LIQUI MOLY
SEIT 1957

BILDER UND GESCHICHTEN

AUS UNSEREM LEBEN 08.2018

MÉGUIN
OILS OF GERMANY
SEIT 1847

Die blau-rot-weiße Weltmarke

AUSZEICHNUNG

BEST BRAND

Unsere
5. Auszeichnung
in 2018!

Oliver Trost (links, Geschäftsführer ETM-Verlag) und Thomas Rosenberger (rechts, Chefredakteur „Werkstatt aktuell"), überreichten den Preis für die beliebteste Schmierstoffmarke an Werner Lehmkemper (LIQUI MOLY, Nationaler Verkaufsleiter Fachhandelsvertrieb).
Quelle: Mathias Schröder/ETM Verlag

Seit fünf Jahren können die Leser des Fachtitels „Werkstatt aktuell" die besten Marken der Nutzfahrzeugbranche wählen. Und zum 5. Mal in Folge wurden wir zur beliebtesten Schmierstoffmarke gewählt!

EDITORIAL

Tell me and I forget.
Teach me and I may remember.
Involve me and I learn!
(Benjamin Franklin)

Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

das Letzte was wir machen werden, ist den Kopf in den Sand zu stecken. Aber die ernüchternde Leserzahl unseres monatlichen Firmenmagazins wirft immer wieder Fragen über das Weshalb auf: Liegt es an den falschen Inhalten? Am Umfang? Oder am nicht vorhandenen Interesse?

Wir bitten Sie, einfach mal Ihr eigenes Kopfkino anzuschalten und sich ein paar Minuten Zeit zu nehmen. Zeit, um zu erkennen, dass Sie den reichen Fundus an kreativen Verkaufsaktionen, millionenschweren Werbekampagnen und weltweiten Sponsorings das ganze Jahr über für Ihren eigenen Markt bzw. Ihr eigenes Business adaptieren können. Und Zeit, um darüber nachzudenken, wie Sie Ihre persönlichen Stärken, Ihren Arbeitseinsatz und Ihre Aktivitäten noch fokussierter für die gemeinsamen Ziele unserer LIQUI MOLY family worldwide einsetzen können.

Denn wie heißt es im Eingangs aufgeführten Zitat von Benjamin Franklin sinngemäß: Wenn jemand nur etwas erzählt bekommt, vergisst er. Wenn jemand etwas gelehrt bekommt, erinnert er sich vielleicht. Wenn jemand aber involviert wird, lernt er daraus. Deshalb her mit Ihren Ideen! Bringen Sie sich ein! Seien Sie Mitunternehmer! LIQUI MOLY ist nicht das Unternehmen, in dem Sie nur arbeiten bzw. mit dem Sie nur eine Geschäftsbeziehung pflegen. LIQUI MOLY ist auch Ihr Unternehmen! Und BILDER UND GESCHICHTEN deshalb Pflichtlektüre!

Es liegt an jedem Einzelnen von uns, den LIQUI MOLY-Spirit in seiner ganzen Einzigartigkeit aufrecht zu erhalten und ihn in allen Ländern der Welt in noch mehr Markenbekanntheit und Umsatz umzumünzen. Vielfache Beispiele und tolle Ideen wie das geht, finden Sie jeden Monat hier.

Also: involve and learn!

Jörg Witopil
(Texter)

Sina Ataei
(Online-Redakteur)

Niklas Döhring
(Grafiker)

„Ich kriege Buhrufe von Unternehmern“

Der Maurersohn Ernst Prost hat es mit Motoröl zum Multimillionär gebracht. Steuern zu zahlen findet der Liqui-Moly-Chef „sexy“.

Das Leben ist bunt: **Ernst Prost** war bis 2017 Inhaber von Liqui Moli, jetzt ist er „nur" noch Geschäftsführer.

Die Fragen stellte Georg Meck

EIN INDUSTRIEGEBIET in Ulm, vor einem Flachbau flattern rot-blaue Liqui-Moly-Fahnen, drinnen empfängt ein Unternehmer von besonderem Kaliber: Ernst Prost, der Motoröl-Fabrikant und Schrecken des Establishments. Herzhaft teilt der 61 Jahre alte Selfmade-Unternehmer aus gegen „Zockergesindel“ und „Finanzterroristen“. Seine Angestellten nennt er „Mitunternehmer“ und spendiert ihnen jedes Jahr eine „Siegprämie“. Ende 2017 hat Prost sein Unternehmen an den Schrauben-Milliardär Reinhold Würth verkauft.

Herr Prost, vor Jahren haben Sie sich einmal als „Anfangsmillionär“ bezeichnet. Vor einem halben Jahr haben Sie Ihr Unternehmen an Würth verkauft: Sind Sie jetzt ein „Anfangsmilliardär“?

Milliardär, geht's noch? Nein, so viel ist es nicht. Aber ich darf jetzt immerhin einen dreistelligen Millionenbetrag versteuern. Aufgrund des Verkaufs der Firma überweise ich 40 Millionen Euro ans Finanzamt.

Dort wird man sich freuen.

Bestimmt. Das Geld von Herrn Würth hat seinen Weg in die Gesellschaft gefunden. Verstehen Sie mich nicht falsch: Darüber bin ich happy. Ich jammere nicht über Steuern.

Steuern zahlen ist sexy, haben Sie mal gesagt.

Ja, klar. Die 40 Millionen Euro von mir bedeuten umgerechnet 50 Cent für jeden Deutschen, das ist doch klasse. Mir tut das nicht weh. Ich habe nie fürs Geld gearbeitet. Für die Anerkennung ja, für den Erfolg natürlich. Das Geld ist dann automatisch gekommen.

Warum haben Sie Ihr Unternehmen überhaupt verkauft?

Ich wollte, dass Liqui Moly Bestand hat, dass mit Firma und Arbeitsplätzen nichts passiert, wenn mir was passiert. Das habe ich jetzt geregelt, dieser Sicherheitsgedanke war mir schon vor 20, 25 Jahren wichtig. Deshalb habe ich mit der Firma Würth verschiedene Verträge abgeschlossen, die gegriffen hätten, wäre mir etwas zugestoßen. Im Gegenzug habe ich Würth Anteile an Liqui Moly über eine stille Beteiligung zugestanden.

Fotos: Liqui Moly

Seit jeher preisen Sie Schraubenkönig Würth als Vorbild an – neben Mutter Teresa.

In beiden Fällen zu Recht. Beim Gutes-Tun ist Mutter Teresa absolut vorne dran. Und bei den Unternehmern kenne ich weltweit keinen, der so erfolgreich ist und dabei so bodenständig geblieben ist wie Reinhold Würth. Außerdem haben wir manches gemeinsam, etwa, dass wir beide viel Geld stiften.

Aber er druckt Kunstbände und Sie Kalender mit Fotos von nackten Frauen. Das ist ein Unterschied.

Och, das muss ja kommen. Immer diese Fragen nach den nackigen Mädels. Aus der Frauenwelt habe ich dafür nie einen Anpfiff bekommen, erst recht nicht von unseren Kunden. Aber gut, wir haben unsere Mädels bei den Aufnahmen für den neuen Kalender angezogen. So hatten wir es beschlossen.

Was machen Sie jetzt mit dem vielen Geld von Herrn Würth?

40 Millionen sind, wie gesagt, fürs Finanzamt weg, noch mal 30 Millionen Erbschaftsteuer zahlt mein Sohn, wenn ich eines Tages sterbe, was gut möglich ist. Vier Millionen gehen an meine Stiftungen. Und mir wird noch mehr einfallen, was man mit Geld Sinnvolles tun kann. Ich selbst brauche die viele Kohle definitiv nicht. 100.000 Euro gebe ich an die „Deutschland Stiftung Integration“, wo Angela Merkel Schirmherrin ist. Integration halte ich für wichtig, schließlich bin ich ja selbst ein Flüchtlingskind.

Wie war das damals in Ihrer Kindheit in Altötting?

Wir wurden schon als „Huflü“ bezeichnet.

Als Huflü?

„Hurenflüchtling“. Das ist heute noch ein gängiges Schimpfwort im Süden. Der Mensch ist nun mal eher so, dass er trennt – und nicht das Gemeinsame sucht. Das ist bei mir anders: Ich sehe im Unterschiedlichen das Ergänzende, das Belebende. Es muss nicht jeder Bayern-Fan sein und eine Lederhose tragen, um der heimischen Kultur zu entsprechen. Man muss andere Lebensmodelle, andere Religionen, andere sexuelle Orientierungen zulassen. Auf der anderen Seite müssen Flüchtlinge die Sprache lernen. Das ist das A und O. Rechnen, lesen, schreiben. Wie will man vorankommen, wenn man nichts weiß und nichts kann?

Woher kommt Ihr Ehrgeiz?

Antrieb kann man nicht anordnen. Das muss von einem selbst kommen. Es ist nur wichtig, dass in einem Land Entwicklungen wie meine möglich sind, dass einer aus armen Verhältnissen reich werden kann. Mit einem Staat als reiner Umverteilungsmaschine, die den einen Geld nimmt, um es nach Gutdünken zu verteilen, entwickelt niemand Ehrgeiz. Den Spitzensteuersatz für Millionäre kann die Politik gerne wieder raufsetzen. Es ist aber irre, wen das deutsche Steuerrecht alles als Spitzenverdiener einstuft: Angestellte, Handwerksmeister, kleine Unternehmer. Das zerstört die Lust auf Leistung.

Jetzt klingen Sie wie die FDP.

Wenn Sie mögen, kann ich auch reden, als wäre ich ein Grüner, weil ich für den Umweltschutz bin. Das Leben ist nicht schwarzweiß, sondern grau. Oder bunt. Bunt gefällt mir noch besser.

Ist der Aufstieg für junge Leute heute schwieriger als für Sie damals?

Zumindest lässt die Neigung nach, sich selbständig zu machen. Das finde ich sehr schade. Wir brauchen neue Unternehmer, nicht nur Großkonzerne oder gar Staatsbetriebe. Eine Firma zu gründen ist natürlich eine Last. Was heißt selbständig? Ich arbeite selbst und ständig. Dieser platte Spruch hat schon einen wahren Kern.

Warum haben Sie sich selbständig gemacht?

Weil ich keinen Chef über mir haben kann. Ich kann Obrigkeit schlecht ertragen. Das war schon in der Schule so. Außerdem wollte ich meine Vorstellungen von sozialer Gerechtigkeit umsetzen. Wenn ich heute meine Siegprämie verteile, dann fühle ich mich saugut.

11.000 Euro Bonus pro Kopf haben Sie dieses Jahr wieder ausgeschüttet, doppelt so viel wie Daimler.

Wenn die Leute das ganze Jahr schaffen wie die Brunnenputzer, dann haben sie das verdient. In Südafrika, wo wir eine Tochtergesellschaft haben, entspricht die Prämie zwei Jahresgehältern.

So viel Wohltätigkeit ist verdächtig. Warum behalten Sie das Geld nicht und gönnen sich etwas?

Ich brauche nichts. Wenn man zu viel Geld hat, macht es einem Sorgen, vielleicht macht es sogar krank. Es ist doch herrlich, wenn man mit Geld etwas bewirken kann. Ich fühle mich nie so gut wie an dem Tag, an dem die Bilanz erstellt wird, das ist der 14. Februar, mein Geburtstag. Da setzen wir das Rundschreiben mit der Prämie auf. Ohne die 11.000 Euro Prämie hätten wir 62 Millionen Euro Gewinn, so sind es 52 Millionen. Das ist doch völlig wurscht! Ich muss keine Aktionäre glücklich machen. Ich muss keine Vorstandsboni rausquetschen. Ich muss keine geldgeilen Private-Equity-Investoren vollstopfen, und ich muss keinen Zins an Banken zah- >>

Ernst Prost wird am 14. Februar 1957 in Altötting geboren, sein Vater ist Maurer, die Mutter Fabrikarbeiterin. Weil die Schulnoten nicht für eine Banklehre reichen, lernt er Kfz-Mechaniker und arbeitet dann im Vertrieb einer Autopflegefirma. 1990 heuert er als Vertriebsleiter bei Liqui Moly an. In den Folgejahren kauft Prost der Gründerfamilie Stück für Stück die Anteile ab.

Das Unternehmen

Liqui Moly wurde 1957 von Hans Henle in Ulm gegründet und hat sich auf die Herstellung von Additiven, Schmierstoffen und Motorenölen spezialisiert. Ab 1990 übernahm Ernst Prost Firmenanteile, acht Jahre später wurde er Alleininhaber. Heute beschäftigt das Unternehmen 835 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 530 Millionen Euro. Seit Ende 2017 gehört Liqui Moly zur Würth-Gruppe.

Quelle: Markt und Mittelstand

len, da wir keine Schulden haben. Deshalb gebe ich am Jahresende einen Teil der fetten Beute ab an meine Leute, die sie erarbeitet haben. Das ist für mich so logisch, wie es logischer nicht geht. Quasi alternativlos.

Wird es mit den Gewinnen in Ihrem Geschäft denn ewig so weitergehen? Elektroautos brauchen bekanntlich kein Motorenöl.

Alles ist endlich. Als Unternehmer müssen Sie sich permanent anpassen an den Wandel. Meguin, unsere Tochterfirma im Saarland, wurde vor 160 Jahren gegründet, da war das Automobil noch nicht mal erfunden. Damals haben die dort Fette produziert für Pferdekutschen und Petroleum für Straßenlaternen. Ich bin sicher: Wir werden auch den nächsten technologischen Wandel begleiten, wenn wir uns nicht ganz dumm anstellen. Aber wer weiß, was in 10, 20 oder 100 Jahren ist?

War diese Ungewissheit auch ein Motiv für den Verkauf der Firma?

Überhaupt nicht. Wir lieben Herausforderungen. Das ist doch schön, wenn ich am Abend sagen kann: Problem gemeistert. Die Ungewissheit muss man positiv angehen. Jeden Tag tun sich neue Chancen auf, auch wenn ich nicht jeden Tag Halleluja-singend in die Firma reinmarschiere.

Was treibt Sie überhaupt noch jeden Tag ins Büro?

Die reine Lust. Ganz ehrlich.

Es gäbe auch andere Arten des Zeitvertreibs.

Klar, ich habe aber mittlerweile erkannt: Arbeit ist ein ganz wichtiger Teil meines Lebens. Das hätte ich früher nicht gedacht. Da habe ich mich aufs Motorradfahren gefreut, auf dieses oder jenes. Das tue ich immer noch, die Wahrheit aber ist: Ich brauche die Arbeit, sie verschafft mir einen Lustgewinn. Nicht das Geld wohlgemerkt, die Arbeit ist es, der Kampf, die Siege.

