Denn in diesem Jahr fallen zwei Jubiläen zusammen: 130 Jahre Škoda und 25 Jahre Škoda in Wolfsburg. Der Pavillon der Marke und das Zeithaus erzählen diese doppelte Geschichte, von den Anfängen mit Fahrrädern bis zur Gegenwart und Zukunft in der Volkswagen Familie.



LUKÁŠ NACHTMANN

ist seit 1999 Historiker im Škoda-Archiv und stellvertretender Direktor des Škoda-Museums im tschechischen Mladá Boleslav. Er kennt die Geschichte der Marke wie kaum ein anderer. Eines seiner Lieblingsmodelle ist der Škoda 1000 MB aus den 60er-Jahren, dessen klare Linien und Heckdetails er besonders schätzt.

GESCHICHTE ZUM ANFASSEN

Das Zeithaus und den Pavillon trennen weniger als 100 Meter. Schon die Architektur des Gebäudes strahlt Optimismus aus. Von oben betrachtet erinnert es an den geflügelten Pfeil, das Markenzeichen von Škoda. Tschechische Künstler entwarfen den Pavillon als Gesamtkunstwerk mit vielen Bezügen zur böhmischen Heimat der Marke. Von Anfang an diente er auch als Bühne für Kultur: Kafka-Lesungen, tschechische Märchenfilme und künstlerische Installationen fanden hier bereits statt. Seitdem wuchs und wandelte sich die Ausstellung stetig.

„Ich finde es sehr passend, Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft immer wieder neu miteinander in Dialog treten zu lassen“, sagt Nachtmann. „So entstehen neue Perspektiven und die sind essenziell für eine Marke.“ Was er damit meint, wird beim Rundgang durch den Škoda Pavillon deutlich. Unter dem Motto „Let's explore“ führen Erlebnisräume die Besucherinnen und Besucher durch die Geschichte in die Zukunft von Škoda. Die „History Wall“ zeigt die Anfänge: eine Replik des ersten Škoda Fahrrads „Slavia“ und eine Hupe, die auf Knopfdruck ertönt.

Škoda blickt nicht nur zurück, sondern strebt kraftvoll nach vorn und nimmt die Besucherinnen und Besucher mit. Zum einen entdecken sie hier aktuelle Fahrzeug-Highlights wie sportliche Kombi oder Elektro-SUV – Modelle, die die gewachsene Bandbreite der Marke zeigen. Zum anderen werden Gäste zum Mitmachen animiert: Auf Fahrradtrainern treten sie spielerisch gegeneinander an, Kinder erklimmen eine Kletterwand mit dem Motto „Explore your Path“, und Erwachsene tauchen an Touchscreens in smarte Elektromobilitätslösungen ein.

FOTO ŠKODA AUTO (PORTRÄT)

SIMPLY ZUKUNFT

Außerdem zeigt Škoda, wie ernst das Thema Nachhaltigkeit genommen wird. Ob Sitzbezüge aus PET-Flaschen, Leder, gegerbt mit Olivenblättern, oder Reifen aus Löwenzahn: All das wird nicht nur erklärt, sondern erlebbar gemacht. „Škoda sucht schon immer das Neue. Wir bauen seit 1899 eigene Motoren. Und dieser technische Pioniergeist ist heute präsenter denn je, in vielen Facetten“, betont Nachtmann. In ihnen zeigt sich die Seele der Marke. „Schon bei den Fahrrädern gab es clevere Detaillösungen“, erzählt Nachtmann. „Etwa eine Kette an der Ventilkappe, damit man sie nicht verliert. Dieses Denken zieht sich bis heute durch: vom Eiskratzer im Tankdeckel bis zum Regenschirm in der Tür.“

Am Ende des Rundgangs wartet noch eine Überraschung: ein interaktiver KI-Avatar von Firmengründer Václav Laurin auf einem Touchscreen. Mit freundlicher Stimme beantwortet er Fragen zur Marke. Eine Begegnung über 130 Jahre hinweg. Es sind diese Stationen und Szenen, die Škoda in der Autostadt lebendig machen. Zusammen mit den Oldtimern im Zeithaus entsteht ein Panorama, das zeigt: Zwischen Historie und Zukunft präsentiert sich eine Marke, die 130 Jahre alt ist, aber so innovativ wirkt wie am ersten Tag.

— 1./2. Sportlicher Klassiker: Der Škoda Popular Roadster hat auch nach über 90 Jahren nichts von seinem Charme verloren. — 3. Urahn: Das Superb-Modell von 1936 ist der Vorfahre der gleichnamigen Fahrzeugreihe, die seit dem Jahr 2001 produziert wird.



Mehr Eindrücke finden Sie unter stories.autostadt.de/skoda.

DER SCHLÜSSEL- ANHÄNGER ZUM ERFOLG

Wie aus einer Idee ein echtes Produkt wird: Drei Auszubildende der Autostadt entwickelten ein Multifunktionswerkzeug für den moment! Marken & Erlebnis-Shop und lernten dabei viel über Eigenverantwortung und Unternehmertum. **TEXT SIMONE WILLMANN FOTO JULIA NIMKE**

Manchmal beginnt eine große Geschichte mit einer kleinen Idee – und mit dem Mut, sie in die Tat umzusetzen. So auch bei drei Auszubildenden der Autostadt: Laurina Kaske (18, im dritten Lehrjahr), Alissa Kernt (21, im dritten Lehrjahr) und Johanna Voigt (22, mittlerweile ausgelernt). Im Rahmen eines Projektauftrages bekamen sie die Chance, ein eigenes Produkt zu entwickeln. Herausgekommen ist ein smarterer Schlüsselanhänger, der gleich mehrere praktische Funktionen vereint, modern aussieht – und noch in diesem Jahr in den Regalen des moment! Marken & Erlebnis-Shop im Zeithaus zu finden und zu kaufen sein wird.

VOM BRAINSTORMING ZUR BUSINESSIDEE

Der Auftrag kam vom Vertrieb: Gesucht wurde ein Werbegeschenk, das Besucherinnen und Besucher auf Messen begeistert – und gleichzeitig ein moment! Marken & Erlebnis-Shop-Produkt werden könnte. Nachhaltig, multifunktional, mit Bezug zur Autostadt und in modernem Design. „Es sollte etwas sein, was man gern behält und benutzt“, erinnert sich Johanna. Die drei Azubis stürzten sich voller Energie ins Brainstorming. Was passt zur Autostadt, zum Thema Mobilität, was ist jung, frisch, überraschend? Bald entstand die Idee eines Multi-Gadgets: klein, hochwertig, nützlich – und stylish.

LERNEN AN EINEM ECHTEN PROJEKT

Von diesem Moment an war klar: Die drei wollten nicht nur tüfteln, sondern das gesamte Projekt weitestgehend eigenständig umsetzen.



