



BILDER UND GESCHICHTEN

AUS UNSEREM LEBEN 06.2020



Helpen macht Freu(n)de

AUSZEICHNUNG

Gerade in der herausfordernden Corona-Zeit ein weiterer willkommener Motivationsschub für unser Handeln und Helfen: die Wahl zur Best Brand 2020 in der Kategorie Öle/Schmierstoffe durch die Leser von PS sport motorrad magazin! Herzlichen Dank für diese Auszeichnung!



BEST BRAND 2020

Kategorie: Öle/Schmierstoffe

Eine Marke, alles aus einer Hand: über 4.000 Produkte rund um Motoröle, Additive, Fahrzeugpflege, chemische Problemlöser und Serviceprodukte.



Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

Zeit unseres Lebens gab es für LIQUI MOLY nur eine Richtung: aufwärts! Auch 2019 war trotz anfänglicher Schwierigkeiten ein tolles Jahr mit neuerlichem Rekordumsatz. Und 2020, so glaubten wir, wird DAS Jahr schlechthin. Falsch gedacht? Von wegen! Denn so seltsam das klingen mag und so viel Leid und Krise Covid-19 auch gebracht hat bzw. noch immer bringt – eigentlich ist es gerade eine schöne Zeit. Nur ganz anders als gedacht und geplant.

Der Weg, den wir derzeit geschlossen gehen, zeigt: Es gibt Dinge, die noch mehr bewegen, als unsere Schmierstoffe: nämlich Menschlichkeit, Zusammenhalt und Fürsorge, wie wir sie derzeit eindrucksvoll in unserer LIQUI MOLY family worldwide erleben! Solidarität hier, dort, überall! Wer das als Floskel weglächelt, der muss nur mal einen Blick auf die vielsagenden Bilder, Posts und Dankeschreiben werfen, die uns momentan im Rahmen unserer 3 Mio. EUR-Spendenaktion aus allen Ländern der Welt erreichen.

Die Formel für solch überwältigende Reaktionen ist einfach: Wenn man Menschen mit Hilfsbereitschaft begegnet, bekommt man Dankbarkeit zurück. Und diese Dankbarkeit ist kein flüchtiger Moment, sondern die fruchtbarste, nachhaltigste Basis für bewusstere Begegnungen, intensivere Geschäftsbeziehungen und wachsende Umsätze nach der Krise. Dass wir auf diese Zeit bestens vorbereitet sind, zeigt Ihnen unser Bericht über den kontinuierlichen Ausbau unserer Meguin-Ölfabrikation in Saarlouis.

Ja, wir dürfen unzufrieden mit unseren momentanen Zahlen sein. Und ja, wir dürfen hin und wieder traurig ob der Unannehmlichkeiten und Entbehrungen der seit Wochen andauernden Ausgangsbeschränkungen sein. Was wir aber niemals dürfen ist, auch nur einen Schritt unseres Weges zurückzuschreiten. Denn die Spuren, die wir aktuell mit unseren millionenschweren Hilfsaktionen und Werbekampagnen rund um den Globus hinterlassen, werden gewaltig und unübersehbar sein!

Also halten wir weiterhin Kurs und unterstützen wir sowohl die weltweiten Corona-Einsatzkräfte als auch all unsere Partner, Kunden und Freunde so gut wir können. Dann wird das Jahr 2020 trotz allem die time of our life ... die Zeit unseres Lebens!

Bleiben Sie optimistisch und yeeeah, wir schaffen das!

Jörg Witopil
(Texter)

Niklas Döhring
(Grafiker)

CORONA-SPENDENAKTION

MEXIKO



LIQUI MOLY family worldwide – in der Corona-Katastrophe mehr denn je ein Symbol für globalen Zusammenhalt!





Spitzenqualität und Hilfsbereitschaft made in Germany! Diese Bilder unserer Freunde von LIQUI MOLY Mexico symbolisieren unser Denken und Handeln speziell während der letzten Wochen auf besonders eindrucksvolle Weise. Wie viele unserer internationalen Partner, haben sich auch unsere mexikanischen Freunde unserer 3 Mio. EUR-Spendenaktion angeschlossen und ihrerseits Warenspenden in beträchtlichem Umfang an die Corona-Einsatzkräfte und Hilfsorganisationen im ganzen Land gespendet. Hier überreichte unser Kunde Daniel Heredia (Distributor in Tampico) Öle, Additive und Pflegemittel an das mexikanische Rote Kreuz – eine Aktion, die ihn mit tiefem Stolz und die Corona-Helden mit sichtbarer Dankbarkeit erfüllte.

Motorenöle made in Germany

und Hilfe
aus Deutschland –
das ist LIQUI MOLY



Gemeinsam
schaffen wir das!
Bleiben Sie gesund!
Ihr Ernst Prost

„Wertarbeit & Arschlochkonzepte & Brosamen“

Im heutigen Rundschreiben an seine Kollegen betont Ernst Prost, wie wichtig ein funktionierender Wertekompass für Unternehmer ist und dass das unternehmerische Risiko für schlecht bezahlte Angestellte oft höher ist als für Investoren

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

man kann schon mal freihändig Fahrrad fahren. Auch mal ohne Messer und Gabel essen. Aber ohne Hirn und Herz arbeiten sollte man nicht und ein Unternehmen ohne Kompass führen noch viel weniger. Ich meine jetzt nicht den Kompass mit den vier Himmelsrichtungen, sondern den Werte-Kompass mit richtig oder falsch. „Woher soll ich wissen, wie ich entscheiden soll und was ich tun soll?“ Einer meiner Lehrmeister hatte darauf eine einfache Antwort: „Es gibt Dinge, die macht man einfach nicht.“ Im Grunde genommen eine einfache Sache, eine klare Entscheidungsgrundlage und ein gut funktionierender Kompass. Man könnte es auch Gewissen nennen..... Wer die Probe machen will, ob sein Handeln richtig ist, kann auch den Satz heranziehen: „Was du nicht willst, dass man dir tu“, das füg auch keinem andern zu.“ Manch einer, der schnoddrig und kaltherzig, vielleicht sogar menschenverachtend entscheidet, würde ganz anders vorgehen, wenn es nicht anonyme Menschen, sprich Personalnummern, und als solche lebendiges Rationalisierungspotenzial wären, über deren Schicksal er befindet, sondern Freunde, Verwandte, seine eigene Familie oder er selbst. Sie merken es – ich bin schon wieder bei Kurzarbeit und Entlassungen und der sozialen Verant-

wortung von Chefs und Unternehmern. Es handelt sich ja nicht um Zahlen oder anonymisierte Massen. Es geht um Menschen. Und jeder einzelne Mensch zählt. Finanzinvestoren mag diese Betrachtung völlig fremd sein. Einem Unternehmer keinesfalls. Im Gegenteil: Erst kommt der Mensch, dann die Rendite. So denken und handeln WIR. Ich gebe zu, es gehört eine Menge Standhaftigkeit und Prinzipienfestigkeit dazu diese Position nicht aufzugeben. Arbeitslosigkeit, Altersarmut, Mindestlohn, Leben am Rande der Gesellschaft auf der einen Seite und auf der anderen Seite Gewinne, Profite, Renditen – Millionen und Abermillionen an Euros und Dollars... Und das soll Sinn machen? Ich rede gar nicht von Fairness und Gerechtigkeit, ich rede vom Sinn oder Unsinn innerhalb einer Volkswirtschaft, einer Gesellschaft. Das „Arschloch-Konzept“, Steuerschlupflöcher und Steueroasen legaler und illegaler Art zu suchen und zu nutzen, setzt dem schändlichen & schädlichen Verhalten einiger Akteure oft genug noch die Krone auf. Ich für meinen Teil möchte nicht als Arschloch sterben. Es ist ja nicht so, dass diejenigen, die wenig oder nichts haben, nichts leisten oder nichts ar-





IN GERMAN



beiten. Mit niedrigen Löhnen und hohen Ausgaben für Miete, Kinder und Familie kann man aber keine großen Sprünge machen und auch fürs Alter nichts zurücklegen. Nicht jede Leistung wird so bezahlt, wie es sich gehört. Zu viel kann von mir aus jeder gerne haben – Neid und Missgunst kenne ich nicht. Aber zu wenig oder gar so wenig, dass er kein vernünftiges Auskommen für sich und seine Familie

hat, geht gar nicht. Leistung muss sich lohnen. Gute Arbeit muss gut bezahlt werden. Steuerhinterziehung muss unterbunden und, weil illegal, hart bestraft werden. Allenthalben hört man ja vom unternehmerischen Risiko. Gibt es ohne Zweifel. Mancher Unternehmer muss Tag und Nacht kämpfen um sich, seine Familie und auch seine Mannschaft durchzubringen. Es gibt aber auch genügend Unternehmen – und keineswegs die kleinsten – bei denen trägt nicht der Unternehmer das unternehmerische Risiko, sondern die Belegschaft.... Wie jetzt in der Krise wieder sehr deutlich zu beobachten ist, werden genau die Menschen, die den Wohlstand des Unternehmens erarbeitet haben, flugs auf die Straße gesetzt, wenn es mal nicht ganz so geschmeidig läuft.... Und wenn es blöd läuft, gibt es nach jahrzehntelanger Unterbezahlung bei der erstbesten Krise den Fuß in den Hintern – für immer... während das unternehmerische Risiko für den Investor darin besteht vielleicht mal ein Jahr keine zweistelligen Millionengewinne, sondern nur einstellige einzufahren. Wie gesagt, es gibt beides – da muss man den Einzelfall genau anschauen. Ich hoffe das machen die Banken und die KfW sehr genau und retten jetzt nicht nur die Großen... und die Lauten...

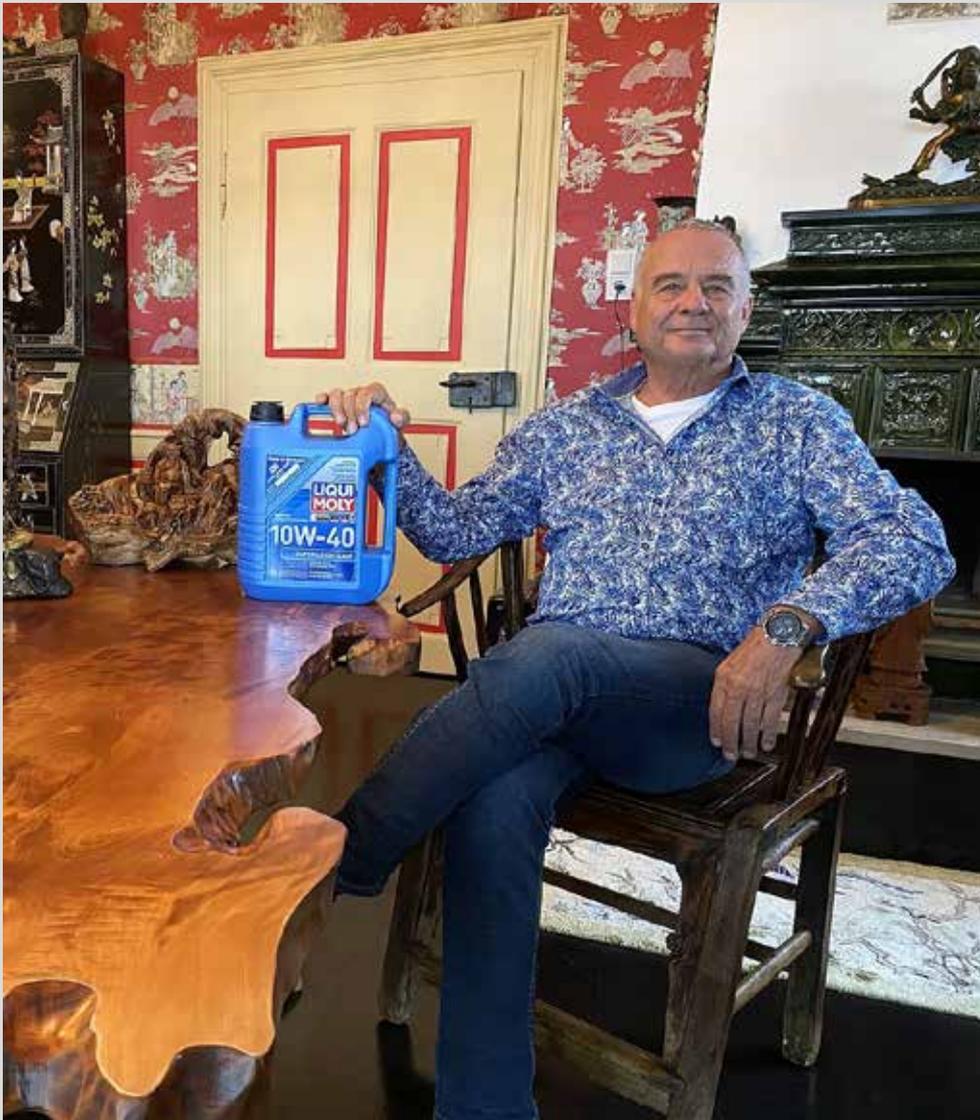
Immer einen Blick wert ist definitiv der Wert der Arbeit. Und der wird in Gehalt, in Sozialleistungen und in sicheren Arbeitsplätzen ausgedrückt. Keinesfalls darf das unternehmerische Risiko auf die ohnehin schon Schwachen in diesem Spiel abgewälzt werden. Jeder, der an einer Wertschöpfungskette mitwirkt, soll auch seinen Teil an den geschaffenen monetären Werten erhalten.

Ich halte gar nichts davon, nur das Kapital zu bedienen und Arbeiter und Angestellte, die genau dieses Kapital durch ihre Leistung mehrten, mit Brosamen abzuspiesen. Das wäre ein monumentales Versagen unseres gesamten Wirtschaftssystems und unserer Gesellschaftsordnung.

Soweit meine Gedanken zum morgigen 1. Mai, dem Tag der Arbeit.

Ihr
Ernst Prost

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST



"They never come back"

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über die Anforderungen des kommenden Aufschwungs

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

herzlich willkommen in KW 19. Nach dem langen Wochenende wünsche ich Ihnen jetzt eine erholsame Arbeitswoche :-)

Eine Binsenweisheit aus dem Box-Sport, die übrigens mehrfach widerlegt wurde, heißt: „They never come back“. – Muss uns nicht interessieren, weil WIR nie fort waren.... Keine Entlassungen, keine Kurzarbeit, keine „Dienst-nach-Vorschrift“-Mentalität, kein Runterfahren, kein Anrufbeantworter als alleiniger Ansprechpartner für die Kunden, kein Stillstand, kein faul sein unter dem Corona Deckmäntelchen, kein Zurückweichen, kein Aufgeben, kein Ergeben, kein Jammern und keine ruhige Kugel schieben!!! Wer nicht rastet, der nicht rostet... stimmt. Sinnvolle Arbeit schützt vor Apathie und Phlegma. Stimmt erst recht! Vor den Erfolg haben die Götter den Schweiß gesetzt. Damit sind wir auch schon bei uns....

Ich freue mich schon wie ein kleines Kind auf Weihnachten, wenn demnächst die Kiste wieder hochgefahren wird. Nach all dem Runterfahren und Zusperrern kommt jetzt die Phase des Nachholens und Aufholens. Für mich stellt sich nicht so sehr die Frage, wann dies sein wird, sondern ob wir dafür auch bestens gerüstet sind. Haben wir genügend Ware auf Lager? Passen unsere Systeme noch auf die veränderten Strukturen in dieser Welt? Sind wir gerüstet für den Ansturm, den ich erwarte? Sind wir nach wie vor fit und agil? Ich möchte jetzt nicht den mühsam herausgekämpften Vorsprung vor unserer Konkurrenz aufgeben, weil wir vielleicht doch etwas schläfrig und eingelullt wurden oder gar Angst vor der eigenen Courage bekommen haben.

Ich kann es nicht verstehen, wenn manch einer glaubt, es geht nichts mehr. Da gibt es zurzeit ja viele negative Beispiele für Schlafwagen-Krisenmanagement in allen möglichen Branchen. Die Krise findet bei manchen Unternehmen zwar statt, aber nur während der normalen Bürozeiten von Montag bis Freitag, 9:00 Uhr bis 16:00 Uhr. Feierabend und Wochenende sind und bleiben für einige Zeitgenossen auch jetzt das Maß aller Dinge und nahezu heilig. Ja Herrschaften, mit geordnetem Feierabend und erholsamen Wochenenden ab Freitagmittag kriegen wir diese Krise

definitiv nicht in den Griff.... Uns steht weder die Opferrolle noch Jammern auf höchstem Niveau gut zu Gesicht. Wir sind Kämpfer – und wir sind Arbeiter, Denker und Macher. Ich möchte, dass WIR ein Beispiel sind für Optimismus, Zuversicht, Kampfgeist, aber auch für exzellente Vorbereitung im Rahmen unseres Krisenmanagements für die Zeit danach.... Ich sage es Ihnen:

Noch nie war die Zeit günstiger für uns, zusätzliche Marktanteile zu erobern, als jetzt. Sie erinnern sich: Nur deshalb, weil wir vor zwölf Jahren in der letzten Krise genauso vorgegangen sind wie auch jetzt wieder, wurden wir Marktführer in Deutschland. Diesen Vorsprung, den wir uns inmitten der Finanz-Krise erarbeitet hatten, hat keiner unserer Wettbewerber jemals mehr aufholen können. Mit unserer Erfahrung und dieser Blaupause gehen wir jetzt auch an möglichst viele andere Länder ran. Bitte fahren Sie mir keine Kapazitäten runter, sondern lieber hoch. Weiter produzieren und Lager aufbauen!

Wir kommunizieren unermüdlich mit der ganzen Welt, gleichzeitig verbessern wir unsere Service-Angebote für Werkstätten, Händler und Autofahrer. Es ist ja nicht nur Werbung, was wir zurzeit exzessiv betreiben. Unser ganzes Leistungsspektrum, mit dem wir unseren Kunden dienen, wird immer noch umfassender, präziser und kundenorientierter. Nicht nur mehr Produkte, sondern immer passendere Produkte plus Service-Hotlines, Schulungsangebote, Informationspakete und natürlich auch unsere Hilfsprogramme für unsere Partner und Geschäftsfreunde – all dies wird helfen, mit einer hohen Geschwindigkeit aus den Startlöchern zu kommen bevor unsere Konkurrenten überhaupt an den Start gehen.

Bitte bleiben Sie nach wie vor ganz eng mit unseren Kunden in der typischen Liqui Moly-Beziehung verbunden: Professionell-geschäftlich und zugleich menschlich-hilfreich. Und nicht vergessen: Krisen bekämpft man nicht mit Kurzarbeit, sondern nur mit mehr Arbeit!!!

Ganz lieben Dank dafür!

Ihr
Ernst Prost



Tertial Ergebnis / 50% Gewinn Einbruch

Für Geschäftsführer Ernst Prost kein Grund zur Sorge:
„Das kann man noch locker aufholen“, schreibt er in
seinem heutigen Rundschreiben an die Belegschaft

Ich Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

nach den ersten vier 2020-Monaten geprägt von Extremdruck, Unsicherheiten, Chaos, Dauerfeuer und Höchstleistungen aufgrund der Corona Krise sehen wir zweierlei: Erstens, wir haben uns wacker geschlagen. Der Umsatz im April ging zwar um 25 % zurück, kumuliert liegen wir nach vier Monaten jedoch immer noch im Plus mit 11% gegenüber dem Vorjahr. Wacker gekämpft haben wir im gesamten Unternehmen – aber auch gigantisch investiert in alle möglichen Werbeleistungen auf allen möglichen Kanälen. Gut 10 Millionen Euro mehr als ursprünglich geplant haben wir an Werbegeldern ausgegeben, um die Krise zu bewältigen. Unsere Strategie: „Jetzt muss was passieren, damit nix passiert“ hat funktioniert – zumindest bisher.

Krise... Und deshalb Kurzarbeit? Vielleicht ist es aber auch gerade umgekehrt: Keine Kurzarbeit – deshalb keine Krise! Zumindest bei uns ist es so! Eine Delle wird es geben, aber keinen totalen Absturz. Ein paar Schrammen

und Schleifspuren im Ertrag. So what? Investitions-Stop finde ich auch albern – man spart sich nur die Zukunft kaputt. Und wenn das jede Firma so macht, ist es doch logisch, dass die ganze Wirtschaft vor die Hunde geht. WIR sind nach wie vor mit hoher Geschwindigkeit unterwegs und auch in der richtigen Richtung... Vieles hatten wir geplant und noch mehr kommt jetzt ganz anders. Wie so oft im Leben.

Der Mensch denkt und Gott lenkt. Aber wir sind flexibel, anpassungsfähig und Tag & Nacht am Steuer und an den Rudern – mit Gottvertrauen & Selbstvertrauen.

Einige Sondereinflüsse, die auf unseren Ertrag sowohl positiv als auch negativ einwirken, hatten wir auch: Alle unsere Partnerlieferanten haben großartig mitgezogen, keine einzige Lieferkette ist gerissen. Danke dafür! Ich habe auf mein komplettes Gehalt verzichtet und andererseits haben wir 1,5 Millionen Euro Erschwerniszulage an die Mannschaft ausgeschüttet und Produkte im Wert von 3 Millionen



Euro an Rettungsdienste, Feuerwehren und ähnliche Organisationen gespendet. Lange Rede, kurzer Sinn: Unser Ertrag ist – wen wundert es – eingebrochen, aber in einem durchaus noch beherrschbaren Umfang und für uns zu verkraften. Hätte schlimmer kommen können. Wir schreiben keine Verluste, sondern nach wie vor schwarze Zahlen und so könnte man auch fragen, ob das Glas halb voll oder halb leer ist. 50% weniger Ertrag gegenüber Vorjahr im 1. Tertial.... Das kann man noch locker aufholen – in den nächsten zwei Tertialen. Also ich persönlich traue uns das auch noch zu.... Wenn jemand so was schafft, dann WIR. Auch wenn es nur noch die Hälfte des Ertrages vom Vorjahr ist, so

können wir doch stolz darauf sein. Alles selbst erarbeitet – keine Zuschüsse, keine Staatshilfen, keine Kurzarbeit, kein Sparen bis Blut spritzt.... Ich sag's mit dem griechischen Philosophen Hesiod: „Noch schlimmer als Verluste sind schandhafte Gewinne“..... Unser Ertrag ist ein ehrenwerter Ertrag!

In diesem Sinne grüße ich Sie wie immer herzlichst, dankbar und demütig.

Ihr
Ernst Prost

„Corona im Griff oder im Griff von Corona?“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer
Ernst Prost über die Wiederbelebung
der Wirtschaft

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

So wie es aussieht, sind wir dem Teufel gerade noch einmal von der Schippe gesprungen. Allenthalben Lockerungsübungen – je nach Bundesland und Landesfürst, ähem Ministerpräsident.... Reichlich Flip-Flopping, wie die Amis sagen, also ein Hin, ein Her, ein Salto vorwärts und gleich wieder einer rückwärts. Nun gut, damit aus einem Shutdown kein Scherbenhaufen wird, muss man schön langsam den Laden wieder aufsperrn. Vorsichtig – jawoll... Aber auch konsequent - um dem wirtschaftlichen Tod ebenfalls von der Schippe zu springen. Konsum muss wieder entstehen. Kaufen und verkaufen. Produzieren und konsumieren. Und wieder zuversichtlich, mutig und kraftvoll investieren. Alle - Unternehmen und Privathaushalte.

An dieser Stelle liegt der Hund begraben. Da helfen auf Dauer auch keine Milliarden an Staatshilfen, Kurzarbeitergeld, Krediten und ähnlichem. Kredite ersetzen keinen Umsatz. Nur wer seine Firma wieder aufsperrn darf, hat Arbeit, Umsatz und Ertrag. Helikoptergeld, Steuersenkungen



oder erhöhtes Kurzarbeitergeld bringen nicht nur nichts, wenn die Leute nicht zum Einkaufen können, sondern sind auch „süßes Gift“ für diejenigen, die jetzt mehr vom Staat verlangen als sie selbst zu leisten bereit sind. Überbrücken ist o. k... helfen sowieso. Aber Alimentierung darf kein Dauerzustand werden. Wir müssen nur diesen Zustand wiederherstellen, den wir vor Corona hatten.



Jeder Konsument ist auch ein Produzent und umgekehrt. In einer arbeitsteiligen Wirtschaft schafft jeder für jeden und jeder profitiert von jedem. Wenn wir alle Arbeit haben, haben wir auch alle ein Einkommen zum Einkaufen. Klingt simpel, ist aber das Herzstück unserer freien Marktwirtschaft. Vollbeschäftigung mit auskömmlichen Löhnen und Gehältern ist das Ziel. Nicht der Staat muss es richten, sondern die Gesellschaft, die Bürger, die Firmen mit ihren Mannschaften, also wir alle. Jetzt ist die Zeit der Kreativen, der Fleißigen, der Rührigen, derer, die an eine Zukunft glauben, die an sich selbst glauben, die in Wallung kommen, sich was einfallen lassen und was tun. Mit Arbeitsverboten, weil sonst das Kurzarbeitergeld flöten geht, meistert man keinen Aufschwung. Auch das meine ich mit „süßem Gift“.

Arbeit findet man immer. Zu tun gibt es genug. Wenn man natürlich den Schalter komplett umlegt und die Firma auf null runter fährt – wie es doch der eine oder andere ohne zwingende Not gemacht hat – braucht man sich nicht wundern, wenn dann gar nichts mehr geht. Daran ist aber dann nicht die Krise schuld, sondern wie man auf die Krise reagiert. Konkrete Beispiele dafür habe ich genug.

Nachdem wir ja nach wie vor produzieren und verkaufen, haben wir allerlei Bedarfe an Ware und Dienstleistungen. Nicht immer bekommen wir, was wir brauchen: „Wissen Sie, wir haben Kurzarbeit, tut uns leid.“ Das kann es jetzt doch auch nicht sein. Aber egal... WIR machen weiter und wir stoßen in die Lücken, die unsere Konkurrenz zurzeit aufmacht. Wir nutzen unsere Chancen, gerade in der Krise, weil wir uns nicht verkrümmeln oder uns in des Staates Obhut begeben, sondern weil wir die Stellung halten und gerade jetzt erst recht so richtig aufschaffen - so wie es sich gehört!

Herzlichst
Ihr
Ernst Prost



„Made in Germany“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über das Qualitätsversprechen aus Deutschland



Liebe Mitstreiter & Mithelfer !

„Made in Germany“. Das ist für mich immer noch ein Orden erster Güte. Da steckt alles drin: Qualität, Langlebigkeit, robuste Ausführung, hervorragende Technik, Erfindungen, Patente, Maschinenbau, Chemie, Fahrzeuge und und und. Wir pflegen Geschäftsbeziehungen in 150 Ländern dieser Welt. „Made in Germany“ ist überall hoch angesehen. Diese Auszeichnung steht aber nicht nur für Spitzenprodukte und hervorragende Qualität, sondern auch für Zuverlässigkeit, Berechenbarkeit, Pünktlichkeit, Vertragstreue und

Vertrauen. Das ist es, was unsere Partner in aller Welt an uns schätzen. Sie wissen, was sie an uns deutschen Firmen haben! Deshalb werde ich auch immer so fuchsig, wenn irgendeine Firma oder eine Behörde unter dem Qualitäts-Siegel „Made in Germany“ murkst und pfuscht. Stichwort Diesel-Betrug oder Flugplatz-Schande. Das ist ein Schlag in das Gesicht aller Unternehmen, die mit diesem Herkunfts-Logo deutsche Wertarbeit verkaufen. Wir sind einer der Exportweltmeister und darauf angewiesen, dass niemand unser Ansehen und unseren Ruf im Ausland schädigt.



RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

Nicht erst seit Corona haben WIR „Made in Germany“ eine weitere Dimension hinzugefügt: Menschlichkeit, Hilfsbereitschaft, Nächstenliebe. Auch dafür ist unser Land bekannt und in der Welt angesehen. Wir spenden, wir helfen und wir kümmern uns. Ein Charakterzug, eine Eigenschaft, die man an uns Deutschen genauso schätzt wie unsere Produkte. In kaum einem Land der Welt wird mehr gespendet wie in unserem. Mein aktuelles Lieblingsbild zeigt all dies: Produkte „Made in Germany“ & Hilfsbereitschaft „Made in Germany“. Unsere mexikanischen Geschäftsfreunde

haben mir dieses Bild geschickt. Zusammen mit einer Urkunde und einem Dankeschreiben des dortigen Roten Kreuzes. Mehr Auszeichnung und Anerkennung geht nicht mehr. Bestimmt verstehen Sie jetzt noch besser, warum ich in unserem Fernsehspot nur sagen lasse: „Liqui Moly - Motorenöle made in Germany!“ Damit ist alles gesagt.

Ihr
Ernst Prost

„Isolation schafft Inspiration“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über das Treffen guter Entscheidungen



Liebe Mitdenker und Mitschaffer,

will man etwas sehr Wichtiges richtig gut durchdenken, macht man dies in einer Klausurtagung. Klausur klingt wie Kloster oder Klausur. Stimmt, passt.... Abgeschlossen und abgeschieden fällt klares Denken leichter als im Lärm und im Trubel dieser Welt. Distanz hilft beim Denken und Isolation bringt Inspiration.... Quarantäne klingt auch ein bisschen wie Klausur. Oder wie Kontemplation – Achtsamkeit, Besinnung und Betrachtung. Kann nie schaden. Und jetzt schon gar nicht.

„Ich weiß nicht mehr, wo mir der Kopf steht“. – Auch kein erstrebenswerter Zustand, vor allem dann nicht, wenn man klare und mutige Entscheidungen treffen muss. Da kann es durchaus helfen sich ab und zu mal auf den Feldherrenhügel zu stellen, um präzise zu analysieren, wo man steht, wie die Schlacht verläuft und wie man diese auch gewinnen kann. „Es gibt keine schlechten Soldaten, nur schlechte Offiziere.“ Dieser Satz ist von Napoleon. Führen heißt vorgehen. Die WirtschaftsWoche hat eine Story über mich mit dem Titel „Die Ehre des Frontschweins“ überschrieben. Finde ich jetzt richtig gut. Ohne Ehre ist man kein guter Anführer und ohne den selbstlosen Fronteinsatz kein guter Kamerad. Gerade in Krisen ist Freundschaft und Kameradschaft, Fürsorge und Kollegialität

genauso wichtig wie Planung, Strategie und Taktik. Was nützt der beste Plan vom Feldhügel herab, wenn die Mannschaft nicht mitzieht? Ich sage Ihnen was: Ich bin sowas von begeistert von uns, wie wir als Mannschaft geschlossen und zielgerichtet in dieser Krise zeigen, was wir können und was wir auf dem Kasten haben. Für diese Erfahrung bin ich unheimlich dankbar. Es ist einfach wunderbar. Und dennoch ist es nur ein Spiel. Ein Spiel wie Monopoly – nur mit echtem Geld. Und gerade weil wir es unverkrampft, locker und mit viel Spaß an der Freude angehen, werden wir dieses Spiel gewinnen. Verbissen, verbohrt, ängstlich und zittrig kann man kein Spiel gewinnen und schon gar nicht, wenn es - wie jetzt – dann doch um alles oder nichts geht... Lieber zupacken als Panik schieben! Ich glaube fest daran, dass man selbst die größten Probleme am besten mit spielerischer Leichtigkeit löst – und zwar gemeinsam und mit Humor. Inspiration ist also notwendig, aber Transpiration muss auch sein :-). in dem Verhältnis von eins zu zehn liegt wohl das Erfolgsgeheimnis. Clever & fleißig....

Die Kombination macht's – Kreativität & harte Arbeit. Deshalb sind WIR erfolgreich - und immer gut drauf. :-) :-)

Ihr
Ernst Prost

Schlachtross im Schloss

Liqui-Moly-Chef Ernst Prost hat sich ganz dem Kampf gegen die Corona-Pandemie verschrieben

Von Johannes Rauneker

ULM - In der Corona-Krise ist Ernst Prost in seinem Element. Der Chef des Ulmer Ölspezialisten Liqui Moly hat sich ganz dem Kampf gegen die Pandemie verschrieben. Er schlafe nur noch wenige Stunden, sagt der Multimillionär im Gespräch mit der „Schwäbischen Zeitung“, und er versuche, dort zu helfen, wo es am meisten brennt. Zweifel kennt der kernige Bayer nicht. Kompromisse macht er ungern. Was treibt den Bewohner eines Schlosses an, der in ärmlischen Verhältnissen aufwuchs, auch schon mal gegen große Aktiengesellschaften wettet und derzeit sogar auf sein Gehalt verzichtet?

„Ich ruf Sie an. Jetzt.“ Im Kasermenton meldet sich Ernst Prost. Wenige Sekunden später steht die Leitung. Prost sitzt in seiner, wie er es selbst nennt, „Kommandozentrale“ irgendwo in den Weiten seines Leipheimer Schlosses im Kreis Günzburg. Dort verbringt der 63-Jährige gerade die meiste Zeit, vor allem telefonierend. Aber auch Mails erreichen den Firmenlenker: Bis zu 1000 kämen täglich rein. Bei den meisten in der Betreffzeile: „Corona“.

Statt umherzuwandeln zwischen seiner über die Jahre angesammelten Kunst, stürzt sich Prost derzeit geradezu in Arbeit. Geschlafen werde zwischen zwei und fünf Uhr. Ab und zu was essen. „Ich brauche nicht viel“, sagt Prost. Dabei hat er ziemlich viel - vor allem Geld. In die Riege der Milliardäre sei er zwar noch nicht aufgestiegen. Aber sein Vermögen beläuft sich nach Schätzungen dennoch auf einen dreistelligen Millionenbetrag.

Vor 30 Jahren stieg der in Altötting geborene Sohn eines Maurers und einer Fabrikarbeiterin bei Liqui Moly als Vertriebs- und Marketingchef ein - und schnell auf. Das Ulmer Unternehmen stellt in Baden-Württemberg und im Saarland Schmierstoffe, Öle, Additive und andere Produkte für Maschinen und Motoren aller Art her. Auch die amerikanische Luftwaffe gehört zu den Kunden. Umsatz im Jahr 2019: 569 Millionen Euro, ein neuer Rekord und doppelt so viel wie vor zehn Jahren.

Nach und nach hatte Prost Firmenteile von der Gründerfamilie übernommen und die Zeichen auf Expansion gestellt. Wobei er sich selbst hoch verschuldete. Er baute den Vertrieb um und aus, entwickelte Liqui Moly zu einem international agierenden Unternehmen - und verkaufte es vor zwei Jahren an den schwäbischen Unternehmer Reinhold Würth. Prost - um seine Firma ärmer, jedoch um viele Millionen reicher - blieb aber Geschäftsführer. Was erst im Nachhinein bekannt wurde: Die sukzessive Übernahme von Liqui Moly war für Prost nur dank einer stillen Beteiligung der Würth-Gruppe zu stemmen.

Das sei das Schöne an seinem Job als Chef, sagt Ernst Prost am Telefon: „Dass alle machen, was ich will.“ Despektierlich will der 63-Jährige dies aber nicht verstanden wissen. Vielmehr gehe es darum, das Richtige zu tun. Und in Zeiten der Corona-Pandemie sei doch ganz klar, was dies



Streitbarer Macher: Ernst Prost in den Räumlichkeiten seines Leipheimer Schlosses.

FOTO: LIQUI MOLY

sei, das Richtige: Den Menschen zu helfen, denen es krisenbedingt dreckig geht. Deshalb könne er es derzeit nicht gebrauchen, sich mit dem Virus anzustecken. Nicht jetzt, da das Coronavirus über die Welt hereingebrochen sei wie eine „Naturkatastrophe“. Zeiten für Entscheider, Zeiten für Helfer mit großen Händen und breiten Schultern. Wie er sie habe.

Dementsprechend dirigiert und vertritt er sein Imperium nach außen, in Interviews und TV-Beiträgen. Es vergeht kaum ein Tag ohne neue Meldung aus dem Hause Liqui Moly, wie der Unternehmer selbst und die Firma versuchen, in der Corona-Krise zu helfen. Prost verzichtet auf sein Geschäftsführer-Gehalt, das wird gespendet. Seinen Mitarbeitern zahlte er im Gegenzug einen Corona-Bonus von je 1500 Euro. Geld aus der Unternehmenskasse und von Prost selbst floss unlängst ins schwer Corona-gebeutelte Norditalien. Millionen schwere Sachspenden in Form von Ölen und Schmierstoffen gingen an Rettungsdienste, damit deren Fahrzeuge laufen. Prost unterstützt Menschen in Südostasien mit Produkten seiner Firma. Dieser Gedanke gefalle ihm: Ein vietnamesischer Bauer fährt mit seinem Traktor durch die Gegend und hinten drauf

ein Aufkleber, auf dem steht: „Sponsored by Liqui Moly“.

Bei all seinen Hilfsaktionen pflegt Prost seine Feindbilder - und greift die an, die nicht wie er in gleicher Weise mit anpacken. Sein Furor gilt der „geldgeilen Seite eines unkontrollierten Kapitalismus“ - in diesem Fall Großkonzernen: „Man kann doch nicht mit der linken Hand Kurzarbeitergeld kassieren oder anderweitige Staatshilfen einfordern und mit der rechten Hand zugleich Millionen und Milliarden Euros an Anleger verteilen.“ Verteilen: ja! Aber bitte an jene, die es bräuchten: an Krankenhäuser, Pflegekräfte, Feuerwehren.

Prost sagt, er „danke dem Herrgott jeden Tag“, dass er mit seiner Firma als „systemrelevant“ eingestuft werde. Stillstand: für ihn eine schwer zu ertragende Vorstellung. Unvorstellbar sei es für ihn, sagt der gelernte Kfz-Mechaniker, „nur auf meinem Geld zu sitzen“ und zu warten, bis sich der Corona-Sturm verzogen hat. Warum er sich so dem Kampf gegen das Virus verschrieben hat? „Mir macht das Spaß“, sagt Prost. Er fühle sich vital wie lange nicht - „wie ein junger Hund“. Und wird gleichsam nachdenklich.

Man dürfe das jetzt nicht falsch verstehen, schickt er voraus. Doch er

habe ein wenig Angst vor einer Welt nach der Pandemie, vor der Zeit, wenn Corona überwunden sein wird. Denn es gefalle ihm, dass die Gesellschaft derzeit zusammenstehe, dass sich die Menschen fragten, wie sie ihren Nächsten helfen könnten, worauf es wirklich ankomme. Es ist so, als ob Prost das Bonmot Hellmut Schmidts mit Leben füllen will. „In der Krise beweist sich der Charakter“, hatte der verstorbene Altkanzler über Menschen in fordernden Zeiten gesagt. Mehr denn je kommt bei Prost dieser Tage das „alte Schlachtross“ durch. So nennt Prost sich selber. Der Kampf gegen Corona hat seinen Lebensgeistern neuen Schwung verliehen.

Doch ganz sorgenlos ist auch der Vater eines Sohnes nicht. Seine Gesundheit treibt ihn um. Auch er habe Angst, sich mit dem Virus anzustecken. Wohl dem, der in einer solchen Situation dicke Burgmauern um sich weiß. Gekauft hat Prost sein auf einer Anhöhe thronendes Schloss (30 Zimmer, 1000 Quadratmeter) vor 14 Jahren. Rund 350 000 Euro hat es gekostet, die anschließende Renovierung das Sechsfache. Es ist vollgepackt mit Kunst. Über seine Sammelleidenschaft zu sinnieren, hält Prost angesichts der Corona-Krise für deplatziert. Prost steht auch auf Motor-

räder und nennt einen Nachbau der Harley-Davidson sein Eigen, die Peter Fonda in „Easy Rider“ fuhr. In dem Film begehren zwei Rebellen gegen das Establishment auf.

Auch Prost polarisiert, auch sein Wirken wirft Schatten. Öffentliche Kritik brachte ihm vor einigen Jahren eine interne Mail ein, in der er einen gefeuerten Mitarbeiter gegenüber der Belegschaft an den Pranger gestellt hatte. „Nachtragend und herablassend“ sei sein Ton, urteilte der „Stern“. Prost hatte sich seitenweise über das angebliche firmenschädigende Gebaren des geschassten Mitarbeiters echauffert („ein jämmerlicher Spesenbetrüger“). Sitzt da am Ende gar kein Unternehmer mit Herz im Leipheimer Schloss - sondern ein rachstichtiger Choleriker? Prost gestand zumindest ein, sich einer etwas „unflätigen“ Wortwahl bedient zu haben. In der Sache aber: kein Zurückrudern.

Wie viel ihn und seine Firma Corona kosten wird, ist schwer abzuschätzen. Im April aber brach der Umsatz um 50 Prozent ein. Prost bleibt trotzdem zuversichtlich. Man sei schuldenfrei und habe in den vergangenen Jahren stets um die 50 Millionen Euro Gewinn erwirtschaftet, davon lasse sich im Moment noch zehren.

Wie die Gesellschafter von Liqui Moly das Engagement von Ernst Prost sehen? Auf Anfrage der „Schwäbischen Zeitung“ will sich Reinhold Würth nicht zum Corona-Kampf seines angestellten Managers äußern. Vor der Krise gab sich Prost mit Blick auf das Verhältnis zum schwäbischen Schraubenmilliardär betont gelassen. Liqui Moly habe eine Rendite von zehn Prozent vorzuweisen. „Was soll Herr Würth mir da ins Handwerk pfuschen?“, fragte Prost.

Angesichts von Tausenden Corona-Toten und vernichteten Existenzen klingt Ernst Prost heute nüchtern. „Ich bin 63, ich hab nichts mehr zu verlieren.“ Doch auch zu gewinnen gibt es in Krisen viel. Seine Firma setzt nun nicht mehr nur auf das solide Siegel „Made in Germany“, sondern auch auf den Ruf, ein zuverlässiger und - auch dank der vielfach publizierten Spendenaktionen - solidarischer Partner zu sein, vor allem dann, wenn es mal nicht läuft. Deshalb hält Prost den Zeitpunkt der aktuell laufenden Werbekampagne für richtig. Zehn Millionen Euro habe die gekostet. Gut angelegtes Geld, findet Prost. Geworben wird mit dem Umstand, dass Liqui Moly von Autofahrern in Deutschland wieder zur „besten Ölmarke“ gewählt werde. Seit zehn Jahren sei das schon so.

Tue Gutes und rede darüber, danach handelt der Stift, der es zum Stifter gebracht hat, wie sich Ernst Prost selbst beschreibt. Seine Ernst-Prost-Stiftung hilft Menschen in Not: Armen, Kranken, Arbeitslosen. Mit einer zweiten Stiftung engagiert er sich in Afrika.

Worauf er sich am meisten freue, wenn die Krise überwunden ist? Was er derzeit am meisten vermisste? Es kommt wie aus der Pistole geschossen: „Nichts - im Moment flutscht es“, sagt das Schlachtross, es hat Fahrt aufgenommen. Ernst Prost ist in seinem Element.

Werbung als Schmierstoff

Mehrausgaben in Krise sollen Liqui Moly nach der Pandemie Mehreinnahmen beschern

Der Ulmer Schmierölhersteller Liqui Moly investiert trotz der aktuell schwierigen Wirtschaftslage Millionen in Werbespots. Nach der Finanzkrise 2008 hat das schon einmal funktioniert. Und wieder gibt sich Firmenchef Ernst Prost als eiserner Arbeiter.

VON RÜDIGER BÄSSLER

ULM. Gut zehn Jahre sind inzwischen vergangen, dass Ernst Prost Stammgast in deutschen Fernseh-Talkshows gewesen ist. Die Finanzkrise hatte die Weltwirtschaft in die Tiefe gezogen, aus den Konferenzräumen diverser Vorstandsetagen drang Zähneklappern, doch der Inhaber des Ulmer Schmierölherstellers Liqui Moly gab sich als unerschütterlicher Optimist. Prost kündigte vielmehr an, seine multinationalen Konkurrenten genau jetzt bei den Hörnern packen zu wollen. Staatshilfen, nein danke. Nett zur Kundschaft, hart zu sich selbst, das war Prosts Credo in jener Phase der großen Niedergeschlagenheit.

„Wir dürfen nicht warten, bis der Spuk vorbei ist. Man muss sich wehren und sich aufbäumen.“

Ernst Prost
Chef von Liqui Moly

Jetzt ist Prost 63 Jahre alt und zurück in seiner Rolle als systemrelevanter Diener des ganzen Landes, der es fertigbringt, Teile seiner Rendite immer wieder auch dem Wohl der rund 1000 Mitarbeiter darzubringen. „Mitunternehmer“ nennt er seine Leute ja bevorzugt. 1000 Euro „Corona-Krisenprämie“ – in Anlehnung an die sogenannten Siegesprämien aus den Vorjahren – hat er Mitte März pro Kopf ausgeschüttet. Die Leiharbeiter bekamen 800 Euro.

Und das, obwohl der Umsatz spürbar schrumpfte. Am Dienstag meldete das Unternehmen einen Gewinneinbruch für die ersten vier Monate des Jahres um 50 Prozent. Im Geschäftsjahr 2018 lag der gesamte Ertrag noch bei 52 Millionen Euro vor Steuern bei einem Umsatz von 532 Millionen Euro. 2019 betrug der Umsatz 569 Millionen, der Gewinn wurde als gesunken, jedoch „zweistellig“ benannt.

Ende 2017 verkaufte Prost seine Firmenanteile an die Unternehmensgruppe von Reinhold Würth, der schon vorher stiller Teilhaber gewesen war. Nur eine Formalie, wie es heute scheint. Der gelernte Kfz-Mechaniker Prost hat offenbar nichts von seiner Entscheidungsmacht abgeben müssen. Und so ist er gerade dabei, seine Strategie aus den Jahren 2008 und 2009 zu duplizieren, die Liqui Moly über Jahre hinweg zweistellige Zuwächse bei Umsatz und Ertrag bescherte. Vor 2019 hatte der Gewinn vor Steuern dreimal in Folge über 50 Millionen Euro gelegen. Den Großteil seiner Gewinne, sagt Prost,



Firmenzentrale wider Willen: Von seinem Schloss in Leipheim aus leitet Ernst Prost derzeit Liqui Moly.

Fotos: Adobe Stock/cityfoto24, Bäßler

habe er stets „thesauriert“, er habe also auf Ausschüttungen verzichtet und sich ein wärmendes Finanzpolster bewahrt. Nun müsse er niemanden entlassen und könne auf Kurzarbeit verzichten. Und er hat genügend Liquidität, einen Angriff nach dem Muster von 2009 zu starten. So erhöhte Prost den Werbeetat von 22 Millionen Euro auf 32 Millionen. Seit Wochen laufen Werbespots, die mit einem harten Gitarrenriff unterlegt sind, vor der „Tagesschau“ und in Radiosendern. Dazu kommt weltweite Werbung in Sozialmedien. Jetzt hält Prost den Moment für gekommen, der Kundschaft von morgen die Marke aus Deutschland noch stärker in die Köpfe zu pflanzen.

Das ist auch ein Ersatz für die weggefallene Werbung, die von den Ulmern üblicherweise in der Formel 1, bei Motorradrennen, im Handball oder im Basketball platziert wird. Motoröle werden nicht ständig neu erfunden, wer im Geschäft bleiben will, muss daher dahin gehen, wo die Emotionen kochen, und dazu hohen Marketingaufwand betreiben. Der Liqui-Moly-Chef Erich Prost will seine Spots so lange laufen lassen, sagt er, bis die großen

weltweiten Motorsportserien wieder auf Reisen sind.

Einen großen Unterschied zu 2009 gibt es dann doch: Die Auftritte in den Talkshows fehlen und mit ihnen Prosts Ratschläge an die Nation. Das liegt auch daran, dass der Unternehmer das Reisen seit einigen Wochen vollständig meidet. Nicht einmal seinem Büro in Ulm nähert er sich. Eine viele Jahre zurückliegende Lungenerkrankung hat ihn mit Ausbruch der Corona-Krise besonders vorsichtig werden lassen. Von seinem Privatschloss im bayerischen Leipheim aus lenkt er stattdessen die Geschicke von Liqui Moly – und spürt doch wieder das alte Sendungsbewusstsein in sich. „Ich bin halt ein politischer Mensch“, sagt er.

Prost verachtet Firmen, in denen seit März Kundengespräche eingestellt und die An-

rufbeantworter angestellt wurden. Überall registrierte er die „legitimierte Faulheit unter dem Corona-Mäntelchen“. Bei seinen Außendienstmitarbeitern mag er so etwas nicht sehen. Man dürfe „nicht warten, bis der Spuk vorbei ist“, predigt er ihnen. Man müsse „sich wehren und sich aufbäumen“.

So oder so ähnlich schreibt Ernst Prost das in täglichen Rundschreiben an seine „lieben Mitunternehmer“, die er zugleich über den Presseverteiler schiekt und die eine Melange sind aus Mahnungen, Appellen, Lobesreden, persönlichen Erlebnisschilderungen oder allgemeinen Lebensbetrachtungen. Gewürzt ist all das mit knackigen Titeln, die da lauteten „Ratzfatz anstatt Asap“, „Fluchen ist der Stuhlgang der Seele“ oder, in Anspielung auf die Ratschläge einiger Unternehmensberater: „Kastrierter Kater“. Irgendwo dazwischen findet sich die Ankündigung Prosts, er werde aus Solidarität und als persönlichen Beitrag zum Arbeitsplatzzerhalt auf absehbare Zeit kein Gehalt mehr entgegennehmen.

Wenn diese Krise vorbei ist, Händler und Werkstätten sich erholt haben und der Konsum wieder angelaufen ist, so hofft Prost, wird man sich hoffentlich an Liqui Moly erinnern als an eine Firma mit Werten und Kultur. Dann werden sich – auch das eine Hoffnung – mehr Autofahrer beim nächsten Ölwechsel dafür interessieren, welcher Schmierstoff in ihren Motor gegossen wird. Gleich nachdem sich die Ministerpräsidenten diese Woche auf neue Lockerungen verständigt haben, griff Prost für den nächsten Aufsatz an die Mitarbeiterschaft wieder in die Tastatur. Und offenbarte, dass auch seine über Wochen zur Schau gestellte Zuversicht keineswegs aus Eisen war. „So wie es aussieht“, schrieb der Chef, „sind wir dem Teufel gerade noch einmal von der Schippe gesprungen.“



Der Chef von Liqui Moly: Ernst Prost

Hintergrund

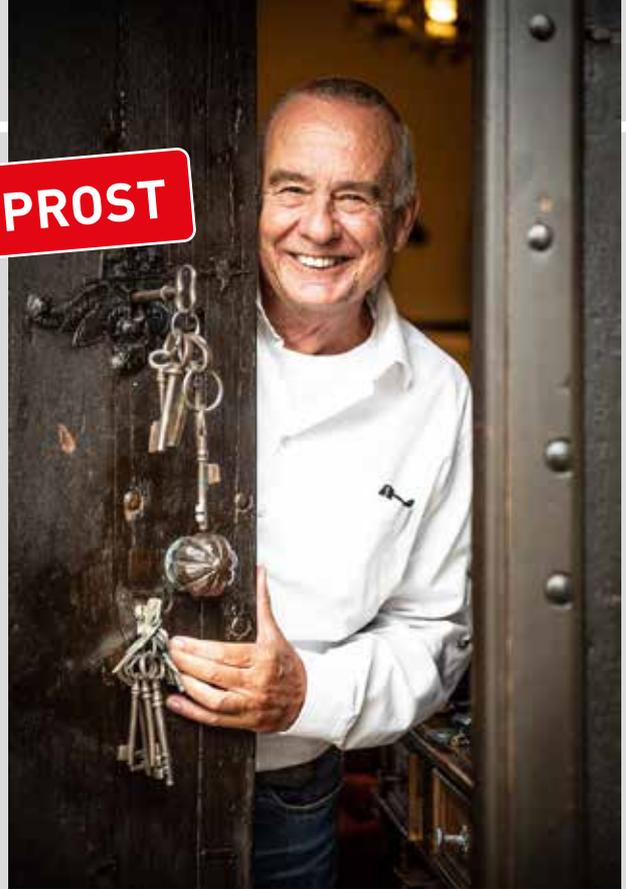
Liqui Moly

- **Firma** Nach eigenen Angaben bietet Liqui Moly gut 4000 Artikel an. Wichtigste Produkte sind Motoröle und Additive. Auch Autopflegeprodukte, Produkte für Motorräder und Fahrräder sowie Werkzeuge gehören zum Portfolio des Unternehmens.
- **Geschäftsführer** Ernst Prost kommt 1990 als Vertriebschef und Marketingleiter zu Liqui Moly. Er übernimmt die Firma sukzessive von der Gründerfamilie Henle. 2018 verkauft er seine Firmenanteile an die Würth-Gruppe; er bleibt Geschäftsführer. (rub)

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

„Bleiben Sie gesund!“

LIQUI MOLY- Geschäftsführer Ernst Prost über Eigenverantwortung



Liebe Kolleginnen und Kollegen!

„Bleiben Sie gesund!“ Tausendfach hat man diesen Wunsch in den letzten Wochen und Monaten vernommen, gesehen und gelesen. Ein guter Wunsch, auch wenn er auf jeder zweiten E-Mail mittlerweile schon zum Ersatz für „mit freundlichen Grüßen“ oder ein respektvolles „Hochachtungsvoll“ geworden ist. Gesund bleiben – auch wenn Corona vorbei ist – das ist eine Lebensaufgabe.... Ehrlich!

3.000 Verkehrstote jedes Jahr, nur in Deutschland, so sicher wie das Amen auf den entsprechenden Beerdigungen. Gesund bleiben – okay... Ich bin mal gespannt, ob dieser Slogan „Bleiben Sie gesund“ demnächst z.B. auch in der Bacardi-Werbung Einzug hält. Ist nämlich nicht ganz so einfach mit einer Säuer-Leber oder einer Raucher-Lunge gesund zu bleiben... Der Geschmack von Freiheit und Abenteuer oder der großen weiten Welt hat nicht sehr viel mit den qualmenden Todesstängeln zu tun, die nachweislich ihre Benutzer ein paar Lebensjahre kosten und zum vorzeitigen Ableben von ein paar Millionen Rauchern weltweit führen.

950.000 Menschen sterben jedes Jahr in Deutschland: Unfälle, ungesunde Lebensführung, angeborene Krankheiten, Bakterien, Viren und Keime. Welcher Tod davon ist natürlich und welcher unnatürlich? Welches Sterben war unausweichlich und welches hätte man vermeiden

können? – Überall lauert die Gefahr. Irgendwas, das uns Menschlein den Garaus machen möchte, findet sich hinter jeder Ecke oder in jedem Tabakladen/Spirituosenregal. „So mancher Tod eines Zeitgenossen ist auf sein Leben zurückzuführen“.... Ist, glaube ich, von Voltaire. Und Erich Kästner sagte: „Das Leben im Allgemeinen ist lebensgefährlich.“ Trotz allem ist es so, dass wir zumindest in Europa in einer der sichersten Zeiten der Menschheitsgeschichte leben!!! Dafür bin ich unendlich dankbar. Bleibt zu hoffen, dass unsere Verantwortlichen – ich möchte sie lieber die Zuständigen nennen – aus diesem desaströsen Krisenmanagement rund um Corona gelernt haben und sich auf die nächste Epidemie, die ebenso sicher kommen wird wie Frühling, Sommer, Herbst und Winter, besser vorbereiten. Und zwar jetzt, sofort, solange die Eindrücke noch frisch sind und Steuergelder immer noch vorhanden sind: Zum Schutz von Leben, für ein besseres Gesundheitssystem und für höhere Löhne für diejenigen, die dieses, unser aller Leben schützen.

