



Stolz auf die gute Platzierung: Gemeinsam mit seiner Belegschaft freut sich Jörg Heidenreich (Vierter von links) über die gute Bewertung beim Wettbewerb der Fachzeitschrift Kfz-Betrieb. Daran nahmen 350 Betriebe aus ganz Deutschland teil. Das Autohaus Heidenreich landete auf Rang 19.

Foto: Michaelis

# Autohaus unter den Besten

Opel Heidenreich landet bei bundesweitem Wettbewerb auf vorderem Platz

VON CLAAS MICHAELIS ... ..  
**ESCHWEGE / WITZENHAUSEN.** Damit hatte Jörg Heidenreich nicht gerechnet. Zum ersten Mal nahm er mit seinem Autohaus am Vertriebs-Award der renommierten Fachzeitschrift Kfz-Betrieb teil. Auf Anhieb landete das Witzenhäuser Unternehmen auf dem 19. Platz.

... ..  
**„Das ist toll für unsere Mitarbeiter, es zeigt uns, wo wir stehen.“**  
**JÖRG HEIDENREICH, GESCHÄFTSFÜHRER**  
 ... ..

350 Autohäuser aus ganz Deutschland aller Automarken hatten sich beworben, darunter viele Betriebe, die weit aus größer als das relativ klei-

ne Autohaus Heidenreich sind. Deswegen mache ihn die Platzierung „umso stolzer“, sagt Heidenreich. Anders als bei Hersteller-Auszeichnungen seien nicht allein Verkaufszahlen entscheidend gewesen. Bewertet wurde alles vom Marketing über die Unternehmensstrategie bis hin zur Kundenzufriedenheit.

Bei Heidenreich hob die Jury, die aus Fachjournalisten und Automarkt-Experten bestand, die Kundenveranstaltungen hervor. Anfang dieses Jahres hatte das Autohaus Kunden eingeladen, Modelle auf einer Teststrecke probezufahren, die teils noch gar nicht im Handel erhältlich waren.

**WR**  
**Aus der**  
**Wirtschaft**

Die gute Platzierung sieht Geschäftsführer Jörg Heidenreich nicht als sein Verdienst allein an. „Das ist toll für unsere Mitarbeiter“, sagt er. „Es zeigt uns, wo wir stehen.“ Gerade auf dem Automobilmarkt sei es schwer, neutrale Bewertungen zu erhalten. Viel hänge von den Herstellern ab. Angesichts der derzeitigen Schlagzeilen über Opel ist das Umfeld nicht gerade einfach für den Betrieb mit seinen 45 Mitarbeitern an den Standorten in Witzenhausen und Eschwege.

Durch Leistung vor Ort müsse man das ausgleichen, sagt Heidenreich. „Das spornt an.“ Schwerpunkt des Ge-

schäfts sei zu zwei Dritteln nach wie vor Opel, ein Drittel des Absatzes laufe über die Marke Hyundai.

Allerdings findet Heidenreich die Berichterstattung nicht immer ganz fair. Auch andere Hersteller verlagerten die Produktion einzelner Modelle in andere Länder. Nur im Fall von Opel bekomme das oft einen negativen Zungenschlag.

Trotz der Schwierigkeiten an den Opel-Standorten habe er keine Angst vor der Zukunft. Der Hersteller habe so viel investiert in neue Produkte. Seiner Einschätzung nach lasse der Mutterkonzern General Motors (GM) Opel deswegen nicht einfach fallen. „Aber keine Frage: Es gibt einen Anpassungsbedarf“, sagt Heidenreich.