Von der Idee zum fertigen Produkt: Alissa, Johanna und Laurina (von links nach rechts) bekamen die Chance, ihre Idee in die Realität umzusetzen, und haben dabei ihren Unternehmergeist bewiesen.

zen. Businessplan, Kalkulation, technische Zeichnungen, Design, Lieferantenauswahl, Verpackung – jeder einzelne Schritt lag in ihren Händen. „In der Berufsschule bleibt vieles theoretisch. Hier konnten wir alles praktisch anwenden und umgekehrt unsere Erfahrungen wieder im Unterricht einbringen“, erzählt Alissa. Unterstützung gab es von moment! Marken & Erlebnis-Shop-Einkäuferin Marie-Luise Mähler-Ippensen, die den Prozess fachkundig begleitete, aber den Auszubildenden viel Handlungsraum ließ. „Manchmal kam nur die Frage: ‚Habt ihr daran gedacht?‘ – Oder hätten Sie zum Beispiel gewusst, dass ein Lineal eine TÜV-Prüfung braucht?“, verrät uns Laurina. Dass Entscheidungen Kopf und Bauch – und vor allem Zeit – brauchen, merkten sie bei der Lieferantenauswahl. „Natürlich spielen Qualität und Preis eine Rolle“, so Laurina. „Doch am Ende hat uns die Verpackung überzeugt: bunt, stylish, ein echter Hingucker.“

DAS ERGEBNIS: EIN KLEINES STÜCK UNTERNEHMERGEIST

Nach Monaten voller Skizzen, Abstimmungen und Prozessen steht er nun kurz vor der Premiere: ein Schlüsselanhänger aus gebürstetem Metall in klarem Autostadt Design. Elegant und praktisch zugleich – mit Lasergravur, integriertem Profiltiefenmesser, Flaschen- und Dosenöffner sowie Lineal. Ein Produkt, das die Idee von Nachhaltigkeit und Multifunktionalität vereint – und eine kleine Geschichte vom Unternehmergeist erzählt. „Wir sind wahnsinnig stolz, dass bald ‚unser‘ Anhänger im moment! Marken & Erlebnis-Shop verkauft wird“, sagt Laurina strahlend. „Das ist wirklich etwas Besonderes – ein eigenes Produkt, das man in die Hand nehmen und benutzen kann.“

MEHR ALS EIN ANHÄNGER – EIN ERFOLGSERLEBNIS

Für die Autostadt ist das Projekt mehr als nur ein erfolgreich entwickeltes Produkt. Es ist ein Beispiel dafür, wie aus frischen Ideen echte Erlebnisse werden. Wie Ausbildung nicht nur Wissen vermittelt, sondern Talente wachsen lässt. Indem aus Vertrauen der Mut wächst, Dinge bis zum Ende denken und selbst verwirklichen zu dürfen.

UNSERE ENTDECKUNGEN AUS DEM MOMENT!
MARKEN & ERLEBNIS-SHOP IM ZEITHAUS



FORMVOLLENDETES DESIGN

Vasen im 3D-Druck von recozy

Jedes Stück ein Unikat: Die Vasen von recozy entstehen im 3D-Druckverfahren aus recycelten Materialien. Mit ihrem minimalistischen und organischen Design setzen sie stilvolle Akzente. Nachhaltig produziert und made in Germany, sind sie perfekt für alle, die Ästhetik und Umweltbewusstsein verbinden möchten.

Erhältlich im moment!

Marken & Erlebnis-Shop, ab 14,95 €



ORDNUNG MIT SYSTEM

Reise-Kompressionstaschen von TROIKA

Ob Businessstrip oder Wochenendausflug: Mit dem Kompressionstaschenset von TROIKA im Autostadt Design bleibt alles an seinem Platz. Die Packing Cubes in drei Größen helfen dabei, Kleidung platzsparend und knitterfrei zu verstauen. Dank der cleveren Kompressionsfunktion wird das Volumen im Handumdrehen um ein Drittel reduziert.

Erhältlich im moment!

Marken & Erlebnis-Shop, ab 44,95 €



A WIE ALLESKÖNNER

Autostadt Schlüsselanhänger

Wer die Geschichte hinter diesem A noch nicht kennt, sollte nach links schauen. Das smarte Produkt des Azubitrios sieht nicht nur gut aus, sondern ist auch Flaschenöffner, Dosenheber und Lineal in einem. Ein schönes Andenken an den eigenen Besuch in der Autostadt oder ein schmuckes Mitbringsel für Freunde.

Im Laufe des Jahres erhältlich im moment!

Marken & Erlebnis-Shop, 12,95 €



WÄRME, DIE BLEIBT

Elektrische Wärmflasche von Stoov

Die Homey Wärmflasche von Stoov spendet kabellose Wärme – jederzeit und überall. Mit drei Wärmestufen, einem weichen Samtbezug und bis zu vier Stunden Akkulaufzeit garantiert sie langanhaltende Entspannung, wo immer sie gebraucht wird. Ideal für kalte Tage, gemütliche Abende oder als liebevolles Geschenk.

Erhältlich im moment!

Marken & Erlebnis-Shop, 84,50 €

POLE-POSITION

FÜR DAS PUBLIKUM



Im neuen Motorsport Clubhouse erleben Besucherinnen und Besucher die Welt des Rennsports. Ein Rundgang mit Porsche-Pilot Laurin Heinrich, der die Rennschuhe, mit denen er seinen ersten großen Sieg holte, für die Ausstellung zur Verfügung gestellt hat.



TEXT FRANK WALD FOTOS ÉRIVER HIJANO

Was braucht ein Rennfahrer – neben einem schnellen Auto und fahrerischem Können? Antwort: die richtigen Schuhe. Sie stellen den Kontakt zwischen Mensch und Maschine her, lassen die Kraft spüren und halten sie zugleich im Zaum. „Meine sind aus Leder mit einer ganz dünnen Sohle, die ist aus Carbon“, sagt Laurin Heinrich, als er im neuen Motorsport Clubhouse der Autostadt vor der Vitrine mit seinen Rennstiefeln steht, mit denen er 2022 den Porsche Carrera Cup Deutschland gewonnen hat.

Die von Laurin gestifteten schwarz-silbernen Schuhe sind nur ein Highlight im neuen Motorsport Clubhouse, das im ehemaligen Premium Clubhouse eröffnet wurde. Ursprünglich der Marke Bentley gewidmet, ist das in einen Erdhügel eingelassene Gebäude von einer grünen Granitplatte bedeckt, deren geschwungene Form einem Teil der legendären Rennstrecke von Le Mans nachempfunden ist. Jetzt können Besucherinnen und Besucher der Autostadt hier auf 600 Quadratmetern die Welt des Rennsports hautnah erleben und sie spielerisch sogar selbst ausprobieren.