Sie sind abhängig von der Arbeit?

Ja, total. Das habe ich mit Erschrecken eingestehen müssen, als ich mit dem Gedanken gespielt habe, die Firma zu verkaufen. Da habe ich einsehen müssen, wie wichtig mir die Arbeit ist. Fast wie ein Suchtmittel. Ist aber nicht weiter schlimm, mache ich halt weiter.

Sie verspüren keinen Schmerz, dass die Firma Ihnen nicht mehr gehört? Für viele Familienunternehmer wäre dies der Horror.

Ja, ich weiß. Genau das wollte ich vermeiden. Ich wollte auch nicht festkleben, bis ich 80 oder 85 bin und sie mich entfernen vom Chefsessel und ich nichts mehr kapiere vor lauter Demenz.

Der dynastische Gedanke, Sinn und Streben vieler Familienunternehmer, ist Ihnen fremd?

Ich weiß, für viele ist dies das Wichtigste. Und dann kommen Kinder, die es vielleicht nicht so auf dem Kasten haben. Oder die nicht wollen. Ich liebe meinen Sohn zu sehr, als dass ich ihn in irgendwas hineinzwängen würde.

War Ihr Sohn nicht beleidigt, dass Sie mit Würth verhandelt haben?

Benjamin ist 25, ein junger Kerl, der sucht noch den eigenen Weg. Der guckt noch: Wo gibt es was zu trinken, wo sind die hübschen Frauen? Das ist gut so. Es gibt ein Leben vor dem Tod. Und es gibt was anderes als Motoröle und Additive. Das soll er genießen, dann sehen wir weiter. Die Geschichte kennt genügend Beispiele, wo die zweite oder dritte Generation alles zerstört hat.

Haben Sie Fehler gemacht – als Mensch oder als Unternehmer?

Ich habe mal zusammengezählt: In meinem Leben habe ich exakt 14.518 Fehler gemacht. Nein, im Ernst: Wichtig ist, dass die Gesamtbilanz passt. Und das Wichtigste überhaupt: Ich lebe immer noch, bin mit 61 noch bei Sinnen. Dafür danke ich dem Herrgott jeden Tag.

Wer Sie enttäuscht, der wird verstoßen. So wie der Manager, den Sie intern als „jämmerlichen Spesenbetrüger“ beschimpft haben sollen, weil er – so Ihr O-Ton – „hinterfotzig auf Firmenkosten mehr auf Lustreisen als auf Dienstreisen“ war.

Stimmt, das war so. Ich nenne die Dinge eben gerne beim Namen, schwäbisch-derb. Für manche Zeitgenossen ist das vielleicht zu hart formuliert. Erst gestern habe ich hier wieder einen geschüttelt, zu ihm „Schafseckel“, „Grasdackel“ und was noch alles gesagt.

Was muss denn passieren, damit jemand so von Ihnen beschimpft wird?

Wenn einer einen Fehler macht, habe ich kein Problem damit. Aber Faulheit ertrage ich nicht so gut. Wenn einer nicht mitzieht, der Verantwortung nicht gerecht wird, dann kriege ich einen Hals. In der Firma wie überhaupt. Wenn Leute sich die Taschen vollstopfen, sich nicht um andere kümmern oder ihren Egotrieb ausleben, dann bringt mich das auf die Palme.

Herr Prost, Sie leben im Schloss und geben den Kämpfer für die Armen – passt das zusammen?

Muss ich arm sein, um gegen Armut zu kämpfen? Was für ein Blödsinn! Warum sollte ein Schlossherr nicht für höhere Mindestlöhne sein? Ein Reicher mit Einfluss hat mehr Möglichkeiten, soziale Missstände zu bekämpfen. Die Arbeitskraft wird in Deutschland zu wenig honoriert, sonst brauchten wir keine Sozialtransfers, keine Aufstocker. Mit einem Mindestlohn von 8,84 Euro kann man nicht leben. Das sind 1.400 Euro brutto im Monat. Da sind schon die Mieten in Ulm oder Landshut höher.

Die Löhne müssen also rauf?

Eindeutig ja. Die Gewinne sprudeln in den deutschen Unternehmen, also gebt den Leuten ein anständiges Gehalt! Voraussetzung ist natürlich, dass jemand auch was dafür leistet. Mit einem bedingungslosen Grundeinkommen hat das deshalb auch nichts zu tun.

Mit dieser Idee können Sie nichts anfangen?

Gar nichts. Du musst was schaffen, dann sollst du ein gutes Geld verdienen. Wichtig ist: Jeder muss von seinem Lohn leben können. Bei dem Satz kriege ich immer Buhrufe von Unternehmern, die mir dann vorhalten: Du versaust unsere Preise, du treibst die Lohnkosten in die Höhe.

Was entgegnen Sie?

Dass sie nicht im Mercedes vorfahren sollen, um über den Verlust der Wettbewerbsfähigkeit zu jammern. Wenn ich als Unternehmer den Leuten nicht genügend Geld zahlen kann, weil das Geschäft sich sonst nicht trägt, dann muss ich mir ein anderes Geschäft suchen. Oder bei mir selbst Abstriche machen. Ich kenne ganz wenige Unternehmer, die verarmen. Die meisten werden irgendwann Millionäre, Multimillionäre, Milliardäre.

Die Löhne sind in den vergangenen Jahren doch auch gestiegen.

Nur wo? Wenn Leute, die ihr Leben lang gearbeitet haben, im Alter nicht anständig leben können, dann ist was faul im Staat. Nehmen Sie Krankenschwestern und Pfleger: Die Entlohnung für die Berufe ist ein einziger Skandal. Das Gesundheitssystem in Deutschland? Asozial! Das Pflegewesen? Asozial! Hör mir auf! Aber jetzt haben wir gar nicht über Motoröl und Additive geredet. <<

redaktion@marktundmittelstand.de

Das Interview mit Ernst Prost erschien erstmals in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung vom 4. März 2018. © Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv.

Arznei fürs Auto: Liqui Moli exportiert seine Produkte in mehr als 120 Länder.

ONLINEKAMPAGNE

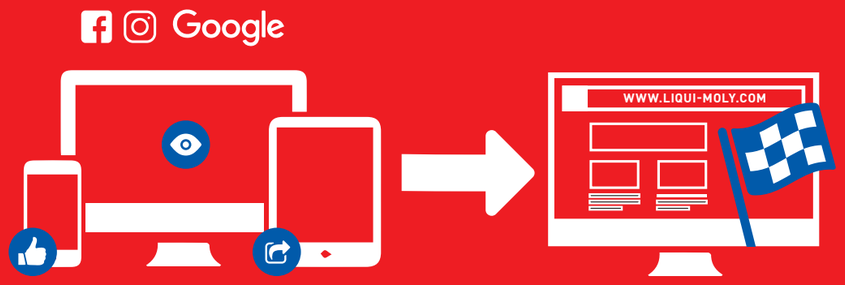
WERBEOFFENSIVE

Weitere Infos bei Ihrem Export Area Manager oder Sascha Jardel (Export Marketing Manager).

Globale Investition in Ihren Erfolg:

Die Milliarden-Nummer!

1,0 Mrd.
Werbekontakte



In 50 Sprachen und 128 Ländern

Nutzen Sie unsere Werbeoffensive für Ihren Umsatzschub!

Im letzten Quartal 2018 starten wir eine millionenschwere Best Brand-Onlinekampagne. Bei der „Milliarden-Nummer“ werden wir über 30 Tage lang Werbebanner auf allen relevanten Websites schalten – kombiniert mit der Verlosung von 3 Traumreisen mit exklusivem MotoGP-Besuch.

Alle unsere Partner und Kunden profitieren während der Kampagne von einer einmaligen Markenpräsenz. Und das kostenlos! Denn die komplette Umsetzung, Programmierung der Aktionsseite und Durchführung des Gewinnspiels übernehmen wir! Also freuen Sie sich auf diese geballte Werbepower und geben Sie die frohe Botschaft weiter!

ONLINEKAMPAGNE

WERBEOFFENSIVE

Deutschlands beste Schmierstoffmarke auf den wichtigsten digitalen Kanälen – und das weltweit!

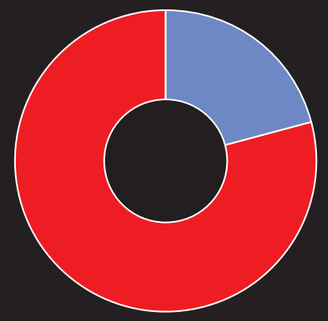
Unsere Kampagnenziele:

- Erhöhung der Markenbekanntheit in allen Ländern
- Verbreitung der Botschaft: „LIQUI MOLY ist seit Jahren Deutschlands beliebteste Schmierstoffmarke“
- Nachfragesteigerung nach unseren Produkten
- Generierung von E-Mail-Adressen
- Gewinnung neuer Facebook-Abonnenten
- ca. 1 Milliarde Sichtkontakte weltweit

Google

Unübersehbar: Der Milliarden-Nummer kann sich niemand entziehen!

Position	Reichweite
Facebook/Instagram	167.929.596
Google	832.070.404
Gesamt	**1.000.000.000**



Nutzen Sie die Werbepower unserer Milliarden-Nummer für Ihr Geschäft!

Dank der massiven öffentlichen Aufmerksamkeit unserer Megakampagne, wird die Nachfrage nach unseren Schmierstoffen, Additiven, Pflegemitteln und Service-produkten rasant steigen. Es liegt an Ihnen, sich schon heute darauf vorzubereiten und die hohe Nachfrage nach LIQUI MOLY-Produkten in Ihren Umsatz umzumünzen.

Sorgen Sie deshalb jetzt vor – diese Checkliste zeigt Ihnen, wie Sie mit LIQUI MOLY mehr Geld verdienen!

Lenken Sie die Kunden in Ihr Geschäft: Zeigen Sie durch Fassadengestaltung, Außendeko, Fahnen und Banner, dass es bei Ihnen LIQUI MOLY-Produkte gibt.

Forcieren Sie den Abverkauf: Platzieren Sie Verkaufsdisplays in hochfrequentierten Kassen- oder Zweitplatzierungszonen.

Nur wer auffällt, gewinnt: Sorgen Sie durch Faltwände, Banner, Deckenhänger etc. für einen attraktiven Markenauftritt am Point of Sale.

Schaffen Sie zusätzliche Kaufanreize: Stellen Sie Thekendisplays auf den Verkaufstresen.

Zeigen Sie Ihre Fachkompetenz und Kundennähe: Beraten und verkaufen Sie aktiv LIQUI MOLY-Produkte.

Sichern Sie die Warenverfügbarkeit: Bestellen Sie rechtzeitig und bevorraten Sie ausreichend LIQUI MOLY-Produkte.

Viel verkauft viel: Füllen Sie Ihre Regale auf und präsentieren Sie die ganze LIQUI MOLY-Sortimentsvielfalt.

Nutzen Sie die digitale Reichweite: Kommunizieren und streuen Sie Ihr LIQUI MOLY-Angebot auch über Soziale Medien.

AUSBLICK

MARKENOFFENSIVE

Sponsoring & Marketing: Verschleißschutz für unsere Weltmarke

Wir schaffen die Basis, damit Ihre Umsätze 2019 so richtig explodieren. Nutzen Sie die Chance!

DIE MILLIARDEN-NUMMER

Best Brand-Onlinekampagne: Mit großem Gewinnspiel und einer bisher nie dagewesenen Reichweite steigern wir unsere weltweite Markenbekanntheit!

WINTERSPORT

LIQUI MOLY mischt wieder als Sponsor bei einem echten Sahnestück des Wintersports mit: Bei der Vierschanzentournee 2018/19 werden Millionen Menschen unser Logo sehen!

HANDBALL-WM

Auch die Handball-WM 2019 in Deutschland und Dänemark wird ein absolutes Sponsoring-Highlight, bei dem wir mit unseren Farben Millionen von Zuschauern weltweit begeistern!

WELTWEITES SPONSORING

Natürlich halten wir weiterhin an unserem hochklassigen Sponsoring-Standardrepertoire fest: TCR, MotoGP, MercedesCup, Ski Alpin, Basketball, und und und!

SPONSORING

MOTOGP SACHSENRING

Zuhause ist´s am schönsten!

Bei der MotoGP am Sachsenring demonstrierten wir wieder mal unsere große Stärke: Menschen anziehen, ihnen spannende Events bieten und sie begeistern!

Wenn die MotoGP am Sachsenring Halt macht, ist es für uns als Weltmarke und für die vielen Fans etwas ganz besonderes. Deshalb präsentierten wir unseren Kunden und Partnern auch beim diesjährigen Deutschland-Grand Prix den ganzen LIQUI MOLY-Spirit: Mit Autogrammstunde mit unseren IntactGP-Freunden Marcel Schrötter und Xavi Vierge, Fahrsimulatoren und vielem mehr.

SPONSORING

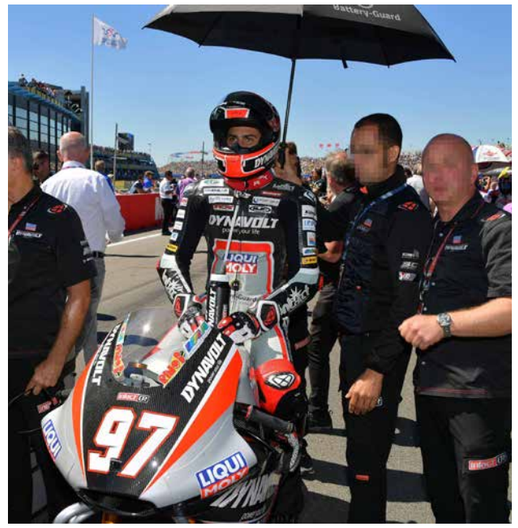
INTACTGP

Solides Heimrennen setzt Höhenflug fort

Bei IntactGP läuft's diese Saison! Mit den Plätzen 6 und 7 konnten Marcel Schrötter (Nr. 23) und Xavi Vierge (Nr. 97) auch beim Deutschland-Grand Prix der Moto2 auf dem Sachsenring überzeugen. In der Gesamtwertung steht Vierge nun auf Platz 7 und Schrötter auf 8. Angesichts des enorm starken Teilnehmerfeldes eine tolle Leistung – natürlich auch dank dem Spitzenöl aus dem Hause LIQUI MOLY! Als offizieller Schmierstofflieferant der Moto2 und Moto3 beweisen wir hier stets, wem man in Sachen Motorrad-Rennsport-kompetenz vertrauen kann!