Bleiben Sie also gesund! Passen Sie auf sich auf und tun Sie alles dafür, damit es nicht anders kommt! Ein gut Stück unseres Lebens und auch unsere Gesundheit haben wir nämlich schon selbst in der Hand – nicht nur in Corona Zeiten!

Mit freundlichen Grüßen :-)
Ernst Prost

„Weltmarktführer in Öl“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über die Chancen in der Krise



Liebe Freunde!

Shell, Aral, Mobil, Castrol, BP. In Frankreich die Total, in Italien die Agip, Repsol in Spanien, Petrobras in Brasilien, Petronas in Malaysia, LUKOIL in Russland und Sinopec in China; Dutzende von der gleichen Öl-Sorte in den USA – und in jedem Land noch ein paar Staats-Gesellschaften obendrauf.... Das sind unsere Mitbewerber, unsere Konkurrenten, mitunter die größten Konzerne weltweit. Insgesamt ein paar hundert Marken, die alle das Gleiche wollen wie wir: Motorenöl verkaufen. Da sind Unternehmen dabei, die machen an einem Tag so viel Gewinn wie wir an Umsatz im ganzen Jahr. Nur um mal die Größenverhältnisse darzulegen. Das sind schon ein paar heftige Brocken, die man auf dem Weg zum Ziel aus dem Weg räumen muss, wenn man wachsen will. Nachdem wir 2/3 unseres Geschäftes im Ausland machen, bleibt uns gar nichts anderes übrig, als uns in jedem einzelnen Land den dortigen Platzhirsch vorzuknöpfen. Von der Stange geht da gar nichts, das muss alles maßgeschneidert sein, was wir in 150 Ländern auf die Beine stellen. Jedes Land hat seine eigene Kultur, jeder Konsument seine besonderen Wünsche und jeder Konkurrent seine speziellen Waffen. Es ist eine extrem lange Front, mit der wir es zu tun haben und an der wir jeden Tag kämpfen, meistens offensiv – aber oft genug auch defensiv, wenn es heißt: Das Imperium schlägt zurück....

Im Normalbetrieb sind unsere Chancen, gleichzeitig an mehreren Abschnitten dieser Verkaufsfront durchzubrechen, nicht halb so gut wie jetzt in der Krise. So eine Gelegenheit kommt nicht so schnell wieder. Das letzte Mal haben wir unter dem Eindruck der Finanzkrise zur Attacke geblasen – ebenfalls weltweit. Das ist zwölf Jahre her. Damals haben wir enorm Boden gutgemacht und uns an etlichen Konkurrenten vorbei geschoben. Kostet natürlich Kraft, wenn man an vielen Stellen zugleich angreift. Aber die Zeit ist auch jetzt wieder günstig, um neue Kunden von unserer

Leistungsfähigkeit zu überzeugen und sie von der Konkurrenz weg, zu uns, zu holen. Das, liebe Kolleginnen und Kollegen, ist jetzt der große Plan, der ganz große Plan, der uns weit über Corona hinaus führt.....

Egal, wo wir hingehen, wir treffen immer auf Global Player oder auf Local Heroes und meistens auf beide. Aber: Wir sind im härtesten Markt der Welt, nämlich in unserem Heimatland Deutschland, zum Marktführer und zur besten Schmierstoffmarke geworden. Warum soll uns dies nicht auch in anderen Ländern gelingen? Mittlerweile sind wir auch ein richtiges Kaliber geworden und nicht mehr nur ein Kleinkaliber. Im Übrigen gilt: „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen.“ Und schnell sind wir, ebenso wie ehrgeizig, fleißig und pffiffig.

Die Krise gibt uns die Gelegenheit Märkte zu erobern, die bisher für uns nur sehr schwer zugänglich waren. Jetzt können wir eindrucksvoll zeigen, was wir können und leisten, was wir für die einzelnen Länder und Kunden bereit sind zu tun, um so mit unserem gesamten Leistungspaket zu überzeugen. Mit unserer international angelegten Online-Werbekampagne mit 1 Milliarde Kontakten haben wir den ersten Schritt getan. Weltmarktführer in Öl.... Warum nicht? Es ist uns in Deutschland gelungen und in einigen anderen Ländern ebenso. Seit 20 Jahren arbeiten wir daran diese Visionen wahr werden zu lassen. Noch nie war die Zeit günstiger als jetzt. Also dann, packen wir es an!

Ihr
Ernst Prost



„Voltaire & Max Giesinger“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost
über wahre Werte im Leben



Guten Morgen liebe Weggefährten!

„Auf das, was da noch kommt.“ Dieses Lied von Lotte und Max Giesinger gehört zu meinen aktuellen Lieblingsliedern. Ja, ich freue mich tiefri- sch auf das, was da noch kommt. Auch wenn ich schon 63 bin.... Aber da geht noch was. :)

Jetzt kommt erst mal wieder die Normalität – Schritt für Schritt. Aber hoffentlich kommt nicht alles wieder zurück.... Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, aber Corona hat uns Menschen nicht nur Grenzen aufgezeigt, sondern auch die wahren Werte des menschlichen Lebens: Mitgefühl, Nächstenliebe, aber auch Kampfgeist. Wir wollen leben! All die vermeintlichen Selbstverständlichkeiten wie Gesundheit, Freiheit, Freizeit und auch ein sicherer Arbeitsplatz sind so selbstverständlich gar nicht, wie wir jetzt sehen. Und vieles an oberflächlichem Gedudel, an Berieselung und Verblödung ist genau das, was es ist: Berieselung und Verblödung. Ist doch erstaunlich, was man alles nicht braucht,

um die vermeintliche Langeweile zu bekämpfen und die Zeit tot zu schlagen, und wie wenig man hingegen braucht, um ein erfülltes und glückliches Leben zu führen: Familie, Freunde, menschliche Begegnungen, Ruhe, Muse und Entspannung. Und ja, die Arbeit zähle ich auch zu unserem Lebenselixier. Wie sagte Voltaire: „Die Arbeit hält drei große Übel fern: Die Langeweile, das Laster und die Not.“ Nicht schlecht: Voltaire & Max Giesinger! „Will gegen die Wand fahr'n und wieder aufsteh'n. Will der größte Optimist sein, wenn's tagelang nur regnet. Auf jedes Stolpern, jedes Scheitern. Es bringt uns alles ein Stück weiter. Auf das, was da noch kommt.“

Wie gesagt: Ich freue mich darauf, gemeinsam mit Ihnen zu erleben und zu genießen, was da noch alles kommt.
Herzlichst

Ihr
Ernst Prost

„Leser & Kämpfer“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über Interesse und Gleichgültigkeit

Liebe Mitunternehmer,

50 % Ertragseinbruch nach vier Monaten. Das Schlimmste haben wir aber noch nicht hinter uns, sondern noch vor uns! Sind Sie noch alle ganz eng bei mir? Sind Sie noch alle knallhart bei der Sache? Kämpfen Sie nach wie vor Tag und Nacht für unsere Gemeinschaft, für unsere Firma, für unsere Kunden und für unsere Arbeitsplätze? Das wird notwendig sein, ihr Lieben! Ringsherum steigen die Arbeitslosenzahlen, genauso wie die Insolvenzanträge. Umsätze fehlen nach wie vor. Die Auftragslage ist äußerst bescheiden. Einige unserer Großkunden sind sogar noch bis Ende des Monats in Kurzarbeit oder vom Lockdown betroffen. Der Mai hat zwei Arbeitstage weniger wie im letzten Jahr. Das sind schon mal 10 % Minus von Haus aus. Stand heute haben wir ein Umsatz-Minus von 27 %.... Wenn es blöd läuft und uns nichts Besseres einfällt, dann gehen wir diesen Monat sowas von krachen wie noch nie in unserer 60-jährigen Firmengeschichte.... Das kann doch niemanden von uns kalt lassen!

Kämpfen um jede Dose, um jeden Kanister, um jeden Euro und um jeden Auftrag. Das habe ich als Aufgabe herausgegeben. Wir machen und tun zurzeit unglaublich viel, sind pausenlos im Internet aktiv, veröffentlichen Pressemeldungen, Partnerinfos, Newsletter und unsere legendären Bilder & Geschichten. Lesen Sie das auch? Schauen Sie sich an, was wir alles erarbeiten, um nicht abzusaufen? Erfolg setzt Interesse und Neugierde voraus. Und umgekehrt ist Misserfolg nichts anderes als die traurige Konsequenz von „Ist mir doch egal“....

Entscheiden Sie selbst durch Ihren Einsatz, ob Sie mithelfen 1.000 Arbeitsplätze in unserer Firma zu sichern und ein paar 10.000 bei unseren Kunden, von denen es einigen richtig schlecht geht und die sogar in ihrer Existenz



dramatisch gefährdet sind, oder ob Ihnen das alles egal ist.

Ich bitte Sie sehr herzlich: Lesen Sie, interessieren Sie sich, informieren Sie sich und bleiben Sie hochgradig motiviert, damit wir alle gemeinsam diese Krise zusammen mit unseren Kunden nicht nur gesund, sondern auch mit Erfolg überstehen!

Viel Spaß beim Lesen & Informieren. Viel Freude beim Kämpfen & Anpacken! Die Kolleginnen & Kollegen, alle unsere Kunden und auch unsere Lieferanten werden es uns danken.

Bleiben Sie erfolgreich!
Ihr
Ernst Prost

Liqui Moly startet Werbekampagne in über 100 Ländern – trotz Corona

LESEDAUER: 2 MIN



Produktion beim Schierstoffhersteller Liqui Moly in Ulm: Mittelständische Firmen versuchen ihre Belegschaft über wirtschaftliche Schwächephasen hinweg zu halten. (Foto: Imago Images)

8. Mai 2020



SCHWÄBISCHE ZEITUNG



Das dürfte Dollar-Zeichen in die Augen der Werbeindustrie zeichnen: Der Ulmer Öl- und Additivspezialist Liqui Moly baut seine Werbeaktivitäten weiter aus. Das Unternehmen startete jetzt eine weltweite digitale Werbekampagne, mit der eine Milliarde Kontakte in über 100 Ländern erzielt werden.

Dafür werden unter anderem das Google-Netzwerk, Youtube, Facebook und Instagram genutzt. Die Kampagne wird zentral von Deutschland aus gesteuert und bezahlt.

→ **Mehr entdecken: Liqui Moly macht Verlust trotz Umsatzplus**

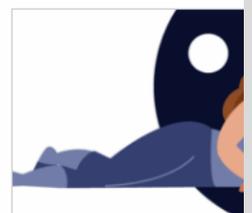
Die schon länger geplante Kampagne angesichts der Corona-Krise zu verschieben oder gar abzusagen, kam für Liqui Moly nicht in Frage. „Gerade in Zeiten wie diesen ist es wichtig Flagge zu zeigen“, sagt Geschäftsführer Ernst Prost. „Wir gehen in die Welt hinaus und werben für Öle und Additive made in Germany.“

2018 hatte Liqui Moly zum ersten Mal eine weltweite digitale Werbekampagne durchgeführt und über eine Milliarde Kontakte erreicht. Die Erfahrungen von damals sollen in die jetzige Kampagne einfließen.

→ **Mehr entdecken: 3-Millionen-Spende: Liqui Moly spendet noch mehr Produkte an Rettungskräfte**

→ **Mehr entdecken: Liqui-Moly-Chef Ernst Prost verzichtet auf sein Gehalt und hält Produktion aufrecht**

→ **Mehr entdecken: Liqui Moly zahlt Corona-Krisenprämie an Mitarbeiter**



Schwäbische Z

Heute schon morgen Beweise

Erhalten Sie r
Vorabendausgab
22 Uhr die Zeit
nächsten T

E-Paper te

Anzeige

Liqui Moly meldet deutlichen Gewinneinbruch

Die Coronakrise hinterlässt beim Öl- und Additivspezialisten Liqui Moly deutliche Spuren. Zwar stieg der Umsatz in den ersten vier Monaten um elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr, doch der Gewinn ist im gleichen Zeitraum um 50 Prozent eingebrochen.



Auch Werbeausgaben haben zuletzt den Gewinn bei Liqui Moly geschmälert.
Foto: Liqui Moly GmbH

millionenschwere Hilfspakete für Organisationen, die im Kampf gegen die Ausbreitung des Corona-Virus stehen.

„Unser Ertrag ist – wen wundert es – eingebrochen, aber in einem durchaus noch beherrschbaren Umfang und für uns zu verkraften. Hätte schlimmer kommen können“, schreibt der Unternehmer, der auch sonst gerne klare Worte findet, und verbreitet Zuversicht: „Wir schreiben keine Verluste, sondern nach wie vor schwarze Zahlen.“

07.05.2020

Für Geschäftsführer Ernst Prost ist das kein Grund zur Sorge: „Das kann man noch locker aufholen“, schreibt er dieser Tage an seine Belegschaft. Der Gewinneinbruch hängt demnach auch mit der Krisenbewältigungsstrategie des Unternehmens zusammen. Anstatt ängstlich den Geldhahn zuzudrehen, erhöhte Liqui Moly seine Investitionen kräftig. „Gut 10 Millionen Euro mehr als ursprünglich geplant haben wir an Werbegeldern ausgegeben, um die Krise zu bewältigen“, so Prost. Dazu kamen noch

www.motorist-online.de

ULM

Liqui Moly macht Verlust trotz Umsatzplus

LESEDAUER: 2 MIN

6. Mai 2020



SCHWÄBISCHE ZEITUNG



Die Coronakrise hinterlässt beim Ulmer Öl- und Additivspezialisten Liqui Moly deutliche Spuren. Zwar stieg der Umsatz in den ersten vier Monaten um elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr, aber der Gewinn ist im gleichen Zeitraum um 50 Prozent eingebrochen.

Für Geschäftsführer **Ernst Prost** ist das kein Grund zur Sorge: „Das kann man noch locker aufholen“, schreibt er an die Belegschaft.

→ **Mehr entdecken: 3-Millionen-Spende: Liqui Moly spendet noch mehr Produkte an Rettungskräfte**

Der Gewinneinbruch hängt auch mit der Krisenbewältigungsstrategie des Unternehmens zusammen. Anstatt den Geldhahn zuzudrehen, erhöhte Liqui Moly seine Investitionen kräftig.

„Gut 10 Millionen Euro mehr als ursprünglich geplant haben wir an Werbegeldern ausgegeben, um die Krise zu bewältigen“, so Ernst Prost. Dazu kamen noch millionenschwere Hilfspakete für Organisationen, die im Kampf gegen die Ausbreitung des Corona-Virus stehen.

→ **Mehr entdecken: Liqui-Moly-Chef Ernst Prost verzichtet auf sein Gehalt und hält Produktion aufrecht** [plus](#)

Es hätte auch schlimmer kommen können, meint Geschäftsführer Prost mit Blick auf die Entwicklung und verbreitet in seinem Rundbrief Zuversicht: „Wir schreiben keine Verluste, sondern nach wie vor schwarze Zahlen.“



ZUR PERSON Ernst Prost

Flüchtlingskind, gelernter Kfz-Schrauber. Fliegt raus, als er einen Betriebsrat gründen will. Dann viele Jahre bei Sonax, seit 1990 bei Liqui Moly. 1998 übernimmt er die Ulmer Firma. Mag Kunst, die nicht jeder mag. Modisch zwischen Nadelstreifen und Cowboy-Boots.

GRAF ZAHLT

Liqui-Moly-Boss Ernst Prost (62) spendiert seinen Mitarbeitern eine Corona-Prämie, statt sie in Kurzarbeit zu schicken. Eine Homestory im Homeoffice - auf seinem Schloss

| Text & Fotos Holger Karkheck |

DIE 500 JAHRE alte Tür öffnet sich erstaunlich leicht. Seit zehn Wochen hat sich Schlossherr Ernst I. hier verbarrikadiert. Motto: „My home office is my castle.“ Abends kommt Frau Holzwarth, seine Assistentin, und gibt die Post ab. Ansonsten lebt Ernst Prost abgeschottet hinter meterdicken Mauern. „Ich hab eine scheiß Angst vor diesem Corona“, sagt Prost. Leider gibt es die Zugbrücke und das Falltor nicht mehr.

Prost ist Chef von Liqui Moly. Motoröl made in Germany, in Ulm und Saarlouis. Damit ist er groß und reich geworden. Das Faszinierende: Er thront oben über Leipheim, einem Städtchen bei Ulm – und ist gleichzeitig am Boden geblieben. Seine knapp 1000 Mitarbeiter hat er in der Krise nicht in Kurzarbeit geschickt, sondern jedem von ihnen 1500 Euro Erschwereniszulage überwiesen. Außerdem stattet er Rettungsdienste und Feuerwehren in aller Welt mit Gratis-Motoröl aus. Wert: drei Millionen Euro. Graf zahlt – und verzichtet gleichzeitig selbst auf sein eigenes Gehalt. Managerkollegen, die lieber Dividenden ausschütten und Staatshilfe in



„Wir haben Rettungsdiensten und Feuerwehren in aller Welt Gratisöl zur Verfügung gestellt.“

Ernst Prost

▼ Vater und Sohn sind oft auf Reisen. Der Vater ist übrigens der links im Bild ...



◀ Sein Reklamanzug: Mit ihm tritt er aktuell wieder in Anzeigen auf

► Die Eingangshalle des Schlosses: „Mein Sohn sagt, ich sei ein Edel-Messi“



Hoch über Leipheim thront das Schloss (fertiggestellt 1559). Prost hat es für 360 000 Euro gekauft

Anspruch nehmen, würde er vermutlich gern in den Kerker werfen.

Jedenfalls kann sich Ernst Prost ziemlich echauffieren über solche Leute, die aus seiner Sicht Raubritter sind.

Prost sitzt an diesem 1. Mai in seinem Wintergarten, der ans Schloss angeflanscht ist, auf einem sonnengelben „Stressless“-Sessel. „Wie Captain Kirk auf der Enterprise“, sagt Prost und lacht. „Das hier ist meine Kommandozentrale.“ Neben ihm ein Zitronenbäumchen, vor ihm auf dem Glastisch liegen ein Schweizer Messer mit Liqui-Moly-Aufdruck und drei Handys. Ein abgegriffener Nokia-Knochen zum Telefonieren sowie zwei Smartphones. „Mit einem verschicke ich Bilder, mit dem anderen Mails. Ist doch praktisch!“

Neben ihm, in einem tiefen englischen Ledersofa, sitzt „seine Kerstin“, wie er sagt. Verheiratet sind sie nicht, aber seit zwölf Jahren zusammen. Kennengelernt haben sie sich am Strand von Rügen. Eigentlich war Prost damals in Meck-Pomm, um einen Standort für eine neue Ölfabrik zu finden. Damit hat's nicht geklappt. Aber er sah Kerstin –

und tat das, was ein Ölbaron in solchen Fällen eben so tut: er bohrte und bohrte.

Kerstin arbeitete damals als medizinisch-technische Assistentin in Eisenhüttenstadt, bis heute pendelt sie dorthin. Die 51-Jährige ist der gute Geist im Schloss, wenn man so will. Sie kümmert sich um Prosts Stiftungen. Und sie kocht dem Ernst Hühnerherzensuppe, die im Tiefkühlfach in alten Speiseeispackungen lagert. „Möchten Sie? Das ist sehr muskulöses Fleisch!“ Och nö, danke.

Das Schloss hat Prost 2006 für 360 000 Euro gekauft und dann aufwendig saniert. Alles in allem habe das wohl zwei Millionen Euro gekostet, sagt Prost. Als er die 500 Jahre alte Immobilie übernahm, war sie leer. Und heute ist sie: voll. Proppenvoll, um genau zu sein. Was den Rundgang nicht eben verkürzt. Denn zu jedem Stück weiß der Schlossherr eine Geschichte zu berichten. Da ist zum Beispiel die Sache mit dem Ölschinken inkl. Ölbaron: „Das Bild zeigt mein Schloss“, sagt Prost und weist mit dem Finger auf ein stattliches Gemälde an der Wand. Er selbst habe es in Auftrag gegeben. Links der >>



FOTOS: HOLGER KARKHECK (6)

Ernst Prost im Esszimmer. Neben steht das ganze Jahr der geschmückte Weihnachtsbaum (Kunsttanne)

» Ritter auf dem Pferd, das sei er selbst. Der Maler habe ihn zunächst ohne Haare gemalt. Und dann habe er, Prost, verlangt, einen Helm zu bekommen.

Während Ernst Prost in seinen Birkenstock-Puschen die imposante (und vollgestellte) Holztreppe emporsteigt, fragt man sich als Besucher, welche seiner Geschichten stimmt und welche vielleicht nicht so ganz.

Die Legende vom stets geschmückten Weihnachtsbaum ist jedenfalls wahr, er steht im ersten Stock. Daneben uralte Möbel, Kaminuhren, Zinnbecher, Muschelbilder, Mineralien, ein Dual-Plattenspieler mit Santana-LP. Manchmal kämen Gäste aus China oder Amerika, sagt Prost. DIE würden Augen machen! Und man selbst denkt: Noch größere als ich?

Ernst Prost ist ein ausgesprochen unterhaltsamer Mensch. Aus den geplanten zwei Stunden Home(office)story werden fünf. Er hatte schon immer viel zu sagen, 2011 galt Prost als der Mann mit den meisten Talkshowauftritten.

Jetzt während der Coronakrise schickt er seinen Mitarbeitern jeden Tag einen persönlichen Brief. „Schreiben hilft mir“, sagt Prost.

Auch als Reporter bekommt man regelmäßige Mails mit seinen Gedanken – gern mal um 2.07 Uhr, verziert mit Emojis in Form kleiner Gespenster. Vermutlich die aus dem Schloss. Nachts knarre es da nämlich recht häufig, sagt Prost.



„Wir haben in den ersten vier Monaten trotz Corona ein Umsatzplus von elf Prozent erzielt.“

Ernst Prost, Liqui-Moly-Chef

» Zum Fuhrpark von Ernst Prost gehören ein alter Jeep Wrangler, eine stattliche Harley-Sammlung und der Flügel-türer Mercedes SLS AMG. Außerdem fährt er Ford Raptor - also den F-150, nicht den kleinen Ranger natürlich

Prost sagt stets, was er denkt. Das kommt nicht immer gut an. Vor ein paar Jahren hat er sich nach etwas größerem Ärger sogar mal aus der Öffentlichkeit zurückgezogen. Aber jetzt in der Krise ist er wieder da. Macht Reklame wie noch nie: „Wenn meine Vertriebsmitarbeiter nicht rauskönnen, müssen wir ja irgendwie anders auf uns aufmerksam machen“, sagt Prost. Also bucht er Werbung. Fernsehen, Radio, Zeitungen. Das volle Programm, zur besten Sendezeit. Gut zehn Millionen Euro investiere er zusätzlich ins Marketing, sagt Prost. Er selbst tritt in seinem berühmten Nadelstreifenanzug und der, sagen wir, farbenfrohen Krawat-



FOTOS: HOLGER KARKHECK (6)

te auf. Der Anzug ist zehn Jahre alt, so etwas wie sein (un-)modisches Markenzeichen. Dabei ist Prost im Grunde ziemlich lässig. Er fährt Amis (Jeep Wrangler, Ford Raptor, Harley) und reist mit Sohn, Defender und Dachzelt durch Botswana.

Das Schloss inspiriere ihn, sagt Prost. Auch bei der Einschätzung der aktuellen Lage. „Wissen Sie, Krisen gab es schon immer. Aber die Existenzängste waren doch früher viel größer. Es gab Hungersnöte, keine Agentur für Arbeit, keine Charité.“ Während der Bauernkriege seien unten in der Donau 30 000 Menschen ertränkt worden. DAS seien harte Zeiten gewesen. Corona werde schon vorbeigehen, schließlich habe die Menschheit auch Pest und Cholera überstanden.

Die Aufregtheit vieler in diesen Wochen nerve ihn. Und so wolle er genau das Gegenteil sein: ein Fels in der Brandung. Aus seiner Trutzburg heraus der Krise trotzen.

Jeden Tag guckt er auf seinen Umsatz. „Ich bin Arzt, ich messe Fieber und Blutdruck“, sagt Prost und lacht. Bislang ist sein Patient ganz stabil. In den ersten vier Monaten hat Liqui Moly immerhin noch ein Umsatzplus von elf Prozent gemacht, auch wenn es im April nicht mehr ganz so gut lief.

Dann ist Abend. In dieser Nacht wird Prost seinen Mitarbeitern schreiben, jetzt komme die „Phase des Nachholens und Aufholens“. Und seine Leute wissen: Auf das Wort von Graf Zahlt kann man zählen. 🚫

Ertragseinbruch – so what?

Bei Liqui Moly geht man einen eigenen Weg durch die Krise. Der kostet Geld – das laut Chef Ernst Prost gut angelegt ist



Autor:
red

Veröffentlicht:
05.05.2020 | 14:00

Meinungsbark: Liqui Moly-Chef Ernst Prost nimmt kein Blatt vor den Mund, auch warum die Wirtschaft vor die Hunde gehen könnte. Foto: Liqui Moly

Ulm. Das tägliche Schreiben an seine Mitarbeiter hat Ernst Prost inzwischen einiges an medialer Aufmerksamkeit gebracht – weil der Geschäftsführer der Liqui Moly sprichwörtlich frei von der Leber weg seine unbequemen Gedanken zu Konzernen und Krise, Dividenden oder auch dem **Gesundheitssystem niederschreibt**. Doch wie geht es dem eigenen Unternehmen? Auch hierauf hat Prost eine klare Antwort: "Unserer Strategie 'Jetzt muss was passieren, damit nix passiert' hat funktioniert – zumindest bisher."

Dahinter verbirgt sich folgende Situation: Der Umsatz beim Öl- und Schmierstoffspezialisten brach im April um 25 Prozent ein – kumuliert liege man nach vier Monaten aber immer noch elf Prozent im Plus gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im Gegenzug habe man das Werbebudget um zehn Millionen Euro zusätzlich aufgestockt. Von diesem Mehr an Aufmerksamkeit will man im Anschluss an die Krise profitieren.

Parallel hat Liqui Moly 1,5 Millionen Euro an die eigene Belegschaft **als "Erschwerniszulage" ausgeschüttet** und weitere drei Millionen Euro an Rettungsdienste, Feuerwehren und ähnliche Organisatoren gespendet. Im Gegenzug hat Prost nur bei sich selbst gespart, in dem er auf sein komplettes Gehalt verzichtet – von dem Instrument der Kurzarbeit hält er hingegen für sein eigenes Unternehmen nichts. Und ein Investitionsstopp? Prost: "Den finde ich albern – man spart sich nur die Zukunft kaputt. Und wenn das jede Firma so macht, ist es doch logisch, dass die ganze Wirtschaft vor die Hunde geht."

All die Maßnahmen kosten natürlich Geld, weshalb der Ertrag laut Prost eingebrochen sei. Prost: "Aber in einem durchaus beherrschbaren Umfang und für uns zu verkraften". Man schreibe keine Verluste, sondern nach wie vor schwarze Zahlen.

Wobei Prost generell optimistisch bleibt: 50 Prozent weniger Ertrag in den ersten vier Monaten gegenüber dem Vorjahr? "Das kann man noch locker aufholen. Also ich persönlich traue uns das auch noch zu."

Kein Wunder also, dass der Liqui Moly-Chef für den aktuellen Stand der Krise ein optimistisches Fazit zieht: "Eine Delle wird es geben, aber keinen totalen Absturz. Ein paar Schrammen und Schleifspuren im Ertrag. So what?"

Liqui Moly wurde 1957 gegründet. Heute ist das Unternehmen einer der führenden Hersteller von Additiven, Schmierstoffen und Motorenölen mit einer Exportquote von rund 50 Prozent. Kunden in 120 Ländern werden beliefert. Das in Ulm ansässige Unternehmen gehört seit Anfang 2018 zur Würth Gruppe und setzte mit 933 Mitarbeiter im Jahr 2019 569 Millionen Euro um.