Inszeniert wird die Faszination Motorsport mit Stationen eines Renn-Events. Im Foyer zeigen 2,50 Meter hohe Bilder die Vielfalt des Rennsports, von den legendären Bentley-Boys aus den 20er-Jahren des letzten Jahrhunderts über die Rallye Dakar bis zu den heutigen Tourenwagen-Boliden. Von dort geht es in den Ausstellungsraum, der beim Betreten mit seiner hohen Decke beeindruckt. In seinem Zentrum zieht eine ausladende, sechsspurige Slotcar-Bahn die Blicke auf sich. Über einen abwärts verlaufenden Rundweg gelangt man nach unten, flankiert von acht großflächigen Infografiken mit Motorsport-Highlights wie den Geschwindigkeitsrekorden zu Land und zu Wasser oder dem legendären 24-Stunden-Rennen von Le Mans. „Mein großer Traum ist, irgendwann dort mit einem Porsche-Werksprototypen zu fahren“, schwärmt Laurin. Nun, er scheint auf dem besten Weg dahin. Der Porsche-Vertragsfahrer zählt mit seinen 23 Jahren zum internationalen Toprennfahrernachwuchs, holte sich im vergangenen Jahr den GTD Pro-Meistertitel der US-amerikanischen Clubsport-Rennserie IMSA.

„Hey, der schaut ja aus wie mein Auto“, ruft Laurin, als er auf der Slotcar-Bahn einen grünen Porsche 911 GT3 R entdeckt, der seinem realen „Rexy“ ähnlich sieht. „Los, lass uns fahren!“, fordert er und gibt uns sogar Vorsprung. „Ich hab es ganz gern, wenn ich den Führenden jagen kann“, sagt er mit schelmischem Blick. Auf der 46 Meter langen Slotcar-Rennstrecke im Maßstab 1:24 können bis zu sechs Gäste – ab 8 Jahren – ihr fahrerisches Können unter Beweis stellen.

Neben den Rennen auf der realen Rennstrecke ist Laurin begeisterter Sim-Racer auf der virtuellen Piste im Simulator, wo er als Teil des Porsche Esports Teams auch an Meisterschaften teilnimmt. „Sehr gut, um im Winter warm zu bleiben und vor dem Rennen die Streckenführung in Erinnerung zu rufen“, sagt er.



1



2

— 1. Die Schuhe, die Laurin Heinrich bei seinem ersten großen Turnierfolg Glück gebracht haben. — 2. Im Motorsport Clubhouse werden wechselnde Rennfahrzeuge ausgestellt. — 3. In der Slotcar-Bahn ist fast ein ganzer Kilometer Kupferdraht verbaut.



3

Beim Slotcar-Rennen kommt es auf die richtige Rennstrategie an, auch neben der Bahn sind schnelle Reflexe gefragt: Beim Reaktionsspiel an der Wand müssen so schnell wie möglich zufällig aufleuchtende Buzzer gedrückt werden. Ein echtes Instrument, das viele Fahrerinnen und Fahrer vor dem Rennen nutzten, erzählt Laurin. „Hier geht es nicht um den Highscore, sondern darum, wach zu werden und die Sinne zu schärfen, es ist sozusagen ein Aufwärmtraining für den Geist.“

Gegenüber betreten wir die „Boxengasse“. Sechs Exponatwände zeigen Motoraufbau und Reifentypen, Bremsen, Gurtsystem sowie die wichtigsten Ausstattungsfeatures des Rennpiloten wie Helm, Lenkrad und eben die Schuhe von Laurin Heinrich, inklusive Kurzporträt. „Da werden schon Erinnerungen wach“, sagt er. Berühmte Rennstrecken werden dargestellt wie Daytona, wo Laurin 2024 den zweiten Platz belegte, bevor er am Ende der Saison GTD Pro-Champion wurde – für Laurin vor allem ein Verdienst seines hochprofessionellen Teams. „Für mich ist es immer eine Ehre, so ein Auto zu fahren, weil alles bis ins Detail auf mich und meinen Teamkollegen abgestimmt ist.“ Konzentration und Schnelligkeit fordert daneben der „Heiße Draht“, wo man mit einem Handstabring durch einen Streckenkurs balancieren muss, der jede Berührung mit einem Bremsenquietschen quittiert. Laurin probiert’s – und man hört es ordentlich quietschen.

Auf der „Zielgeraden“ des Motorsport Clubhouse begegnen den Besucherinnen und Besuchern auf übergroßen Wandgrafiken legendäre Rennwagen und nicht weniger berühmte Fahrerinnen- und Fahrerikonen. Vielleicht auch eines Tages Laurin Heinrich. Am nötigen Ehrgeiz und Selbstbewusstsein mangelt es dem gebürtigen Unterfranken nicht. „Ich habe niemanden, dem ich nacheifere. Ich versuche, meine eigene Geschichte zu schreiben.“



Mehr Eindrücke finden Sie unter stories.autostadt.de/motorsport-clubhouse.

— 4. Der Eingang zum Motorsport Clubhouse liegt in einem Erdhügel der Parklandschaft.



LAURIN HEINRICH

wurde am 26. September 2001 in Kürnach bei Würzburg geboren und begann seine Rennkarriere schon mit zehn Jahren auf der Kartbahn. Zwischen 2019 und 2022 sammelte er in verschiedenen Clubsport-Serien mehrere Titel, bis ihm der Gewinn des Porsche Carrera Cup Deutschland und seine erfolgreiche Teilnahme am Porsche Motorsport Junior Programme einen Profivertrag bei Porsche einbrachte und der Einstieg in die DTM gelang. Zurzeit fährt er vor allem in der US-amerikanischen Clubsport-Rennserie IMSA, wo er sich 2024 den Titel in der GTD Pro-Klasse holte. Bei der Verteidigung dieses Titels in diesem Jahr holte er seinen ersten Sieg bei den 12 Stunden von Sebring.

EIN TAG VOLLER

M O B I L I T Ä T

Ob rasant oder geruhsam, Hightech oder handbetrieben: In der Autostadt wird Mobilität in all ihren Facetten erlebbar. Gerade im Winter verwandelt sich das Gelände in eine stimmungsvolle Welt voller Antrieb, Fahrspaß und Entdeckergeist. Fünf Stationen für einen Tag in Bewegung – ganz in eigenem Tempo.



1 WINTERLICHE KURVENFREUDE EISLAUFBAHN

Glitzerndes Eis, funkelnde Lichter, fröhliche Musik – die Eisfläche in der Winterwelt ist ein Highlight für Groß und Klein. Ob erste Schritte mit niedlichen Pinguin-Laufhilfen oder schwungvolle Pirouetten bei der Eisdisco: Hier gleitet man sorgenlos übers Eis.

