

Die Autostadt in Wolfsburg

„Menschen, Autos und was sie bewegt“ lautet das Motto der Autostadt in Wolfsburg. Der automobilen Themen- und Erlebnispark steht für besondere Erlebnisse rund um die Mobilität. Menschen mit der Leidenschaft Automobil kommen gern und oft, doch auch kulturell Interessierte, Fans außergewöhnlicher Veranstaltungen sowie Freunde kulinarischer Genüsse zieht die Autostadt in ihren Bann.

So profiliert sich die Autostadt als Vorzeigeort der Automobilität und der Kultur, in der man sich gerne unterhalten lässt – zum Beispiel bei den „Internationalen Movimentos Festwochen“, die jedes Jahr renommierte Tanzcompanies aus aller Welt, hochkarätige Pop-, Jazz- und Klassikkonzerte sowie prominent besetzte Lesungen und Gespräche präsentieren. Zugleich erweist sich die Autostadt als gastliche Ruhezone, in einer großzügigen Park- und Lagunenlandschaft können sich die Gäste „entschleunigen“ lassen, Geist und Seele baumeln lassen.

Zwar spielt das Automobil eine wichtige Rolle in den zahlreichen Attraktionen, doch im Mittelpunkt steht der Besucher. Um ihn kümmern sich 1.500 Mitarbeiter, geeint in dem Vorhaben, ihren Gästen bestmöglichen Service zu bieten, jeden Einzelnen persönlich zu empfangen und ihm „seinen“ schönen Tag zu bereiten. Der Erfolg der Autostadt basiert nicht nur auf einem umfassenden Erlebnisangebot, sondern auch auf dem hohen Dienstleistungs- und Service-Niveau: Die Autostadt versteht sich als „Center of Excellence“. Der Kunde ist hier König, er soll sich wohl fühlen und wenn er geht, eine gute Erinnerung und das Gefühl mitnehmen, ein willkommener Gast gewesen zu sein. So werden zum Beispiel Führungen in 16 Sprachen angeboten.

Die Autostadt führt die Besucher in eine neue Welt der Automobilität. Sie zeigt aktuelle Entwicklungen aus Technik und Design und lässt die Besucher teilhaben an den Visionen eines Weltkonzerns. Der Themenpark öffnet sich dem Besucher auf harmonische Weise. Im KonzernForum der Autostadt beginnt der Weg durch den Themenpark – mit einem Tourguide oder ganz individuell. Von hier sind es auch nur wenige Meter bis zur KonzernWelt mit den Inszenierungen für die ganze Familie und dem Shop Metropolis sowie Attraktionen, Installationen und Kinos. Die Werte des Konzerns, Qualität, Sicherheit, soziale Kompetenz und Umweltbewusstsein werden den Besuchern vermittelt beispielsweise im CarDesignStudio im AutoLab oder der multimedialen Ausstellung „LEVEL GREEN – Die Idee der Nachhaltigkeit“.

Meistbesuchte Attraktion der Autostadt ist das ZeitHaus – obwohl und gerade weil es in diesem hochmodernen Museum außer historischen Volkswagen auch Meilensteine anderer Hersteller zu bestaunen gibt. Gemeinsam ist allen ZeitHaus-Exponaten deren Status – die Entwicklung des Automobils beschleunigt und beeinflusst zu haben – sei es technologisch, im Design oder im Konzept. Über 50 Automarken repräsentieren, oft auch bei Rallyes die Geschichte der Automobilität, in der die Marken des Volkswagen Konzerns wesentliche Kapitel geschrieben oder an ihnen mitgewirkt haben.

Im Park der Autostadt präsentieren sich die Marken des Konzerns in sieben eigenen Pavillons, die die jeweilige Markenphilosophie architektonisch und künstlerisch inszenieren und erlebbar machen. Liebevoll angelegte Wasser- und Grünflächen laden zum Ausruhen ein. Über eine Brücke geht es weiter zum gläsernen KundenCenter, wo die stolzen Besitzer ihren neuen Volkswagen in Empfang nehmen. Gleich daneben ragen die beiden gläsernen, jeweils 48 Meter hohen AutoTürme in

die Höhe. Sie symbolisieren den Prozess der Fahrzeugfertigung und sind Aufenthaltsort für die werksneuen Autos vor deren Auslieferung. Jeder der Türme fasst 400 Fahrzeuge, die über Fahrstühle in die freien Schächte der 20 Stockwerke transportiert werden. Mit neuen und wechselnden Attraktionen wie dem MobiVersum, der Familienwelt für Kinder und Erwachsene, dem Dufttunnel von Olafur Eliasson, der im Frühjahr und Sommer eine künstlerische Verbindung von Kunst und Natur schafft bietet die Autostadt Erwachsenen, Kindern und Jugendlichen gleichermaßen neue Eindrücke, Erlebnisse und Erfahrungen.

