



20 JAHRE AUTOSTADT INTERVIEW MIT GUNNAR KILIAN, VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS DER AUTOSTADT UND ROLAND CLEMENT, VORSITZENDER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG DER AUTOSTADT

Wolfsburg, 28. Mai 2020

Herr Clement, die Covid-19-Pandemie zwingt derzeit viele Menschen ihre Geburtstagsfeiern abzusagen. Auch die Autostadt muss ihre Pläne für die Feier „20 Jahre Autostadt“ ändern. Gibt es dennoch Höhepunkte zum Jubiläum?

Clement: Wir hätten gern am 1. Juni 2020 mit allem gefeiert, was dazugehört: Einem Konzert, großer Torte und vielem mehr rund um „20 Jahre Autostadt“. Das alles ist im Moment nicht möglich – doch feiern möchten wir trotzdem. Und das tun wir auch schon: Auf Instagram lassen wir mit „20 Jahre in 20 Tagen“ die vergangenen beiden Jahrzehnte Revue passieren. Bei Spotify gibt's eine Playlist mit Musik aus 20 Jahren Autostadt. Und weil man Geburtstage gemeinsam mit seinen Lieben feiert, haben wir uns etwas einfallen lassen. Wir laden unsere Fans und Gäste am 1. Juni kostenlos zu uns in die Autostadt ein. Genug Platz, die gebotenen Abstandsempfehlungen einzuhalten haben wir ja. Neben freiem Eintritt gibt es kleine kulinarische Überraschungen aus der Vergangenheit, Gegenwart und aus einem Café, das in diesem Sommer bei uns eröffnet. Trotz der aktuellen Situation rufen wir allen zu: Wir sind wieder für euch da!

Herr Kilian, was macht die Autostadt so besonders?

Kilian: Mobilität ist hier in unserer Autostadt in all ihren Facetten erlebbar – das war die Vision von Ferdinand Piëch, dem Vater der Autostadt. Im Mittelpunkt steht die Übergabe der neuen Volkswagen an die Kunden. Das passiert inmitten einer Parklandschaft, die bis heute weltweit einzigartig ist. Ferdinand Piëch hat mit der Autostadt nicht nur ein Schaufenster in den Volkswagen Konzern geschaffen, sondern auch in der Stadt Wolfsburg eine Entwicklung vorangetrieben, die sonst nicht möglich gewesen wäre. Die Autostadt steht für Zukunft und Modernität und ist ein entscheidender Standortfaktor für Volkswagen als attraktiven Arbeitgeber. Ich denke: Mehr als 42 Millionen Besucher seit Eröffnung sprechen für sich.

Clement: Wir fühlen uns als ein Stadtteil von Wolfsburg und sind mittlerweile fester Bestandteil der Freizeitplanung der Menschen in der Region. Neben der Fahrzeugauslieferung und der Vermittlung von smarterer Mobilität spielt das gesamte Aufenthaltserlebnis eine große Rolle, denn gerade in Corona-Zeiten sind wir beliebtes Ausflugsziel für Eltern und ihre Kids. Zu dem besonderen Lifestyle in der Autostadt zählt natürlich auch innovative Gastronomie. Unsere Gäste können dabei die kulinarische Bandbreite von Volkswagen Currywurst bis hin zum 3-Sterne-Menü entdecken. Und nicht zuletzt macht unsere Mannschaft die Autostadt so besonders: Ich verbringe hier jeden Tag bereichernde Momente mit Menschen, in deren Charakteren eine ganz tiefe Herzlichkeit verankert ist.



Hinter diesem Konzept stehen viele Menschen. Herr Kilian, wie beurteilen Sie die Leistungen?

Kilian: Der Service der rund 1.000 Beschäftigten der Autostadt ist ja fast schon legendär. So nehme ich es auch persönlich wahr. Denn nicht nur als Aufsichtsratsvorsitzender liegt mir die Autostadt am Herzen. Auch privat bin ich ein großer Fan und oft mit meiner Familie hier. Ob Auslieferung, Ausstellungen, Veranstaltungen oder Gastronomie: Mit ihrer Leidenschaft, ihrer Zuverlässigkeit und ihrer Hilfsbereitschaft macht das Team der Autostadt jeden Besuch unvergesslich. Daher möchte ich mich auch persönlich bei allen Kolleginnen und Kollegen für ihren Einsatz bedanken. Denn die Beschäftigten der Autostadt begeistern die Menschen für unseren Konzern und unsere Produkte und sind damit wichtige Markenbotschafter des Konzerns.

An welche Höhepunkte der vergangenen 20 Jahre erinnern Sie sich besonders gern?