2 BEWEGUNG TRIFFT MAGIE WINTERZAUBER

Auch neben der Eisfläche und ohne Kufen entfaltet die Winterwelt ihren Zauber: beim Schlendern zwischen den Buden, bei Lichterglanz und duftendem Gebäck. Oder beim Eisstockschießen mit der ganzen Familie. Ein Geheimtipp: das liebevoll restaurierte Kinderkarussell, ein Original aus dem Jahre 1965.



3 RASANTER WINTERSPASS SCHNEEWELT

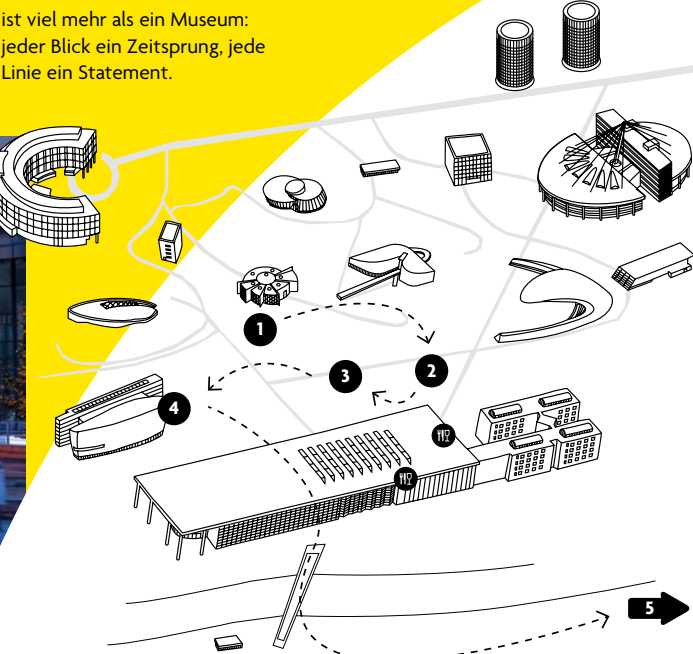
Auf die Plätze, fertig, los! In der über 1.000 Quadratmeter großen Schneewelt wartet eine Rodelbahn auf die kleinen Gäste (für Kinder von 4 bis 12 Jahren), auf der es in Reifen und traditionellen Schlitten rasant bergab geht. Oder lieber einen Schneemann bauen oder nach Lust und Laune im Schnee herumtoben?

4 HIER PARKEN LEGENDEN ZEITHAUS

Im Zeithaus schlägt das Herz der Automobilgeschichte – leidenschaftlich und legendär. Über 260 Meilensteine von mehr als 60 Marken lassen Stil und Pioniergeist lebendig werden: vom allerersten Automobil der Welt bis zu Designikonen wie dem Bentley R-Type Continental und dem Bugatti 57 SC Atlantic. Hier trifft Technik auf Emotion. Das Zeithaus ist viel mehr als ein Museum: jeder Blick ein Zeitsprung, jede Linie ein Statement.

5 SICHERHEIT IM GEPÄCK SICHERHEITSPARCOURS

Beim ganztägigen Fahrsicherheitstraining der Autostadt erleben Wohnmobilmfahrerinnen und -fahrer, wie ihr rollendes Urlaubsdomizil in Extremsituationen zu steuern ist. Ob Notbremsung, Ausweichmanöver oder Fahren auf glattem Untergrund – hier heißt es: üben, staunen und dazulernen. Mit maximal vier Teilnehmenden pro Kurs bleibt genug Zeit für persönliche Tipps. Außer für Wohnmobile bietet die Autostadt natürlich auch Sicherheitstrainings für Pkw und Motorräder.



FOTOS JULIA SELLMANN (EISLAUFBAHN, WEHNACHTSBAUM), HANNA WIEDEMANN (OLDTIMER)



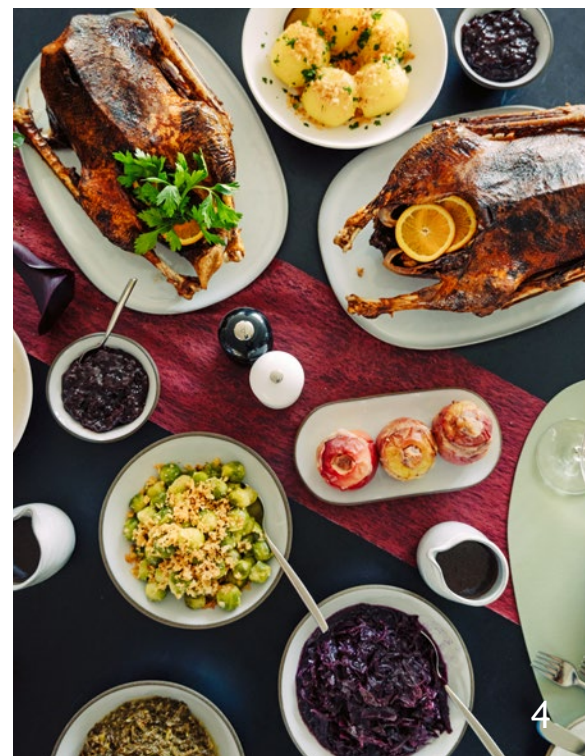
1



2



3



4

Das „Esszimmer“ der Autostadt ist eine beliebte Event-Location. Gastgeber Nando begrüßt seine Gäste, als wären sie gute Bekannte – und viele werden es auch.

EIN ZIMMER, KÜCHE, HERZ

TEXT PHILIPP MAUSSHARDT FOTOS JULIA NIMKE

Das Esszimmer ist das Herz eines jeden Hauses. Am Tisch begegnen sich Menschen auf Augenhöhe, teilen nicht nur Speisen, sondern auch Gedanken, Geschichten und Nähe. Aus gemeinsamem Lachen, Schweigen, Reden bildet sich zwischen den Gästen ein unsichtbares Band, das den Alltag zusammenhält. Genau so ein Ort ist das „Esszimmer“ in der Autostadt.

Durch die großzügige Glasfront strahlt die Sonne und verwandelt das Wasser des Mittellandkanals in Tausende glitzernde Pünktchen. Drinnen wuselt ein Team aus Servicekräften um die festlich eingedeckten Tische. Aus der offenen Küche klappert Geschirr. Für den Abend ist eine private Familienfeier angekündigt, die letzten Vorbereitungen laufen. Ein sichtlich gut gelaunter Mann kommt herein und zwinkert Daniel Kluge, dem Küchendirektor der Autostadt zu, der gerade das Gastroteam koordiniert. „Und, alles im Griff?“ Dann prüft er mit einem schnellen Blick die Tischdeko. „Super gemacht!“, ruft er.