Ernst Prost: "Da gibt es keine Trennung zwischen Freundschaften und Beruf"

6. Mai 2020

Share

Share

Print

Email

Whatsapp

Wenn er sich selbst beschreibt, so hat sich Ernst Prost dem Verkaufen verschrieben und dem Siegen. Der Sohn einer bayerischen Fabrikarbeiterin und eines Maurers arbeitete nach seiner Ausbildung zum Kfz-Mechaniker sowie als Juniorverkäufer. Später war er Marketingleiter bei einem renommierten Autopflegemittelhersteller. 1990 stieg er als Vertriebs- und Marketingchef bei Liqui Moly ein, bis er 1998 alleiniger geschäftsführender Gesellschafter wurde. 2018 verkaufte er seine Unternehmensanteile an die Würth-Gruppe und blieb weiterhin Geschäftsführer des Unternehmensverbunds von Liqui Moly und Meguin. Wir sprachen mit ihm über seine im Berufsleben gemachten Erfahrungen, Herausforderungen in der Zukunft, was er noch so vorhat und zu seiner Einstellung in der Corona-Krise.

Gestartet? Es ist passiert

amt: Wenn Sie nochmal Ihre berufliche Karriere starten würden, wäre das wieder im Automotivsektor?

Ernst Prost: Naja, gestartet habe ich gar nichts, und schon gar keine Karriere. Es ist halt passiert. Und darüber bin ich gar nicht unglücklich. Meine Arbeit macht mir Spaß, und ich fühle mich sauwohl dabei.

amt: Was mögen Sie besonders an dieser Branche?

Ernst Prost: Unsere Branche ist sehr menschlich. Ich kenne so viele Menschen, von denen mir in den letzten 42 Jahren sehr viele ans Herz gewachsen sind. Daneben vereinigen wir in unserer Branche die kaufmännische und die technische Welt in einem Maße wie ich es aus anderen Branchen nicht kenne.

Technischer Wandel als Herausforderung

amt: Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Automotivbranche in den nächsten Jahren?

Ernst Prost: Ganz eindeutig im technischen Wandel. Den gilt es nicht nur zu beherrschen, sondern zu gestalten und ihn nicht auszubremsen, sondern maßgeblich voranzutreiben. Das mag vielen schwerfallen, die es sich auf ihrer Cashcow bequem gemacht haben, aber es ist der einzige Weg, wenn man nicht im Loch der Vergangenheit verschwinden will.

Reise, fotografieren oder Rotwein & Dessous

amt: Wenn Sie nicht in der Automotivbranche arbeiten würden, für welche Branche würden Sie sich entscheiden und warum?

Ernst Probst: Reisen, fotografieren oder Rotwein & Dessous. Oder alles zusammen in einer neuen Kombination.

amt: Als familiengeführter Mittelständler sei man mehr den Menschen als dem Kapital verpflichtet. Da geht es um Verantwortung für die Menschen, um Arbeitsplätze, um die Gesellschaft und das Land, machten Sie im Zuge der Corona-Situation im April deutlich. Können Sie das etwas konkretisieren?

Ernst Probst: Das ist doch schon mehr als konkret. Was hatten wir nicht schon alles auf dieser Welt: Sklaverei, Leibeigenschaft, Ausbeutung, die 12 Stunden Woche und immer eine gewaltige Diskrepanz zwischen der Belohnung für Arbeit und der Verzinsung von Kapital. Erst die soziale Marktwirtschaft hat es geschafft, faire Bedingungen für Unternehmer und Arbeiter herzustellen. Diese Errungenschaft darf durch Heuschrecken nicht aufgefressen und durch globale Finanzinvestoren nicht zerstört werden. Der deutsche Mittelstand ist nach wie vor ein Leuchtturm für die freie und soziale Marktwirtschaft, die der gesamten Gesellschaft dient und nutzt.

1000 Arbeitsplätze erhalten ist nicht leicht für Ernst Probst

*amt: Am 31. März 2020 haben Sie ihren Mitarbeitern mitgeteilt, dass Sie ab sofort **auf Ihr Gehalt verzichten wollten**, um mit diesem Anteil an den Einsparungen Arbeitsplätze zu sichern. Wie wurde das in Ihrem Unternehmen aufgenommen?*

Ernst Probst: Also vorausschicken muss ich, dass selbst bei meinem nicht ganz so schlechten Gehalt die Möglichkeiten begrenzt sind, 1000 Arbeitsplätze zu erhalten. Aber es ist ein Signal, eine Geste die zeigen soll, dass wir jetzt alle zusammen stehen müssen um, die Krise zu meistern. Das haben meine Kolleginnen und Kollegen sehr gut verstanden. Passend dazu habe ich ja auch 1500 € Corona Erschwerniszulage an jeden einzelnen von uns ausbezahlt. Und das nicht nur an unsere Mannschaft in Deutschland, sondern überall auf der Welt, wo wir arbeiten. Ich darf Ihnen sagen, dass diese extra Kohle nicht nur höchst willkommen war, sondern in vielen Fällen auch dringend notwendig, weil der eine oder andere zweite Verdiener in der Familie schon auf der Straße sitzt oder nur noch Kurzarbeiter Geld bekommt.

*amt: Diese **Krise** habe jetzt Gelegenheit gegeben, am Gemeinwohl noch intensiver als sonst mitzuwirken. Ihr Haus tut dies mit Produkten aus der Fertigung, die kostenlos an Rettungsdienste abgegeben werden. Verschenken Sie jetzt mehr als Sie verkaufen?*

Ernst Probst: Das ist tatsächlich an zwei Tagen passiert. Wir haben an Rettungsdienste mehr verschenkt, als wir an unsere Kunden verkauft haben. Das wird sich hoffentlich bald wieder ändern und umdrehen. Aber es hat sehr viel Freude und Sinn gemacht, unsere Rettungsdienste mit Produkten zu unterstützen. Das haben wir übrigens nicht nur in Deutschland so durchgezogen, sondern in vielen anderen Ländern dieser Welt, in denen genauso wie bei uns das Gesundheitswesen stark unter Kostendruck leidet.

amt: Die gegenwärtige Corona-Pandemie und der damit verbundene Shutdown der Wirtschaft bedeuten für den Automotivbereich in weiten Teilen Stillstand. Wie beurteilen Sie die künftige Situation?

“Wir werden einen noch nie dagewesenen Aufschwung erleben”

Ernst Prost: Dieser Shutdown geht an die wirtschaftliche Substanz vieler Unternehmen. Keine Frage. Der Staat muss viel frisches Geld in die Wirtschaft pumpen, um das System nicht vollends kollabieren zu lassen. Das ist so notwendig wie Öl im Motor. Wenn wir es schaffen, den Exodus der Wirtschaft mit den Firmen und den dazugehörigen Arbeitsplätzen zu vermeiden, werden wir im Anschluss wieder einen noch nie dagewesenen Aufschwung erleben, weil wir ja nichts wie in einem Krieg zerstört haben, sondern nur den Schalter wieder umlegen müssen um Konsum, Produktion und Investitionen wieder anzukurbeln.

Über Liqui Moly

Die Anfänge von Liqui Moly reichen über 60 Jahre zurück. Gegründet wurde das Unternehmen 1957. Das erste Produkt war ein Öladditiv, das den Festschmierstoff Molybdändisulfid (MoS₂) enthielt und dadurch den Motor vor Verschleiß schützt. Auf dieses Additiv bezieht sich auch der Firmenname: Liqui, weil es ein flüssiges Additiv ist, und Moly wegen des Molybdändisulfids. Im Lauf der Jahre wurde das Sortiment immer weiter ausgebaut. 2006 kaufte das Unternehmen seinen damaligen Zulieferer Meguin und besaß von da an ein eigenes Ölwerk. Motoröle und Additive sind die beiden wichtigsten Standbeine des Ulmer Unternehmens. Im Lauf der Jahre wurde das Sortiment immer weiter ausgebaut. Hinzu kamen Serviceprodukte, Autopflege, Fette und Pasten, Unterbodenschutz und Scheibenkleber sowie Werkzeuge und Ausrüstung für die Anwendung der Produkte. Insgesamt sind es über 4000 Artikel, die das Unternehmen zum Vollsortimenter für Autochemie machen. Außer für Autos hat man zudem eigene Produktlinien für Motorräder, Fahrräder, Nutzfahrzeuge und Baumaschinen, für Gartengeräte und Industrieanwendungen sowie für Boote und kleine Flugzeuge.

Im Jahr 2018 verkaufte der geschäftsführende Gesellschafter Ernst Prost seine Anteile an die Würth-Gruppe, blieb aber weiterhin Geschäftsführer des Ulmer Unternehmens, das seinen Ausführungen zufolge kerngesund dastand. Dabei verwies er auf eine hohe Eigenkapitalquote und auch in dem Jahr wieder einen neuen Umsatzrekord. „Ich wollte in aller Ruhe Vorsorge treffen, wenn es uns gut geht und wir nicht unter widrigen Bedingungen entscheiden müssen“, sagte damals Ernst Prost.

Zur Würth-Gruppe bestehe eine lange Beziehung, so Prost. Denn seit fast 20 Jahren war damals die Würth-Gruppe bereits stiller Teilhaber der Ulmer. Abgesehen vom Eigentümerwechsel im Hintergrund änderte sich nichts. Liqui Moly blieb ein eigenständiges Unternehmen innerhalb der Würth-Gruppe und Ernst Prost der Geschäftsführer. Auch für die Beschäftigten änderte sich nichts. „Wer mich kennt, weiß, dass bei mir die Mitunternehmer im Vordergrund stehen“, machte damals Ernst Prost deutlich und merkte an: „Es wäre ja auch unsinnig, am Erfolgskurs der letzten Jahre etwas zu ändern. Es geht genauso weiter wie bisher, nur eben unter einem größeren Dach, das mehr Schutz bietet.“

Foto: Liqui Moly

Liqui Moly bleibt in den schwarzen Zahlen und Ernst Prost motiviert die Belegschaft weiter vorbildlich



A 20/20 12.05.2020 Merken Drucken

Öl- und Additivspezialist Liqui Moly/Ulm muss zwar im April einen Umsatzrückgang von 25 % hinnehmen, nach vier Monaten sind es aber +11 %! Der Gewinn ist jedoch um 50 % gefallen. **Geschäftsführer Ernst Prost bleibt optimistisch und schreibt an das Liqui Moly-Team:** „Das kann man noch locker aufholen in den nächsten zwei Tertialen. Wacker gekämpft haben wir im gesamten Unternehmen, aber auch gigantisch investiert in alle möglichen Werbeleistungen.“ Mit Blick auf den „Gewinneinbruch“ klärt Prost auf: „Gut 10 Millionen Euro mehr als ursprünglich geplant haben wir an Werbegeldern ausgegeben, um die Krise zu bewältigen.“ Leidenschaftlich motiviert Prost sein Team: „Wir sind Kämpfer und wir sind Arbeiter, Denker und Macher. Ich möchte, dass WIR ein Beispiel sind für Optimismus, Zuversicht und Kampfgeist, aber auch für exzellente Vorbereitung im Rahmen unseres Krisen-Managements für die Zeit danach. Bitte bleiben Sie ganz eng mit unseren Kunden verbunden.“ **Ernst Prost ist ein großartiger Unternehmer!**

www.markt-intern.de

Liqui Moly verzeichnet deutlichen Gewinneinbruch

Die Corona-Krise hinterlässt bei Liqui Moly deutliche Spuren. Zwar stieg der Umsatz des Öl- und Additivspezialisten nach Unternehmensangaben in den ersten vier Monaten 2020 um 11 Prozent im Vorjahresvergleich, der Gewinn brach jedoch um 50 Prozent ein.



Abfüllung beim Hersteller
Foto: Liqui Moly

Geschäftsführer Ernst Prost gibt sich gewohnt selbstbewusst: „Das kann man noch locker aufholen“, heißt es in seinem Rundschreiben an die Belegschaft. Der Gewinneinbruch hänge auch mit der Krisenbewältigungsstrategie des Unternehmens zusammen. Anstatt „ängstlich den Geldhahn zuzudrehen“, habe Liqui Moly seine Investitionen kräftig erhöht. „Gut 10 Millionen Euro mehr als ursprünglich geplant haben wir an Werbegeldern ausgegeben, um

die Krise zu bewältigen“, so Prost.

Zudem schnürte das Unternehmen nach eigenen Angaben „millionenschwere Hilfspakete“ für Organisationen, die gegen die Ausbreitung des Corona-Virus kämpfen. Prost: „Unser Ertrag ist – wen wundert es – eingebrochen, aber in einem durchaus noch beherrschbaren Umfang und für uns zu verkraften. Hätte schlimmer kommen können. Wir schreiben keine Verluste, sondern nach wie vor schwarze Zahlen.“

www.baumarktmanager.de

ER ISST HÜHNERHERZEN & SCHMÜCKT SEINEN TANNENBAUM NIE AB

Von ALEXANDRA ZU CASTELL-RÜDENHAUSEN und SASCHA BAUMANN (Fotos)

Ulm – Seine Aktionen finden gerade große Anerkennung. Mitten in der Corona-Krise, wo andere Unternehmen kürzen, zahlte Liqui Moly-Chef Ernst Prost (62) seinen 1000 Mitarbeitern 1500 Euro Prämie extra. Statt Kurzarbeit gibt's bei ihm Jobgarantie. Damit Arbeitsplätze erhalten bleiben, verzichtet er auch schon mal auf das eigene Gehalt. Doch wer ist der Mann, der gerade deutschlandweit Werbung für seine Produkte macht?

Ernst Prost kennt das Leben mit wenig Geld. Der Sohn eines Maurers und einer Fabrikarbeiterin hat klein angefangen. Als Kfz-Lehrling bekam er 80 Mark im Monat. Und das bei einer 45-Stunden-Woche. Damals wohnte er noch in einem kleinen Zimmer bei den Eltern. Lang vorbei! Heute wohnt Prost in einem großen Renaissance-Schloss in Leipheim im bayerischen Grenzgebiet zum

Ländle. Für 362.500 Euro hat er den weißen Kasten 2006 gekauft. Für mehrere Millionen dann umgebaut. Den alten, zum Teil ramponierten Steinboden in der herrschaftlichen Eingangshalle hat er rausgerissen – und Stück für Stück wie-

der original eingebaut. Drauf steht jetzt seine auf Hochglanz polierte Harley Davidson. Daneben eine Barock-Kommode mit französischen Standuhren aus Gold von unschätzbarem Wert. Er selbst trägt tadellosen Nadelstreifen-Anzug und farbenfrohe Krawatte. Dazu Birkenstock – wenn's niemand sieht.

Wie viel Zimmer das Schloss hat, weiß er nicht. Auf jeden Fall genug. In einem steht noch der prachtvolle Weihnachtsbaum, raumhoch. Seit Jahren. Wir schmücken den nicht ab. Wir benutzen das Zimmer halt nur an Weihnachten. An den Wänden hat er Seidentapeten. Purpurrot oder Smaragdgrün mit prachtvollen Ornamenten. Dazu schwere, antike Möbel. Alle auf eBay ersteigert. Und dann die Bronzefiguren. Hundert sind es bestimmt. Wohlgeformte Körper, schöne Frauen. Ich

liebe es, mich mit schönen Dingen zu umgeben.

Seit acht Wochen hat er sein Schloss nicht verlassen. Aus Angst vor Ansteckung. Prost: „Ich leide wie ein Hund unter Corona. Ich habe Panik davor.“ Deshalb bleibt er drin. Prost lacht. „Ich mache social distancing. Zuerst dachte ich, das hat was mit Tischlantz zu tun. Mein Englisch ist halt nicht so gut!“

Um 6 Uhr steht er auf. Dann gibt's Kaffee und LKW (Leberkäsewecken). Oft ist er 16 Stunden am Stück mit seinem Liqui Moly beschäftigt. Dann diktiert er Briefe an seine Kunden

weltweit. Der Google-Translator sorgt dafür, dass es auch alle verstehen. Richtig zum Essen kommt er nicht. „Ich hab keine festen Zeiten.“ Nur um 17 Uhr – da muss es Abendessen geben.

Ernst Prost im Esszimmer seines Schlosses. Die Uhren und die Porzellanfiguren hat er ersteigert



Am liebsten die Suppe mit Hühnerherzen, die Lebensgefährtin Kerstin Thiele (52) so toll kocht.

Nachts liegt er oft schlaflos in seinem Bett, ganz oben im Schloss. Einen Fernseher hat er nicht. Dann hört er nur die Stille und das Haus. „Manchmal knarren die Balken. Da hab' ich schon Angst.“ Dann

steht er auf, läuft durchs einsame Schloss, diktiert Briefe. Oder betet unten in der Halle. Am Kreuz neben dem roten Ledersofa. „Ich danke jeden Tag dem Herrgott, dass ich lebe.“ Danach findet er es auch nicht mehr so schlimm, wenn's mal nicht so geschmiert läuft.

Schmiermittel für 120 Länder

Das Unternehmen Liqui Moly (Schmiermittel) wurde 1957 von Hans Henle in Ulm gegründet. 1998 wurde Ernst Prost geschäftsführender Gesellschafter. Er änderte die Strategie des Unternehmens und stellte den Vertrieb auf mehrere Kanäle. Inzwischen wird in 120 Länder exportiert. 2018 verkaufte Ernst Prost seine Anteile an die Würth-Gruppe, die nun Eigentümer ist. Ernst Prost ist weiter Geschäftsführer. 2019 wurde ein Umsatz von 569 Mio Euro verzeichnet.

SACHSPENDEN

12.05.2020, 15:14 Uhr

Autopflegemittel-Hersteller unterstützt die Arbeit der Johanniter mit Motorölen und Pflegeprodukten



Freude bei den Johannitern in Ostbayern: Für die Pflege der Einsatzfahrzeuge erhielt die Hilfsorganisation von dem auf Motoröle und Zusatzstoffe für Treibstoffe spezialisierten Unternehmen „Liqui Moly“ Unterstützung. Vertreter des Regionalverbandes Ostbayern nahmen die Sachspenden des Ulmer Unternehmens an der Regionalgeschäftsstelle in Regensburg entgegen. Die Lieferung umfasst mehrere Kanister Motorenöl sowie andere Autopflegemittel.

REGENSBURG. Anfang April rief „Liqui Moly“ Rettungsdienste, Feuerwehren und Krankenhäuser auf, ihren Bedarf an Fahrzeugpflegeprodukten dem Unternehmen anzugeben. Insgesamt stellte „Liqui Moly“ Produkte im Wert von drei Millionen Euro zur Verfügung. „Natürlich meldeten wir uns auf den Aufruf sofort“, sagt Frank Zirngibl, Leiter des Rettungsdienstes der Johanniter in Ostbayern. „Dank der Spende konnten wir über 100 Fahrzeuge aus unserem Fuhrpark für die nächsten Monate mit den Ölen und Pflegemitteln versorgen.“ Ein streikender Motor oder mit Insekten verklebte Scheiben, können im Einsatz wertvolle Zeit kosten und die Sicherheit der Helfer beeinträchtigen.

Im Rettungsdienst, der ambulanten Pflege oder auch im Hintergrunddienst für den Hausnotruf sind die Johanniter auf ihre Einsatzfahrzeuge angewiesen. „Wir müssen schnell und sicher zu unseren Einsatzorten gelangen“, sagt Zirngibl. „Man kann sagen – freie Straßen und freie Sicht sind da schon eine gute Basis.“ Umso dankbarer sind die Johanniter über die Unterstützung, die sie schnell und unbürokratisch erreichte.



Ein Artikel von Johanniter Ostbayern/Pressemitteilung

CORONA-KRISE

SPENDENAKTION



Mit vollem Einsatz für alle, die sich mit ganzer Kraft einsetzen!

Unsere Spendenaktion nimmt weiter Fahrt auf und hält
alle Corona-Helfer sicher mobil.



Norden, Osten, Süden, Westen: Ganz Deutschland hält in dieser schwierigen Zeit grandios zusammen – und LIQUI MOLY trägt einen wertvollen Teil dazu bei! Seit Auslobung unserer Gratis-Produktspende im Wert von 3 Mio. EUR, erreichen uns täglich aus allen Ecken des Landes Bestellungen von Rettungsdiensten, Feuerwehren, Polizeistationen, Technischen Hilfswerken, mobilen Pflegediensten ... einfach all jenen, die sich während der Corona-Pandemie aufopferungsvoll für ihre Mitmenschen einsetzen. Genauso häufig erreichen uns Bilder, Briefe, E-Mails und Posts in den Sozialen Medien, die zeigen, wie dankbar die Helfer über unsere Spenden sind. Es tut gut zu wissen, dass unsere Produkte besonders in der jetzigen Situation konkreten Nutzen stiften, indem sie unser Gesundheits- und Katastrophenschutzsystem mobil halten und wir so eine kleine Last von den Schultern der Einsatzkräfte nehmen.

Unsere Produkte helfen, dass die Einsatzfahrzeuge auch im Notfall reibungslos funktionieren!



CORONA-KRISE

SPENDENAKTION



Spitzenschmierstoff für spitzen Einsatzkräfte! Auf diesem Bild freuen sich Vertreter der Freiwilligen Feuerwehr Bad Arolsen über unsere Produktspende.



Auf Sicherheitsabstand und trotzdem näher zusammen denn je: Deutschlands Hilfskräfte und LIQUI MOLY! Auch in der Zentralwerkstatt des Deutschen Roten Kreuzes Mittelhessen war die Freude über unsere Ware riesengroß. um damit Einsatzfahrzeuge und Krankenwagen weiter am Laufen zu halten.



Florian Geßner, Münchenerstr. 18, 85667 Oberpfaffenhofen

22. April 2020

LIQUI MOLY GmbH
Jerg-Wieland-Straße 4
89081 Ulm

Datum: 18. April 2020

Wir bedanken uns ganz herzlich

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Feuerwehr Oberpfaffenhofen möchte sich bei Ihnen für die Sachspende vom 17.04.2020 recht herzlich bedanken.

Unsere Mannschaft hat sich sehr über Ihre Sachspende gefreut. Ihre Produkte sind auch bereits in Verwendung und bei der heutigen Fahrzeugwartung erfolgreich eingesetzt worden.

Es ist in der heutigen Zeit nicht mehr selbstverständlich unentgeltlich jemandem zu helfen. Desto mehr freut uns Ihre Spende in der aktuellen „Corona-Zeit“. Mit Ihrer Spende helfen Sie uns, damit wir unsere freiwillige Arbeit noch besser ausführen können und unsere Gerätschaften zu jeder Zeit funktionsfähig und einsatzbereit sind. Sie halten uns Einsatzkräften den Rücken frei.

Für diese Geste können wir uns nicht oft genug bedanken.

Vielen Dank für Ihre Spende. Bleiben Sie und alle Mitarbeiter Ihres Unternehmens gesund.

Mit kameradschaftlichen Grüßen

Feuerwehr Oberpfaffenhofen


Geßner Florian
Stellvertretender Kommandant
FF Oberpfaffenhofen



27.04.2020

Stellvertretung - Postfach 15 20 - 69156 Wiesloch

LIQUI MOLY GmbH
Jerg-Wieland-Str. 4
89081 Ulm

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für Ihre sehr großzügige Spende an professionellen Reinigungsmitteln und -utensilien, die Sie der Freiwilligen Feuerwehr Wiesloch zur Verfügung gestellt haben.

Mit Ihrer Spende leisten Sie einen großen Beitrag zur Erhaltung der Einsatzfähigkeit unserer kritischen Infrastruktur. Gerade in so einer Krisenzeit ist dies besonders wichtig.

Es war uns möglich, alle unsere Feuerwehrabteilungen mit Ihren Produkten zu versorgen. Dafür möchten wir uns nochmals ganz herzlich bedanken.

Mit den besten Wünschen und bleiben Sie gesund!!



Peter Hecker
Stadtbrandmeister



CORONA-KRISE

SPENDENAKTION

Liqui Moly GmbH
Herrn Ernst Prost
Jerg-Wieland-Straße 4
89081 Ulm



Dankbarkeit ist das Gedächtnis des Herzens.

(Jean-Baptiste Massillon, 1663-1742)

Sehr geehrter Herr Prost,

im Namen der Johanniter Oberbayern, bedanke ich mich herzlich für Ihre großzügige Sachspende. Mit den am Montag überreichten Produkten, haben Sie nicht nur unserer Fahrzeugflotte etwas Gutes getan. Alle haupt- und ehrenamtlichen Johanniter freuen sich über die Spenden und schöpfen aus Ihrer Geste zusätzliche Motivation für die kommenden Einsätze.

Das Motorenöl und die Pflegeprodukte finden Verwendung im gesamten Fahrzeugpool des Johanniter-Regionalverbandes Oberbayern. Pflege- und Rettungsdienst profitieren davon genauso, wie die Einheiten des Hausnotrufs und des Bevölkerungsschutzes.

Die aktuelle Situation ist sicherlich auch für Ihr Unternehmen nicht einfach. Dass Sie auch in dieser schwierigen Zeit an die Hilfsorganisationen denken, macht Ihre Unterstützung umso bedeutender.

Kommen Sie und Ihr Unternehmen gut durch diese Zeit!

Herzliche Grüße



Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.
Regionalverband Oberbayern
Margit März
Mitglied des Regionalvorstandes
Tel. 089 890145-11
margit.maerz@johanniter.de
www.johanniter.de/oberbayern

**DIE
JOHANNITER** 
Aus Liebe zum Leben





**Ob Krankenwagen oder Feuerwehrfahrzeuge:
Sämtliche Einsatzfahrzeuge sind derzeit
besonders gefordert und umso mehr auf die
richtige Schmierung und Pflege angewiesen.
Hier helfen wir gerne!**



CORONA-KRISE

SPENDENAKTION



 **Freiwillige Feuerwehr Ochsenfurt** 🙏 sehr dankbar
12 Std. - 🌐
+++ VIELEN DANK +++
Ein herzliches Dankeschön an LIQUI MOLY für diese großzügige Spende.
Einfach und unkompliziert helfen - super Aktion!





Biedenkopf, den 07.05.2020

Ihre Spende

Sehr geehrter Herr Prost,

Sie haben uns für die Einsatz-Fahrzeuge des Katastrophen-Schutzes verschiedene Pflege- und Wartungsprodukte zur Verfügung gestellt. Wir wissen das in der heutigen Zeit sehr zu schätzen und danken Ihnen für Ihre Unterstützung.

Unsere Einsatzkräfte und Schirmmeister für die Fahrzeugpflege freuen sich sehr darüber.

Nochmals ganz herzlichen Dank und bleiben Sie gesund!

Mit freundlichen Grüßen


A. Cornelia Bönnighausen
Vorstandsvorsitzende



CORONA-KRISE

SPENDENAKTION



Bearbeitet von
Katrin Amling

05. Mai 2020
17:43 Uhr



 DRK Ortsverein Oberbergen
11 Std. · 🌐

Diese Produkte haben wir für unseren MTW gespendet bekommen. Ein großes Danke geht hierfür an die Firma LIQUI MOLY.
#drkoberbergen #wirsindda #ehrenamt



 Freiwillige Feuerwehr Volders
13 Std. · 🌐

Herzlichen Dank an die Firma LIQUI MOLY für die großzügige Unterstützung! 🙌👍👏
Im Zuge einer Aktion der Firma Liqui Moly wurden einigen zufällig ausgewählten Einsatzorganisationen Materialien, in Form von Reinigungsartikeln und Ölen, mit einem Wert von €3.000 zur Verfügung gestellt. Wir wurden als eine davon auserwählt und möchten uns dafür herzlich bedanken. 🙌👍👏
Vielen Dank auch an Franz, der uns die Spende übergab. Aufgrund des Sicherheitsabstandes verzichteten wir auf das... Mehr anzeigen



Volkacher Feuerwehr erhält Produktspende über 2500 Euro



Das Bild zeigt Patrick Ritz (links, Gerätewart der Feuerwehr Volkach) und einen seiner Helfer Alexander Baumgartl zusammen mit einem kleinen Teil der gespendeten Produkte. Foto: Moritz Hornung



Vorschriftsmäßig werden alle Einsatzmittel der Volkacher Feuerwehr instand gehalten und gewartet, schreibt diese in einer Pressemitteilung. Doch für einen großen Teil dieser Arbeiten braucht man die passenden Schmierstoffe und Pflegeprodukte. Da kam die Spendenaktion vom deutschen Schmierstoffhersteller Liqui Moly zum richtigen Zeitpunkt, so die Mitteilung. Der Hersteller lobte eine Produktspende im Wert von drei Millionen Euro für alle Hilfsorganisationen und Krankenhäuser aus. Die Volkacher Wehr erfuhr davon und teilte der Firma die benötigten Öle und Fahrzeugpflegeprodukte mit.