Wir drücken weiter die Daumen und hoffen für den Rest der Saison auf Punkte satt!

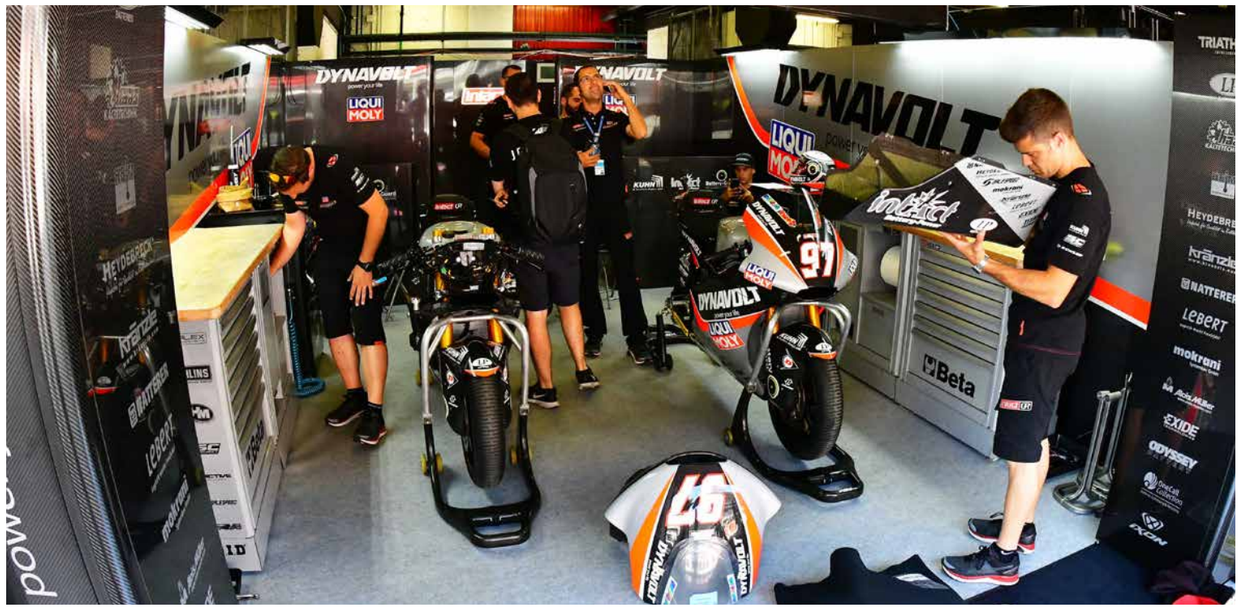
EXCLUSIVE LUBRICANT
moto2™ + moto3™
MotoGP™ WORLD CHAMPIONSHIP



SPONSORING

INTACTGP

Marcel Schrötter und das IntactGP-Team legen sich mächtig ins Zeug!



LIQUI MOLY FAMILY WORLDWIDE

TANSANIA

Unser LIQUI MOLY-Team Tansania und Export Area Manager Tim Braun (2. v. l.) begeisterten bei der diesjährigen Saba Saba Messe zahlreiche Kunden! Der deutsche Messestand wurde vom Wirtschaftsminister als der Beste ausgezeichnet, was in sämtlichen Medien, unter anderem auch der deutschen Welle, publiziert wurde. Der deutsche Botschafter Dr. Detlef Wächter (3. v. r.) nahm dies zum Anlass, die deutschen Teilnehmer einzuladen! Danke für diese tolle Geste und ein großes Lob an unser Team in Tansania!

KUNDEN, GÄSTE & FREUNDE

ASERBAIDSCHAN

Eine weitere Sternstunde am Besprechungstisch mit dem Stern: Der Besuch unserer Geschäftsfreunde der Firma AZINTERSERVICE aus Aserbaidschan, die im Rahmen des Osteuropa-Technikermeetings bei uns waren. V. l. n. r. (hinten): Andreas Maidel (Export Area Manager), Rauf Mustafev (Techniker), Ernst Prost (Geschäftsführer LIQUI MOLY), Azer Mamedov (Generaldirektor) und Artur Bernt (Export). Vorne: Alexandra Holzwarth (Assistentin der Geschäftsführung, links) und Nigar Valibayova.

Benjamin Orschulik (Sohn von Ernst Prost)

Anthony Lin (Project Development Manager LIQUI MOLY bei DU-HOPE)

Jingdong Lin (General Manager LIQUI MOLY bei DU-HOPE)

Vincent Prinzing (Export Area Manager)

Das Beste aus zwei Welten

Ein gutes deutsches Bier bei feinem chinesischen Essen! Was will man mehr? Unsere Freunde von DU-HOPE aus China sind stets ein höchst willkommener Besuch – so wie hier beim gemeinsamen Abendessen in der Nähe von Ulm. Bis hoffentlich bald!

BETRIEBSBESICHTIGUNG

Wie an unserem Standort Saarlouis ein Zahnrad ins andere greift, präsentierte unser Kollege Jacques Coppieters (Sales Account Manager LIQUI MOLY Belgium, 3. v. l.) unseren Freunden Koen Willeart, Roosen Dominique, Marc Krautli, Michel Condez und Eddy Peters von unserem belgischen Importeur Krautli.

VERSTÄRKUNG

TEAM USA

Unsere neue Kollegin Eva Tran (Administrative Assistant LIQUI MOLY USA) wird in unserem USA-Headquarter künftig alle Fäden zusammenhalten und unserer Verkaufsmannschaft den Rücken stärken. Sebastian Zelger (Director LIQUI MOLY USA) begrüßte sie ganz herzlich.

VERSTÄRKUNG

Die LIQUI MOLY family worldwide wächst und verstärkt sich seit Juli mit (hinten, v. l. n. r.): Petar Ivanovic (Technischer Verkäufer Austria), Marcus Dangelmayer (Key Account Management Industrie) und Patrick Frei (Assistent Exportleitung). Vorne: Stefanie Baisl (Marketing). Herzlich willkommen!

AUSBILDUNG ZAHLT SICH AUS

Mit Gutscheinen wurden unsere Meguin-Azubis für ihre sehr guten Jahreszeugnis-Notendurchschnitte belohnt (v. l. n. r.): Ingrid Theobald (Assistentin der Geschäftsführung), Roger Pusse (Betriebsratsvorsitzender), Michael Scholer (Leiter Labor), Steven Thiel (Mechatroniker), Janosch Egler (Chemielaborant), Philipp Großmann (Elektroniker für Betriebstechnik), Markus Neu (Mechatroniker, bestandene Abschlussprüfung), Daniel Decker (Industriekaufmann), Dieter Rupp (Leiter Instandhaltung) und Lukas Krieger (Mechatroniker).

JUBILARE

Jubelstrauß für unsere vier Jubilare im Monat Juli: Flankiert von Hannah Friedrich (Personal, links) und Alexandra Holzwarth (Assistentin Geschäftsleitung, rechts) bedankte sich Ernst Prost (3. v. l.) bei Erwin Prager (Lager, 20 Jahre), Konstantina Tzicaci (Assistant Export Manager, 10 Jahre), Jochen Riedmüller (Export Area Manager, 10 Jahre) und Jens Klier (Produktmanagement, 10 Jahre) herzlich für ihren Anteil am Erfolg unseres Unternehmens.

GLÜCKWÜNSCHE

Blumenzeremonie mit Jubilaren und Gratulanten (v. l. n. r.): Klaus Schwindling (Versand/ Logistik, 15 Jahre Meguin), Dirk Cavelius (Einkauf, 10 Jahre Meguin), Andreas Roden (stv. Leiter Logistik/Versand), Pierre Jager (EDV, Verabschiedung in den Ruhestand), Roger Pusse (Betriebsratsvorsitzender), Alfrieda Schwinn (Buchhaltung, 60. Geburtstag), Harald Diedenhofen (EDV), Kim Bastian (10 Jahre Meguin), Ingrid Theobald, Roman Purper (Leiter Einkauf) und Rainer Maass (Personalleiter).

GRATULATION

Auf frischer Tat am Tatort überrascht hatte Günther Wengert (Nationaler Verkaufsleiter SB, links) unseren Kollegen Perry Peters (Gebietsleiter), um ihm mit einem Blumenstrauß zum 60. Geburtstag zu gratulieren.

JUBILÄUM

Mit einem kräftigen Händedruck und einem Blumenstrauß gratulierte Geschäftsführer Günter Hiermaier (rechts) unserem Nationalen Verkaufsleiter Günther Wengert zum 15-jährigen Dienstjubiläum.

JUBILÄUM

Zum 20-jährigen Dienstjubiläum unseres Mitunternehmers und „kampferprobten Schlachtross“ :-) Joachim Dietl (Gebietsleiter Handel/Werkstatt, rechts) überbrachte Marcus Hillmayr (Regionalverkaufsleiter) einen Blumenstrauß und herzliche Glückwünsche.

AUSLANDSGESCHÄFT

NEUER EXPORTLEITER

Salvatore Coniglio

(Exportleiter LIQUI MOLY)

Nach mehr als 10 Jahren als stellvertretender Exportleiter, leitet fortan Salvatore Coniglio unser Exportgeschäft. Unter seiner Regie soll das Auslandsgeschäft, welches bereits heute für deutlich mehr als die Hälfte des Umsatzes sorgt, weiter stark forciert werden. Dazu gehört, dass in jedem Land eine möglichst breite Auswahl aus unseren mehr als 4.000 Produkten angeboten werden soll - Stichwort „Sortimentserweiterung“! Und dazu gehört, dass zu den aktuell über 120 Exportmärkten noch weitere Länder hinzukommen sollen.

Karriere bei LIQUI MOLY

INLANDSGESCHÄFT

NEUER VERKAUFSLEITER

Klaus Stahl

(Nationaler Verkaufsleiter Nfz)

Unsere Nutzfahrzeugsparte ist in den vergangenen Jahren gewachsen und mit ihr unser Verkaufsteam im Außendienst. Damit wir hier weitere Potenziale ausschöpfen, wurde die neue Stelle Verkaufsleiter Nutzfahrzeuge geschaffen und mit unserem erfahrenen Kollegen Klaus Stahl (ehemals Gebietsleiter Nfz im Großraum Dresden) besetzt. Er fungiert künftig als zentraler Ansprechpartner, übernimmt die operative Steuerung, betreut Nfz-Kunden hinsichtlich Vertriebspartner, Großhändler sowie Kooperationen und wird bestehende Geschäftsbeziehungen ausbauen sowie neue Absatzwege erschließen.

VERABSCHIEDUNG

Goodbye statt good buy hieß es bei der Verabschiedung unseres verehrten Vertriebskollegen Gerd Ohnesorge (Gebietsleiter Handel, Mitte), der gefühlt seit Anbeginn der Zeit für LIQUI MOLY erfolgreich kämpfte mit Ernst Prost (Geschäftsführer LIQUI MOLY, links) und Benjamin Orschulik (Sohn von Ernst Prost). Alles Gute im verdienten Ruhestand!

AUF WIEDERSEHEN

Abschied ist nicht immer babyleicht: Mit etwas Wehmut aber auch Vorfreude verabschiedete Niclas Kneer (Leiter Innendienst) unsere Mitunternehmerin Veronika Gauder (Vertrieb National + Austria) in den Mutterschutz. Alles Gute!

VERABSCHIEDUNG

Nach 12 Jahren sagt Monika Pätzold (Produktion, 2. v. l.) „goodbye“! Herzlich verabschiedet wurde sie dabei von Alexandra Holzwarth (Assistentin der Geschäftsleitung, links), Geschäftsführer Ernst Prost (2. v. r.) und Hannah Friedrich (Personal, rechts). Wir sagen vielen Dank und wünschen alles Gute!

FAMILIENZUWACHS

Früh übt sich, wer später Chef sein will! Paul Knab, der Sohn unserer Kollegin Simone Knab (Einkauf, rechts), ließ sich beim Besuch bei Ernst Prost das Probesitzen im Chefsessel nicht entgehen.

COOLE MARKE

Cool am Pool! Dank LIQUI MOLY ein Mann mit kühlen Füßen und kühlem Kopf: Bernhard Buhr, der Vater von Ernst Prosts Lebensgefährtin Kerstin Thiele (Mitglied des Stiftungsvorstands der ERNST PROST STIFTUNG).

FIRMENLAUF DILLINGEN/SAAR

Rund 10.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus etwa 540 Unternehmen - das sind die eindrucksvollen Zahlen des Firmenlauf B2Run in Dillingen/Saar. Für unsere 22 laufbegeisterten Kolleginnen und Kollegen von Meguin lief es auf der 5,3 km langen Strecke natürlich wie geschmiert.

Unsere Finisher (stehend, v. l. n. r.): Adrian Sava, Christian Seitz, Leon Brunnet, Jörg Paul, Thomas Kopischke, Lucas Paul, Christian Martin, Andreas Freis, Sebastian Müller, Marco Fuchs, Johannes Kieren, Daniel Decker, Barbara Ludwig, Holger Hecktor und Daniel Schmidt. Kniend (v. l. n. r.): Sylwia Staniura, Juliane Ludwig und Thorsten Liese.