Den Mann muss man einem Wolfsburger nicht mehr vorstellen. Nando, mit richtigem Namen Fernando Costantini, ist so etwas wie das gastronomische Gesicht der Stadt. Mehr als 20 Jahre führte er mehrere erfolgreiche Gastrobetriebe in Wolfsburg, darunter auch das „Nando“ an der Piazza Italia. Seit Kurzem fungiert er im „Esszimmer“ als Teil des Gastgeberteams der Autostadt. Die Gastgeber schaffen bei Veranstaltungen den Übergang von der perfekten Vorbereitung des Raums und der Speisen zum gelungenen Miteinander und zu lebendigen Gesprächen der Gäste.



NANDO
FERNANDO COSTANTINI

— 1. Für jeden Anlass werden die Tische im „Esszimmer“ thematisch passend und makellos eingedeckt. — 2. Gastgeber Nando bringt bei Events ganz nebenbei die Gespräche ins Rollen. — 3. Bei den Gästen ist die Location wegen ihres gemütlichen Ambientes beliebt. — 4. Das ganze Jahr über wird ins „Esszimmer“ zu besonderen Anlässen wie dem Martinsgansessen geladen.

„SCHLECHTE LAUNE WIRD AN DER GARDEROBE ABGEGEBEN!“

Nando – alle nennen ihn nur bei seinem Spitznamen – ist die Idealbesetzung für diesen Job. Geboren in Wolfsburg als Kind italienischer Gastarbeiter, kennt er Stadt und Menschen wie kaum ein Zweiter. Seine beiden „Identitäten“ beschreibt er so: „Ich fühle italienisch und denke deutsch.“ Sein liebenswerter Umgang gibt jedem Gast das Gefühl, bei Freunden zu sein. Gleichzeitig behält Nando immer alles im Blick: Fehlt ein Glas, schwupp, steht es auf dem Tisch. Wünscht jemand nach dem Essen einen Espresso – Nando liest es von den Augen ab. „Ich habe die Gastfreundschaft in meinem Elternhaus von klein auf mitbekommen. Ständig waren Freunde und

Verwandte zu Besuch.“ Auch im „Esszimmer“ kommen die Menschen dank der Gastgeber der Autostadt schnell miteinander ins Gespräch. Nach einem kurzen Small Talk läuft die Unterhaltung am Tisch wie von alleine. Nandos Motto: Schlechte Laune wird an der Garderobe abgegeben!

Dabei ist das „Esszimmer“ eine reine Event-Location, die im Voraus gebucht wird. Familienfeiern oder Firmenessen wechseln sich mit offenen Veranstaltungen ab. „Das letzte Champagner-Dinner war großartig!“, schwärmt Nando. Ein Champagner-Sommelier hatte zum mehrgängigen Menü geladen und zu jedem Gang den passenden prickelnden Tropfen serviert. Vor allem an den großen Feiertagen ist das „Esszimmer“ ein beliebter Ort zum Feiern. Buchungen sollten daher rechtzeitig erfolgen. Dabei werden in einem Vorgespräch die speziellen Wünsche abgeklärt, sei es bei der Menüfolge oder der Dekoration. „Hier ist nichts von der Stange“, sagt Nando, „alles wird individuell und einmalig zusammengestellt.“ Bald stehen im „Esszimmer“ das traditionelle Martinsgansessen und große Weihnachtsfeiern an. Regelmäßig finden hier Kochkurse statt.

Der Charme und die Atmosphäre im „Esszimmer“ verleihen den Veranstaltungen das gewisse Etwas. Von der Wand lächelt Schauspieler Alain Delon am Steuer eines Ferrari 250 GT California Spider, auf dem Beifahrersitz sitzt Jane Fonda. „All diese wunderbaren Fotografien stammen vom Starfotografen Edward Quinn“, erklärt Nando. Dann muss er aber los, die letzten Vorbereitungen treffen.



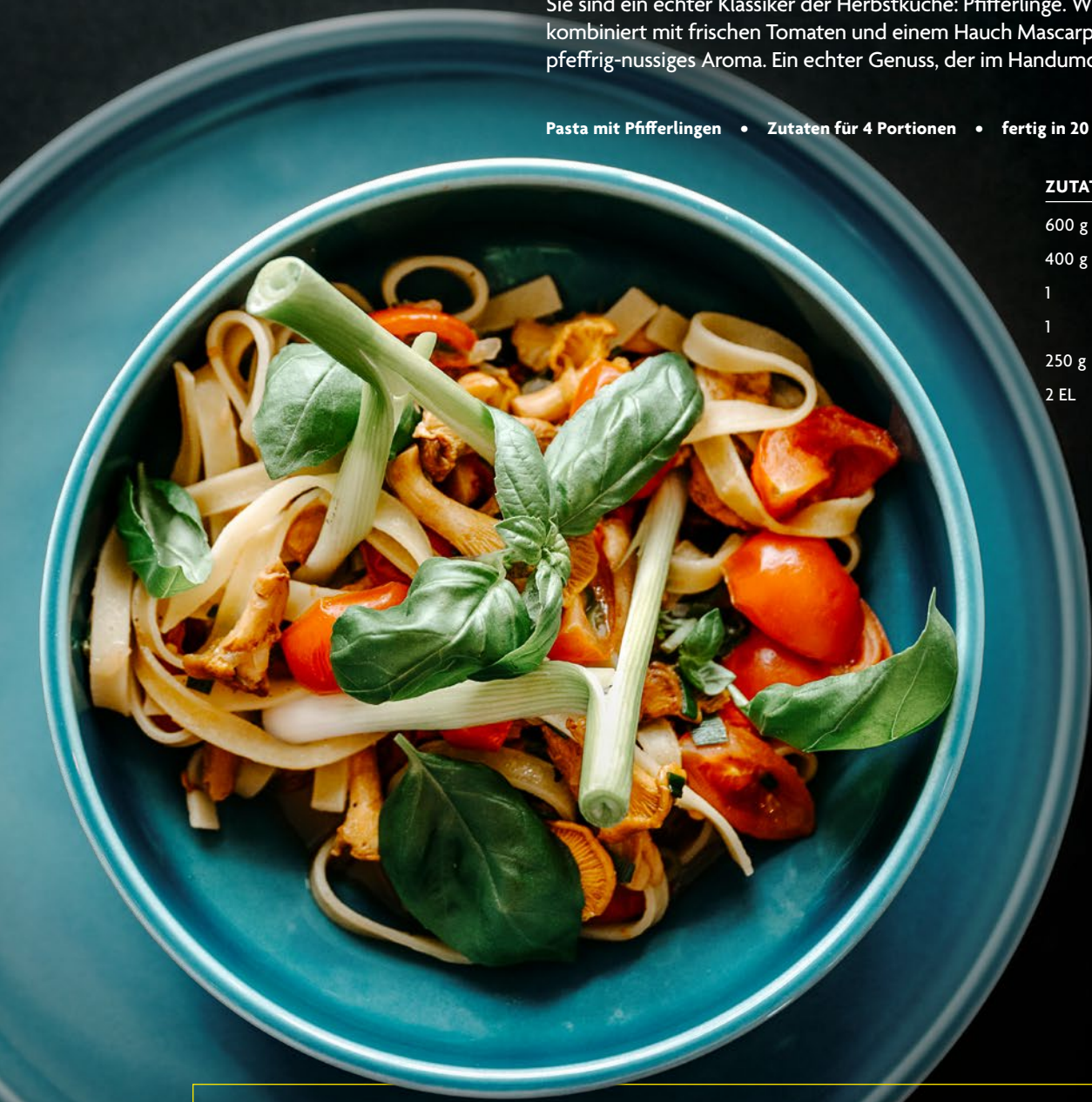
Das „Esszimmer“ wandelt sich, ganz nach Bedürfnis, für jedes Event zum richtigen Ort – egal ob Kochkurs, Weinabend, Festtagsarrangement oder private Feier. Was in der kommenden Zeit ansteht, ist im beiliegenden Stadtführer auf Seite 5 zu finden. Die Buchung für die eigene Feier ist telefonisch unter **0800 6116 600** oder per E-Mail an **restaurants@autostadt.de** möglich.