"Ehrlich gesagt dachten wir Anfang an einen PR Gag, wie er aktuell von manch einer Firma gemacht wird. Als dann sieben Tage später die Pakete im Feuerwehrhaus eintrafen, waren wir wirklich positiv überrascht", freut sich Gerätewart Patrick Ritz laut Mitteilung. "Alles in allem ist das für uns nicht nur eine Geste, sondern wirklich tatkräftige Unterstützung", bilanziert Patrick Ritz von der Volkacher Feuerwehr.

CORONA-KRISE

SPENDENAKTION



Freiwillige Feuerwehr Piesbach
19 Std. · 🌐

Firma LIQUI MOLY - wir sagen DANKE!!!

Lieber Ernst Prost,

liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Firma Liqui Moly,

am Donnerstagmorgen wurden wir von euch mit zwei vollgepackten Europaletten überrascht. Gespendete Motor- und Getriebeöle sowie Pflegeprodukte im Wert von fast 2.000.- Euro durften wir freudenstrahlend darin vorfinden.

Das ist euer Beitrag in der CORONA-Krise, damit unsere 13 Einsatzfahrzeuge in dieser Zeit auch das verlässlich tun können, was sie sollen, nämlich unseren Bürgerinnen und Bürgern in der Not zu helfen! „Menschlichkeit verbindet“ lautet einer der wichtigsten Leitsätze von LIQUI MOLY. Zwei Worte, die ihre grundlegende Haltung kommunizieren: die grenzüberschreitende Freundschaft, die gegenseitige Fürsorge und den Respekt untereinander.

Ihr unterstützt deutschlandweit die Blaulichtorganisationen mit dieser Spendenaktion in Höhe von insgesamt 3 Millionen Euro. Dafür möchten wir euch, liebes Team der Firma Liqui Moly, ganz herzlich DANKE sagen!

In dieser Situation heißt es sich gegenseitig zu unterstützen. Wir haben alle in dieser Zeit gelernt aufeinander aufzupassen, einander zu helfen. Gemeinsam werden wir auch diese Krise meistern! Wir sind bereit!

Feuerwehr Gemeinde Nalbach
Der Wehrführer
Jörg Laub



BRK Bereitschaft Neustadt b. Coburg hat ein 3D-Foto hinzugefügt.
2. Mai um 22:52 · 🌐

Ein ganz großes Dankeschön an die Firma LIQUI MOLY für die Spende! Wir wissen, das gerade in der aktuellen wirtschaftlichen Situation das ganze nicht selbstverständlich ist! Deshalb umso mehr - Danke Danke Danke!



Alterthim aktuell
Gestern um 01:36 · 🌐

In der laufenden Corona-Krise werden unsere Feuerwehren durch eine tolle Materialspende der Firma LIQUI-MOLY unterstützt. Dies ist ein toller Beitrag, unsere Wehren bei den laufenden Wartungen zu unterstützen. Vielen Dank dafür an LIQUI MOLY.

#ffwua
#ffwoa
#danke
#liquimoly

<https://www.liqui-moly.de/.../millionenspende-von-liqui-moly-...>



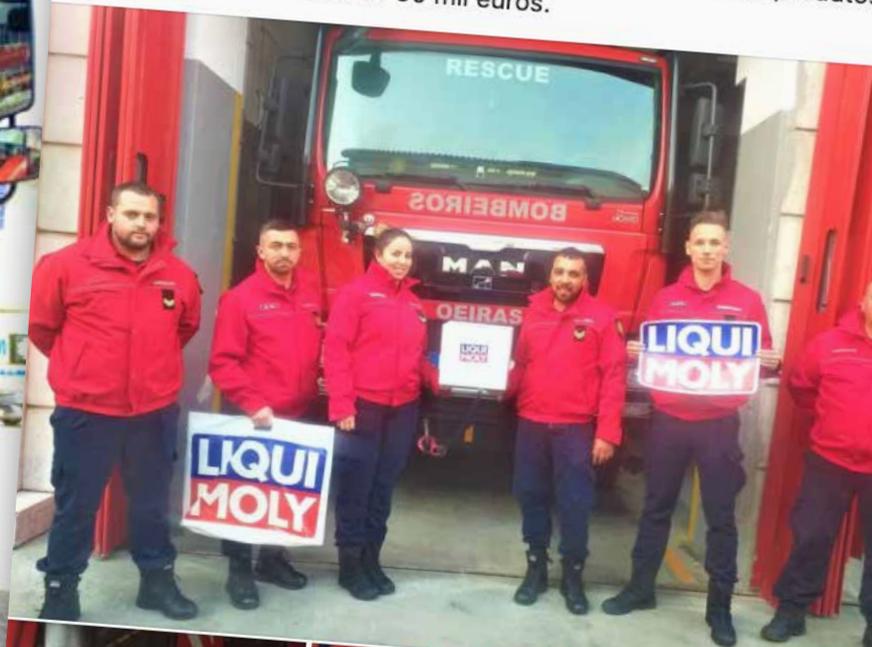
CORONA-SPENDENAKTION

PORTUGAL



Associação Portuguesa dos Bombeiros Voluntários adicionou 9 fotos novas ao álbum: "LIQUI MOLY Iberia" & APBV 2020.
17 de abril às 20:21 · 🌐

A "LIQUI MOLY Iberia" em parceria com a APBV, oferece a todos os corpos de Bombeiros Voluntários de Portugal um pack de produtos da marca alemã num valor de 50 mil euros.



Bombeiros de Azambuja



 Bombeiros Voluntários do Marco de Canaveses
5 h · 🌐

Vimos desta forma agradecer o apoio da LIQUI MOLY Iberia, à nossa corporação!
O nosso muito obrigado!

Auch LIQUI MOLY Iberia spendete bislang Produkte im Gegenwert von rund 50.000 EUR und verteilt Gratiswaren im ganzen Land! Wie überwältigend die Resonanz und Dankbarkeit der Portugiesischen Freiwilligen Feuerwehren sein würde, hatten unsere Kolleginnen und Kollegen vor Ort jedoch nicht für möglich gehalten. Täglich erreichen uns neue Dankeschreiben, Social-Media-Posts und Bilder vom Empfang unserer Hilfspakete, mit denen wir die Mobilität der dortigen Corona-Einsatzkräfte aufrechterhalten.



CORONA-SPENDENAKTION

MONGOLEI



Mit großer Freude und tiefer Dankbarkeit erleben wir derzeit, wie sehr die LIQUI MOLY family worldwide immer wieder zusammensteht und auf allen Kontinenten hilft! Auch unser mongolischer Partner Petro Nano beteiligt sich an der weltweiten Corona-Spendenaktion und unterstützt die Einsatzkräfte vor Ort mit der kostenlosen Wartung von Rettungsfahrzeugen.



Auch unsere russischen Freunde geben Gas in Sachen Produktpenden: Schmierstoffe, Autochemikalien, Reinigungsmittel und Additive im Gegenwert von rund 86.000 EUR wurden an 46 Ambulanzen in der Region Moskau geliefert – eine Wohltat für alle Einsatzfahrzeuge und somit eine große Hilfe für alle Corona-Helden. LIQUI MOLY Russland erhielt für diese Unterstützung unter anderem eine Dankesurkunde der russischen Organisation "МОССМП".



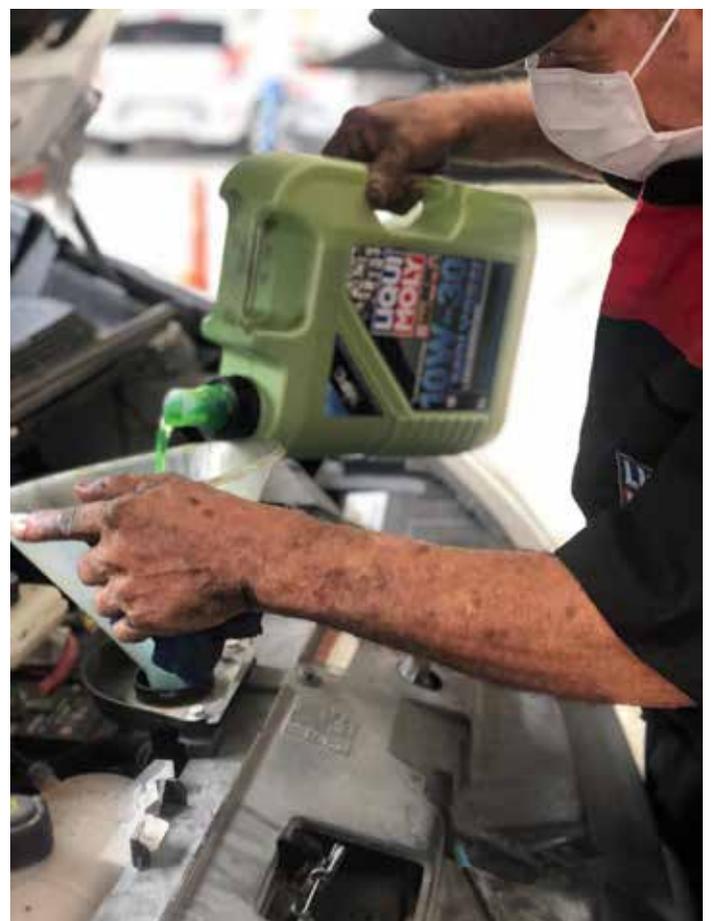
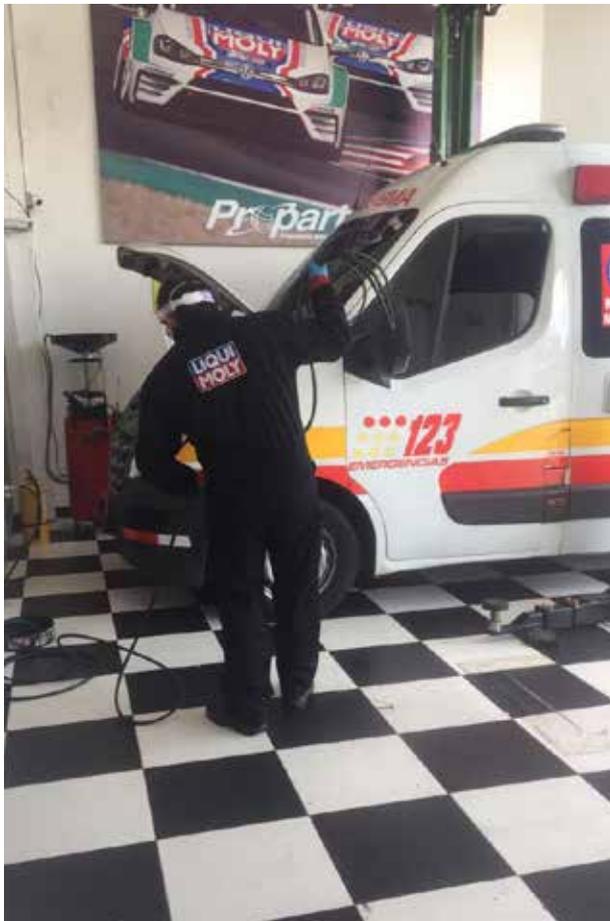
CORONA-SPENDENAKTION

KOLUMBIEN





Toller Vertrauensbeweis: Unser kolumbianischer Partner Propartes hat vom dortigen Roten Kreuz die offizielle Zertifizierung erhalten, während der Corona-Krisenzeit den Service an den Rettungsfahrzeugen durchführen zu dürfen – für unsere Freunde vor Ort die Initialzündung für das landesweite Umsetzen der Spendenaktion, mit bislang über 100 kostenlosen Fahrzeugwartungen.



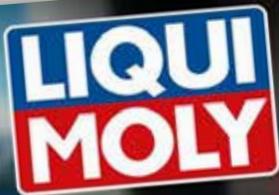
CORONA-SPENDENAKTION

VENEZUELA



Das Engagement unseres noch jungen Partners in Venezuela stößt allerorts auf große Dankbarkeit und tolles Feedback in den Sozialen Medien. Der Name LIQUI MOLY gilt als Synonym für Zusammenhalt und Hilfsbereitschaft in der Krise und ist mittlerweile nahezu im ganzen Land bekannt. Und dass unsere Spitzenprodukte auch ausgezeichnet in Nutzfahrzeugen helfen, beweist der größte "Patient" der mit unseren Schmierstoffen und Additiven behandelt wurde: dieser zum Krankenwagen umfunktionierte Linienbus.

GUATEMALA



APOYANDO A LOS HÉROES de Guatemala

Conscientes de la situación por la que estamos atravesando como país y con responsabilidad social, Liqui Moly / RECSA donará

Q100,000.00

en servicios, lubricantes y aditivos como aporte a la sociedad Guatemalteca para apoyar a nuestros Héroes, Hospitales, ambulancias privadas y públicas, bomberos voluntarios y municipales, médicos Y farmacias a nivel nacional.



Para más información comunicarse a:
info@recsaorp.com PBX: 2304-3800 WhatsApp 5031-7281
www.recsaorp.com

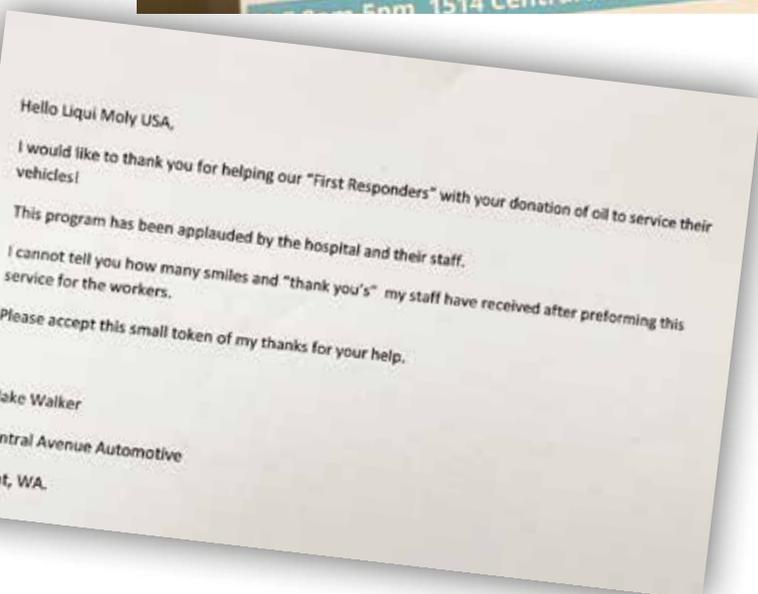
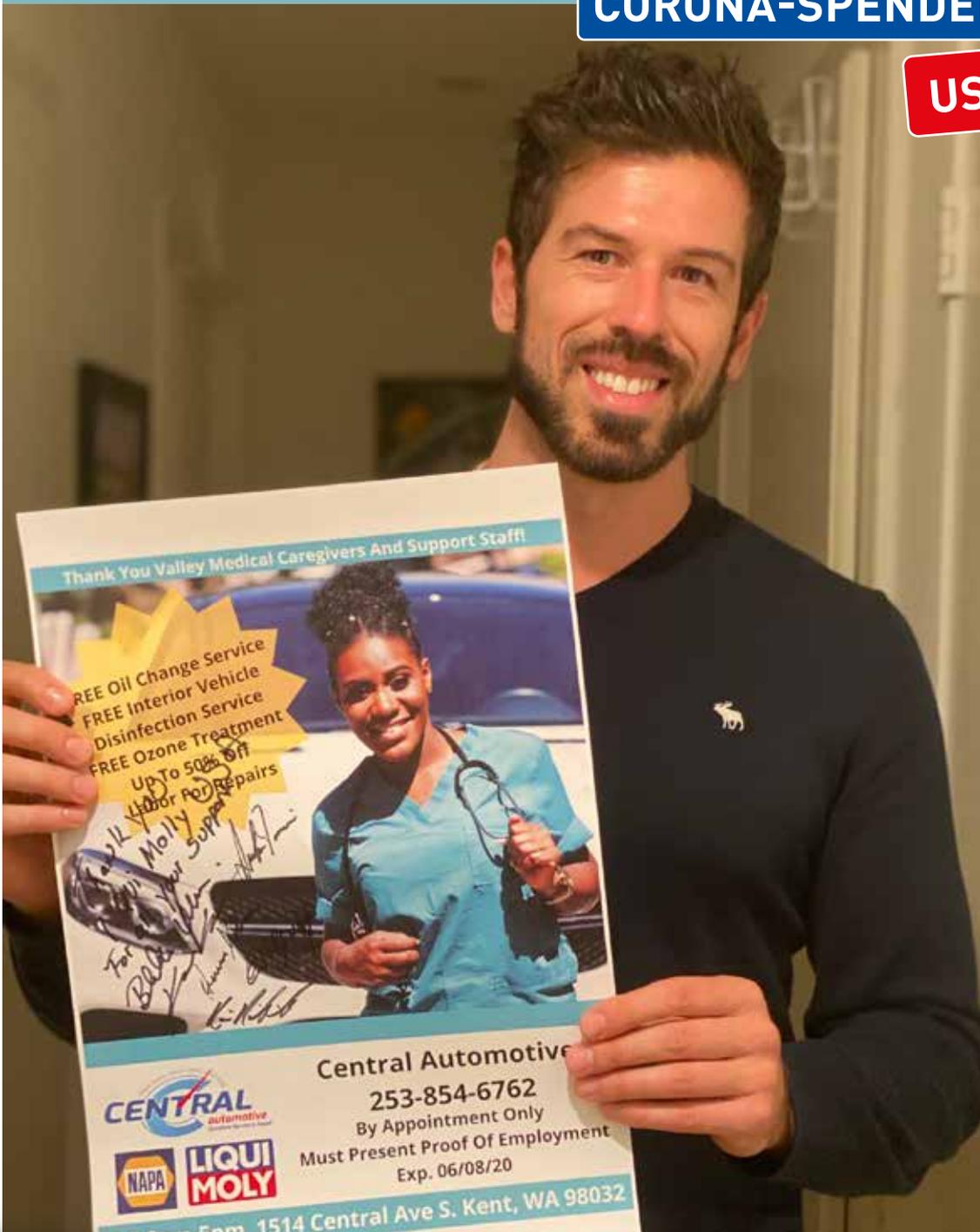
• Con el apoyo de Prensa Libre
Hasta agotar existencias



Mit diesem Aufruf wirbt LIQUI MOLY Guatemala in sämtlichen Sozialen Medien für seine Spendenaktion zugunsten der Corona-Helden.

CORONA-SPENDENAKTION

USA



Dankesbeitrag statt Deckungsbeitrag!
Gesten wie diese zeigen, dass in Krisenzeiten Menschlichkeit die stabilste aller Währungen ist. Umso mehr freute sich unser Kollege Sebastian Zelger (CEO LIQUI MOLY USA) über dieses Poster und den Dankesbrief unseres Geschäftsfreundes Blake Walker von Central Automotive – als Dank für die vielen positiven Reaktionen, die sein Werkstattteam seitens der Klinikmitarbeiter für die kostenlosen Ölservices erhielt .

CORONA-SPENDENAKTION

VIETNAM





Unglaublich, welche Hilfsbereitschaft unsere Spendenaktion bei all unseren Partnern auf der ganzen Welt hervorgerufen hat: Auch das Team um unseren Freund Thai Phong (LIQUI MOLY Trading Vietnam) stellte gemeinsam mit seinem Kunden Binh Duong 500 Liter Motoröl für Krankenschwestern, Ärzte und Militär, welches in der Coronakrise humanitär unterstützt, kostenlos zur Verfügung. Ehrensache, dass die Mitglieder unserer LIQUI MOLY-Familie auch gleich ehrenamtlich die Ölwechsel durchgeführt haben.



CORONA-SPENDENAKTION

PARAGUAY



Mit großzügigen Öl- und Additivspenden im Gesamtwert von bislang mehr als 50.000 EUR sorgen auch unsere Freunde von LIQUI MOLY Paraguay während der Corona-Krise für die Instandhaltung von Feuerwehr- und Krankenwagen und somit für die Aufrechterhaltung der Mobilität des öffentlichen Gesundheitssystems. Diese Bilder zeigen die symbolische Produktübergabe an den Präsidenten der Freiwilligen Feuerwehren Capitán Rafael Valdez und weitere Vertreter der Organisation, die dafür sorgen, dass die dringend benötigten Schmierstoffe auch wirklich bei jenen ankommen, die sie brauchen.





CORONA-SPENDENAKTION

PARAGUAY





Die symbolische Spendenübergabe für die Rettungsdienste des öffentlichen Gesundheitssystems fand im Gesundheitsministerium im Büro des Gesundheitsministers von Paraguay Dr. Julio Mazzoleni statt (Bild oben). Die Lieferung unserer dringend benötigten Schmierstoffe erfolgte anschließend in der Krankenwagenzentrale „SEME“ unter Anwesenheit von Direktor Dr. Pablo Zappatini. Ein Beleg, wie wichtig und willkommen unsere Spende war.



MOBILE CORONAHLILFE

THAILAND



Wenn die Kunden nicht zum Ölservice kommen dürfen, kommt der Ölservice eben zu den Kunden – ein ebenso simples wie attraktives Hilfsangebot unserer Werkstattkunden aus dem Großraum Bangkok!

The background of the advertisement shows a white Toyota Hilux pickup truck parked in front of a building at night. The truck's headlights are on, and its rear is visible on the left side of the frame. The building behind it has a window with blue curtains. The overall scene is illuminated by the truck's lights and some ambient light from the building.

**LIQUI
MOLY**

**LIQUI MOLY DEALER
ON MOBILE SERVICE**

BKK OR NEAR ZONE

TAY AT HOME

WE MOVE TO SERVICE

FANPOST

INDIEN



Halten voller Stolz und Leidenschaft für unsere Weltmarke die blau-rot-weiße Fahne in der Millionenmetropole Nagpur (Bundesstaat Maharashtra, Indien) hoch: Pranjal Jeswani (links) und Ruhani Jeswani von Bhagya Automobiles vertreiben nicht nur LIQUI MOLY-Produkte, sondern sind selbst überzeugte Anhänger unserer Produkte. Beste Voraussetzungen also für den erfolgreichen Verkauf unseres Vollsortiments ;-)

UKRAINE

LIQUI MOLY



SPENDENAKTION



#МЕДИКДОЇДЕ

Eine ebenso kreative wie erfolgreiche Kampagne haben wir gemeinsam mit unseren ukrainischen Freunden unter dem Motto "Fahre Ärzte zur Arbeit mit LIQUI MOLY" initiiert! Bedingt durch die derzeitige Situation, in der der Öffentliche Nahverkehr in den meisten Städten zum Erliegen gekommen ist, hatten viele Ärzte und Krankenschwestern keine Chance mehr, zum Arbeitsplatz zu gelangen. Per App wurden nun hilfsbereite Menschen mit eigenem Fahrzeug lokalisiert, die bereit sind, Corona-Helfer zur Arbeit zu fahren und dafür ein LIQUI MOLY-Unterstützungspaket erhalten. Bislang stellten wir 1.400 solcher Pakete bestehend aus Motoröl, Motorspülung und Kraftstoffadditiv zur Verfügung. Eine tolle Aktion, die medial begleitet wird und unter anderem in den Sozialen Medien auf immenses Echo stößt.



Roman Huchenko 😊 dankbar.

Gestern um 17:14 · 🌐

У мене по життю є принципи яких я дотримуюся, а це - земля має форму кулі; дії і вчинки мають принцип бумеранга, і головне добрі справи потрібно робити тихо.

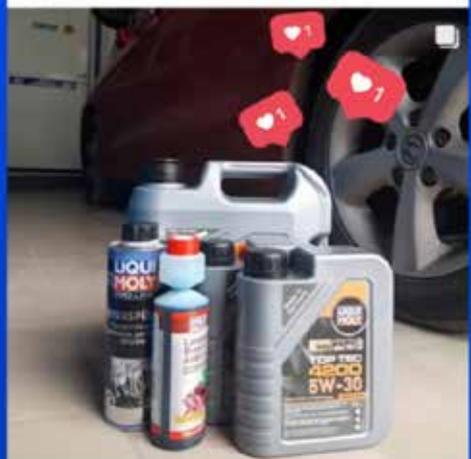
Дякую [Liqui Moly Ukraine](#) за подарунок, і тому дякую ([Vyacheslav Nykonenko](#)), який це організував.

#Медикдоїде

Übersetzung anzeigen



mak_romak



mak_romak #медикдоїде - саме завдяки ініціативі @liquimoly_ukraine, я теж отримав набір 5л оливи...

#МЕДИКДОЇДЕ

MEGUIN

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

**Meguin –
mit voller Schlagkraft
in die Zukunft**



**Unsere starke Tochter
in Saarlouis: Meguin!**

Fortschritt dank Wachstum. Und Wachstum dank Fortschritt. Dank kontinuierlicher Investitionen in Millionenhöhe produzieren wir heute in Saarlouis Motoröle für die ganze Welt.



Um die heutige Schlagkraft und Leistungsfähigkeit von Meguin zu beschreiben, muss man sich die Entwicklung innerhalb der letzten 14 Jahre genauer anschauen. Die Meguin Mineralölwerke, 1847 von Gustav Meguin gegründet und 2006 von Ernst Prost als 100-prozentige Tochter der LIQUI MOLY GmbH übernommen, unterlagen bis dato einem Investitionsstau. Zwar wurden vereinzelt Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt, diese reichten jedoch für das anvisierte künftige Wachstum nicht aus. Das änderte sich erst mit der neuen Geschäftsführung. Ab 2006 folgte sodann ein rasantes Wachstum.

Dieses Wachstum veranschaulichen ein paar Zahlen aus dem Blickwinkel der Produktion: Die Produktionstonnage im Schmierölbereich lag 2006 bei 43.000 t/a und steigerte sich in den Folgejahren bis 2010 auf 65.000 t/a, dann 2015 auf 70.000 t/a und bis zur heutigen aktuellen Herstellmenge auf 81.000 t/a. Ergänzend zur gestiegenen Produktionsmenge haben sich auch die technischen Anforderungen der Ölsorten stark geändert. Konnten wir 2005 noch mit ca. 5 bis 6 Ölsorten 80 % unserer Absatzmenge decken, sind es heute über 30 Ölsorten die dafür benötigt werden. Insgesamt stellen wir bei Meguin 350 unterschiedliche Rezepturen her. Diese 350 Ölsorten werden wiederum in 3.500 unterschiedlichen Aufmachungen von 0,5 l bis 1.000 l IBC abgefüllt, verpackt und palettiert. Zuzüglich dem Tonnagen-Wachstum und der breiter werdenden Ölvielfalt, kam es auch zu einem großen Stückzahlwachstum der Gebinde. So wurden in den Jahren bis 2010 ca.

Meguin GmbH & Co. KG
Mineraloelwerke
Rodener Straße 25,
66740 Saarlouis
GERMANY
Telefon: +49 6831 8909-0
Telefax: +49 6831 8909-59
E-Mail: info@meguin.de
www.meguin.de

MEGUIN

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

65 % Großgebilde abgefüllt (20 l bis 1.000 l). Seit 2010 hat sich dieses Verhältnis umgekehrt. Heute liegt der Anteil der Kleingebilde bei etwa 65 %. Dies resultiert sicherlich zu einem großen Teil aus den erfolgreichen Marketingkonzepten und weltweiter Werbung. Füllten wir 2010 noch insgesamt 15 Mio. Gebinde ab, konnte diese Anzahl bis heute auf 26 Mio. Gebinde gesteigert werden – mit weiterer Tendenz nach oben. Unser Werk selbst war ursprünglich auf ca. 40.000 t/a ausgelegt. So war es eine logische Konsequenz, dass 2010 Maßnahmen ergriffen werden mussten, um das damals geplante Wachstum zu erreichen.