MOLDAWIEN

SCHULUNG

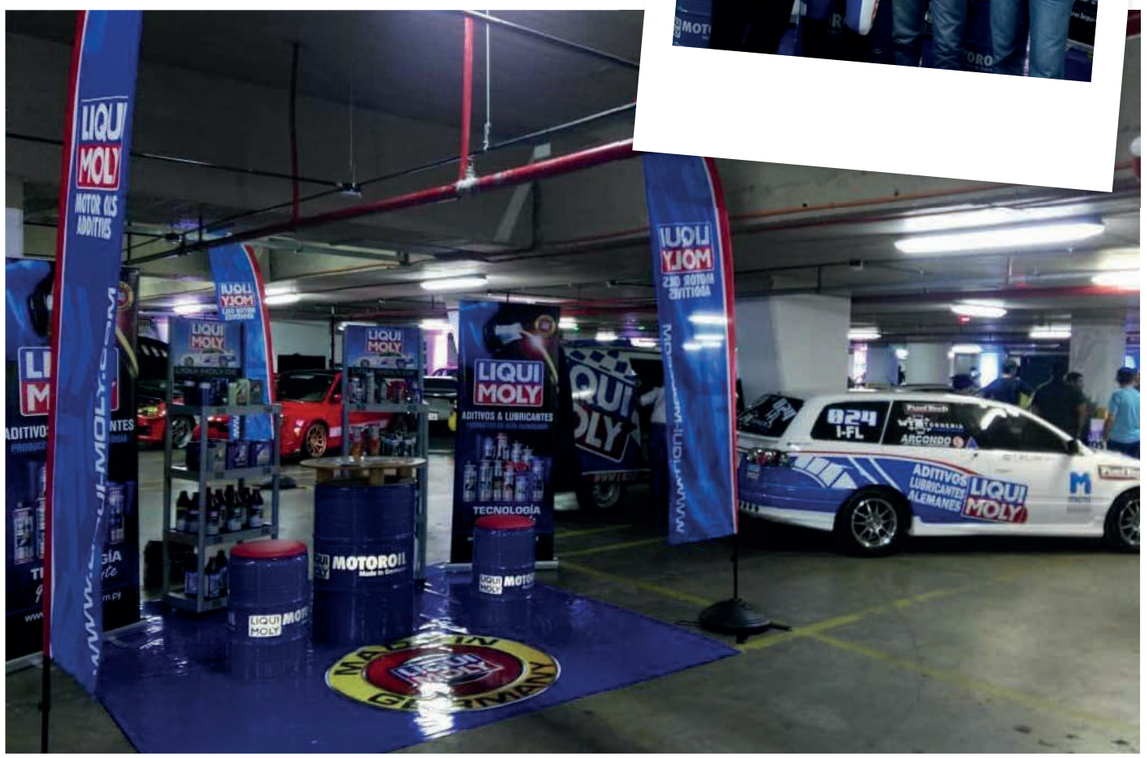
Gemeinsam mit unseren Freunden von LIQUI MOLY Moldawien begeisterten unsere Kollegen Reiner Schönfelder (Anwendungstechniker, 4. v. l.) und Jochen Riedmüller (Export Area Manager, 6. v. l.) in Balti zahlreiche Werkstattinhaber und -mitarbeiter mit einer technischen Schulung.

Bild unten: Trainer Pavel Mirza, Technischer Verkäufer unseres Kunden Olmosdon, in seinem Element.

PARAGUAY

JAHRESTREFFEN STREETPY

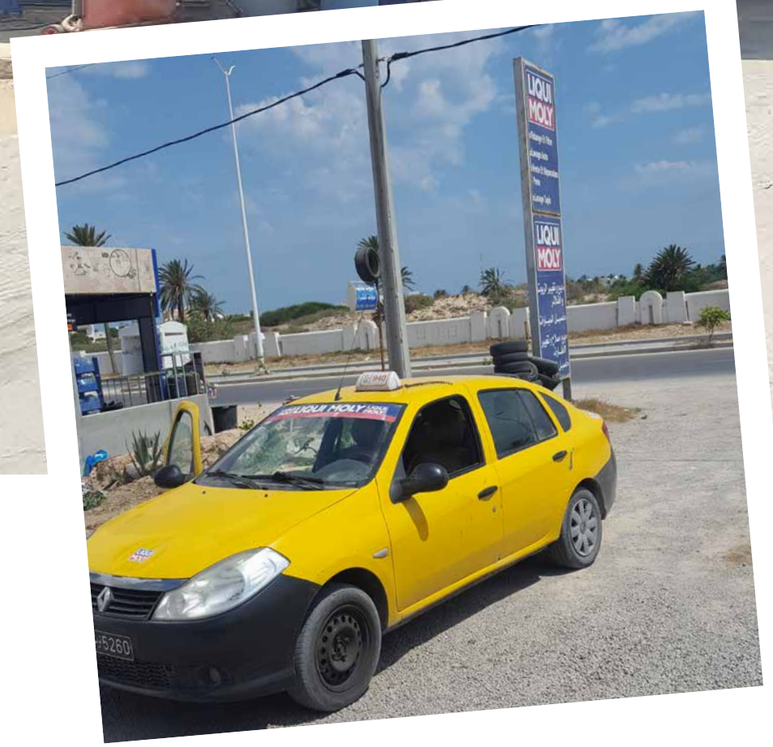
Als Exklusivsponsor im Bereich Motoröl und Additive sorgte LIQUI MOLY Paraguay beim Jahrestreffen des StreetPY im Parking World Trade Center in Asunción für einen blau-rot-weißen Farbtupfer und kompetente Beratung aus erster Hand.



Auch bei der Autoshow CDE Tour 2018 in Ciudad del Este hielt LIQUI MOLY Paraguay als exklusiver Sponsor in Sachen Schmiermittel die LIQUI MOLY-Fahnen hoch.

Seit 2017 unser hochmotivierter Händler in der Millionenstadt Cangzhou (Provinz Hebei) - das Team von Cangzhou Fenglian (v. l. n. r.): Mr. Zhanchao Liu (Verkäufer LIQUI MOLY), Mr. Xiusen An (Autoteile und Kundenakquise), Fabian Wedekind (Project Development Manager LIQUI MOLY), Mr. Xu Li (Verkäufer) und Mr. Longfa Qi (Verkäufer).

Auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit! Bei der Eröffnung des neuen Auto Detailing Centers in Colombo, begrüßte Marco Renz (Export, 2. v. r.) gemeinsam mit unseren Kollegen Gayan, Supun und Harsahana (alle LIQUI MOLY Sri Lanka) unseren neuen Fahrzeugpflege- und Additivkunden Mr. Dimuth (Inhaber Auto Detailing, Mitte).



LIQUI MOLY family worldwide ist nicht nur eine Floskel, sondern täglich gelebte Realität! Weiteres Beispiel hierfür war der Besuch von Alexandra Holzwarth (Assistentin der Geschäftsleitung, 2. v. l.) und Patrick Frei (Assistent der Exportleitung, rechts) bei unserem tunesischen Partner Mohamed el Hédi Ben Saïd (Besitzer der Station Nour Al Jazira, 2. v. r.). Anin Bahroun (Verkäufer der Firma Scorep in Tunesien, links) war ebenfalls dabei. Er ist für den Verkauf im Süden des Landes und auf Djerba zuständig.

PARAGUAY

EXPO MECANICA 2018

Da macht ein Halt am LIQUI MOLY-Messestand doch doppelt Spaß! Bei der Expo Taller Mecanica 2018 in Asunción (Paraguay) erhielten Besucher nicht nur fundierte Beratung, sondern auch einen herzlichen Empfang durch unsere charmante Markenbotschafterin.

GRIECHENLAND

PTOLEMAIDA

Volle Regale = volle Sichtbarkeit unserer Produktvielfalt = volles Publikumsinteresse! Bei dieser lokalen Messe in Ptolemaida in Nord-Griechenland erzeugte unser Stand mit dieser bewährten Formel großes Interesse!

SERIENSIEGER

BEST BRAND

Seit 8 Jahren Deutschlands beliebteste Ölmarke!

SORTIMENTSAUSSCHÖPFUNG

MOTORBIKE SHOOTER

LIQUI MOLY

JEDER SHOOT(ER)
EIN VOLLTREFFER

SHOOTER

Additives for Motorbikes & Scooters

Perfekte Energiedosis für Motorräder

Optimale Performance mit unseren praktischen Motorbike-Shootern: einfach einfüllen und fertig!

Motorbike-Shooter von LIQUI MOLY – in doppelter Hinsicht für Motorräder geeignet: Zum einen, weil ihre Formulierung speziell für Motorradmotoren entwickelt wurde. Zum anderen, weil ihre Dosis optimal an den Bedarf von Motorrädern angepasst ist. Halbvolle Dosen transportieren oder irgendwo lagern? Fehlanzeige!

Motorbike Speed Shooter
80 ml

- einfache Anwendung
- entfernt Ablagerungen im gesamten Kraftstoffsystem
- verhindert Vergaservereisung
- bietet exzellenten Korrosionsschutz
- optimiert den Kraftstoffverbrauch
- reduziert Emission

Motorbike 4T Shooter
80 ml

- einfache Anwendung
- verbessert die Beschleunigung
- optimiert die Zündwilligkeit
- gewährleistet optimale Leistungsausbeute
- reinigt das komplette Kraftstoffsystem von Ablagerungen

Motorbike Engine Flush Shooter
80 ml

- reinigt und spült den gesamten Ölkreislauf
- entfernt störende Ablagerungen und Ölschlamm
- neutral gegenüber Dichtungen und Dichtungsringen
- verlängert die Lebensdauer des Motors

Motorbike MoS_2 Shooter
20 ml

- verringert die Reibung im Motor
- schützt den Motor vor Verschleiß
- bietet Extraschutz bei hoher Motorbelastung und Ölverlust
- gewährleistet optimale Leistungsausbeute
- optimiert den Kraftstoffverbrauch

SPONSORING

REGIONALLIGA BAYERN

Wenn das Ergebnis zur Nebensache wird

Bei bestem Fußballwetter und einer tollen Kulisse von 2.800 Zuschauern herrschte beim VfB Eichstätt im heimischen LIQUI MOLY-Stadion eine ausgezeichnete Stimmung – trotz der Niederlage gegen den Topfavoriten der diesjährigen Regionalliga-Saison, der zweiten Mannschaft des FC Bayern München.

Für Michael Brennan und sein Team von AMD Tuning ist es nach eigener Aussage eine Ehre, mit unseren High-Performance-Schmierstoffen in der British Touring Car Championship auf Punktejagd zu gehen und gleichzeitig unsere Farben promoten zu dürfen. Auch wir fühlen uns geehrt!

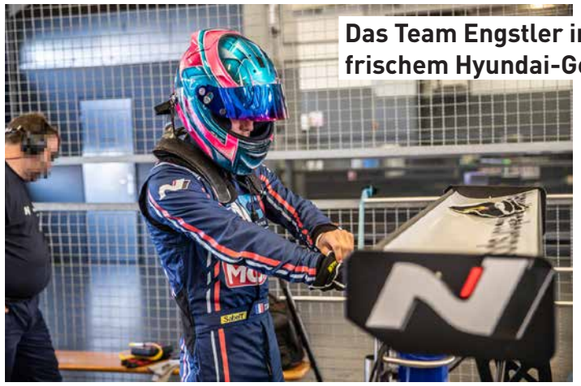
Beim Pan Delta Super Racing auf dem Zhuhai International Racing Park ging unser Team LIQUI MOLY & GhiaSports mit drei Rennautos auf die Strecke. Die hervorragende Ausbeute: Platz 2 und Platz 3. Gratulation!

SPONSORING

TEAM ENGSTLER

SPONSORING

TEAM ENGSTLER



Das Team Engstler in frischem Hyundai-Gewand!

Fliegender Fahrzeugwechsel bei Team Engstler

Freudige Überraschung bei Team Engstler: Luca Engstler und Théo Coicaud starten ab dem Nürburgring-Rennen mit neuen Fahrzeugen in der ADAC TCR Germany! Zum Einsatz kommen fortan zwei Hyundai i30 N TCR, die hoffentlich für jede Menge Podiumsplätze sorgen werden!

Nach den ersten Testfahrten zeigt der Daumen klar nach oben!

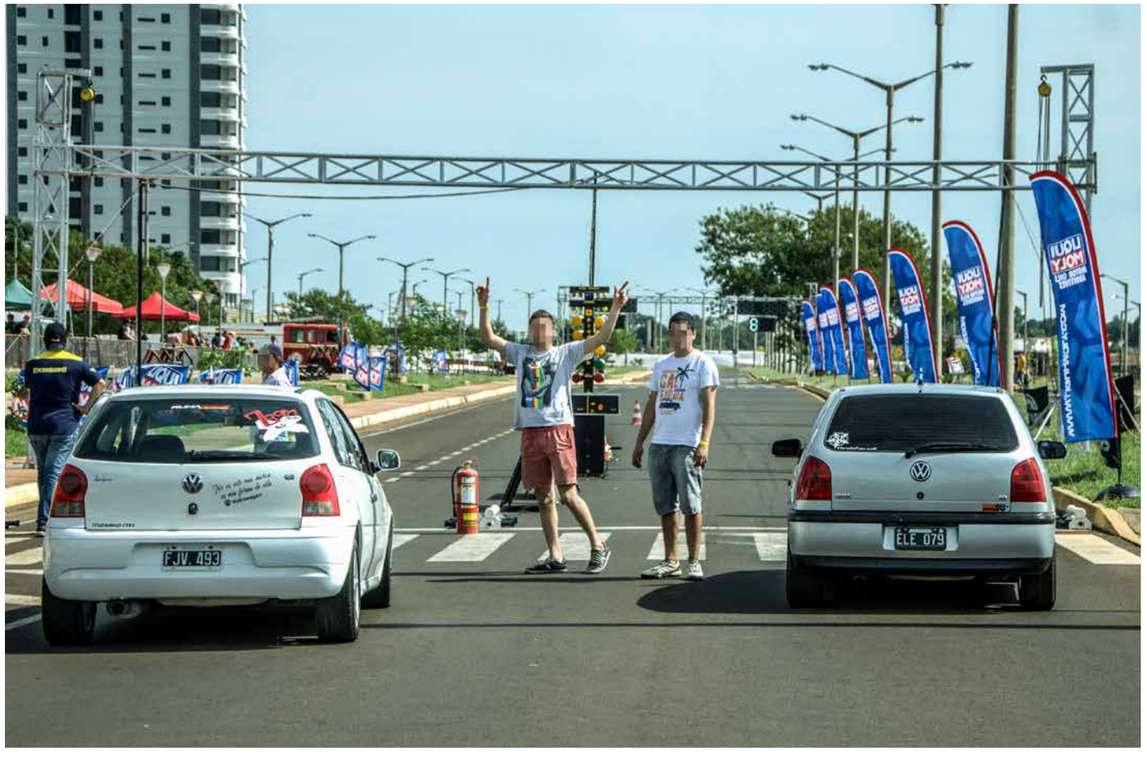
Das Team Hahn Racing baut seinen Vorsprung in der FIA European Truck Racing Championship weiter aus: Beim 2. Saison-Rennwochende auf dem Hungaroring nahe Budapest bewiesen Fahrer Jochen Hahn und Teamkollegin Steffi Halm vor insgesamt 34.000 Zuschauern bei Temperaturen bis zu 33 °C und fast 60 °C heißem Asphalt erneut ihre fahrerische Klasse – und unsere Schmierstoffe ihre einzigartige Spitzenqualität!

Zum Saisonauftakt der Internationalen Deutschen Motorradmeisterschaft IDM im belgischen Zolder, legte sich Fahrer Toni Finsterbusch vom Team Suzuki Mayer auf seiner dank LIQUI MOLY bestens geschmierten Suzuki GSX-R 1000 voll ins Zeug.