— 5. Bei den Kochkursen im „Esszimmer“ lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unter professioneller Anleitung neue Tricks und Geheimrezepte der Autostadt Restaurants.

GRUSS AUS DER KÜCHE

Sie sind ein echter Klassiker der Herbstküche: Pfifferlinge. Würzig angebraten, kombiniert mit frischen Tomaten und einem Hauch Mascarpone, entfalten sie ihr pfeffrig-nussiges Aroma. Ein echter Genuss, der im Handumdrehen zubereitet ist.

Pasta mit Pfifferlingen • Zutaten für 4 Portionen • fertig in 20 Minuten



ZUTATEN

- 600 g frische Bandnudeln
- 400 g Pfifferlinge
- 1 Zwiebel
- 1 Lauchzwiebel
- 250 g Rispentomaten
- 2 EL Olivenöl
- Salz, Pfeffer

nach Belieben:

- 2 EL Mascarpone
- Parmesan
- Basilikum

Zubereitung

1. Pfifferlinge putzen, Rispentomaten waschen und halbieren. Die Zwiebel pellen und in kleine Würfel schneiden.
2. Topf mit Wasser befüllen, 1 TL Salz hinzugeben und zum Kochen bringen.
3. Olivenöl in die Pfanne geben und erhitzen. Zwiebel und Pfifferlinge dazugeben und anbraten. Mit Salz und Pfeffer würzen. Etwa 5 Minuten anbraten und am Ende die Tomaten hinzugeben.
4. Die Nudeln al dente kochen und in die Pfanne dazugeben. Kurz erwärmen, nach Belieben Mascarpone und Parmesan dazugeben und abschmecken. Lauchzwiebel klein schneiden und dazugeben.
5. Die Pasta auf dem Teller anrichten und nach Belieben mit Basilikum garnieren.



Das Rezept finden Sie auch online: stories.autostadt.de/herbstpasta

FOTO KAROLIN KLÜPPEL (PFIFFERLINGE)

Gentlemen & Stimmungsmacher

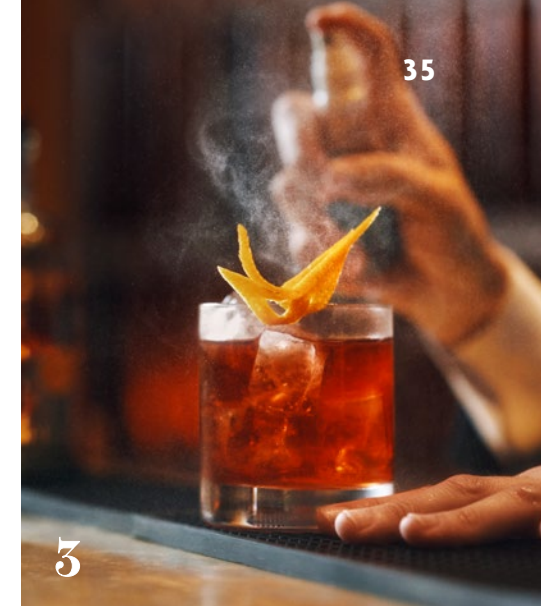
Die „Newman's Bar“ im Hotel The Ritz-Carlton, Wolfsburg ist ein Geheimtipp in der Autostadt und wurde unlängst als beste Hotelbar Deutschlands ausgezeichnet. Ihre Barkeeper schaffen mühelos eine unverwechselbare Atmosphäre.

TEXT GABRIELE GUGETZER FOTOS FRANZ GRÜNEWALD

— 1. Markus Reichel zaubert einen Drink an der Theke der „Newman's Bar“. — 2. Livemusik am Piano rundet die besondere Atmosphäre regelmäßig ab. — 3. Auf Wunsch kreieren die Barkeeper Getränke ganz nach persönlichem Geschmack.



2



3

Was macht eine Bar zu einem besonderen Ort? Perfekt gemixte Drinks sind ein Muss. Markus Reichel, einer der drei Barkeeper in der „Newman's Bar“, verweist auf die Magie, die in der Barküche hinter der Theke passiert. Moderne Barkeeper sind nicht nur Profis im Umgang mit dem allgegenwärtigen Shaker, mit Gin, Whiskey, Tequila, Tonicwater. Ganz selbstverständlich hantieren sie auch mit Obst und Kräutern. Im Dörrautomaten werden die Schalen von exotischen Zitrusfrüchten getrocknet, frisches Basilikum, Minze und Koriandergrün verarbeitet. Daraus entstehen immer neue Elixiere, die als Sirupe oder als Bitters für das tröpfchengenaue Abschmecken Verwendung finden. Natürlich produziert das Team auch das Eis für seine Drinks selbst. Es wird hergestellt

in einem aufwendigen Prozess, der Trübstoffe vermeidet und glasklare, langsam schmelzende Riesenwürfel produziert. Aber zu einer besonderen Bar gehört noch mehr – das weiß auch das angesehene Reise- und Genussmagazin „Forbes Travel Guide“, das die „Newman's Bar“ unlängst zur besten Hotelbar in Deutschland kürte.