DIE AUSGANGSSITUATION

Die Größe des Gesamtwerks umfasst 27.000 m² in Saarlouis-Fraulautern und 7.000 m² im Industriehafen Saarlouis. Seit 2011 wird das Werk in Saarlouis sukzessive und fortlaufend durch Großprojekte instandgesetzt, erweitert und modernisiert. Insgesamt wurden bis heute ca. 30 Mio. Euro investiert. Neben der Laborerweiterung und den neu geschaffenen Sozialbereichen fanden die Investitionen hauptsächlich im produktionsrelevanten Bereich statt.



EIN NEUES GRUNDÖLTANKLAGER ENTSTEHT

Das erste große Projekt begann nach einjähriger Vorplanung 2011 mit der Grundsteinlegung unseres neuen Grundöltanklagers im Industriehafen Saarlouis. Dieses Tanklager besteht aus 10 Tanks à 18.000 m³. Bis dato wurden die für die Produktion benötigten Grundöle aus Mannheim per Tanklastwagen direkt ins Meguin-Werk Fraulautern angeliefert und die größten Mengen in die damals acht vorhandenen 100 m³-Tanks eingelagert. Die Abhängigkeit von den Spediteuren sowie das Anmieten von Großlagertanks und die damit verbundenen Kosten brachten uns auf die Idee, ein eigenes Großtanklager zu bauen. Haben wir doch mit der Saar als Wasserschiffahrtsstraße mit einem fünf Kilometer entfernten Industriehafen eigentlich alles direkt vor der Haustür. Im Werk selbst wurde zum gleichen Zeitpunkt die Ölmischerei um ein weiteres 20 m³-Mischwerk erweitert und mit dem Bau des Fertigrezepturtanklagers 10.5 mit sechs 100 m³-Tanks begonnen. Beide Projekte wurden 2012 erfolgreich abgeschlossen.





DAS ZENTRALE FERTIGREZEPTURTANKLAGER 10.6/10.5/10.1 WIRD GEBAUT

Aus den positiven Erfahrungen des Vorgängerprojekts Tanklager 10.5 begann die Planung für ein weiteres Fertigrezepturtanklager. Plan war, ein Lager mit 28 100 m³-Tanks zu bauen, mit dem Ziel, die zu diesem Zeitpunkt redundant eingelagerten Fertigrezepturen in einem zentralen Tanklager zu vereinen. Um dies zu ermöglichen, mussten die bestehenden Tanklager 10.1, 10.5 und das neu zu errichtende Tanklager 10.6 durch einen Matrixverteiler zu einem zusammenhängenden Tanklager umgebaut werden. Insgesamt entstand so ein Tanklager mit 34 100 m³-Tanks und 28 Tanks mit unterschiedlichem Fassungsvermögen zwischen 25 m³ und 50 m³. Das Gesamtfassungsvermögen beträgt heute ca. 4,8 Mio. l. Wie eingangs beschrieben, stellen wir aktuell 350 unterschiedliche Öle her. Davon werden die 34 gängigsten Sorten immer in einem fest zugeteilten Tank eingelagert. Die restlichen 316 Ölsorten werden nach Bedarf hergestellt und in einem der restlichen 28 Tanks zwischengelagert. Von dort aus werden sie nach ausreichender Abkühlzeit abgefüllt. Diese Zentralisierung ermöglichte es uns, die wachsende Anzahl der Fertigrezepturen lagerlogistisch gut zu organisieren und gleichzeitig auch mehr Rohstoffe im Tanklager 10.2 durch die dort freigewordenen Tanks einzufahren. Weiterhin konnte so der benötigte Platz für eines der Folgeprojekte „Modernisierung des Tanklagers 10.2“ und die Installation eines In-Line-Blenders geschaffen werden.



10

**Tanks
à 18.000 m³**



Ein besonderes Highlight bei diesem Projekt war, dass wir den ersten Schritt in die Modernisierung durch Automation als Grundstein legen konnten. Diese Automatisierung soll die Menschen unterstützen und nicht ersetzen. Um diese neue Anlage intelligent zu steuern, wurde ein modernes Steuerungssystem eingeführt. Diese Steuerung kommuniziert mit unserem eigen entwickelten MES (Manufacturing Execution System) „SamCo“. Es dient als Frontend für die Mitarbeiter und als Schnittstelle zu den unterschiedlichen Subsystemen. Des Weiteren werden die buchungsrelevanten Verbräuche und Zugänge just-in-time automatisiert in das ERP-System übertragen. Der Mitarbeiter selbst wird durch eine intuitive Menüführung gelenkt und muss keine Scheu mehr vor komplexen Maschinen haben. Falscheingaben sind nicht mehr möglich. So werden z. B. die Tanks im Vorfeld mit dem in der Stückliste hinterlegten Öl eines Produktionsauftrags datentechnisch verglichen und dann der richtige Tank automatisiert geöffnet. Eingabefehler, bei denen eine falsche Dichte in den Kontrollwaagen eingegeben wird, können ausgeschlossen werden. Genauso verhält es sich mit den richtigen Druckerdaten für Kartonetiketten. Diese Daten werden dem Drucker anhand eines elektronischen Abgleichs zugesendet. Der Druck falscher Etiketten ist so unmöglich. Das Zeitalter der Industrie 4.0 hat damit auch bei Meguin begonnen.



MEGUIN

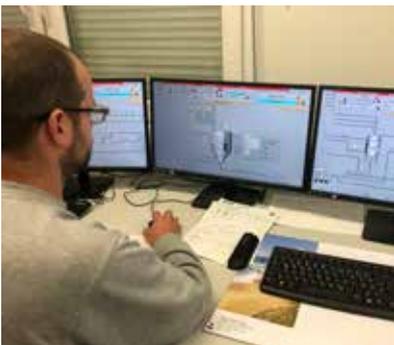
FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Die in diesem Projekt neu installierten molchbaren Leitungssysteme dienen der gesteigerten Qualitätssicherung. Über diese Leitungen werden die Lagertanks von den Mischwerken befüllt und die Tanks über einem Matrixverteiler an die Abfülllinien angeschlossen. Das bei einem Produktwechsel entstehende Spülöl konnte dadurch um ca. 80 % reduziert werden. Diese Investition war also nicht nur qualitätssteigernd, sondern senkte auch die Rohstoffkosten. Durch das Einsparen von Spülöl müssen weniger Rohstoffe eingefahren werden. Der Spülölanteil auf die Gesamtproduktionsmenge lag vorher bei ca. 2 %, wohingegen er heute nur noch 0,4 % bezogen auf die abgefüllten Produktionsmengen beträgt. Damit wurde gleichzeitig ökologischen Aspekten Rechnung getragen. Jeder Liter der nicht gespült werden muss, muss im Vorfeld nicht produziert werden. Auch dieses Projekt wurde 2016 erfolgreich abgeschlossen.

DER ABFÜLLBEREICH WIRD MODERNISIERT UND HUMANISIERT

Nachdem die Rohstoff- und Fertigrezepturlagerkapazitäten erweitert wurden, war es an der Zeit, einen zentralen Abfüllbereich zu schaffen. Bis dato wurde an den unterschiedlichsten Orten im Werk abgefüllt, verpackt und verladen, was sicherlich der Historie und dem rasanten Wachstum der letzten Jahre geschuldet war.

Im Jahr 2016 begann die Planung des zentralen Abfüllbereichs. Er liegt im Herzen des Werks in Halle 10 und 12. Hier wurde als erstes eine Peripherie geschaffen, um die Hallen 10 und 12 zu einer großen zusammenhängenden Halle zu vereinen. Dieses Projekt wurde in zwei Phasen aufgeteilt. Die erste Phase bekam den Namen „End-of-Line“ und hatte zum Ziel, die Produktionsflussrichtung im Werk Richtung Versand zu drehen. Dabei sollte auch die Möglichkeit ge-





480

Tonnen Öl pro Tag



schaffen werden, die Paletten von den Abfülllinien aus der Halle zu den Staplerfahrern zum Abtransport bereitzustellen. Zusätzlich sollten auch die Produktionsprozesse humanisiert werden. Indem die physisch schweren Arbeiten durch Maschinen ausgeführt werden, werden die Kollegen an den Anlagen entlastet. So wurde das Einpacken der Gebinde in Kartons durch moderne Casepacker ersetzt. Das schwere Packen der Kartons auf Paletten wird seither durch fünf Roboter erledigt. Die Kollegen bekamen so mehr Zeit, die notwendigen Qualitätskontrollen durchzuführen, die Maschinenleistungen richtig einzustellen und die Anlagen mit den nötigen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zu beschicken. Zur zusätzlichen Qualitätssicherung wurden Kamerakontrollen und eine Rückverfolgbarkeit implementiert. Diese Rückverfolgbarkeit wird durch eine Serialisierung der einzelnen Gebinde, Kartons und Paletten erreicht. Dadurch sind wir heute in der Lage, jedes einzelne Gebinde im Nachgang dahingehend zu überprüfen, wann und wo es abgefüllt wurde. Dieses Teilprojekt wurde 2017 erfolgreich beendet.

Nun war die zweite Projektphase an der Reihe. Hier wurden die bestehenden Abfülllinien 2018 zum größten Teil vereinheitlicht. In Halle 12 wurden zwei Abfülllinien installiert, die in der Lage sind, Gebinde von 0,5 l bis 1 l abzufüllen. Zudem wurden zwei moderne Fassabfüllanlagen als Palettenfüller gekauft. Der Palettenfüller hat den Vorteil, dass Fässer nicht mehr befüllt auf die Paletten gewuchtet werden müssen. Die Fässer werden stattdessen leer auf die Paletten gestellt und dann über eine Fördertechnik zum Füller transportiert, wo sie dann befüllt über die „End-of-Line“ dem Versand übergeben werden. In Halle 10 wurden drei weitere Abfülllinien installiert, die Gebinde von 0,5 l bis 5 l abfüllen können. Ganz neu war die Montage einer zusätzlichen vierten Linie, die sogar 20 l-Gebinde abfüllen kann. Die Möglichkeit, an fast allen Linien fast alle Formate und Gebindegrößen abfüllen zu können, bietet uns heute maximale Flexibilität. So sind wir auch hier für zukünftiges Wachstum bestens gewappnet.

MEGUIN

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

3.500

verschiedene Artikel

37 MIO.

Gebinde pro Jahr



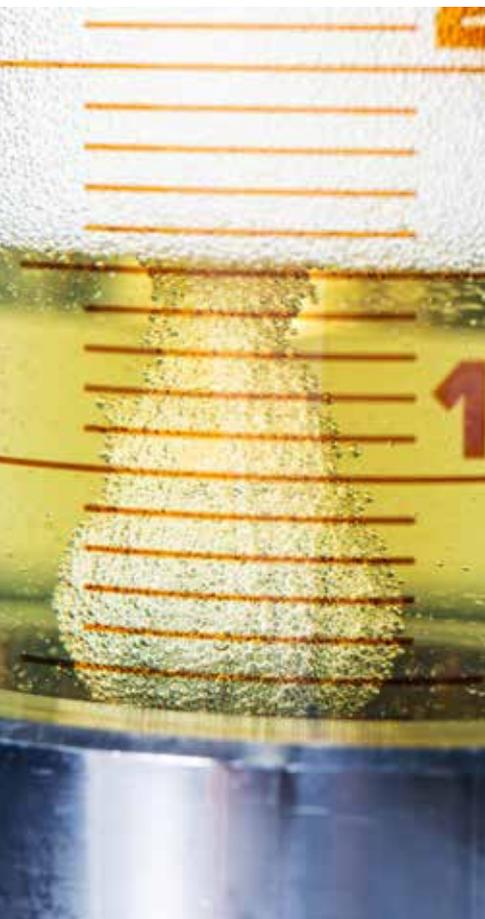
DAS ROHSTOFFTANKLAGER UND DIE ÖLHERSTELLUNG WERDEN UMSTRUKTURIERT, MODERNISIERT UND AUTOMATISIERT

Als letztes Großprojekt werden aktuell die Ölmische-
rei und das Tanklager 10.2, 10.3 und 10.4 umstruk-
turiert, modernisiert, automatisiert und um einen
In-Line-Blender erweitert. Seit 2012 sind wir in der
Lage, große Mengen an Grundölen in unserem exter-
nen Rohstofftanklager im Industriehafen Saarlouis
einzulagern. Jetzt musste eine Lösung her, die uns
eine größere Bevorratung von Additiven ermöglicht.
Additive müssen heiß gelagert werden, da sie durch
ihre hohe Viskosität ($> 40.000 \text{ mm}^2/\text{s}$ bei $20 \text{ }^\circ\text{C}$) sonst
nicht pumpfähig sind. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten
wir aber nur 16 isolierte und beheizte Additivtanks mit
einem Gesamtfassungsvermögen von 443.000 l. Er-
schwerend kam hinzu, dass 14 dieser 16 Tanks nur ein
Fassungsvolumen von 25 m^3 haben. Die Herausforde-
rung liegt darin, dass die Additive, die in Tanklastwä-
gen angeliefert werden, just in time ankommen müs-
sen. Eine Tkw-Ladung beträgt in der Regel ebenfalls
 25 m^3 . Das heißt, dass die Tanks zum Lieferzeitpunkt
leer sein müssen, was schwer zu planen ist, denn Ad-
ditive müssen in der Regel bis zu 4 Wochen im Vorfeld
bestellt werden. Eine Punktladung ist dadurch sehr
schwer. Des Weiteren besteht das Risiko, dass ein Tan-
klastwagen ausfällt und die Additive nicht rechtzeitig
geliefert werden können. Dies führt bei steigendem
Absatz unweigerlich zu Lieferengpässen oder Produk-
tionsausfällen. Also musste die Lagerkapazität der Ad-
ditive erhöht werden. Die 100 m^3 -Tanks im Tanklager
10.3 waren bis dato nur mit den Grundölen befüllt. Die
Größe der Tanks war aber nicht mehr notwendig, da
unser Großtanklager in 5 km Entfernung liegt. So ent-
stand die Idee, die 100 m^3 -Tanks in Additivtanks um-
zubauen und die Grundöle quasi nur noch just in time
aus dem Großtanklager abzurufen. Daneben wurden
weitere acht Tanks im Tanklager 10.2 als Additivtanks
vorerüstet, um die wachsende Vielfalt an Additiven
einlagern zu können. Nach Fertigstellung des Projekts
sind wir in der Lage, in 31 Tanks mit einem Gesamtv-
olumen von 1,4 Mio. Litern Additive einzulagern. Damit
können wir, bei Annahme eines 30 %-Anteils an Additiv
im Schmierstoff, ca. 4.130 t Schmierstoffe herstellen.
Bei einer angestrebten Jahresproduktion von 120.000
t entspricht das einer Lagerreichweite von knapp 8-9
Werktagen. Durch Erweiterung unserer Mischkapa-
zitäten und Montage eines In-Line-Blenders wird es
uns künftig möglich sein, unbegrenzt große Ölchargen
herzustellen. Eine Einschränkung, bedingt durch das
Volumen eines Mischwerks, entfällt. Dieses Aggregat
soll Chargen bis zu 100.000 l herstellen, welche dann
direkt in unserem zentralen Fertigrezepturtanklager
10.6 eingelagert werden. Der Anteil der Rezepturen,

der durch den In-Line-Blender produziert wird, beträgt ca. 50-60 % der Gesamtherstellmenge. Die freigewordenen Kapazitäten der vier Großmischwerke (16.000-20.000 l) und der fünf Kleinmischwerke (3.000-5.000 l) werden genutzt, um die technisch komplizierteren und zeitaufwendigeren Spezialöle herzustellen. Hier kommt ein hochmodernes Steuerungssystem wie im Tanklager 10.6 zum Einsatz. Dieses System wird mit den von unserer Forschung & Entwicklung geforderten Mischanweisungen bzw. Rezepten gefüttert und von der Steuerung automatisiert ausgeführt. Alle notwendigen Qualitätsdaten, die während des Herstellprozesses zum Tragen kommen, werden aufgezeichnet und dokumentiert. Dass z. B. ein Kollege versehentlich einen falschen Rohstofftank öffnet, wird in Zukunft nicht mehr möglich sein. Durch die eingesetzten Molchleitungen, die die Rohstofftanks mit den Mischbehältern verbinden, wird sämtliche Kreuzkontamination vermieden und so die Korrektur von Mischansätzen auf ein Minimum reduziert. In Summe können wir dann 25 unterschiedliche Additive und 33 verschiedene Grundöle einlagern. Weitere acht Grundöltanks sind als Additivtanks vorbereitet. Die Leistung des In-Line-Blenders beträgt 30 m³/h. Somit können wir 100.000 l Öl in etwas mehr als drei Stunden herstellen. Dieses Herstellverfahren ist damit dreimal schneller als das herkömmliche Mischkesselverfahren.



Danke für die spannenden Einblicke in die Entwicklung der Meguin-Produktion: Christian Texter (Leiter Produktion)



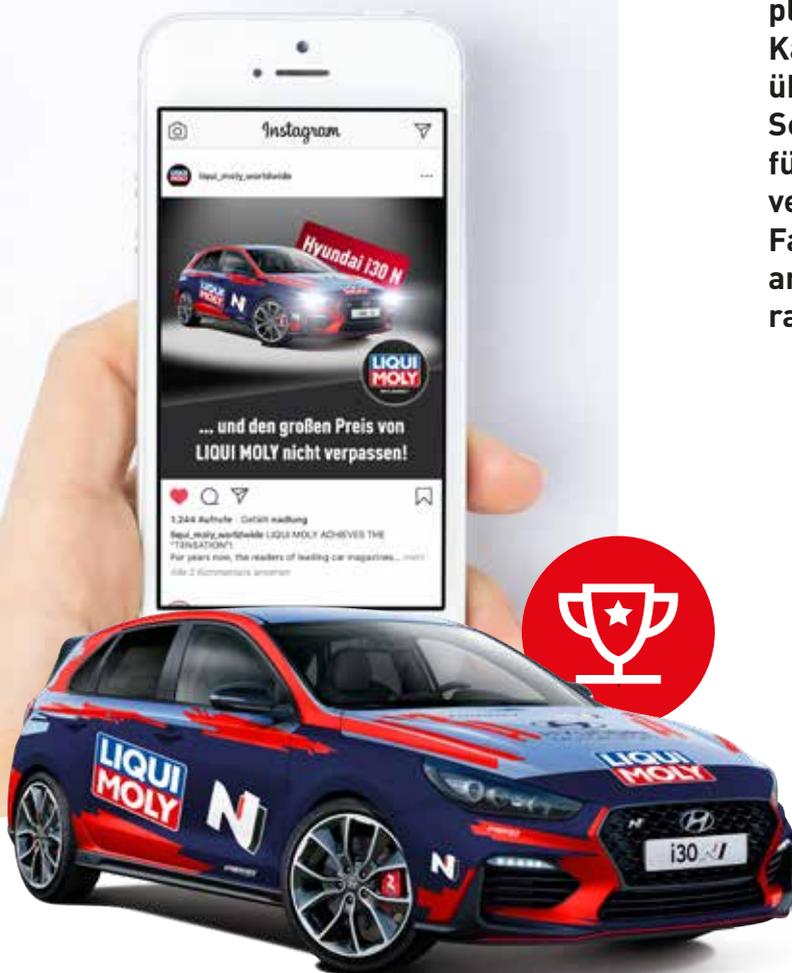
FAZIT: VOLLE PRODUKTION VORAUS!

Meguin ist heute in der Lage, täglich rund 480 t Öl herzustellen. Hierfür stehen fünf Kleinmischwerke, vier Großmischwerke und ein In-Line-Blender zur Verfügung. Die hergestellten Fertigrezepturen können in 62 Rezepturtanks mit einer Gesamtlagerkapazität von 4,8 Mio. l zwischengelagert werden. Von diesen Tanks aus werden über ein Molchmatrixverteilersystem die acht Abfülllinien mit den benötigten Ölen beschickt. Die Abfülllinien können im Dreischichtbetrieb die Vielfalt unseres Produktportfolios von ca. 3.500 Artikel abfüllen. Bei 80.000 Jahrestonnen entspricht das einer Stückzahl von 26 Mio. Gebinden oder 104.000 Gebinden pro Tag. Hochgerechnet auf eine Produktionsmenge von 120.000 t/a entspricht dies 37 Mio. Gebinden pro Jahr oder 148.000 Gebinden pro Tag. Der große Vorteil unseres Produktionsprozesses liegt in dem hohen Maß an Flexibilität. Wir sind in der Lage, an einem Tag bis zu 70 unterschiedliche Artikel herzustellen. Dies erreichen wir durch unsere kurzen Rüstzeiten und unsere hochmotivierten Mitunternehmer – angefangen vom Maschinenbediener über Schichtführer, Einrichter, Automatisierungstechniker und Meister bis hin zum gesamten Führungsstab der Produktion. Alles geschieht Hand in Hand und komplett durchorganisiert. Dem weiteren Wachstum steht aus Produktionssicht somit nichts mehr im Wege!

READY ... SET ... GO: Demnächst startet der Große Preis von LIQUI

1 Gewinnspiel, über 1 Milliarde Kontakte! Was nach Zauberei klingt, ist das zu erwartende Ergebnis unserer weltweiten Onlinekampagne zur BEST BRAND-Wahl 2020. Damit katapultieren wir vom 1. Juni bis Jahresende unsere blau-rot-weiße Weltmarke mit Vollgas ins Licht der Öffentlichkeit und sorgen für zusätzliche Markenbekanntheit.

Mit animierten Werbebanner und Videos auf allen relevanten Internetplattformen sowie Social-Media-Kanälen präsentieren wir uns in über 100 Ländern als Deutschlands Schmierstoffmarke Nr. 1! Zum Dank für die wiederholte Auszeichnung verlosen wir unter unseren weltweiten Fans attraktive Gewinne – unter anderem den Hyundai i30 N im rasanten LIQUI MOLY-Racinglook!



Wer holt sich
einen Hauptgewinn?

MILLIARDENNUMMER

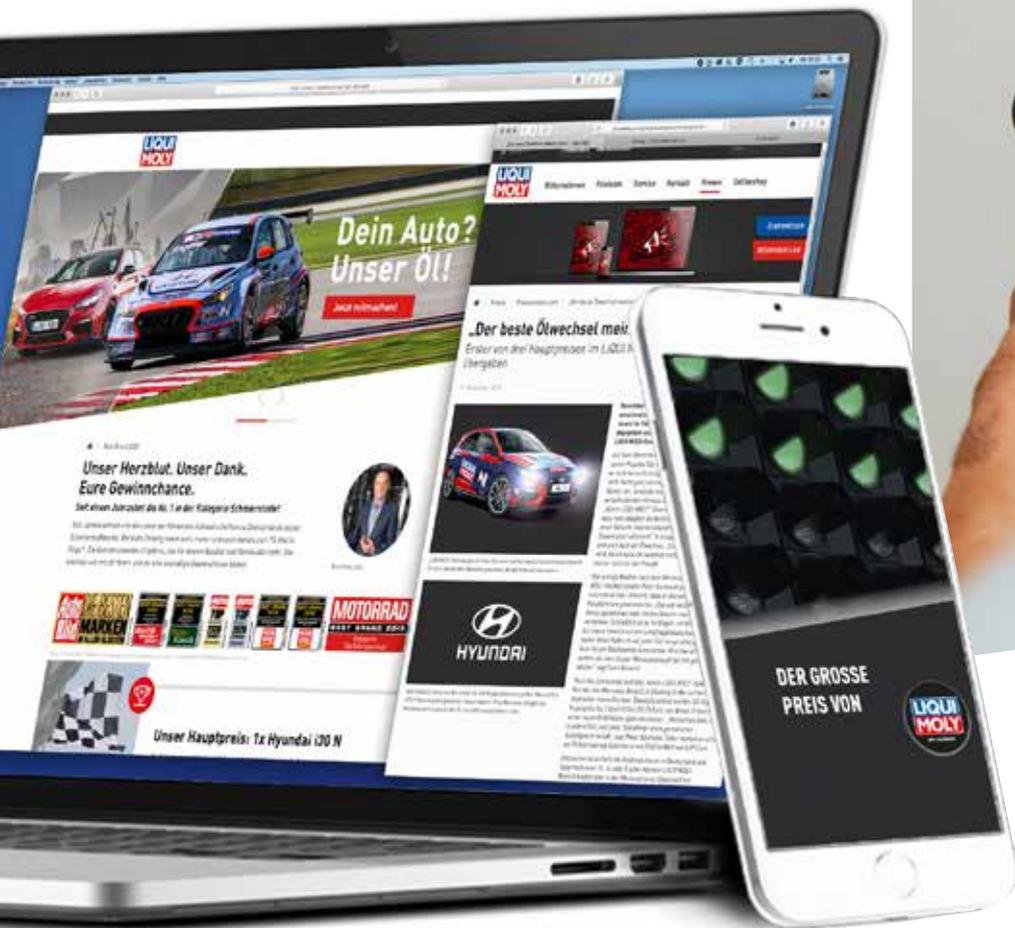
BEST BRAND-GEWINNSPIEL 2020

MOLY!



Unsere Gewinnspiel-Teilnahmeseite:

www.my-liqui-moly.de



Nicht verpassen: Starttermin für unser großes Gewinnspiel ist der 1. Juni 2020!



WERBEKAMPAGNE 2020

Unerhört: LIQUI MOLY kämpft mit seinen massiven, millionenschweren Werbeschaltungen weiter offensiv (und erfolgreich!) gegen die Corona-Krise und für jeden verkauften Liter Schmierstoff. Neben TV-Spot und Printanzeigen zählen dazu auch ein Radiospot, der nun in die 2. Runde geht und in ganz Deutschland sowie Österreich über den Äther geht. Am besten, Sie hören selbst ...

RADIO SPOT-SENDEPLAN

AS&S Radio Deutschland Kombi

RMS SUPER KOMBI

Die genauen Sendedaten sehen Sie auf der letzten Seite

Der Norden & Osten

D GESAMT

Klassik Radio

ENERGY Digital (DAB+)

MECKLENBURG-VORPOMMERN

Antenne MV

Ostseewelle HIT-Radio

BERLIN/BRANDENBURG

SCHLESWIG-HOLSTEIN

Delta Radio

R.SH

Radio BOB! SH

BREMEN

Bremen Eins

Bremen Vier

Bremen Next

ENERGY Bremen

ENERGY Hamburg

Rock Antenne HH

NDR 2

Radio Hamburg

Hamburg Zwei

NIEDERSACHSEN

Radio FFN

Antenne NS

RADIO 21

THÜRINGEN

MDR

MDR Jump

MDR

MDR Jump

Antenne Thüringen

radio TOP 40

LandesWelle Thüringen

SACHSEN-ANHALT

MDR

Radio Brocken

Radio SAW

89.0 RTL

SACHSEN

MDR

ENERGY Sachsen

Hitradio RTL

R.SA

Radio PSR

Radio Chemnitz

Radio Dresden

Radio Erzgebirge

Radio Lausitz

Radio Leipzig

Radio Zwickau

Vogtland Radio

ENERGY Berlin

Radio Cottbus

Radio Paradiso

Radio Potsdam

RBB 88.8

HITRADIO SKW

JazzRadio

Power Radio

radio B2 BB

Antenne BB

Fritz

JAM FM

RTL Radio

94.3 rs2

98.8 KISS FM

100,6 FluxFM

104,6 RTL

104,6 RTL

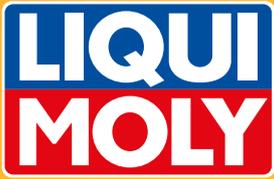
105'5 Spreeradio

BB RADIO

Berliner Rundfunk

Radio TEDDY

STAR FM 87,9



Wir gehen in die 2. Runde!