Kilian: Wo soll ich da anfangen? Da gibt es sehr viele: Bereits die Eröffnung mit dem damaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder und Ferdinand Piëch war ein Highlight. Doch ich denke hier auch an die Movimentos Festwochen mit Weltklasse-Tanzensembles, an die Konzerte von Weltstars wie Rammstein, B.B. King, Kraftwerk oder Sting oder auch die legendären WassersHOWs im Sommer, der Wintermarkt mit Rodelbahn und EissHOWs... Soll ich noch mehr aufzählen? Ich glaube, das macht deutlich, dass sich unsere Autostadt in den vergangenen 20 Jahren als ein Markenzeichen für Wolfsburg etabliert hat und über Deutschland hinaus in die Welt strahlt.

Herr Clement, aber ist dieses Konzept auch nach 20 Jahren noch aktuell?

Clement: Natürlich! Die Autostadt wurde für viele Menschen zum Identifikationspunkt – mit dem Konzern, seinen Marken und auch der Stadt Wolfsburg. Oft ist sie für junge Menschen der erste Anlaufpunkt in Wolfsburg – ob beim Kinderführerschein, bei unseren Bildungsangeboten oder später beim Start in das Berufsleben. Jeder vierte neue Volkswagen in Deutschland wird im KundenCenter ausgeliefert – mehr als 3 Millionen bisher. Unserer Einladung, sich im ZeitHaus über das „Gestern“ zu informieren und in den Markenpavillons über die Mobilität von „Morgen“, sind bislang über 42 Millionen Besucher gefolgt. Ich bin mir sicher, dass wir viele von ihnen mit unseren Angeboten überraschen konnten. Und deswegen kommen die meisten Menschen oft nicht nur einmal zu uns, sondern werden zu unseren Begleitern.

Welche Rolle spielt die neue Veranstaltungshalle Hafen 1 in der Entwicklung des Themenparks?

Kilian: Diese Halle ist ein weiterer Höhepunkt in der Geschichte der Autostadt. Sie bietet nicht nur einen fantastischen Blick auf das Wasser des Hafenbeckens, sondern auch gleichzeitig die besten Voraussetzungen für Großevents. Mit ihrer imposanten Größe von 5.300 Quadratmetern über drei Ebenen und ihrem flexiblen Innenraumkonzept bietet sie insgesamt 1.400 Besuchern Platz.

Clement: Mit Hafen 1 haben wir ein wichtiges unternehmerisches Standbein für die Autostadt geschaffen. Damit meine ich explizit das Corporate- bzw. B2B-Geschäft. Wir bieten damit auch anderen Unternehmen die Möglichkeit, diese einzigartige Kombination aus Konferenz- und Erlebnisort für sich zu nutzen.



Wohin führt die Zukunft?

Clement: Mobilität verändert sich gerade sehr stark: Durch neue Antriebe, Digitalisierung im Fahrzeug und neue Mobilitätsdienstleistungen. Das Ziel der Autostadt ist es, diese Veränderung, die auf die Menschen einwirkt, erfahrbar und verständlich zu machen. Dazu spüren wir Trends inner- und außerhalb des Konzerns auf und machen sie erlebbar. Damit nehmen wir Ängste und gestalten den Zugang zu Technologie viel optimistischer. Wir wollen der Zielort für Menschen sein, die sich mit Fragen um die neue Mobilität beschäftigen.

Kilian: Unser Volkswagen Konzern ist ein Treiber des aktuellen Wandels – gerade auch unsere Marke Volkswagen. Die neuen Produkte wie der ID.3 und das ganzheitliche Mobilitätsverständnis machen diesen Wandel besonders deutlich. Diesen frischen Wind macht unsere Autostadt spürbar. Mit dem ID. Studio ist zum Beispiel ein ganzer Ausstellungsbereich der ID. Familie gewidmet. Auch der Volkswagen Markenpavillon wird mit den neuesten Modellen wie aktuell dem Golf GTI sehr dynamisch bespielt. Und auf den Rennsimulatoren in der Bluebox können die Besucher den ID.R testfahren. Diese Dynamik der Autostadt bestärkt mich in der Überzeugung, dass auch die nächsten 20 Jahre Autostadt genauso spannend werden, wie es die ersten 20 Jahre waren.

Ausblick:

- 1. Juni 2020: Freier Eintritt in die Autostadt, kulinarische Grüße aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Autostadt Gastronomie.
- Ab 16. Juli 2020: Jubiläumssommer in der Autostadt mit großen Kletterinstallationen, Airtramp, Mikromobilitätsparcours, „Cool Summer Island“ und „Cool Summer Beach“. Die Autostadt bittet darum, die geltenden Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen bei der Nutzung der Angebote zu beachten.