Lässig, persönlich, perfekt

Schon das besondere Ambiente der „Newman's Bar“, deren Optik an die Prohibitionszeit im Amerika der 1930er-Jahre erinnern soll, beeindruckte die Tester. Flaschen mit vielfältigen Getränken, wie sie eigentlich zur Grundausstattung gehören wie dicht bestückte Bücherregale in einer Bibliothek, gibt es hier nicht. Stattdessen Glaswände, die Form und Farbe von Flaschen aufgreifen. Dezent Jazzklänge vom Piano, das am Eingang platziert ist, vermitteln ein gleichermaßen elegantes wie entspanntes Feeling. Die Barkeeper tragen maßgeschneiderte Anzüge mit der lässigen Selbstverständlichkeit von geborenen Gentlemen. Sie sind, obwohl noch jung, schon in ihrem Traumjob angekommen. „Bartender machen alle happy“, lächelt der gebürtige Wiener Markus Reichel, der nach seiner Ausbildung mehrere Winter im österreichischen „Skicirkus“ Drinks mixte. „Das wollte ich unbedingt auch“, fügt er hinzu. Sein Kollege Leonhard Nguyen, ursprünglich aus Hanoi stammend, springt mühelos vom Deutschen ins Englische (und bei Wunsch ins Japanische). Für ihn ist die persönliche Kommunikation mit dem Gast das, was einer schon perfekten Bar das Unverwechselbare gibt. „Manchmal werden wir gebeten, Aromen zu kreieren, die einen Gast an seine Kindheit erinnern oder vielleicht an einen Urlaub. So können wir eine persönliche Verbindung aufbauen und auf die beste Art und Weise Stimmungsmacher werden.“ Nicht nur die vielen Stammgäste schätzen dieses persönliche Feeling. Auch für die Forbes-Tester gab es den Ausschlag, ihre Stimme nicht nach München, Frankfurt oder Berlin, sondern an die Autostadt zu vergeben.



4

— 4. Leonard Nguyen spricht nicht nur mehrere Sprachen, sondern mit seinen Gästen auch über Geschmack und Aromen.

„FREUDENTRÄNEN AM FLIESSBAND“

TEXT BARBARA ESSER FOTOS JEWGENI ROPPEL



1



2

Börries Lorenz-Meyer, Leiter der Fahrzeugabholung in der Autostadt, über den besonderen Moment der Fahrzeugübergabe und Heiratsanträge neben dem neuen Auto.



3



4

Herr Lorenz-Meyer, erinnern Sie sich noch an die Übergabe Ihres ersten Autos?

Oh ja, ich war Anfang 20, als ich von meiner Großmutter einen lindgrünen Audi 80 Baujahr 1977 übernommen habe. Den Schlüssel in der Hand zu halten, gab mir ein Gefühl von Freiheit und Unabhängigkeit.

Heute verantworten Sie als Leiter der Fahrzeugabholung in der Autostadt diesen Moment der Schlüsselübergabe. Was macht ihn so besonders?

Zunächst ist bedeutsam, dass er in ein umfassendes Erlebnis eingebettet ist. Es geht nicht nur um das Fahrzeugabholen: Wer hierherkommt, der kann neben dem Markenerlebnis auch in schönen Restaurants essen, im Fünfsternehotel übernachten oder unsere saisonalen Events erleben. Der Großteil unserer Abholenden möchte die Autostadt als Ganzes wahrnehmen und natürlich auch die Marken unseres Konzerns kennenlernen. Deshalb nennen wir es „Erlebnisabholung“.

Gibt es unvergessliche Momente bei der Fahrzeugübergabe?

Die haben wir tatsächlich ganz oft, man kann fast sagen: Wir produzieren hier Freudentränen am Fließband. Da gibt es die junge Studentin, die lange gespart und gejobbt hat, um sich ihren Traum zu erfüllen. Sie ist deshalb ganz aufgeregt, nun endlich den Schlüssel in Empfang zu nehmen. Aber auch den Mann, der in seiner Außendienstkarriere schon 14 Autos bei uns abgeholt hat und nun zu Beginn des Ruhestands sein vielleicht letztes Auto privat in Empfang nimmt. Das ist dann schon sehr emotional.

Wenn man hier die Abholenden in der Lobby sitzen sieht, die darauf warten, dass ihr Name auf der Anzeigetafel erscheint, ist die aufgelegte Vorfreude fast mit den Händen greifbar ...

Ja, gut beobachtet, das ist wirklich genau so. Für die meisten ist das der Höhepunkt ihres Autostadt Erlebnisses. Und wir tun alles, damit er unvergesslich ist, und nehmen uns dafür sehr viel Zeit.



**BÖRRIES
LORENZ-MEYER**

studierte Betriebswirtschaft und arbeitete in verschiedenen internationalen Consultingfunktionen in der Automobilbranche sowie in Führungspositionen im Außendienst und in der Netzgestaltung. Seit 2013 ist er im Volkswagen Konzern tätig. Bevor er in diesem Jahr die Leitung der Fahrzeugabholung in der Autostadt übernahm, war er Sprecher der Geschäftsführer der Volkswagen Zubehör GmbH. Er ist verheiratet und Vater von drei erwachsenen Kindern.



GOLF GTI: ENERGIEVERBRAUCH KOMBINIERT: 7,7-7,3 L/100KM;
CO₂-EMISSIONEN KOMBINIERT: 174-167 G/KM; CO₂-KLASSE F

5

— 1./2. Die große Vorfreude: Im Kundencenter wird der Abholung entgegengefeiert. — 3./4. Der große Moment: Bei der Übergabe wird sich ausreichend Zeit genommen, um den neuen Besitzerinnen und Besitzern die Funktionen ihres Fahrzeuges in Ruhe zu erklären. — 5. Die große Freiheit: Ein werksneues Fahrzeug das erste Mal auf die Straße und mit nach Hause zu führen, ist immer wieder ein besonderes Erlebnis.

Wie viel Zeit genau?

In der Regel etwa 45 Minuten. Wir haben auch Auslieferungen, die mehr Zeit in Anspruch nehmen können. Das kommt immer ein bisschen auf den Fahrzeugtyp und den Ausstattungsumfang an. Für den Zeitbedarf einer Fahrzeugeinweisung kann es auch ein Unterschied sein, ob der Abholer oder die Abholerin mit moderneren Autos bereits vertraut ist oder ein 15 Jahre altes Auto ersetzt wird – dann ist der Technologiesprung natürlich größer.

Manchmal gibt es sicher Extrawünsche?

Das ist unser tägliches und sehr schönes Geschäft. Von Heiratsanträgen neben dem neuen Auto bis zum verhüllten Überraschungsgeschenk zu allen möglichen Anlässen. Wir versuchen, alles zu ermöglichen.

Worauf legen Sie und Ihr Team bei der Gestaltung dieses Tages besonderen Wert?

Alles, was beschwerlich ist, versuchen wir einfach und schnell zu machen. Das fängt an bei der telefonischen Tagesplanung, geht weiter beim Gepäckservice am Bahnhof und verläuft über den Tag selbst mit den geübten Prozessen beim Einchecken, bei den Dokumenten und in der Auslieferung. Wenn man auf unserer zentralen Piazza ankommt, sind die Formalitäten dort binnen 15 Minuten erledigt. Unsere Abholenden genießen den Park und erleben einen schönen Tag.