Große Leistung in der Kategorie Semillero (die Kleinsten): Beim Campeonato Nacional de Karting in Asunción sicherte sich Fahrer Benjamín Bernal im LIQUI MOLY-Kart den 1. Platz.

Punktejagd für das LIQUI MOLY Team Engstler bei der TCR Asia in Thailand: Nach den erfolgreich absolvierten Rennen liegt Mitchell Cheah aktuell auf Platz 1 und Luca Engstler auf Platz 3 der Fahrerwertung. In der Gesamtwertung belegt das Team derzeit den souveränen 1. Platz. Weiter so!

Der Picadas Encar Tuning Club lud zum Kurzstreckensprint in Encarnación! Mit dabei: 143 Teilnehmer mit ihren Autos, durchschnittlich 3.500 enthusiastische Zuschauer und natürlich unsere unübersehbare, blau-rot-weiße Beflaggung entlang der 201 Meter langen Rennstrecke.



SPONSORING

ÖSTERREICH

PORTUGAL

DEUTSCHLAND

IRAN

SPONSORING

BAJA SPAIN

Bei der Baja Spain wirbelte Ricardo Porém ordentlich Staub für unsere Marke auf!

On-Pack-Aktion

Aktionszeitraum: 01.08. – 31.10.2018

Sorgen Sie für verstärkten Abverkauf unserer LIQUI MOLY-Motoröle!

Zu jedem Kanister gibt es ein LIQUI MOLY-Multiband gratis.

Achtung: Aktion nur in Deutschland verfügbar!

Oil from Germany

Zuletzt machte der deutsche Ölproduzent Liqui Moly Schlagzeilen mit hoher Prämienauszahlung und der Eingliederung unter das Dach der Würth-Gruppe. Der »Motorradfahrer« hat hinter die Werkstore geschaut.

Motoröl – ohne läuft's nicht. Einer der größten Ölproduzenten in Deutschland heißt Liqui Moly. Für uns hat der Hersteller seine Werkstore in Saarlouis geöffnet und Einblicke in die Produktion gewährt. Seinen Anfang im Saarland hat alles 1847, als Gustav Meguin sein gleichnamiges Unternehmen gründet und Fette sowie Wagenschmiermittel herstellt. In den 1890ern kommen Schmierstoffe für die Stahlindustrie hinzu und erste Mineralöle. Nach zwei Weltkriegen nimmt Meguin die Produktion von Schmierstoffen wieder auf. Mit dem Anschluss des Saarlands an Deutschland 1959 stehen der deutsche sowie der westeuropäische Markt offen. Kurz zuvor gründet sich im etwa 300 Kilometer entfernten Ulm die Liqui Moly GmbH. Zunächst agieren beide Firmen unabhängig voneinander, doch im Laufe der Zeit beginnt Liqui Moly eine immer weiter wachsende Zusammenarbeit mit den Saarländern, die letztendlich 2006 zur hundertprozentigen Tochter von Liqui Moly werden. Bei Meguin kümmert man sich fortan um Öle aller Art, der Rest wird in Ulm gefertigt.

Heute arbeiten in Saarlouis 272 der insgesamt 835 Mitarbeiter von Liqui Moly. Als sich für uns die Werkstore öffnen, rollt gerade ein 40-Tonnen-Tanklaster mit uns ins Werk. Er kommt vom zehn Kilometer entfernten Vorratslager am Dillinger Hafen, wo in zehn Tanks à 1800 m³ die Basisöl-Reserven schlummern. Der Lkw füllt seine »lose« Ladung (fest wäre in Fässern) direkt in einen der 160 Tanks auf dem 24.000-m²-Gelände in Saarlouis. Derzeit wird der Standort massiv ausgebaut, sodass spätestens nächstes Jahr 120.000 Tonnen fertige Schmierstoffe das Werk verlassen können statt der 81.000 Tonnen derzeit. Doch mitten im Wohngebiet ist Platz Mangelware, so baut der Hersteller nach oben statt in die Breite. Seit 2015 investierte Geschäftsführer Ernst Prost gut 20 Millionen Euro in den Standort an der Saar.

Das Werk in Saarlouis liegt mitten im Wohngebiet (l.). Geschäftsführer Ernst Prost hat mit der Eingliederung von Liqui Moly in die Würth AG die Zukunft des Unternehmens gesichert. Ein Tanklaster (u. l.) liefert Basisöl vom elf Kilometer entfernten Lager im Dillinger Hafen (u.).

Noch bevor der Tanklaster den Rüssel im Werk ansetzen darf, geht eine Probe an das hauseigene Labor. In der Qualitätssicherung wird das Öl typisiert und auf Reinheit getestet, sodass Verschmutzungen von vornherein ausgeschlossen werden können.

Rund 25 Chemiker kümmern sich im Labor ums Öl – ein Teil im Erdgeschoss um dessen Wertigkeit, im Obergeschoss wird hingegen entwickelt und geforscht, was das Zeug hält. Ein modernes Öl für den Automotiv-Sektor kann aus bis zu 13 Komponenten bestehen, aber im Grunde immer aus 60 bis 80 Prozent Basisöl und im Rest aus Additiven. Liqui Moly und Meguin arbeiten mit Grundölen in vier Qualitätsstufen, vom sehr einfachen Mineralöl bis zum gecrackten High-Tech-Schmierstoff. In der neuesten Generation der Liquide fungiert das Basisöl nur noch als Trägermaterial für die Zusatzstoffe. Es schmiert nur noch passiv, indem es die Additive an die richtige Stelle im Triebwerk spült.

Den Fingerabdruck seines Öls erkennt der Profi sofort

In Sachen OEM-Freigaben arbeitet Liqui Moly eng mit den Herstellern zusammen, doch das lukrative Endkunden-Geschäft hat seinen Preis: Die geforderten Eigenschaften der Schmiermittel werden immer komplexer, die Ölentwicklung immer aufwendiger und somit teurer. Ein neues Fluid zu entwickeln, kann bis zu fünf Millionen Euro kosten, von der ersten Überlegung über diverse Prüfstandsläufe bis zur finalen Produktion.

Neben viel theoretischem Gehirnschmalz verlieren die Graukittel im Labor aber nicht den Praxisbezug. Immer wieder kommen Proben von Kunden oder Herstellern rein, die ein vermeintliches Problem aufs Motoröl schieben und von Liqui Moly eine Entschädigung erwarten. In der Regeln völlig vergebens, denn vom kleinsten Kupferpartikel, der auf Lagerversagen hindeutet, bis zu Kühlmittel im Öl finden die 70 Prüfgeräte alles. Jedes Öl hat einen Fingerabdruck. Über ein Infrarotspektrometer lässt sich dieser äußerst präzise auslesen, und der Profi sieht auf den ersten Blick, was mit dem Öl los ist und ob es überhaupt aus Saarlouis stammt.

Produktpiraterie ist eine der größten Sorgen des deutschen Unternehmens. Es werden Etiketten gefälscht und minderwertiges Öl mit dem guten deutschen Namen verkauft. Dem ist nur schwer Herr zu werden. Als Faustregel für den Kunden gibt unser Werks-

ABO-SHOP

Capital

WIRTSCHAFT IST GESELLSCHAFT

26. July 2018

NACHFOLGE

Warum es bei Liqui Moly keinen Ölprinz gibt

Ernst Prost hat den Motoröl-Hersteller Liqui Moly zu einer Weltmarke geformt und etwas Seltenes geschafft: Er hat früh die Nachfolgefrage geregelt – und sein Unternehmen an eine andere Familie verkauft

von Monika Dunkel

2. Juli 2018

Ernst Prost und sein Sohn Benjamin. Der Senior hat Liqui Moly 22 Jahre lang geführt – dem Junior will er die Unternehmensleitung ersparen

Sebastian Arlt

Der Mann hinter dem Stehschreibtisch sieht müde aus. Ernst Prost war heute Nacht wieder bis 22 Uhr im Büro, der Unternehmer hat „Trouble“ in den USA, bei einem Etikett für sein Motoröl fehlt ein Warnhinweis, und sie müssen das Problem schnell in den Griff kriegen. „Meine Jungs sind total nervös.“ Schiffe voller Container sind auf den Weg in die Staaten, in Tausende Läden geht das Produkt. Im schlimmsten Fall droht eine Rückrufaktion. Jeden Abend sitzt er nun mit seinen Leuten im Büro und macht „Troubleshooting“.

„Nöte, Sorgen, Frust, Probleme mit Tausenden von Kunden, Lieferanten, Behörden, der eigenen Mannschaft“ – das gebe es in einem Unternehmen täglich: „Da ist Druck drauf“, sagt der Chef. Besonders in einem Betrieb, der mit hochgefährlichem, brennbarem und umweltverschmutzendem Gefahrengut operiert. „Das ist hier kein Ponyhof.“

Doch Ernst Prost wäre nicht Unternehmer, würde ihm das den Schlaf rauben. „Ich bin Masochist, mir macht das Spaß, Probleme zu lösen.“ Liqui Moly heißt seine Firma, 835 Mitarbeiter, 500 Mio. Euro Umsatz, 52 Mio. konsolidierter Gewinn, eine Weltmarke für Motoröle und Schmierstoffe. Er produziert nur in Deutschland. Der 61-Jährige, Arbeiter- und Flüchtlingskind, gelernter Kfz-Schlosser, hat vor 22 Jahren der Gründerfamilie die Firma abgekauft und aus ihr eine Weltmarke geformt. Liqui Moly ist die Geschichte eines Aufsteigers, das Lebenswerk eines Tüchtigen.

Aber Liqui Moly ist auch ein Lehrstück über das Loslassenkönnen. Denn Prost hat etwas geschafft, woran viele Patriarchen verzweifeln oder scheitern. Er hat seine Nachfolge frühzeitig geregelt, und das ganz ohne seine Familie. Liqui Moly ist die Geschichte eines eigenwilligen Mannes, dem dynastisches Denken fremd ist und der seinem einzigen Sohn lieber die Wahl lässt, anstatt ihm die Verantwortung aufzubürden.

Auf dem Tisch liegen zwei Fotos, Ernst Prost hat sie für diesen Termin herausgesucht. Es sind Aufnahmen von Vater und Sohn, Ernst und Benjamin Prost. Benjamin überragt seinen Vater, er ist ein Zweimeterhüne, 25 Jahre jung, wilde Zottelmähne, ein Schnäuzer, Tattoos auf den Händen. Auf den Fotos Umarmungen und Faxen für den Fotografen, es sieht harmonisch aus.

„Meinem Sohn wollte ich diesen Höllenjob nicht antun“, sagt er. „Der kann das nicht, und der will das auch gar nicht.“ Unternehmertum, das sei eben nicht nur „eine Würde, sondern auch Bürde: Der Stress, die Riesenverantwortung, es ist eine Knochenmühle“. Er sei da reingewachsen, habe mit 16 Jahren angefangen zu arbeiten, ein kleines Unternehmen nach und nach der Gründerfamilie abgekauft und sei dann mit den Aufgaben gewachsen. „Das befähigt mich zu dem, was ich heute mache.“ Aber da jetzt einen von oben hineinzuzwingen – nein.

Prost will seinen Sohn aus dieser ganzen Geschichte raushalten, deswegen ist Benjamin auch nicht beim Termin mit Capital dabei – außer eben auf den Fotos. „Be strong, no fear“ hat er sich auf die Hände tätowieren lassen, ein Spruch, der auch zum Vater passt. Natürlich hätte er versuchen können, seinen Sohn ins Unternehmen reinzupressen, sinniert er, doch das wäre nicht gut gegangen. Eins aber will er klarstellen: Es ginge dem Benni nicht darum, sich ein schönes Leben zu machen, wie ein paar Medien behauptet hätten. Der Sohn, ein gelernter Maurer, helfe ihm viel, bei seinen Immobilien, wo es dauernd was zu reparieren gibt, bei seinen zwei Stiftungen

Dass der Sohn aber kein Unternehmer-Gen habe, sei ihm früh klar geworden, sagt Prost. Frustriert habe ihn das nie. Ein Denken in Erbfolgen, „Ernst I., Ernst II., Ernst III. – das ist mir halt fremd“, sagt Prost. Also begann er früh nach Alternativen zu suchen für den Fall, dass ihm etwas zustößt. „Ich hatte immer Angst, dass dem Betrieb was passiert, wenn mir was passiert.“

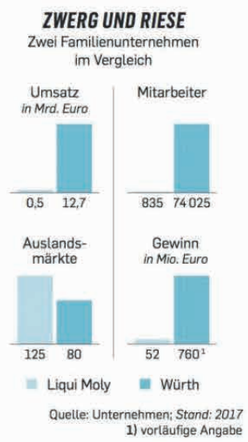
Geschlossene Schranke

Der richtige Zeitpunkt sei meist der größte Knackpunkt beim Generationenwechsel, heißt es beim Verband Die Familienunternehmer. Viele warteten zu lange, sagt Peer-Robin Paulus, Leiter der Politik- und Wirtschaftsabteilung. Am besten sei es, schon bei der eigenen Unternehmensübernahme die Frage nach einem Nachfolger zu stellen. Das entspreche dem kaufmännischen Vorsichtsprinzip. Krankheiten und Tod seien eben nicht planbar.

Wie schwer sich aber viele Unternehmer mit dem Nachfolgeprozess tun, das erlebt Arist von Schlippe fast täglich. Der Psychologe, der den Lehrstuhl Führung und Dynamik von Familienunternehmen an der Uni Witten/Herdecke innehat, berät in schweren Konfliktfällen. „Die Probleme entstehen, wenn die Väter in der Ambivalenzfalle stecken bleiben. Einerseits trauen sie es ihrem Kind nicht zu, anderseits können sie es nicht raushalten“, sagt von Schlippe. „Diese Unentschiedenheit ist Gift, führt zu quälenden Prozessen und nicht selten in die unternehmerische und familiäre Katastrophe.“

Eine Tragödie, die Prost mit seiner „klaren und entschiedenen Haltung vermieden“ habe, glaubt der Konfliktmanager. Dass ein Unternehmer ein Kind nicht mit dem Erbe belastet, das sei ein „massiver Schritt“. Doch helfe es am Ende beiden. Für die Kinder sei es viel besser, vor einer geschlossenen Schranke zu stehen als vor einer halb offenen – und nie zu wissen, woran sie sind.