Vom 25.05. - 07.06. schaltet LIQUI MOLY Radiospots in ganz Deutschland!



AS&S Radio Deutschland Kombi

RMS SUPER KOMBI

NORDRHEIN-WESTFALEN

WDR 2	Radio Euskirchen
1LIVE	Radio Gütersloh
100'5 DAS HITRADIO	Radio Herford
radio NRW	Radio Hochstift
107.7 Hagen	Radio K.W.
Antenne AC	Radio Kiepenkerl
ANTENNE D'DORF	Radio Köln
ANTENNE MÜNSTER	Radio Leverkusen
Antenne Niederrhein	Radio Lippe
Antenne Unna	Lippe Welle Hamm
Hellweg Radio	Radio MK gesamt
Hit Radio	Radio Mülheim
NE-WS 89.4	Radio Neandertal
Radio 90,1 M'gladbach	Radio Oberhausen
Radio 91.2	Radio RSG
radio NRW	Radio RST
Radio Berg	Radio Ruhr
Radio Bielefeld	Radio Sauerland
Radio Bochum	Radio Siegen
Radio Bonn	Radio WAF
Radio Duisburg	Radio Westfalica
Radio Emscher Lippe	Radio Kiepenkerl
Radio Ennepe Ruhr	Radio WMW
Radio Erft	Radio Wuppertal
Radio Essen	Radio Niederrhein

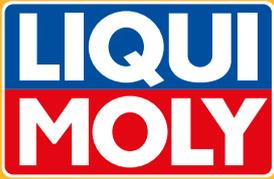
Die genauen Sendedaten sehen Sie auf der letzten Seite

Der Westen

- SWR 1
- SWR 4
- ROCKLAND
- Antenne Bad Kreuznach
- Antenne Idar-Oberstein
- Antenne Kaiserslautern
- Antenne Koblenz
- Antenne Landau
- Antenne Pfalz
- Antenne Pirmasens
- Antenne Zweibrücken
- City Radio Trier

- HR 1
- hr 3
- YOU FM
- Radio BOB!
- Antenne Frankfurt
- Hitradio FFH
- planet radio
- harmony.fm

- | | |
|--------------------|----------------------|
| Radio SALÜ | Radio Homburg |
| SR1 Europawelle | Radio Neunkirchen |
| SR1 Saarwelle | Radio Saarbrücken |
| Classic Rock Radio | CityRadio Saarlouis |
| BigFM Saarland | CityRadio St. Wendel |



Wir gehen in die 2. Runde!

Vom 25.05. - 07.06. schaltet LIQUI MOLY Radiospots in ganz Deutschland!



RADIO SPOT-SENDEPLAN

AS&S Radio Deutschland Kombi
RMS SUPER KOMBI

HR 1
hr 3
YOU FM
Radio BOB!
Antenne Frankfurt
Radio BOB!
HIT RADIO FFH
planet radio
harmony.fm

SWR 3
SWR 1
SWR 4
Donau 3FM
Schwarzwaldradio
Hitradio Antenne 1
baden.fm
bigFM
Seefunk
DIE NEUE 107.7

die neue welle
ENERGY Stuttgart
HITRADIO OHR
Radio 7
Radio Ton
antenne 1 Neckarburg
ego FM BW
Neckaralb live
Radio Regenbogen
Regenbogen Zwei

BAYERN 1
BAYERN 3
ENERGY München
ENERGY Nürnberg
Hitradio rt1
Radio 2DAY
Radio 8
Radio Alpenwelle
Radio AWN
Radio Bamberg
Radio Charivari
Radio EINS Coburg
Radio Euroherz
Radio F Nürnberg
radio fantasy
Radio Gong 97.1
Radio IN
Radio Inn-Salzbach
Radio Mainwelle
Radio Oberland
Radio Plassenburg
RADIO PRIMATON
Antenne Bayern

Radio Primavera
Radio Ramasuri
Radio Trausnitz
RSA Radio
Star FM Nürnberg
TOP FM Ost+West
unserRadio
ROCK ANTENNE
RADIO GALAXY
95.5 Charivari M
GONG 96.3 M
Radio Arabella
106,9 Radio Gong WÜ
Absolut HOT (DAB+)
Bayernwelle SüdOst
DAS NEUE Charivari
DONAU 3FM
egoFM bayern
extra-radio
gong fm Regensburg
Hit Radio N1
Hitradio.rt1

WERBEKAMPAGNE 2020



AS&S Radio

RMS SUPER

Monat →	MAI							JUNI						
Tag → Uhrzeit ↓	25	26	27	28	29	30	31	01	02	03	04	05	06	07
6:00 - 7:00	●								●●	●				
7:00 - 8:00		●												
8:00 - 9:00			●											
9:00 - 10:00	●			●●			●		●	●	●●	●		●●
10:00 - 11:00		●			●	●						●	●	
11:00 - 12:00			●	●	●				●	●	●			
12:00 - 13:00	●●	●			●	●●	●			●	●		●	●●
13:00 - 14:00		●	●									●●		
14:00 - 15:00			●	●●					●●	●	●			
15:00 - 16:00	●			●	●				●	●		●		
16:00 - 17:00		●		●							●	●		
17:00 - 18:00		●			●					●				
18:00 - 19:00	●		●●		●				●		●			

WERBEKAMPAGNE 2020



RADIO SPOT-SENDEPLAN ÖSTERREICH

Österreich gesamt DAB+

- Arabella Relax
- Klassik Radio
- Radio 88.6
- Radio Energy
- Rock Antenne
- Technikum One

Österreich gesamt

- Hitradio Ö3
- Kronehit
- Radio Austria

NIEDERÖSTERREICH

- Radio 88.6
- Radio Arabella NÖ

WIEN

- Radio 88.6
- Radio Arabella Wien
- Radio Energy
- Superfly

OBERÖSTERREICH

- Life Radio
- Welle 1 ÖÖ
- Radio Arabella OÖ
- Lounge FM OÖ

SALZBURG

- Antenne Salzburg
- Welle 1 Salzburg
- Energy Salzburg
- Klassik Radio Salzburg

STEIERMARK

- Antenne Steiermark
- Soundportal
- Radio Grün Weiß
- Welle 1 Graz

VORARLBERG

- Antenne Vorarlberg

BURGENLAND

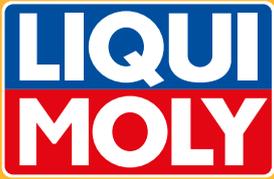
- Radio 88.6

TIROL

- Life Radio Tirol
- Antenne Tirol
- Radio U1 Tirol
- Energy Innsbruck
- Radio Osttirol
- Klassik Radio Tirol
- T-Rock

KÄRNTEN

- Antenne Kärnten
- Radio Austria



Wir gehen in die 2. Runde!

Vom 25.05. - 07.06.
hören Sie LIQUI MOLY
in ganz Österreich!



Monat →	MAI							JUNI						
Tag → Uhrzeit ↓	25	26	27	28	29	30	31	01	02	03	04	05	06	07
5:00		●			●				●	●	●			
6:00	●●		●	●●				●●	●	●	●	●		
7:00	●	●	●			●			●	●	●	●		●●
8:00	●	●	●●	●	●	●	●●	●	●	●	●		●●	
9:00	●	●		●	●			●	●	●		●		●
10:00		●	●	●	●	●	●	●			●●	●●	●●	
11:00	●●		●	●	●	●		●	●	●●	●		●	●
12:00		●	●		●		●●				●	●●	●	●
13:00	●	●		●●	●	●●		●	●●	●			●●	
14:00	●		●●	●●	●		●		●	●	●	●		●
15:00		●●			●●	●●		●●		●●	●	●	●	●
16:00	●●		●●	●			●●		●●		●	●	●	●
17:00	●	●●	●		●●	●		●●		●	●	●●	●	●
18:00	●		●	●●	●	●	●●		●●	●	●	●	●	●
19:00	●●	●	●			●		●●	●	●	●	●		
21:00		●						●		●				

Hitradio Ö3
RMS

WERBEKAMPAGNE 2020

Sendeplan TV-Spot Mai 2020



06.05.		16:58 19:18	21:31		19:17	23:18	00:26
07.05.	19:59	18:25 19:22	20:11		13:20		00:50
08.05.	19:48	18:55	20:11	19:33 20:12	18:42		
09.05.		16:35 19:22		19:34	15:11 19:27		00:14
10.05.			20:11 00:57	17:29 20:11	14:42 23:41	23:31	
11.05.	18:48	18:25 19:50	20:11	14:59 20:11	17:39		00:39
12.05.	18:40 19:48	19:18	19:20 20:35	19:33	17:19 20:11 23:58		
13.05.	19:59	18:55 19:22	20:11	00:26 16:19	20:46		
14.05.	18:48	19:22					00:51
15.05.	19:57	18:25 19:18	20:11	20:12	20:40		
16.05.		16:35 19:22	22:30	17:45 20:50	14:46		00:29
17.05.			15:01 21:38	20:40	19:28	23:37	
18.05.	18:48	18:55 19:22	13:43 18:47 22:35	14:32	00:21 16:07	23:46	23:11
19.05.	19:35	19:18		19:33 21:10	18:43		23:10
20.05.	18:40	18:25 19:22	20:11 22:58	00:27 13:42 17:49	00:54 14:16		00:25
21.05.			22:40	13:05	17:01		00:08
22.05.	19:48	16:58 18:55	00:30 19:03	23:52	19:15		
23.05.		16:35 19:22	20:11	19:34	00:36 17:09		00:29
24.05.			20:11	17:48 23:22	15:28 18:31	23:39	00:08
25.05.	19:53	18:55 19:50	22:35	19:33 23:59	14:12 17:40	23:19	00:37
26.05.	19:35	19:22	16:43 20:11	13:37		23:44	23:07
27.05.	19:59	18:55 19:22	20:11	18:11	00:52 18:45	23:20	23:27
28.05.	19:53	19:22	22:00	00:30 16:43 18:13			00:14 23:24
29.05.	19:57	19:18	16:21	00:20	00:38 19:17	23:43	00:35
30.05.		16:35 19:22	22:31	19:34	14:12		00:13
31.05.			23:41	18:52 23:29		23:36	00:07



**LIQUI
MOLY**

**MOTORÖLE
ADDITIVE
FAHRZEUGPFLEGE**

LIQUI MOLY SCHAFFT DIE ZEHNSATION

Liebe Kunden, seit Jahren wählen uns die Leser der führenden Autozeitschriften zu Deutschlands bester Schmierstoffmarke. Bei Auto Zeitung sowie auto motor und sport bereits zum **10. Mal in Folge***. Ein besonderer Erfolg in einer besonders schweren Situation. Denn angesichts der weltweiten Corona-Katastrophe ist jetzt nicht die Zeit für Freudentänze, sondern für verantwortungsvolles Handeln. Miteinander und füreinander. Menschlich und voller Nächstenliebe. Mit Herz, Hirn und Ausdauer. Bei dieser Herausforderung stehen meine 1.000 Kolleginnen und Kollegen geschlossen zusammen, um mehr denn je ihr Bestes zu geben. Für unsere Partner, für unsere Kunden, für Sie! Denn nur gemeinsam schaffen wir das!

Seit einem Jahrzehnt die Nr. 1 in der Kategorie Motorenöle!*

Bleiben Sie gesund!

Ihr Ernst Prost



10 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von auto motor und sport. (Ausgabe 7/2020)



10 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern der Auto Zeitung. (Ausgabe 5/2020)



2 Jahre in Folge Platz 2 in der Kategorie Pflegemittel. (Ausgabe 5/2020)



9 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von Motor Klassik. (Ausgabe 6/2020)



9 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern der Auto Bild. (Ausgabe 13/2020)



3 Jahre in Folge die Nr. 1 bei Motorsport Aktuell in der Kategorie Automobil. (Ausgabe 16/2020)



2 Jahre in Folge die Nr. 1 bei Motorsport Aktuell in der Kategorie Motorrad. (Ausgabe 16/2020)



2 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von Motorrad. (Ausgabe 9/2020)



*Seit 10 Jahren BEST BRAND in der Kategorie Schmierstoffe bei auto motor und sport sowie TOP MARKE bei Auto Zeitung.

www.my-liqui-moly.de

WERBEKAMPAGNE 2020

Sendeplan TV-Spot Österreich Mai 2020



06.05.	20:00 22:55	19:57					
07.05.		20:59					
08.05.		20:00	18:10 00:25		20:34 22:45 00:47	06:50 22:20 00:50	14:26 15:57 18:28 20:30 22:45
09.05.	17:52	20:00		20:40	09:02 11:04 17:27 20:04	07:20 12:20 22:40	08:27 10:26 18:26 20:30 22:45
10.05.	20:00	21:45		17:20	18:48	10:20 18:25	10:26 15:25 18:26 23:25
11.05.	20:00	21:04 21:54	18:10 21:20			08:50 10:20 19:10	14:54 18:28 20:55 22:45
12.05.	18:17	20:59	18:10			13:25 17:20 19:10	15:17 16:54 18:28 21:25 23:26
13.05.	19:03	20:13 22:25	18:10 22:35			10:10 22:25	10:25 15:17 18:28 20:30 23:26
14.05.		21:54	18:10		22:41	17:25 22:30	08:25 15:17 18:28 21:25 23:26
15.05.		20:00			20:34 22:03 23:39	10:10 22:35 00:50	10:27 15:17 16:54 18:28 20:30 22:45
16.05.		19:51	20:50 22:20	20:40	14:49 17:25	10:50 12:50 17:35 22:40	08:27 10:26 16:25 18:26 20:30 22:45
17.05.	17:55	18:52 22:05		17:20 18:25 22:40	09:35 17:03 18:52 00:30	10:35 12:20 18:30 00:30	08:35 10:26 15:25 18:26 20:30 22:45
18.05.	18:08	19:24	18:10 21:35 00:25			06:50 08:40 10:20 17:20	14:54 18:28 23:26
19.05.	22:54	19:24	18:10 00:25		21:48 00:40	13:50 17:25 19:10	15:17 16:54 18:45 21:25 23:26
20.05.	20:00	20:00	18:10 00:25			10:20 17:20 22:20	10:25 15:54 18:28 20:30 23:50
21.05.		20:13		20:40 22:25 00:30		18:20 22:50	10:25 15:25 18:28 21:25 23:26
22.05.	20:00	20:00 21:54	13:20 18:10 00:25		20:34 22:44 00:46	10:02 17:20 19:10 22:40 00:50	15:17 18:28 20:30 22:45

Sendeplan TV-Spot Österreich Mai - Juni 2020



23.05.	20:08	20:00			09:05 17:23 19:03 20:37 22:42	10:50 12:40 17:30 22:40	08:30 10:26 16:25 18:26 22:45
24.05.	19:26			17:20 20:45 22:40	17:37 20:04 22:42	10:35 12:10 17:30 19:10	10:26 15:25 18:26 22:45
25.05.	21:50	18:52 22:25	18:10 21:20 00:25			08:40 18:20	14:54 18:28 22:45
26.05.		19:24	12:20 18:10 00:25		21:48	13:50 17:20 19:10	15:17 18:28 23:26
27.05.	20:00	19:24	18:10 22:35 00:25	21:25		10:05 17:20 22:20	10:25 15:17 18:28 20:30 23:50
28.05.	22:44	20:00	18:10 00:25	21:15 23:30 00:30		18:20 22:15	15:17 18:28 21:25 23:26
29.05.	18:08	19:24	13:20 18:10 00:25		20:35 22:31 00:25	10:05 17:20 19:15 20:50 22:40 00:50	13:20 18:28 20:30 22:31 23:22
30.05.		19:24			17:23 20:05	10:40 12:50 17:30 19:15 22:35	08:27 10:26 16:25 18:26 23:25
31.05.	19:43	19:24		17:20 18:25	09:38 17:38 20:04	10:25 12:10 18:10 19:45 21:30 23:10 00:40	08:35 10:26 15:25 18:26 23:25
01.06.	17:43	19:54 20:13					
02.06.	20:08	17:28 18:52					
03.06.		19:47					
04.06.	22:10						



FANPOST

PRODUKT ZUM ANBEISSEN



So sieht ein neuer
1 l-Kanister unseres
Bio-Sägekettenöls aus.



Jedem sein Lieblingsöl! Ein Fan hat uns dieses lustige Foto zugeschickt: Offensichtlich fand nicht nur er bzw. seine Kettensäge Gefallen an der Bio-Qualität unseres Öls, auch ein paar kleine Nager haben sich in seiner Gartenhütte über den Kanister hergemacht. Aber Achtung: Trotz biologischer Abbaubarkeit ist weder Inhalt noch Verpackung unseres Bio-Sägekettenöls zum Verzehr geeignet! ;-)

Damit sich Marder nicht
über den Motorraum
hermachen, empfehlen
wir den regelmäßigen
Einsatz unseres
Mardersprays!



MARDERSPRAY

Art.-Nr.: 1515

Biologische Geruchsstoffmischung zum einfachen, schnellen Entfernen von Marder-Duftspuren im und am Fahrzeug. Schützt Gummi- und Kunststoffteile und vermeidet so teure Reparaturen. Unschädlich für Umwelt, Mensch und Tier.



An kreativen Ideen und zweckmäßigen Lösungen fehlt es unseren Kolleginnen und Kollegen bekanntlich nie – auch nicht während der Corona-Zeit. Dass LIQUI MOLY nicht nur Motoren, sondern im Ernstfall auch Mund und Nase schützt, demonstrieren hier Oliver Kuhn (Leiter Anwendungstechnik Meguin, links) und Elisabeth Nussbaumer (Vertrieb Autohaus).



LIQUI MOLY hat mit Abstand das beste Außendienstteam! Dies ist vor allem auch ein Verdienst unserer langjährigen Frontkämpfer wie Thomas Heppel (Gebietsleiter Handel, links), der sich zu seinem 20-jährigen Dienstjubiläum über einen Blumenstrauß aus den Händen von Marcus Hillmayr (Regionalverkaufsleiter) freute.

Von wegen altes Eisen

Weshalb Old- und Youngtimer spezielle Schmierstoffe benötigen, erklärt LIQUI MOLY-Experte David Kaiser



Ob früher alles besser war, sei dahingestellt. Anders war es allemal. Das Motoröl, das verwendet wurde, als der entsprechende Old- oder Youngtimer noch produziert wurde, hat mit heutigen Schmierstoffen wenig gemein. Das heißt aber nicht, dass es für klassische Fahrzeuge keine modernen Schmierstoffe gibt, nur sind diese anders. Worin der Unterschied liegt, verrät David Kaiser. Er ist Entwicklungsleiter beim Schmierstoffspezialist LIQUI MOLY.

Wie bekommt einem Klassiker der Schluck aus der modernen Ölpulle?

David Kaiser: Das dürfte zu einer deftigen Magenverstimmung führen. Moderne Synthetiköle sind für Fahrzeuge älteren Datums generell ungeeignet, da sie nicht zu der da-

mals verwendeten Motorentechnologie passen.

Aber schmiert ein modernes Öl den Motor nicht besser?

David Kaiser: Es stimmt, dass modernes Motoröl extrem leistungsfähig ist. Aber die Leistungsfähigkeit dieser Schmierstoffe entspricht nicht dem Anforderungsprofil für klassische Fahrzeuge. Hier ist eine völlig andere Additivierung notwendig, weil moderne aschefreie Öle einen Verschleißschutz haben, der auf andere Motormaterialien abgestimmt ist. Die in diesen Additivpaketen enthaltenen Detergenzien verhindern Schlamm- und Verschleißbildung und das ist bei alten filterlosen Motoren eine Katastrophe.

Inwieweit spielt die Motorenfertigung eine Rolle?

David Kaiser: Die Motoren von Oldtimern und auch älterer Youngtimer bestehen aus anderen Werkstoffen, haben andere Fertigungstoleranzen und Ölwechselintervalle als moderne Pkw. Deshalb haben wir bei LIQUI MOLY Motoröle für Klassiker im Programm, die auf speziell entwickelten Rezepturen basieren.

Was ist an den neuen Rezepturen für Klassiker anders als an den früheren?

David Kaiser: Betagte Antriebssysteme, speziell jene mit hoher Laufleistung und anderen Materialien wie Weißmetallen, Buntmetalllegierungen sowie Dichtungselementen benötigen andere Öle. Ein großer Unterschied der heutigen Schmierstoffe für Klassiker gegenüber den damaligen besteht in ihrem Leistungsspektrum. Sie werden den besonderen Anforderungen klassischer Motoren gerecht und besitzen zugleich modernste Verschleißschutzeigenschaften. Daher sind die modernen Oldtimer-Öle den früheren deutlich überlegen.

Muss ein Klassik-Öl das gleiche leisten wie ein Schmierstoff für moderne Autos?

David Kaiser: Damals wie heute sind Schmierstoffe wichtige Elemente der Motorkonstruktion. Schmieren ist nur eine von vielen Aufgaben. Das Öl muss den Motor thermisch entlasten, abdichten, gegen Verschleiß- und Korrosionserscheinungen schützen und die Motorleistung sichern. Mit den Konzeptionen und Belastungen heutiger Aggregate sind die früheren nicht vergleichbar. So sind die Temperaturen und Drücke in modernen PKW-Motoren viel höher als bei alten Antrieben. Außerdem spielten früher die Themen Abgasreduzierung und Kraftstoffeinsparung keine oder nur eine untergeordnete Rolle. Gerade deshalb sind maßgeschneiderte Öle so wichtig, um keinen Motorschaden zu riskieren. Das galt früher und das gilt heute. Welches das richtige Öl ist, steht im Handbuch des Fahrzeugs. Wer darüber nicht mehr verfügt oder sich unsicher ist, dem wird der Ölwegweiser unter www.liqui-moly.de weiterhelfen.



Das LIQUI MOLY Classic-Sortiment

Die extra auf Motoren historischer Fahrzeuge abgestimmte Classic-Kollektion umfasst drei Motorenöle in den Viskositäten SAE 30, SAE 50 und SAE 20W-50 HD auf mineralischer Basis sowie das Motorbike HD-Classic SAE 50 Street. Ergänzt wird die klassische Motoröllinie um die Getriebebeschmierstoffe SAE 90 und SAE 140.



Novinky ▾



Analýzy ▾



Technika



Školenia



TruckFocus



Akcie



Práca

🏠 > Distribútori > Novinka v AUTOTECHNE: Aditíva LIQUI MOLY, ktoré zabránia negatívnym účinkom benzínu E10

Novinka v AUTOTECHNE: Aditíva LIQUI MOLY, ktoré zabránia negatívnym účinkom benzínu E10

AnM , 4 mája 2020, 16:42



Jedným z riešení pre majiteľov áut, ktorí sa obávajú, že im benzín E10 poškodí motor, je použitie správneho aditíva. Autotechna ponúka zákazníkom dve novinky od spoločnosti LIQUI MOLY, ktoré môžu trápenie s benzínom ukončiť.



LIQUI MOLY Additive E10

Prísada do paliva LIQUI MOLY sa mieša do benzínu pri tankovaní a zlepšuje spaľovanie motora. Je vhodná pre všetky štvortaktné a dvojtaktné benzínové motory vrátane motoriek. Zároveň je kompatibilná so všetkými kvalitami benzínu a aditív.

Prísadu navrhovali tak, aby znižovala pokles výkonu vozidla pri použití benzínu E10. Zvyšuje akceleráciu pri čiastočnom zaťažení a stabilizuje chod motora. Zároveň chráni pred zvýšeným obsahom vody v benzíne.

LIQUI MOLY Stabilizátor benzínu

Stabilizátor benzínu od LIQUI MOLY sa používa pri zazimovaní kosačiek na trávu, reťazových píl, motoriek a ostatných benzínových štvortaktných motorov. Je navrhnutý tak, aby minimalizoval negatívne vplyvy pri dlhšom stáťí motora a ten bol na jar opäť pripravený. Kombinácia účinných látok chráni pred koróziou, usadeninami a starnutím paliva.



LIQUI MOLY FORMULA 1'DE KALİYOR....

Formula 1'deki angajmanını uzatarak yarış serisiyle 2022 sonuna kadar sözleşme imzaladı. Tüm yarışların yanı sıra Alman motor yağı ve katkı üreticisinin reklam bantları yer alacak. LIQUI MOLY Genel Müdürü Ernst Prost, "Şimdiye kadar hiç medyada bu kadar etkili bir sponsorluk anlaşması yapmamıştık," diyor. LIQUI MOLY artık 2022 sezonunun sonuna kadar üç yıl boyunca Formula 1'in "resmi sponsoru" olacak. Ernst Prost sözlerine, "Formula 1'in ulaştığı büyük kitle, LIQUI MOLY'nin tüm dünyadaki marka bilinirliğini arttırmamıza olanak verecek," diye devam ediyor. Üstelik, söz konusu olan sadece çok geniş bir kitleye ulaşmak da değil. "Formula 1, motor sporlarında seçkin bir organizasyon. LIQUI MOLY de yağlar ve katkı maddeleri alanında seçkin bir marka. Formula 1'de reklam yapmak, hem son kullanıcılara hem de endüstriye verilen güçlü bir mesaj. Bu bizim, ortamdaki gitgide daha güçlü hale gelen kuru gürültünün arasından sıynılıp öne çıkmamıza yardımcı olacak." LIQUI MOLY, Formula 1'e 2019 yılında katılmıştı. Orta boy bir yağ ve katkı maddesi üreticisinin dünyanın en büyük yarış serisinde varlık göstermesi, o zaman sektörde bütün dikkatleri bu şirketin üzerine toplamıştı. Mavi kırmızı logo, on bir yarışta ön planda boy göstermişti. Ernst Prost, "200'e yakın ülkede 1,9 milyardan fazla kişi bu yarış televizyondan izledi," diyor. İnternette izleyenleri, yarışlara bizzat gelen izleyicileri ve haberleri söylemeye bile gerek yok. Bu sayıya, her yarışa gelen ortalama 200.000 izleyici ekleniyor. Sosyal medyada Formula 1'in paylaşımlarını takip eden kişi sayısıysa milyarlar buluyor. Ernst Prost: "Başka hiçbir yerde dünya çapında bu kadar geniş bir kitleye ulaşmak mümkün değil." Formula 1 CEO'su ve Yönetim Kurulu Başkanı Chase Carey, "Başarılı geçen bir yıldan sonra işbirliğimizin uzatılması, Formula 1'in marka bilinirliği ve markaya bağlılık bakımından işe yaradığını gösteriyor," diyor. "LIQUI MOLY'nin gelecekte Formula 1'e daha da sıkı angaje olmasına memnun olduk." Formula 1 en büyüğü olsa da yağ markasının bu sektördeki dünya çapında tek sponsorluğu değil. LIQUI MOLY aynı zamanda MotoGP'de de temsil ediliyor,

LIQUI MOLY Bathurst 12H uzun mesafe yarış parkuruna adını veren şirket, Ocak ayında yapılan Dünya Hentbol Şampiyonası'nda ve çok sayıda kış sporları etkinliğinde de yer aldı. Ernst Prost, "Bütün bunlar kendi başına birer amaç olmaktan ziyade iş ortaklarımızın satış oranlarına destek olan pazarlama konseptimizin yapı taşları," açıklamasını yapıyor.

Bu angajmanın dünya çapındaki etki alanı LIQUI MOLY açısından büyük öneme sahip. Şirketin ana yurdu Almanya'daki satışları toplamı cirodaki oranı sürekli olarak düşüyor. Ernst Prost, "Orada zaten o kadar güçlü bir pozisyona sahibiz ki daha fazla büyüme kaydetmek pek mümkün değil," diyor. "O yüzden, geleceğimiz uluslararası piyasalarda göstereceğimiz varlığa bağlı. Uluslararası platformda hâlâ yararlanmak istediğimiz büyük bir potansiyel yatıyor. İşte Formula 1 tam da bunun için çok önemli bir enstrüman."