Folgt dieser Tag einer strengen Dramaturgie?

Wir handhaben das flexibel nach den jeweiligen Wünschen. Häufig steht die Schlüsselübergabe am Ende, aber viele wollen das auch andersrum. Manche haben eher einen technischen Fokus, wollen das Werk besichtigen, ein Fahr-sicherheitstraining machen oder den Geländeparcours fahren. Andere bringen ein breites Marken- und Konzerninteresse mit. Das Großartige ist, dass wir in der Autostadt

Raum für all dies bieten. Unser Ziel ist es, immer mehr zu geben, als von uns erwartet wird. Das ist unser Anspruch.

Was muss logistisch im Hintergrund passieren, damit täglich mehrere hundert Autos abgeholt werden können?

Das Wichtigste ist eigentlich, dass die Bahn pünktlich ist. Zwei Drittel unserer Kundinnen und Kunden kommen mit dem Zug. Wenn sich ein ICE aus Süddeutschland mit 60 Kunden an Bord zwei Stunden verspätet, erzeugt das zusätzlichen Organisationsbedarf. Aber wir sind sehr geübt mit solchen Situationen, schließlich haben wir in 25 Jahren mehr als drei Millionen Fahrzeuge ausgeliefert.

Das ist eine Menge. Wie schafft man dennoch dieses exklusive Gefühl, heute die Hauptperson zu sein?

Ich glaube, das ergibt sich ganz automatisch. Gerade in der Abholsituation versuchen wir ein bisschen Geschwindigkeit aus dem Tag zu nehmen und einen Fokus auf den Abholenden und das neue Auto zu richten. Dann geht es darum, das Fahrzeug zu erklären und die Abholung schön und informativ zu gestalten.

Wie wichtig ist das Team bei der Schaffung dieser emotionalen Erlebnisse?

Es ist das A und O. Unsere Mitarbeitenden bringen viel Empathie und Menschenkenntnis mit. Die meisten von ihnen haben langjährige Erfahrung, einige sind die ganzen 25 Jahre der Autostadt mit dabei. Das ist ein großer Schatz.

Wie soll sich das Kundenerlebnis in Zukunft weiterentwickeln?

Wir wollen den administrativen Aufwand durch Digitalisierung weiter verkürzen – indem man zum Beispiel die nötigen Dokumente schon auf der Zugfahrt per Handy hochlädt. Aber das Herzstück ist für uns seit 25 Jahren dasselbe und wird auch so bleiben: Wir nehmen uns viel Zeit für unsere Abholerinnen und Abholer bei der Übergabe. Denn das ist der Grund, warum die Menschen zu uns kommen – viele von ihnen immer wieder.

GUT ZU WISSEN*

* Änderungen vorbehalten



GEÖFFNET

Unsere aktuellen Öffnungszeiten für die einzelnen Bereiche und Attraktionen erfahren Sie unter der kostenfreien Service-Hotline **0800 288 678 238** oder unter autostadt.de/service-kontakt/oeffnungszeiten.



SORGENFREI

Unser Serviceteam beantwortet montags bis freitags von 9 bis 18 Uhr sowie samstags, sonntags und feiertags von 10 bis 17 Uhr alle Fragen zum Besuch in der Autostadt unter der kostenfreien Service-Hotline **0800 288 678 238** oder unter service@autostadt.de.



MAGAZIN-ABONNEMENT

Wenn Sie das Magazin „Autostadt & Leben“ der Autostadt regelmäßig und kostenfrei erhalten möchten, senden Sie uns bitte eine E-Mail mit Ihrer vollständigen Adresse an magazin@autostadt.de. Falls wir Ihnen das Magazin nicht mehr zuschicken sollen, informieren Sie uns bitte ebenfalls per E-Mail an magazin@autostadt.de.

FOLGEN SIE DER AUTOSTADT AUCH AUF



#autostadt



autostadt.de



TOILETTE FÜR ALLE

Die „Toilette für alle“ im Untergeschoss der Piazza ist auch für Menschen mit Mehrfachbehinderung oder mit Pflegegrad geeignet. Für mehr Informationen wenden Sie sich bitte an unser Serviceteam unter der kostenfreien Service-Hotline **0800 288 678 238** oder unter service@autostadt.de.



BARRIEREFREI

Die Autostadt ist zum größten Teil barrierefrei. Gästen mit eingeschränkter Mobilität empfehlen wir, vor ihrem Besuch Kontakt mit uns aufzunehmen und ihre Wünsche zu äußern, um sich individuell beraten zu lassen. Bitte wenden Sie sich an unser Serviceteam unter der kostenfreien Service-Hotline **0800 288 678 238** oder schreiben Sie uns eine E-Mail an service@autostadt.de.



RAUCHFREI

Das Rauchen ist in der Autostadt gemäß § 1 Abs. 9 und 10 des Niedersächsischen Nichtraucherschutzgesetzes nur in den gekennzeichneten Bereichen im Außenareal gestattet.



HAUSTIERFREI

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass auf dem Gelände der Autostadt das Mitführen von Hunden und anderen Haustieren nicht gestattet ist. Davon ausgenommen sind Blinden- und Begleithunde.



ANREISE

Sie können die Autostadt mit dem Auto oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen. Genaue Informationen finden Sie unter autostadt.de/service-kontakt/anreise.

IMPRESSUM

AUTOSTADT & LEBEN
Magazin der Autostadt
Oktober – Dezember 2025

Autostadt GmbH
Stadtbrücke
38440 Wolfsburg
Telefon: 0800 288 678 238
Fax: 0800 329 288 678 238
E-Mail: magazin@autostadt.de

HERAUSGEBER / CHEFREDAKTION
Eric Felber

PROJEKTLEITUNG / KOORDINATION
Astrid Rieck

STELLV. PROJEKTLEITUNG / DESIGN
Katrin Metzner

REDAKTION / GESTALTUNG / ARTDIREKTION
muehlhausmoers corporate communications, Berlin

DRUCK
Sattler Premium Print GmbH, Bad Oeynhausen

Alle Rechte vorbehalten
© Autostadt GmbH
Stand: September 2025

Dieses Produkt wurde bilanziell CO₂-neutral gedruckt. Die nicht vermeidbaren Emissionen wurden durch Klimaschutzprojekte kompensiert.



25 JAHRE

A

AUTOSTADT

PROBIER'S MAL MIT BESINNlichkeit

WINTERZAUBER VOM 28. NOVEMBER BIS 4. JANUAR IN WOLFSBURG

Gönn dir und deinen Liebsten eine Auszeit – und entdecke bezaubernde Geschenke auf dem Wintermarkt oder im neuen Weihnachtskaufhaus. Freu dich auf die festliche Atmosphäre mit Eislaufen, Hüttenzauber und Schneewelt für die Kleinen.

autostadt.de