Auf der Suche nach einer Alternative landet Prost bei Reinhold Würth, dem Schraubenmilliardär aus Künzelsau. Schwäbisch, bodenständig, ein Familienunternehmer. Ihm wesensverwandt. Nur auch damals schon viel größer. Seit 35 Jahren machen wir Geschäfte, erzählt Prost. Vor 22 Jahren, schon bei der Übernahme von Liqui Moly, fragte er Würth, ob er stiller Teilhaber werden wolle. Er wollte. Sie besiegelten einen Deal, Würth erhielt Anteile, eine Option auf mehr und eine Art Vorkaufsrecht, falls Prost verkaufen wollte. Dafür musste er im Gegenzug versprechen, den Weiterbestand zu garantieren und die Erben im Falle eines Falles auszuzahlen. „Das war eine Riesenerleichterung“, erinnert sich Prost. Für ihn war Würth so was wie ein großer Bruder, eine „Rückdeckungsversicherung für den Fall, dass ich tot umfalle“.



Würth und Prost vereinbarten Stillschweigen. Prost expandierte, Würth ließ ihn in Ruhe. „Wir haben uns in all den Jahren vielleicht fünfmal getroffen“, sagt Prost – und dabei selten übers Geschäft gesprochen. „Darüber mussten wir nicht schwätzen, da bestand gegenseitiges Vertrauen. Wir sind zwei Alphatiere, die sich respektieren, aber aus dem Weg gehen.“

Daran soll auch der Komplettverkauf nichts ändern. Ende 2017 hat Prost seine restlichen Anteile, ein Drittel, an Würth verkauft. Er ist nun angestellter Geschäftsführer in seinem ehemaligen Betrieb. Sein Vertrag ist unbefristet, solange er Lust hat und fit ist, will er weiterarbeiten.

Konflikte mit dem neuen Eigentümer befürchtet er nicht. Aus der Würth-Zentrale habe er seit Weihnachten nichts gehört, keine Mail, kein Brief, kein Anruf. „Warum auch?“ Sein Unternehmen sei schließlich „ein Diamant“: Marktführer in Deutschland, zweistelliges Wachstum, Umsatzrenditen von 15, 16, 17 Prozent; schuldenfrei, 120 Mio. Euro Eigenkapital, 75 Prozent der Bilanzsumme. Würth wäre ja verrückt, ihm ins Handwerk zu pfuschen.

Wer nachfragt bei der Würth-Gruppe in Künzelsau, erfährt, dass sie dort auch in Zukunft „voll und ganz auf das unternehmerische Geschick von Ernst Prost“ vertrauen. Er behalte „volle unternehmerische Freiheit“, sagt Peter Zürn, stellvertretender Sprecher der Konzernführung. Liqui Moly bereichere mit großer Dynamik das Portfolio der Würth-Gruppe. Was allerdings geschieht, wenn es mal nicht so gut läuft, wenn Prost sich zurückzieht und an seinen künftigen Co-Geschäftsführer Günter Hiermaier übergibt – dazu gibt es keine Auskunft.

Die „tapferen Gallier“

Mitarbeiter in der Produktion am Standort Ulm. Liqui Moly produziert ausschließlich in Deutschland (Foto: Sebastian Arlt)

In seinem Büro springt Prost nun auf, eigentlich wollte er noch die Produktion zeigen, doch die Zeit ist davongelaufen, ein knapper Rundgang – Foyer, Kantine – muss reichen. In der Kantine stehen Resopaltische aus den 60er-Jahren, an den Wänden Landschaftsaufnahmen aus Asien. Prost bleibt vor einem Bild stehen, Vater und Sohn vor rund 20 Jahren auf einem Kutter in Thailand. Eine Kantinenmitarbeiterin geht vorbei, Prost nimmt die Frau fest in den Arm, wie er überhaupt jeden herzt, drückt oder auf die Schulter klopft, der ihm über den Weg läuft.

Prost zückt sein brandneues Rundschreiben, er schreibt seinen Leuten alle paar Wochen einen Brief. Den hier lässt er gleich an alle 835 „Mitunternehmer“ verteilen, so nennt er seine Leute, wahlweise auch „meine tapferen Gallier“ – alles lieber als „Beschäftigte“. In dem Brief schlägt er ihnen einen „echten Deal“ vor. Alles, was sie über 57 Mio. Euro an Gewinn (vor Steuern) erwirtschaften, ein Plus von 10 Prozent zum Vorjahr, will er als „Siegesprämie“ ausschütten. Das sei hart, findet er selbst: Aber das sei Unternehmertum. „Wenn ihr euren Arsch net hochkriegt, dann gibt’s halt nix“, sagt er dazu. Und so fordert er „seine Lieben“ in dem Schreiben dazu auf, sich „am Riemen zu reißen“ und „bitte nicht rumzujammern“.

11.000 Euro Jahresprämien pro Kopf hat er in den letzten zwei Jahren gezahlt. Doppelt so viel wie Dieter Zetsche bei Daimler, wie er gerne nachschiebt. Für Lehrlinge und Leiharbeiter gab es 3300 Euro. Das hat ihm viel Aufmerksamkeit gebracht und einen Anruf aus der Vorstandsetage von Daimler. Die wollten wissen, ob das mit der Höhe wirklich stimmt.

Er erlebt das öfter. Immer wieder werfen Unternehmer ihm vor, dass er die Gehaltsstrukturen versaue. 12 Euro Mindestlohn zahlt er selbst Leiharbeitern, 15 Euro bekommen sie nach einem halben Jahr, nach einem Jahr stellt er sie fest ein. „Das ist meine Liqui-Moly-Family, das sind die Leute, die mich reich gemacht haben. Die speise ich doch nicht mit Brosamen ab. Diese 835 Leute sind mein Kapital, meine Kämpfer.“

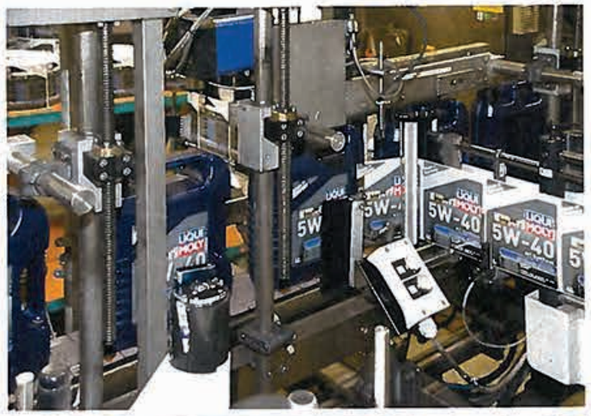
Prost ist generell für höhere Löhne in Deutschland. „Wenn mir ein Arbeitgeber oder Manager erzählt, die Löhne seien zu hoch, dann wird der seiner Aufgabe nicht gerecht. Und wenn du genau hineinguckst, dann hat der ein Haus, ein Auto, hat alles, Millionen – aber jammert über die zu hohen Löhne. Das ist doch nicht richtig.“

Prosts ausgeprägter Gerechtigkeitssinn hat viel mit seiner Herkunft zu tun, auf die er stolz ist. „Meine Mutter hat in der Fabrik gearbeitet, mein Vater auf dem Bau, im November wurden sie einfach alle entlassen und im Frühjahr wieder eingestellt. Okay war das nicht.“ Er selbst hat als Lehrling 80 Mark die Woche verdient für eine 40-Stunden-Woche. Am Samstag musste er antanzen, um erst das Auto vom Inhaber, dann vom Chef und später vom Meister und vom Gesellen zu putzen.

Äußerungen wie die zur Lohnhöhe haben ihm das Image des linken Unternehmers eingebracht: der rote Kapitalist, der zu allem Überfluss in einem Schloss lebt. Der Verkauf von Liqui Moly hat ihn nun endgültig reich gemacht, ein dreistelliger Millionenbetrag ist geflossen. Das Geld aber hat er auf einem Tagesgeldkonto liegen, „wie alle Deutschen“ – denn sein Misstrauen gegen Finanzberater ist riesig. „Die sind mir alle ein Graus.“ Grund ist ein Erlebnis aus den Anfangsjahren. Da tauchten eines Morgens zwei Banker bei ihm im Büro auf und kündigten seinen Kredit – einfach so. Im Kleingedruckten stünde, dass sie das dürften, so die schnippische Auskunft. Über Nacht musste Prost Ersatz finden und beschloss, dass ihm das nie wieder passieren sollte.

Auch deshalb hat er sich als „Nachfolger“ einen anderen Familienunternehmer ausgeguckt. Die Vorstellung, dass irgendein Private-Equity-Investor übernimmt, hätte ihm nicht behagt. Bei Würth sei er sicher, dass der sein Investment nicht vor die Hunde gehen lässt.

Frau Holzwarth, seine Assistentin, taucht auf. Das Problem in den USA drängt. Er muss los, mit den US-Behörden reden, mit Vermittlern; am Wochenende werden sie Überstunden machen und umetikettieren, was im Lager steht. Ach ja, sein Sohn wartet auch auf einen Rückruf, zweimal schon hat er es versucht.



Andreas Freis (o.) prüft im Labor alles, von der Güte der Inhaltsstoffe bis zum fertigen Öl. Trotz Umstellung auf eine vollautomatische Abfüllung verlor kein Mitarbeiter seinen Arbeitsplatz (r.).

führer Rolf Boncori (normalerweise Anwendungstechniker) an, dass ein Fünf-Liter-Gebinde qualitativ hochwertiger Schmierstoff im Laden nie unter 20, sondern eher um die 30 Euro und mehr kosten kann.

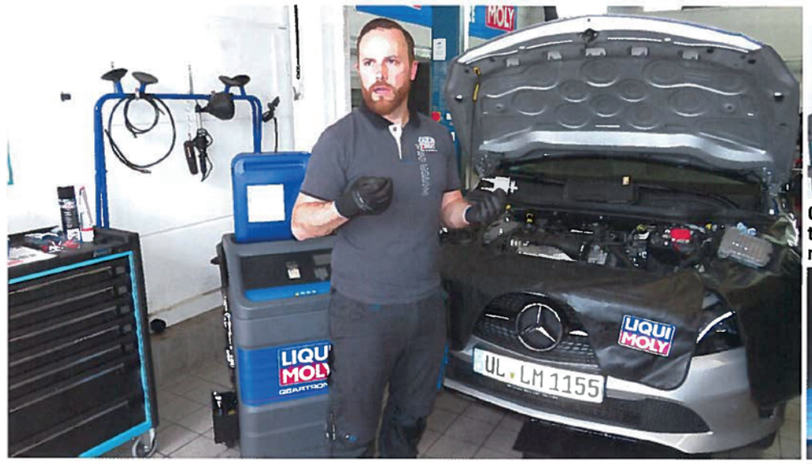
Zurück zum Öltanker: Zur optimalen Vermischung des Basisöls mit den Zusatzstoffen wird die sogenannte Formulierung (= Rezept) etwa 90 Minuten in einem riesigen Kessel erhitzt. Noch vor der finalen Abfüllung geht erneut eine Probe ins Labor, um zu testen, ob die Mischung auch dem gewünschten Ergebnis entspricht. Kommt das »Go« vom Chemiker, kann auf bis zu vier Linien abgefüllt werden. Im Drei-Schicht-Betrieb à 7,5 Stunden schaffen die Arbeiter bis zu 36.000 Fünf-Liter-Dosen pro Tag, ein Produktwechsel auf einer Linie dauert etwa 15 bis 30 Minuten. Vom 500-ml-Döschen bis zum 20-Liter-Kanister kann alles befüllt werden, zwei weitere Linien sind in Planung.

Wohin nun mit dem fertigen Produkt? Derzeit exportiert Liqui Moly seine etwa 4000 Produkte in 122 Länder. Der Markt mit dem größten Wachstumspotenzial sind derzeit die USA. Trotz starker lokaler Konkurrenz zieht die postulierte Qualität »Made in Germany« in den Staaten besonders gut. Dabei bleibt Liqui Moly den Standorten Ulm und Saarlouis treu und investiert. Ein mögliches drittes Werk in Rostock wurde aus logistischen Gründen verworfen. Lieber wirtschaftlich solide als »Hals über Kopf«, heißt es beim deutschen Ölproduzenten. Geschäftsführer Prost belohnt dabei gute Arbeit mit gutem Geld und zahlte im März für 2017 eine Rekordprämie von 11.000 Euro an jeden Mitarbeiter aus, Azubis und Leiharbeiter durften sich immerhin über 3300 Euro freuen. Zum Jahreswechsel schlüpfte das Unternehmen unter das Dach der Würth AG. Man habe dieselben Werte, und eine wohlüberlegte Zukunftssicherung in guten Zeiten sei viel besser als ein Schnellschuss in der Krise, so Prost sinngemäß. Eine löbliche Einstellung, wie wir finden, die das deutsche Unternehmen sympathisch macht.

Text: Tobias Höfer

Fotos: Tobias Höfer, Liqui Moly

Die gezeigten Paletten mit Leer-Behältern reichen gerade mal für eine (!) Tagesproduktion.



Gear Tronic II (l. und Detail-Fotos unten) sowie JetClean Tronic II (o.) sind neu auf dem Markt

Jetzt wird's sauber

Wie können Werkstätten zusätzlichen Ertrag erzielen? Liqui Moly zeigt es mit Geräten schon länger vor – jetzt auch mit Neuheiten.

Es war im November 2016, als Liqui Moly erstmals die Gear Tronic auf den Markt brachte. Das Ziel: den Wechsel des Getriebeöls so leicht wie möglich zu machen. Und das Gerät kam in Österreich von Beginn an gut an: „Von der ersten Gear-Tronic-Generation haben wir rund 100 Stück verkauft. Die Qualität spricht für uns", sagt Thomas Paukert, Verkaufsleiter von Liqui Moly in Österreich.

Ende Mai erhielten die Kunden wieder Post von Liqui Moly: Denn soeben wurde die zweite Generation von Gear Tronic präsentiert. Paukert rechnet zwar nicht, dass sich die bisherigen Kunden ein neues Gerät anschaffen. Doch für jene, die eine Neuanschaffung planen, liegen die Vorteile klar auf der Hand: Die Spülung erfolgt nun vollautomatisch, außerdem hat das Gerät einen Drucker auf der Seite: So kann die Werkstätte dem Kunden schwarz auf weiß nachweisen, wie viel Öl verwendet wurde.