Außerschulisch Lernen

Um Kinder und Jugendliche altersgerecht für die menschliche Mobilität zu interessieren, hat die Autostadt eine eigene Abteilung gegründet: Die Inszenierte Bildung. Sie koordiniert und erweitert dabei laufend das aktuelle pädagogische Programm, das den jungen Besuchern mittels handlungsorientierter und interaktiver Angebote näher gebracht wird. Basis für die Bildungsarbeit mit Schulklassen ist das Niedersächsische Curriculum Mobilität im Rahmen der Kooperationsvereinbarung zwischen dem Kultusministerium Niedersachsen und der Autostadt.

Durch die Zusammenarbeit mit dem Niedersächsischen Kultusministerium ist die Autostadt zu einem wichtigen außerschulischen Lernort geworden. Für alle Altersstufen – vom Vorschul- bis zum berufsbildenden Bereich – bietet sie ein Repertoire ständig laufender Kurse und Workshops, die an unterschiedlichen Orten in der Autostadt stattfinden. So können Kinder im MobiVersum auf spielerische Weise erlernen, welche spannenden Aspekte die Themen Mobilität und Zeit beinhalten und worauf zum Beispiel im Straßenverkehr zu achten ist.

Im FreiRaum erschließen sich Teenager und junge Erwachsene in fächerübergreifenden Modulen das Themenspektrum aus natur- und gesellschaftswissenschaftlicher Perspektive, drehen in kleinen Gruppen Filme oder erarbeiten kurze Theaterstücke. Workshops der „Technischen Frühbildung“ im IdeenReich regen Kinder ab vier Jahren dazu an, naturwissenschaftliche und technische Phänomene durch Ausprobieren und Mitmachen kennen zu lernen. Die Programme können als Halb-, Ganz- und als Zwei-Tagesangebote von Gruppen oder Schülerklassen gebucht werden. In der Lern-Werkstatt im ZeitHaus steht für Schüler im Klassenverband Ausprobieren und Entdecken im Vordergrund. Anhand echter Fahrzeuge erhalten sie einen Einblick in den Gesamtkontext des Automobils und befassen sich anschließend mit dem jeweiligen Einzelteil und den damit verbundenen physikalischen oder chemischen Phänomenen. Das Angebot der „Inszenierten Bildung“ der Autostadt ist nach dem Konzept des „Lebenslangen Lernens“ aufgebaut und umfasst auch Kurse für die Generation 55plus. Menschen – mit Blick auf die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Lebensphasen – multiperspektivisch an das Thema Mobilität heranzuführen, ist das Ziel.

Kulinarische und kulturelle Erlebnisse

Als Gastronomie- und Hotellerie-Partner hat die Autostadt renommierte Dienstleister gewinnen können. 13 Restaurants – neun betrieben von Mövenpick – wurden von international bekannten Designern entworfen und bieten Gelegenheit zur genussvollen Gourmetpause.

Das Angebot reicht vom erlesenen Fünf-Gänge-Menü im „Chardonnay“ über Premiumgerichte im „BEEFCLUB“ bis hin zu vegetarischen Angeboten in den „Lagune Foodhalls“. Im „Restaurant Pizza AMano“ können Kinder ihre Pizza selbst belegen. Das Restaurant Aqua im Fünf-Sterne-Hotel The Ritz-Carlton, Wolfsburg ist Gourmets aus ganz Deutschland ein Begriff. Hier kocht Sven Elverfeld, Norddeutschlands einziger Drei-Sterne-Koch. Gemeinsam mit seinem Team verzaubert er die Gäste, seine modern-europäische Küche basiert auf klassischen Elementen, die gerne mit ungewöhnlichen Kombinationen überrascht. Und wer in der von Wasserläufen durchzogenen Parklandschaft übernachten möchte, kann dies ebenfalls im Luxus-Hotel der Autostadt – in einem der 174 Zimmer. Die international renommierte Innendesignerin Andrée Putman hat für das Haus ein Interieur geschaffen, das durch unaufdringliche Eleganz besticht.

Mehr zur Autostadt im Internet: www.autostadt.de