„Mehr erreicht, als zu erwarten war“

Unternehmer Andreas Huber vertritt seit 30 Jahren *Liqui Moly* in Rumänien

Der erfolgreiche Unternehmer Andreas Huber, ein gebürtiger Großauer, vermarktet seit 30 Jahren *Liqui Moly*-Produkte wie Motorenöle, Additive oder Schmierstoffe in Rumänien. Inzwischen baute Huber auch das Autohaus Huber auf und wurde auch österreichischer Honorarkonsul in

Hermannstadt. Eine ausgiebige Jubiläumsfeier konnte im Rahmen seiner Firma *Limorom* wegen der Corona-Pandemie nicht stattfinden, allerdings gewährte Huber dem HZ-Redakteur Werner F i n k zu diesem Anlass und zu seinem Werdegang in Rumänien folgendes Interview:

Was bedeutet 30 Jahre *Liqui Moly* in Rumänien?

Wir sind der alleinige Importeur von *Liqui Moly*-Produkten seit 1990.

Warum gerade *Liqui Moly*?

Ich habe mein Motorenöl immer selber gekauft. Damals hat man oft auch in Deutschland den Ölwechsel privat gemacht, beim Freund oder Schwager, wenn er Automechaniker war oder sich auskannte. Ich hatte

stets *Liqui Moly*-Öl verwendet, es ist ein gutes deutsches Produkt und so kam mir die Idee, dieses Produkt auch in Rumänien zu verkaufen. Ich bin nach Ulm zu *Liqui Moly* gefahren, wo meine Idee begrüßt wurde. So habe ich 1990 angefangen, *Liqui Moly* in Rumänien zu verkaufen, zuerst über ein Einzelhandelsgeschäft und dann ab 1994 exklusiv *Liqui Moly*-Produkte über den Großhandel.

Wie kam es dazu, dass Sie sich entschieden haben, nach Rumänien zurück zu kommen und hier unternehmerisch tätig zu werden?

Ich bin in Großau geboren und bin dann Anfang der 1980er Jahre nach Deutschland ausgewandert und 1990 wieder „heruntergekommen“. Bereits im Dezember 1989 habe ich ei-

(Fortsetzung auf Seite 3)

In eigener Sache

Angesichts der im Zusammenhang mit der Covid 19-Pandemie erfolgten Ausrufung des Notstands in Rumänien und der damit verbundenen Einschränkungen bitten wir unsere Leserinnen und Leser um Verständnis, dass wir in der HZ nicht alle Aspekte dieser Notlage beleuchten können und bitten Sie, sich möglichst aus offiziellen Quellen zu informieren.

Dazu hat die rumänische Regierung eine online-Plattform unter stirioficiala.ro ins Leben gerufen, auf der man auch die Echtheit von Nachrichten prüfen kann.

Blieben Sie gesund und zuversichtlich! Die Redaktion



Der Unternehmer Andreas Huber, seines Zeichens auch Österreichischer Honorarkonsul für Siebenbürgen, (rechts) und sein Sohn Andreas Huber Junior - hier im Schauraum der *Liqui Moly*-Produkte - teilen sich die Geschäftsführung der Firma *Limorom*.
Foto: Werner FINK

(Fortsetzung von Seite 1)

nen Hilfstransport nach Hermannstadt gebracht und 1990 habe ich auch weitere Hilfstransporte begleitet. Ich war der Initiator und habe die Hilfstransporte in Partnerschaft mit dem Roten Kreuz in Sindelfingen und mit Hilfe der Sponsoren, wobei mein größter Sponsor Mercedes-Benz war, organisiert. Ich hatte aber auch viele andere Sponsoren, darunter auch Menschen, deren Eltern, Großeltern oder sie selber, aus Siebenbürgen, aus der Bukowina oder aus dem Banat ausgewandert waren. Aus diesen Hilfstransporten ist dann sehr schnell die Idee entstanden, hier in Rumänien etwas aufzubauen.

Waren Sie damals schon Unternehmer?

Nein, ich hatte zur Zeit der Hilfstransporte bei Mercedes in Sindelfingen in der Qualitätskontrolle gearbeitet. Ehrenamtlich war ich auch tätig. Ich bin lizenziertes Jugendtrainer im Fußball und hatte damals in Sindelfingen nebenbei Kinder- und Jugendmannschaften trainiert.

Wie haben Sie es geschafft, damals hier Fuß zu fassen?

Von 1990 bis 1994 hatten wir ein Einzelhandelsgeschäft neben dem Bruckenthalmuseum, wo wir von der Nähadel bis zu Motorenöl und zur Autobatterie, die ganze Lebensmittelpalette, Zucker, Mehl, Grieß, Kaffee, Kaugummi, abboten. Bis 1992 haben wir auch Devisen verkauft, darunter D-Mark, Dollar und auch andere Devisen. Wir waren drei Partner und eine Sekretärin. Dann kam noch die Verkäuferin dazu, ein Lagerverwalter und dann zwei, drei Außendienstmitarbeiter dazu. Ab 1994 haben wir zum Großhandel gewechselt. So hatten wir dann ungefähr 10-15 Verkäufer im ganzen Land und in der Buchhaltung zwei Personen. Das hat sich dann stetig entwickelt, vor allem nach 2000. Jassy, Bacău, Galatz, Bukarest, Konstanza, Ploiești, Craiova, Hermannstadt, Klausenburg, Arad, Temewar wurden die Stützpunkte, wo die Verkäufer dann die Kunden generiert haben. Heute haben wir ungefähr 30 Verkäufer und 5-6 Wiederverkäufer, Großhändler wie *Matrom, Bardi, Augsburg, Intercor* oder *Conex* u. a.

Wie war die Entwicklung im Laufe dieser 30 Jahre?

Die Entwicklung war am Anfang sehr zäh, sehr langsam. Anfang der 1990-er Jahre bis 1996-1998 war eine sehr schwierige Zeit. Auch in Rumänien gab es damals eine sehr hohe Inflation. Von heute auf morgen gab es neue Wechselkurse. In den ersten zehn Jahren ging es sehr schwer vorwärts. Ich glaube 1992 war es, als ich praktisch pleite war. Da war über Nacht der Devisenkurs von 1 DM = 20 Lei auf 1 DM = 100 Lei gestiegen. Ich hatte meinen ganzen Verkauf auf Lei eingestellt und konnte nur noch 10 Prozent von den Devisen kaufen. *Liqui Moly* hat es verstanden und hatte Vertrauen in Rumänien und mich gehabt und hat mir weiterhin Ware geliefert. Innerhalb eines Jahres habe ich die Schulden dann abbezahlt und so ging es dann weiter.

Es gab also reichlich Herausforderungen zu überwinden?

1994 mussten wir das Einzelhandelsgeschäft aufgeben. Mittlerweile waren die Läden wie Pilze aus dem Boden geschossen. Wir haben uns infolgedessen nur noch auf den Import von Moto-

„Mehr erreicht, als zu erwarten war“

renölen und auf den Großhandel konzentriert. Außerdem hatten es die Geschäftsleute aufgrund der wässrigen Gesetzgebung schwer, sich zurechtzufinden, bedingt auch durch die ganzen Kontrollen vom Finanz-, Arbeitsamt usw., die durch ihre eigene Interpretation der wässrigen Gesetzgebung die Geschäftsleute in Schwierigkeiten brachten.

Es gab aber auch positive Umstände?

Von Vorteil war, dass der Rumäne deutsche Produkte mag, was uns beim Aufbau des Kundennetzes sehr geholfen hat. *Liqui Moly* ist das einzige Motorenöl, das in Rumänien verkauft und das exklusiv in Deutschland hergestellt wird. Da heute noch unsere Motorenöle zum oberen Preissegment in Rumänien gehören, sind wir eher ein Nischenanbieter, weil die Menge, die wir verkaufen doch relativ sehr klein ist in Anbetracht des Marktes. Der Rumäne hat es

tergeht, gut aufgestellt. Ich schätze, dass wir im Mai und Juni finanziell über die Runden kommen, was die Gehälter betrifft. Zahlungen an das Staatsbudget haben wir ausgesetzt, weil das Geld nicht reicht.

Welche waren die größten Errungenschaften im Laufe dieser 30 Jahre?

Wir haben hier Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die seit über 25 Jahren in der Firma tätig sind, manche von diesen sogar seit fast 30 Jahren. Das finde ich eine große Errungenschaft, Mitarbeiter zu finden und dann an die Firma zu binden, die sich dann auch mit der Firma identifizieren und dann dementsprechend auch ihre Arbeit abgeben.

Die Mitarbeiter, die seit Anfang der 1990-er Jahre bei mir sind, haben heute ihrerseits Kinder, die mittlerweile die Hochschule absolviert haben. Viele meiner Mitarbeiter haben sich in der Zwi-

eigenen Vertrieb hat. Das heißt, unsere Mitarbeiter gehen in den Betrieb und betreuen direkt den Kunden und schulen diesen. Außerdem kommt der *Liqui Moly*-Techniker zwei-, dreimal im Jahr nach Rumänien, um seinerseits noch tiefgründigere Schulungen zu machen und den Anwendungsbereich der Produkte noch ausführlicher zu erläutern.

Das Ziel ist, den Mitarbeitern einen guten und sicheren Arbeitsplatz zu bieten, wo sie dementsprechend ihren Lebensunterhalt verdienen können.

Als einer der ersten deutschen Geschäftsleute, der nach der Wende in Hermannstadt aktiv geworden ist, haben Sie auch maßgeblich zur Entstehung der Gemeinschaft der deutschen Investoren in Hermannstadt beigetragen.

Ich bin einer der ersten Rückkehrer nach Hermannstadt und innerhalb der nächsten drei-fünf Jahre kamen auch andere Geschäftsleute mit siebenbürgischem Hintergrund. Die erste deutsche Firma, die sich hier ansiedelte war Mitte der 90er Jahre *Bilstein*. Gemeinsam mit dem damaligen deutschen Generalkonsul Ralf Andreas Breth haben wir einen Stammtisch der deutschen Investoren gegründet, aus dem dann 1998 der Deutsche Wirtschaftsclub Siebenbürgen hervorgegangen ist. Hier war ich bis 2014 Vizepräsident. Bis zu meinem Ausscheiden aus dem Führungsgremium hatten wir über 200 Mitglieder im Wirtschaftsclub, und haben eine wichtige und große Pionierarbeit geleistet.

Für die meisten Investoren, die heute hier sind, waren wir der erste Anlaufpunkt, wo sie sich informieren konnten. Wir waren auch der Ansprechpartner der staatlichen Institutionen wie Präfektur, Kreisrat, Bürgermeisteramt für die deutsche Wirtschaft hier. Damals kamen die Gastredner hauptsächlich von Institutionen wie Zoll, Finanzamt, Rechnungshof oder Arbeitsamt, weil sich in diesen Bereichen ja die ganze Gesetzeslage sehr schnell und oft verändert hat, und so haben wir mit den deutschen Investoren hier zu diesen Institutionen eine Brücke gebaut und die Zusammenarbeit bedeutend erleichtert. Das war meine erste ehrenamtliche Tätigkeit.

Sie haben sich im Laufe der Zeit aber auch auf andere ehrenamtliche Tätigkeiten fokussiert, wie kam es dazu?

2010 habe ich mich zur Wahl gestellt und bin zum Bezirkskirchenkurator in Hermannstadt gewählt worden und bin auch heute noch Bezirkskirchenkurator, acht Jahre lang habe ich den Hermannstädter evangelischen Kirchenbezirk im Landeskonsistorium der Evangelischen Kirche A. B. in Rumänien vertreten. 2010 bin ich zum Österreichischen Honorarkonsul in Hermannstadt und Zentralsiebenbürgen ernannt worden. Die Tätigkeit als Honorarkonsul habe ich dann 2011 im Juni offiziell aufgenommen. Das sind die größeren ehrenamtlichen Tätigkeiten, die ich ausübe und die sich eigentlich ganz gut in Einklang bringen lassen mit meiner unternehmerischen Tätigkeit.

Warum vertreten Sie gerade Österreich als Honorarkonsul?

Der damalige Botschafter, Herr Dr. Martin Eichtinger, hatte mich 2009 in diesem Zusammenhang

kontaktiert. Unter mehreren Kandidaten ist die Wahl auf mich gefallen, höchstwahrscheinlich auch weil ich zur landlerischen Minderheit, die auch aus Österreich kommt, gehöre.

Sie sind inzwischen aber auch Vorsitzender des Verbandes der Honorarkonsuln in Rumänien.

2014 hat mich Präsident Dr. Wolfgang Breithenthaler von der Europäischen Vereinigung der Honorarkonsuln (FUECH) angeschrieben und gefragt, ob ich nicht geneigt wäre, einen Verband der Honorarkonsuln in Rumänien zu gründen und mit diesem dem Verband der Europäischen Honorarkonsuln beizutreten. Ich habe dann die ganzen Recherchen eingeleitet. Ich habe gesehen, dass es in Rumänien um die 70 Honorarkonsuln gibt. Diese habe ich alle angeschrieben und 2015 hatten wir die Gründungssitzung der UCOR (*Uniunea Consulilor Onorifici din România*) im Hilton-Hotel in Hermannstadt, bei der auch Vertreter vom Rumänischen Außenministerium dabei waren und wo ich zum UCOR-Präsidenten gewählt und mittlerweile wiedergewählt wurde.

Zurück zu *Liqui Moly*, wer das *Liqui Moly*-Logo sieht, muss unwillkürlich an Motorsport denken...

Mitte 1990 hatten wir siebenacht Jahre lang ein eigenes Autorennenteam. Jedes Jahr sind wir die rumänische Rallyemeisterschaft in der Abteilung Amateure gefahren und haben viele Pokale gewonnen. Einer meiner Mitarbeiter hatte sogar den ersten Platz geschafft. Die Rallies haben wir mitveranstaltet und mitfinanziert.

Bei vielen anderen Veranstaltungen war und ist das hier in Hermannstadt schon populäre *Liqui Moly* Logo auch zu sehen.

Zwischen 1998 und 2001 habe ich vier Auflagen des Hermannstädter Bierfestes organisiert. Das war damals immer ein Riesenevent, die Leute haben es immer super angenommen. Anwesend waren auf dem Großen Ring sechs bis acht Bierhersteller und die größten und bedeutendsten Musikbands Rumäniens haben gespielt.

Seit 2011 organisiere ich in meiner Funktion als Honorarkonsul von Österreich den Skipokal des Konsulats auf der Hohen Kinne. Dieses Jahr erfreute sich die zehnte Auflage mit 150 Teilnehmern aus dem ganzen Land einer großen Beteiligung. Über das *Autohaus Huber* sind wir überdies der Sponsor der Hermannstädter Radtour. Wir stellen hier die Fahrzeuge zur Verfügung.

Wie schaffen Sie es, sich um all diese Tätigkeiten zu kümmern? Haben Sie bereits Aufgaben an die jüngere Generation übertragen?

Die Firmen haben alle eine Firmenstruktur, und an der Spitze haben sie je einen Geschäftsführer. Das *Autohaus Huber* hat einen Geschäftsführer in Deva, einen in Hermannstadt und bei *Limorom* bin zur Zeit ich der Geschäftsführer. Die Aufgaben im professionellen Bereich sind aufgeteilt und die Mitarbeiter erledigen ihre Aufgaben größtenteils selber über die Firmenstruktur. Seit 2005 ist einer meiner Söhne, Jürgen Huber, in Rumänien. Er hilft mir hier bei der Arbeit und ist zuständig für das *Autohaus* in Hermannstadt. Seit Januar 2020 ist auch mein anderer Sohn, Andreas Huber Junior, hier und ist mit mir zusammen Geschäftsführer, wir nennen ihn Junior-Chef, bei *Limorom*.

Vielen Dank für das Gespräch!



Andreas Huber ist auch selbst sportlich tätig, er macht beim Skipokal mit, joggt regelmäßig und führt Rad. Unser Bild: Im letzten Sommer erfüllte er sich einen Traum und überquerte per Fahrrad die Südkarpaten auf der Transalpina und auf der Transfagarascher Hochstraße. Foto: Privat

aber geschätzt und es gekauft.

Die Wirtschaftskrise 2008 haben Sie aber gut überstanden?

Ich muss sagen, die Zahlungsmoral unserer Kunden war nach der Wirtschaftskrise 2008 katastrophal. Wir haben viel Geld verloren. Die Firmen haben alle Insolvenz angemeldet und haben dann eine andere Firma gegründet, nur damit sie ihren Lieferanten nicht zahlen, was zum Teil auch wegen diesen schwachen Gesetzen, die es damals immer noch gab, geschah. Wir haben an dieser Sache fast zehn Jahre lang „gekannabert“, bis wir wieder richtig in Schuss gekommen sind.

In welchem Maße widerspiegelt sich die Corona-Pandemie in der Tätigkeit einer Firma wie *Limorom*, die Motorenöle vertreibt?

Es ist nicht anders als in den anderen Gebieten. Die Firma ist praktisch geschlossen, wir sind auf Sparflamme. Die Mitarbeiter sind bis zum 30. April im Urlaub, bis auf meinen Sohn und mir. Einige werden ab dem 1. Mai in Kurzarbeit wieder tätig werden, sie arbeiten aber wie bislang von Zuhause aus.

Wir verkaufen so gut wie nichts mehr. Viele Kunden haben uns schon per Mail um eine Zahlungsaufschubung bis zu einem Jahr, das heißt bis April 2021 gebeten. Das ist natürlich eine Riesenherausforderung für uns, denn wir müssen unsererseits alle gelieferten *Liqui Moly*-Waren bezahlen. Das ist also Corona. Wir haben mächtig daran zu knabbern, sind aber finanziell, wenn es nicht noch ewig so wei-

schenzeit Wohnungen gekauft, Häuser gebaut usw. Das zähle ich auch zu einer Errungenschaft, dass diese Mitarbeiter durch ihren Arbeitsplatz die Möglichkeit und die Konditionen hatten, eine Familie zu gründen und finanziell gut dazustehen.

2000 habe ich in Hermannstadt das Bürogebäude gekauft, ebenfalls 2000 habe ich das *Autohaus Huber* in Hermannstadt und 2007 in Deva aufgebaut, ehemals Opel-, heute Suzuki-Vertretungen. In Deva bieten wir zusätzlich noch Ssangyong-Wagen an. Das ist ein südkoreanischer Autohersteller und derzeit ein Nischenprodukt. Zusätzlich zur Händlervertretung verfügen wir auch über die Kfz-Werkstatt, die für alle Kategorien von Fahrzeugen zur Verfügung steht.

Die hier erzielten Errungenschaften waren mehr als zufriedenstellend und das ist mehr, als zu erwarten war.

Gibt es Ziele, die Sie mit *Liqui Moly* in der Zukunft erreichen möchten?

Nun, unser größtes Ziel und unser größtes Anliegen ist, dass wir *Liqui Moly*-Waren und nicht nur diese hier verkaufen und dass wir unsere Kunden zufrieden stellen. Und daran arbeiten wir jeden Tag, dass wir besser werden, dass die Kunden das erwiesene Vertrauen auch beständig bekommen, über die Qualität der Produkte, die wir vermarkten, die exklusiv in Deutschland hergestellt werden, und über unsere Dienstleistungen. Es ist eine der wenigen Firmen im Bereich Motorenöle und Werkstattprodukte, die einen

Скорая помощь в период пандемии будет использовать для обслуживания своих автомобилей смазочные материалы ЛИКВИ МОЛИ.



Компания ЛИКВИ МОЛИ Руссланд безвозмездно передала масел, автохимии и спецжидкостей, для обслуживания автомобилей Скорой помощи на сумму более чем на 7 миллионов рублей. Таким образом, компания проявила свою социальную позицию в борьбе с коронавирусом.

Для компании LIQUI MOLY безопасность и надежность являются ключевыми факторами в работе, поэтому мы решили поддержать тех, кто на передовой, постоянно рискуют своим здоровьем, помогая другим без отдыха и сна. Компания предоставила для парка автомобилей Московской областной станции скорой медицинской помощи (ГБУЗ МО "МОССМП") необходимые смазочные материалы, для качественной работы. В этом парке обслуживаются 46 станций скорой помощи в Московской области, на которые в последние недели выпала огромная нагрузка, поэтому поддержка пришлась им кстати.



RUSSLAND



Данный знак признательности врачам и медсестрам, которую выполняют важнейшую в эти дни работу, является продолжением социальной политики LIQUI MOLY GmbH и её президента Эрнста Проста. В начале апреля центральный офис компании в Германии уже передал больницам, спасательным службам и пожарным бригадам продукции на 3 миллиона евро.

В подобные моменты важен вклад каждого из нас, чтобы сдержать победу в борьбе с коронавирусом.

FRANKREICH

LE PATRON DE LIQUI MOLY S'EN PREND AUX « TROUS DU CUL » DE L'ÉVASION FISCALE

Motors / 6 mai 2020

Certains diront qu'il s'agit de l'effet confinement, du manque d'activité tant physique qu'économique ou simplement d'une envie de voir les choses autrement, après la crise du Covid-19. Mais quand on connaît le parcours et la philosophie de Ernst Prost, le communiqué qu'il a publié ce matin à l'attention de ses employés n'a tout compte fait rien de surprenant. Un document qui, en pleine période de crise sanitaire, fait du bien à lire quand on est salarié, ou entrepreneur. Mais, qui est cet Ernst Prost ? Le patron de l'entreprise allemande Liqui Moly (huiles et additifs), qui emploie 850 collaborateurs.

<https://www.mon-sieurvintage.com/motors/2020/05/le-patron-de-liqui-moly-sen-prend-aux-trous-du-cul-de-levasion-fiscale-43503>



Ernst Prost, gérant de Liqui Moly

LIQUI MOLY / Ernst Prost, la crisi? Impatto positivo sul modo di lavorare

Lunedì, 27 Aprile 2020



L'amministratore delegato di LiQUI Moly, Ernst Prost (nella foto insieme al suo team), spiega a tutti i colleghi come questo periodo di crisi, nonostante il dramma causato dal virus e con tutte le conseguenze che ne seguono, trasmetta in realtà un impatto positivo sul modo di lavorare. Le parole di Prost sono molto chiare: "Attualmente essere "capoccia" è davvero un gran piacere. Laddove prima si discuteva a lungo a destra e sinistra, ora sento solo più: "lo faccio io!". E non ci si "finalizza" più così tanto. – ora le cose si concludono la prima volta e per bene.... E questo "asap" da scemi ha ceduto il passo a un "subtilissimo". Non

ITALIEN

esiste nemmeno più un "non si può" e tanto meno "non c'è tempo". Un sogno per tutti coloro che sono abituati ad andare avanti senza doversi continuamente voltare per assicurarsi che la squadra tenga il passo. È fantastico vedere ora questi tempi immediati di decisioni e attuazioni. Niente lunghe discussioni a vuoto, né meeting generali lunghi e noiosi per farsi un'opinione. Nessun "sì, ma..." Nessun "ma sa..." e nessun "pensavo che...". Nessun "conosco uno che ha saputo da qualcuno che sarebbe stato molto meglio il contrario. Condizioni fantastiche per uno come me. Assumersi responsabilità, decidere, andare fino in fondo - come squadra. In sostanza, noi abbiamo sempre lavorato in questo modo, ma ora in questa situazione abbiamo aumentato ancora drasticamente il ritmo e quindi abbiamo ridotto notevolmente i tempi di reazione. Non sono i grandi che mangiano i piccoli, ma i veloci che superano i lenti, dico io. Non fraintendetemi, la crisi economica è grave e il virus è disastroso. In linea di principio non posso cambiare nulla, ma ora posso fare del mio meglio dalla posizione in cui mi trovo per fare quello che è necessario. Qualcuno mi chiama "Kriebek" abbreviazione tedesca per "Krisen Bekämpfer" (guerriero anticrisi). Mi piace! Ho anche sentito il termine "Optimist Prime". Sì, sono ottimista e credo nel bene e nel positivo, nel costruttivo e nel bello. Non mi piace unirmi alla fila dei profeti di sventura, né voglio associarmi ai lamenti che in questo momento si sentono ovunque. Superare le crisi significa prima di tutto lavorare sodo - e non lamentarsi troppo. A proposito: per il successo vale lo stesso. Il nostro lavoro in comune per me è una fonte di gioia e piacere. Pensare e fare. Progettare e realizzare. Non perdere tempo a chiedere, ma muoversi. Con tutta l'energia, con tutta la passione e con tutta la volontà. Si diventa un esempio da seguire, un faro nella notte, solo con l'entusiasmo e la passione. E noi siamo un faro nel nostro settore e forse anche in tutta l'economia tedesca. Tra qualche mese, questo brutto periodo sarà terminato – un periodo molto intenso di creazione ex novo. Un momento in cui vengono stabilite le giuste priorità. Un momento in cui la collettività resta unita e le persone stanno vicine.

Search Autoparts/Motorage/Corona-virus-coverage/

LIQUI MOLY LAUNCHES WORLDWIDE DIGITAL ADVERTISING CAMPAIGN

Goal is 1 billion contacts in over 100 countries

By: MOTOR AGE Wire Reports | Thursday, May 7, 2020 - 07:00

Like Tweet Share



The German oil and additive specialist LIQUI MOLY is continuing to expand its advertising activities. The company has now launched a worldwide digital advertising campaign that is aimed at generating one billion contacts in over 100 countries.



The Google network, YouTube, Facebook and Instagram, among others, are being used for this purpose. The campaign will be centrally run and paid for from Germany. LIQUI MOLY customers will not only benefit from the advertising effect, but can also get involved in the campaign themselves to increase the impact.

USA

Postponing or even canceling the campaign, which had been planned for some time, in response to the corona crisis was out of the question for LIQUI MOLY. "Especially in times like these, it is important to show the flag," says LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost. "We will go out into the world and promote oils and additives made in Germany."

In 2018, LIQUI MOLY conducted a worldwide digital advertising campaign for the first time, reaching over one billion contacts. The experience gained at that time is being incorporated into the current campaign.

About LIQUI MOLY

With around 4,000 items, LIQUI MOLY offers a global, uniquely broad range of automotive chemicals: Motor oils and additives, greases and pastes, sprays and car care, glues and sealants. Founded in 1957, LIQUI MOLY develops and produces exclusively in Germany. There it is the undisputed market leader for additives and is repeatedly voted the best oil brand. The company sells its products in more than 150 countries and generated € 569 million in sales in 2019.

UNSERE INSPIRATIONSQUELLE.

UNSER MONATSMAGAZIN.

BILDER UND GESCHICHTEN ist für uns alle. Von uns allen.
Ein außergewöhnliches Spiegelbild einer außergewöhnlichen Marke.
Teilen Sie Ihre Erlebnisse, Erfolge und Emotionen rund um
die LIQUI MOLY family worldwide – mit Ihrem Beitrag in
der nächsten Ausgabe unseres Firmenmagazins.



Informieren.
Weitersagen.
Teilen.

Nächster
Einsendeschluss:
22.05.2020

www.liqui-moly.de/unternehmen/monatsmagazin

So kommt auch Ihr Beitrag in **BILDER UND GESCHICHTEN**:

Senden Sie Ihre Bilder inkl. der dazugehörigen Informationen sowie die unterschriebenen
Einwilligungserklärungen aller fotografierten Personen an bug@liqui-moly.de.



Fotos auswählen
und benennen.
Einwilligungserklärungen
ausgefüllt zuschicken.



Eine E-Mail mit allen
wichtigen Informationen
an bug@liqui-moly.de senden.



Wenn alle Vorgaben
beachtet wurden, finden Sie
Ihren Beitrag im nächsten
Monatsmagazin.

Hinweis: Das Magazin erscheint monatlich. Deshalb bitten wir Sie, die Inhalte zeitnah zu liefern. Fotos und Artikel, die nach dem jeweiligen Einsendeschluss eingereicht wurden, erscheinen in der darauffolgenden Ausgabe.