Gleich geblieben ist der Grundgedanke: Die Werkstätte erwirbt nicht nur das Gerät, sondern damit auch das gesamte Konzept. So ist im Gerät auch eine Internet-Datenbank hinterlegt: Der Kfz-Techniker gibt Marke und Modell ein und erfährt sofort alle Details. Zum Gerät gehören auch diverse Adapter-Aufsätze – die gängigsten sind im Lieferumfang enthalten, für andere Modelle können diese zugekauft werden. Jede Werkstätte, die das Gerät erwirbt, bekommt eine personifizierte Einschulung auf Gear Tronic. Und sollte es doch wider Erwarten ein Problem geben, steht ein Team an der Service-Hotline bereit. Gear Tronic ist quasi wartungsfrei und muss nur einmal jährlich kalibriert werden.

„Wir haben von der ersten Gear-Tronic-Generation 100 Stück verkauft. Die Qualität spricht für uns."

Thomas Paukert, Verkaufsleiter von Liqui Moly in Österreich

Wer genügend Umsatz macht, erhält das Gerät

Ebenfalls neu am Markt ist JetClean Tronic II: Es richtet sich an Kunden, die über Verunreinigungen im Kraftstoffsystem und/oder im Ansaugsystem klagen. In Kombination mit den Liqui-Moly-Additiven entfernt das neue Gerät binnen 35–45 Minuten alle Ablagerungen, und zwar zeitgleich in beiden Systemen. Werkstätten können aber auch eine vorbeugende 15-Minuten-Reinigung im Rahmen eines Service anbieten. So könne man die Lebensdauer des Motors verlängern, hieß es bei der Präsentation des Geräts in der Liqui-Moly-Zentrale in Ulm.

In Österreich will Paukert den Werkstätten das Gerät JetClean Tronic II mit einem Überlassungs- und Nutzungskonzept anpreisen (wie es z. B. bei den Ölschränken sehr gut funktioniert): „Wenn sich ein Kunde dazu verpflichtet, bei uns 3.000 Euro Umsatz pro Jahr zu machen und dies fünf Jahre lang tatsächlich schafft, dann geht das Gerät in den Besitz des Kunden über." Dieses System hat sich auch bei den Ölschränken von Liqui Moly bewährt. • (MUE)

Ein Verfechter der alten Schule

Unternehmensgründer Ernst Prost hat Liqui Moly groß gemacht. Auf leisen Sohlen hat er nebenbei seine Nachfolge geregelt und im Dezember das Unternehmen an die Würth-Gruppe verkauft. Jetzt mit 61 Jahren, so scheint es, wird er milder. *Von Rüdiger Bäßler*

Nichts leichter als mit Ernst Prost zu plaudern – sofern ihn nicht gerade irgendein Ärger drückt, zum Beispiel der steigende Ölpreis, Donald Trumps Kapriolen oder der „frisurschonende Fußball“ der deutschen Nationalmannschaft zu Beginn der WM in Russland. Der Mann kann überaus charmant und zuvorkommend sein. Dabei hilft ihm ein Gespür für Töne und Situationen, das ihm in die Wiege gelegt zu sein scheint. Er ist ein begnadeter Verkäufer seines Unternehmens und seiner selbst – das gehört in diesem Fall zusammen. Nicht zufällig ist er oft zu Talkshows im deutschen Fernsehen eingeladen worden.

Inzwischen ist Ernst Prost 61 Jahre alt und gönnt sich selbst gelegentlich den behaglichen Blick zurück auf Leben und Beruf. Er kann von einer Karriere erzählen, wie es sie in der deutschen Wirtschaftswirklichkeit immer seltener gibt. Es ist die Geschichte des Tellerwäschers, der zum Millionär wurde, mit der kleinen Abwandlung, dass Ernst Prost als Kfz-Mechaniker im Bayerischen begann. Zuerst entdeckte er sein Verkaufstalent als Angestellter des Autopflegemittel-Spezialisten Sonax.

1990 wechselte er, schon als Vertriebschef, zu Liqui Moly nach Ulm, holte mehrmals tief Luft und übernahm schrittweise die Gesellschaftsanteile der Gründerfamilie Henle. 1998 endlich war er der bestimmende Inhaber und zog den Schmieröl-Spezialisten weiter nach oben. 2006 kaufte Prost die Mineralölwerke Meguin im Saarland zu, die Umsätze wuchsen immer weiter. Ende 2017 erwirtschaftete das Unternehmen mit 820 Mitarbeitern erstmals einen Umsatz von gut 500 Millionen Euro – eine Verdopplung innerhalb von nur acht Jahren.

Was kaum jemand wusste: Der Künzelsauer Schraubenfabrikant Reinhold Würth war zu diesem Zeitpunkt längst Mehrheitseigner an Liqui Moly, besaß 66 Prozent der Anteile. Auf leisen Sohlen hatte Ernst Prost damit seine Nachfolge zu regeln begonnen. Seinen 26-jährigen Sohn Benjamin, verriet er einmal, wolle er in das immer härter werdende Mineralölgeschäft, das sich mit dem Wandel zur Elektromobilität konfrontiert sieht, nicht „reindrücken“.

Im vergangenen Dezember dann ein kleiner Paukenschlag innerhalb der Wirtschaft im Südwesten: Die Würth-Gruppe übernahm das Ulmer Unternehmen komplett – für eine nicht genannte Summe. Seither fungiert der 61-Jährige als einer von zwei Geschäftsführern, hat also weiter die Hand am Steuer. Wie lange noch? Da will Ernst Prost keine Prognose abgeben, verweist nur bewundernd darauf, dass Reinhold Würth schon die 80 überschritten habe und auch immer noch arbeite.

Trotzdem ist es nicht auszuschließen, dass sich Prost eines Tages doch auf seine beiden im Jahr 2010 und 2015 gegründeten Sozialstiftungen zurückzieht. Die eine wirkt mildtätig in Deutschland, die andere überwiegend in Afrika. Die Zeit, sich seine Erfolgsformeln abzugucken, wird jedenfalls nicht länger. Er sei ein „Leertischler“, hat er jetzt unserer Zeitung gegenüber bekannt. „Ich will jeden Tag tagesfertig werden und hab’ noch nie etwas auf die lange Bank geschoben.“ Für ihn ist das die gute „alte Schule“.

Solange er Geschäftsführer ist, wird er seine Mitarbeiter wohl weiter als „Mitunternehmer“ bezeichnen – großzügige Jahresgratifikationen im Erfolgsfall eingeschlossen. Speziell vom Nachwuchs werden im Gegenzug Fleiß und Disziplin verlangt. Prost: „Bei uns im Laden gibt es einen Haufen junger Leute, die auch das Zeug zur ganz alten Schule haben. Man muss es ihnen nur immer wieder beibringen, nahelegen. Ich mach’s gerne mit ‚-keit‘: Höflichkeit, Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Strebsamkeit, Dankbarkeit, Achtsamkeit, Barmherzigkeit.“ Die Botschaft ist überall zu verstehen, auch bei den Kunden, und sitzen sie auch in der hintersten kleinen Autowerkstatt dieses Landes.

Wirtschaft in Ostwürttemberg, Ausgabe 04/2018

Fragebogen

Von nichts kommt nichts

Ernst Prost Emotionen bei der Arbeit sind okay, meint der Chef des Schmiermittelherstellers Liqui Moly. Es müssen aber die richtigen sein.

Was macht einen guten Chef aus?
Ein Herz für die Menschen, ein Ohr für den Markt, ein Gespür für Veränderungen und fleißige Hände zum „Schaffa“.

Und welche Eigenschaften davon haben Sie?
Am liebsten alle! Gott sei Dank fragen Sie nicht nach meinen negativen Eigenschaften. :)

Wie kommt man so weit wie Sie?
Mit „mehr Glück als Verstand“. Mit guten Leuten um mich herum – und besseren als ich selbst.
Mit viel Arbeit, Demut, Bescheidenheit und Dankbarkeit.

Welche Rolle spielte Glück bei Ihrer Karriere?
Eine ganz entscheidende. Die vielen Zurückweisungen und Verletzungen in meiner Kindheit und Jugend hätten mich auch locker in eine ganz andere Richtung führen können. Es war mein Glück, dass ich in den entscheidenden Phasen meines Lebens immer wieder Menschen traf, die mich hielten und an mich glaubten. Und natürlich war der glücklichste Zufall, dass ich in diesem Land und in dieser Zeit geboren wurde …

Haben Sie Vorbilder?
Ja, Millionen von Menschen, die jeden Tag ihre Sache recht machen, ihre Arbeit erledigen und sich liebevoll für andere Menschen einsetzen.

Was ist typisch für Ihren Arbeitsalltag?
Lachen, Schimpfen, Ärgern, Freuen, Trösten, Aufregen und wieder Lachen.

Was würden Sie heute anders machen?
Nix.

Von wem können Sie am ehesten Kritik einstecken?
Von jedem, der es gut mit mir und der Firma meint. Am liebsten von meinem Sohn Benjamin.

Womit können Kollegen Sie nerven?
Oje, mit fast allem, wenn ich einen schlechten Tag habe. Meine Zündschnur ist manchmal unglaublich kurz – leider.
Aber ich liebe unseren Laden. Vor allem die Menschen, mit denen wir zu tun haben. Und dann regt mich eben jede Form von Egoismus oder „Wurschtigkeit“ sehr schnell auf. Mit Fehlern kann ich gut umgehen, aber nicht mit Nachlässigkeiten oder Dilettantismus.

Und umgekehrt?
Also meinen Sohn nerve ich mit meinen ständigen „Moralpredigten“ – sagt er … Bei meinen Mitunternehmern weiß ich ehrlich gesagt nicht, was sie an mir nervig finden. Wird aber sicher auch einiges sein.

Was raten Sie Berufsanfängern?
Ranklotzen! Nur zehn Prozent des Erfolges gehen auf Inspiration zurück. 90 Prozent auf Transpiration. Also auf schweißtreibende Arbeit. Von nichts kommt nichts!

Was macht Sie leistungsfähig?
Ich halte mir immer wieder den tieferen Sinn unseres Tuns vor Augen: Erfolgreiches Wirtschaften schafft Arbeitsplätze, Sicherheiten für Menschen, bringt Geld in die Sozialkassen, erzeugt Steuereinnahmen für die öffentliche Hand und dient somit dem Gemeinwohl. Für mich ist ein erfolgreiches Unternehmen – sofern Ethik und Moral stimmen – eine zutiefst soziale Einrichtung.

Ernst Prost verkörpert die deutsche Variante des amerikanischen Karrieretraums „vom Tellerwäscher zum Millionär“.
Foto: Liqui Moly

Personalia

LIQUI MOLY STOCKT AUF

Der langjährige Weggefährte von Ernst Prost ist seit 1. Mai der zweite Mann an der Spitze des Schmierstoff-Spezialisten. Zuletzt verantwortete Günter Hiermaier den Vertrieb von Liqui Moly in Deutschland und Österreich.

ATG, Ausgabe 06/2018

AUSPROBIERT

LIQUI MOLY GLANZ-SPRÜHWACHS

Glanz ist Trumpf

Das Ergebnis kann sich sehen lassen

Jedes Jahr im Frühjahr wird der Rumpf wieder auf Glanz gebracht. Zuerst mit der Politur, und um eine spiegelnde Oberfläche zu schaffen, wird der Rumpf anschließend noch gewachst. In der Regel mit einem Wachs in flüssiger oder fester Form. Auftragen und auspolieren nimmt nicht nur viel Zeit in Anspruch, sondern fordert auch Muskelschmalz – anschließend hat jeder lange Arme. Das neue Glanz-Sprühwachs von Liqui Moly soll zumindest das Auftragen erleichtern. Wir probierten das Wachs aus der Sprühdose im Frühjahr 2018 an einem 40 Jahre alten Rumpf aus.
Der Hersteller empfiehlt die Applikation auf kleinen Flächen und ohne direkte Sonneneinstrahlung. Am Testtag passte alles – bis auf den Wind. Kaum verließ der feine Sprühnebel die Dose, verteilte der Wind das Wachs im Gesicht und auf der Kleidung, aber kaum auf dem Rumpf. Mit dem Sprühkopf näher am Rumpf gelang es uns schließlich, auch das Wachs auf dem Rumpf aufzutragen. Nach einer kurzen Ablüftzeit wird die Fläche auspoliert. Das gelang ohne großen Kraftaufwand. Der Rumpf spiegelte sichtlich besser. Der Rumpf war schneller gewachst, als mit der herkömmlichen Applikation per Hand. Bei absoluter Windstille oder in einer Halle lässt sich das Sprühwachs besser und schneller verarbeiten. Für Außenstellplätze muss allerdings mit Einschränkungen gerechnet werden. Das Ergebnis kann sich aber sehen lassen.

- **Preis: 13,50 Euro/ 400 ml**
  Erhältlich bei Gotthardt
  www.gotthardt.de

PRO
- **einfache Applikation**
- **Zeitersparnis**

CONTRA
- **Windanfällig**

Segeln, Ausgabe 07/2018

Platz 1 belegt

Zur Top Marke im Bereich Motoröl gewählt

Ulm-Lehr (ABZ). – Liqui Moly erweitert seine Titelsammlung: Das Unternehmen ist Top Marke Garten 2018. In der gemeinsamen Befragung der Zeitschrift Testbild und des Statistikunternehmens Statista landete der Ölhersteller auf dem ersten Platz in der Produktkategorie Motoröl für Gartengeräte.

Überraschend ist das hervorragende Abschneiden für den Ölhersteller nicht, da die Schmierstoffe für Gartengeräte zu den Top-Verkaufsartikeln des Unternehmens zählen. Beinahe jeder zweite Kanister mit Rasenmäheröl, der in deutschen Bau- und Verbrauchermärkten über die Ladentheke geht, stammt von Liqui Moly. Damit ist das Unternehmen in diesem Bereich Marktführer. „Insofern ist die Auszeichnung umso erfreulicher, weil sie die Absatzzahlen womöglich noch weiter steigen lässt", sagt Günter Hiermaier, stellvertretender Geschäftsführer und Vertriebsleiter für Deutschland und Österreich von Liqui Moly.

„In diesem Branchensegment ganz oben auf dem Treppchen zu stehen, ist ein Novum", ergänzt Marketingleiter Peter Baumann. In den führenden deutschsprachigen Automagazinen liegt das Unternehmen in den alljährlich Leserumfragen seit Jahren an der Spitze der Ölmarkentabelle. Peter Baumann: „Nun sind wir auf neuem Territorium erfolgreich."

Das Statistikunternehmen Statista befragte über einen Zeitraum von mehr als vier Wochen mehr als 5000 Kunden zur den Kriterien Langlebigkeit, Handhabung, Preis/Leistung, Umwelt und Nachhaltigkeit sowie zur Qualität der Produkte. „Für Liqui Moly ist das Ergebnis deshalb so bedeutend, weil die Kunden durch ihre Auskunft zu klassischen Kriterien von Kaufentscheidungen ganz basisdemokratisch ihr Votum abgaben", so der Marketingleiter.

Anders als bei den bisherigen Titelgewinnen bei denen Liqui Moly sich über die Jahre an die Spitze emporarbeiten musste, ist die Marke nun von Anfang an die beste Marke. Testbild führte die Befragung zum ersten Mal bei Gartenprodukten durch. Dagegen ist eines gleich: Als Sieger hat man die Bürde, den Titel zu verteidigen. „Da sind wir in guter Übung und wissen, wie hart man dafür arbeiten muss", betont Günter Hiermaier.

Allgemeine Bauzeitung, Nr. 28

Der MOTORRAD-GP auf dem SACHSENRING

Von der MOTORRAD-WM berichten SÖREN FIEDLER und STEN HORNIG

Moto2-Pilot Marcel Schrötter will auf dem Sachsenring zu seinem ersten Podium rasen. Vorm Heim-Grand-Prix gab es eine besondere Trainingseinheit

Schrötter gibt fürs Podium Vollgas

Extra-Training im Rennwagen

In der Moto2-WM liegt der Bayer auf Rang zehn

„Er ist locker wie nie. Er ist selbstbewusst wie nie. Er ist einfach mal dran."

Der Chef des deutschen IntactGP-Teams, Stefan Keckeisen, glaubt an die Stunde des Marcel Schrötter (25/Pflugdorf). Ausgerechnet beim Heim-Grand-Prix auf dem Sachsenring soll im 102. Rennen das erste Podium gelingen.

Damit das klappt, legte Deutschlands einziger Moto2-Pilot ein Extra-Training ein. Nicht auf dem Motorrad, sondern in einem Rennwagen.

Schrötter durfte den Renn-Golf von Rookie-Pilot Luca Engstler (18) vom ADAC TCR Germany testen. Für Schrötter eine Super-Gaudi: „Ich bin früher schon als kleiner Junge gern Kart gefahren. Der Rennwagen ist ein cooles Gefühl. Wir als Motorrad-Fahrer tun uns leichter mit der Umstellung auf das Auto als umgekehrt."

Im 350 PS starken VW Golf GTI TCR durfte er auf der Teststrecke in Memmingen Gas geben

Foto: NICO SCHNEIDER, PICTURE ALLIANCE

Schrötter gibt im Rennwagen Gas!

Ein Sponsor organisierte den Fahrzeugtausch. Schrötter: „Motorrad macht mir noch mehr Spaß, das ist einfach krasser. Aber man wird ja älter und wer weiß, vielleicht will ich ja später noch einmal tauschen und im Auto Rennen fahren."

Nach drei vierten Plätzen in den letzten vier Rennen will er aber erst mal seinen Podest-Fluch besiegen. Schrötter: „Wenn man Wochenende für Wochenende so nah dran ist, sich immer so gut fühlt, muss es endlich mal klappen – am besten am Sachsenring."

Vorm Start erklärt Fahrer Luca Engstler (r.) Schrötter den Tourenwagen

Bild & SRM machen's möglich

5x2 Karten für das Rennwochenende

In BILD CHEMNITZ verlost die Sachsenring Rennstrecken Management GmbH Platin-Wochenendtickets für die Tribüne T2 im Wert von 192 Euro pro Karte für den Motorrad Grand Prix auf dem Sachsenring.

So einfach geht's:
Rufen Sie an unter
☎ 01378 60 20 62
(0,50 € / Anruf aus dem dt. Festnetz/Mobilfunk deutlich teurer) und

Sport Bild, 10. Juli 2018

NEW DEVICE FOR ENGINE CLEANING

IT IS a fundamental problem of combustion engines: Exhaust emissions and fuel residues dirty the fuel and intake system. Performance levels drop, fuel consumption rises and the exhaust gas values become worse. With the JetClean Tronic II by German additive specialist LIQUI MOLY garages can give the engine and fuel system a thorough cleaning. "The engine can breathe freely again and the garage attains additional sales with the service," says David Kaiser, Research and Development Manager at LIQUI MOLY.

As soon as an engine is running, combustion residues are created that get stuck on the injection nozzles. This means the fuel is no longer as finely atomized. A loss of performance, increased fuel consumption and even more combustion residues are the consequences. The intake system also suffers. The dirt ends up here, on the one hand, through the exhaust gas recirculation and, on the other, through the crankcase ventilation. These deposits pose such a problem because modern engines react much more sensitively to dirt than older ones. This can even lead to engine failure.

These deposits are particularly quickly and thoroughly removed with the JetClean Tronic II. Once connected to the injection or intake system, the device pumps in the cleaning additive developed in-house. "This allows a concentrated and effective removal of the deposits," says David Kaiser. There are four additives for the JetClean Tronic II: One each for the injection and intake system and one each for the gasoline and diesel engine fuel systems. In order to prevent mix-ups the gasoline additives are colored blue. This means just a glance at the two tanks of the JetClean Tronic II is all it takes to recognize whether the remaining amount has to be removed before the next use or simply topped up.

The cleaning process itself is monitored by the device. The mechanic can take care of other jobs in the meantime and yet the safety that nothing will go wrong and that the fuel system will not have to be laboriously ventilated afterwards is still ensured. The only other way to attain the same result would be to remove the components and to clean them by hand – a much more inconvenient and laborious undertaking.

The JetClean Tronic II is attached to the car battery. Because no external power supply is required, the device can be portably used, for example, to treat an entire fleet at the customer's premises. It is suitable not only for cars, but also for commercial vehicles, construction machines, motorcycles and boats. After cleaning the engine again offers its original performance, the service life of the injection system is extended and the danger of engine problems is reduced.

The garage can offer the cleaning both as a separate service relating to a problem as well as preventively integrating it into the annual inspection. Both help to elevate above the competition. And, particularly with heavily loaded vehicles, the customer immediately notices a significant difference. Depending on the number of cleans carried out, the JetClean Tronic II will amortize in just a few weeks.

In its domestic market of Germany, LIQUI MOLY is the undisputed market leader for additives. In 2005, the company launched the predecessor model JetClean Tronic on the market and has since sold around 1,000 devices around the world. The new JetClean Tronic II manufactured in Germany is to continue this success story. The conversion from the old device to the successor is easy because the existing adapter sets can continue to be used. "We have completely redeveloped the JetClean Tronic II. 13 years of experience from the predecessor model have flowed into its construction," says David Kaiser. "It is better, more compact, more robust and more mobile."

MAROKKO

LIQUI MOLY

Fabriqué en Allemagne
depuis 1957

The winner takes it oil

Choisissez le vainqueur en série !

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN

LESERWAHL BEST BRAND 2018 KATEGORIE Schmierstoffe auto motor sport

LESERWAHL BEST BRAND 2018 KATEGORIE Schmierstoffe Motor Klassik

LESERWAHL BEST BRAND 2017 KATEGORIE AUTOMOBIL Die/Schmierstoffe MOTOR SPORT aktuell

Auto TOP MARKE 2018

Avec plus de 4 000 produits, LIQUI MOLY propose un assortiment de chimie automobile unique au monde : huiles moteur et additifs, graisses et pâtes, sprays et entretien automobile, colles et produits d'étanchéité. Pour les voitures, les motos, les bicyclettes, les véhicules commerciaux, les bateaux et les outils de jardin.

KAUFMANN
La qualité au service de l'automobile

65, Bd Mly Ismail 20290
Casablanca - Maroc

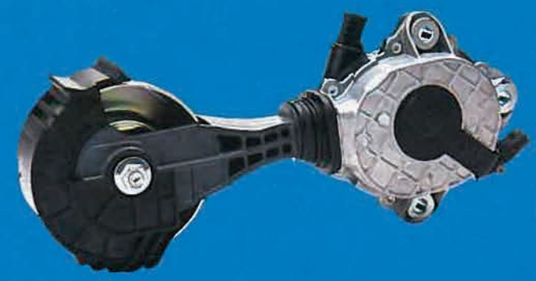
Tel : +212 5 22 24 85 85
Fax : +212 5 22 24 82 86

kaufmann@kaufmann.ma
www.kaufmann.ma

GRIECHENLAND

Η DAYCO ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΛΥΣΕΙΣ ΠΡΩΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΣΤΟ AFTERMARKET

Ανταποκρινόμενη στις ανάγκες της αγοράς και στις τεχνικές προκλήσεις του συνεχώς μεταβαλλόμενου σχεδιασμού του κινητήρα, η Dayco, κατασκευαστής και προμηθευτής συστημάτων πρώτης τοποθέτησης (OE), εισήγαγε αρκετούς νέους κωδικούς ανταλλακτικών μεταξύ των οποίων και τον βοηθητικό τεντωτήρα και τον κινητήριο τροχό τριβής αντλίας νερού για τον κινητήρα PRINCE BMW PSA, που χρησιμοποιείται σε δημοφιλή μοντέλα αυτοκινήτων, όπως τα Mini Cooper S, BMW 1-3, Citroen C3-C4, PSA 208-3008. Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά αυτού του κινητήρα είναι το σύστημα που ελέγχει την αντλία νερού, η οποία ενεργοποιείται μόνο όταν χρειάζεται να μειωθεί η θερμοκρασία του κινητήρα. Η Dayco σχεδίασε, ανέπτυξε και κατασκευάζει για την πρώτη τοποθέτηση, τόσο τον μοναδικό εντατήρα ράβδων στρέψης, ο οποίος αντικαθιστά τον παραδοσιακό εντατήρα ελατηρίου στο βοηθητικό σύστημα κίνησης, όσο και την κινητήρια τροχαλία τριβής που ενεργοποιεί την αντλία νερού. Κατά την εκκίνηση ή όταν ο κινητήρας λειτουργεί κάτω από την ιδανική θερμοκρασία, η αντλία νερού αποσυνδέεται, μειώνοντας τον χρόνο προθέρμανσης του κινητήρα και τις συνολικές εκπομπές ρύπων και βελτιώνοντας την κατανάλωση καυσίμου. Ωστόσο, μόλις ο κινητήρας φτάσει σε μία προκαθορισμένη θερμοκρασία, ο τροχος τριβής ενεργοποιείται και η αντλία νερού εμπλέκεται, επιτρέποντας έτσι στον κινητήρα να διατηρεί την ιδανική θερμοκρασία. Για να αποφευχθούν οι υπερβολικές δυνάμεις επιτάχυνσης στο ρουλεμάν κατά τη διάρκεια των διαδικασιών απενεργοποίησης, ο τροχός τριβής βρίσκεται σε συνεχή επαφή με την τροχαλία του στροφαλοφόρου. Όμως με τη χρήση ηλεκτρικού κινητήρα και μικρού πλανητικού μειωτήρα, ο οποίος λειτουργεί σε συνδυασμό με ένα σύστημα ελέγχου πολλαπλών λειτουργιών, η ακτινική κίνηση της τροχαλίας μεταβάλλεται και ο περιστρεφόμενος τροχός τριβής έρχεται σε επαφή με την επιφάνεια της τροχαλίας αντλίας νερού και έτσι τίθεται σε λειτουργία η αντλία νερού. Λόγω του περιορισμένου χώρου γύρω από τα εξαρτήματα αυτά, δεν μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ενας παραδοσιακός τεντωτήρας ιμαντα. Αυτό υποχρέωσε την Dayco να σχεδιάσει μία αλλη καινοτομο λύση, αυτή τη φορά υπο τη μορφή τεντωτήρα ράβδων στρέψης, ενός βραχίονα για το βοηθητικό σύστημα κίνησης. Ο τροχός τριβής, ο ιμάντας και ο τεντωτηρας, μαζί με την αντλία νερού και την τροχαλία της, αποτελούν πλέον μέρος της γκάμας της Dayco για τη δευτερογενή αγορά, που επιτρέπει στα ανεξάρτητα συνεργεία να προσφέρουν στους πελάτες τους μία λύση εφάμιλλη της Πρώτης Τοποθέτησης. Φυσικά η Dayco προσφέρει επίσης τον βοηθητικό ιμάντα, καθώς και ένα ευρύ φάσμα εξαρτημάτων και κιτ για τον δημοφιλή κινητήρα. Ο τροχός τριβής της Dayco προστατεύεται παγκοσμίως από διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Για επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα μετάδοσης ισχύος ποιοτητας OEM στη σειρά Dayco, επισκεφτείτε τη διεύθυνση: www.dayco.com



ΝΕΑΣ ΓΕΝΙΑΣ ΛΙΠΑΝΤΙΚΟ MOLYGEN 5W-30 DPF ΑΠΟ ΤΗ LIQUI MOLY

Η σειρά προϊόντων Molygen της LIQUI MOLY χαρακτηρίζεται από την εξαιρετικά αποτελεσματική προστασία από τη φθορά. Η εταιρεία που ειδικεύεται στη δημιουργία λιπαντικών και πρόσθετων, παρουσιάζει το Molygen New Generation 5W-30 DPF, το οποίο δεν προστατεύει μόνο τον κινητήρα, αλλά και το φίλτρο σωματιδίων diesel (DPF). Για να μην βουλώνει νωρίς το φίλτρο, δεν πρέπει να χρησιμοποιείται ένα οποιοδήποτε λάδι κινητήρα, αλλά ένα λάδι low SAPS. Τα SAPS (sulphated ash, phosphorus, sulphur - θειική τέφρα, φώσφορος, θείο) είναι συστατικά του λαδιού τα οποία επιφυλάσσουν προβλήματα για το φίλτρο και το κάνουν να βουλώνει πρόωρα. Στα λάδια low SAPS, η περιεκτικότητά τους είναι σαφώς περιορισμένη. Γι' αυτόν τον λόγο, το Molygen New Generation 5W-30 DPF διασφαλίζει τη μεγάλη διάρκεια ζωής του φίλτρου. «Τα οχήματα με φίλτρο σωματιδίων diesel μπορούν τώρα να επωφεληθούν από την επιπλέον προστασία», σημειώνει ο Oliver Kuhn, αναπληρωτής διευθυντής εργαστηρίου στη LIQUI MOLY. Οι δοκιμές με τη μέθοδο SRV έδειξαν ότι η φθορά με το Molygen New Generation 5W-30 DPF είναι κατά ένα τρίτο μικρότερη συγκριτικά με τα κοινά λάδια 5W-30. Σε αντίθεση με τα συνηθισμένα λάδια, τα λάδια Molygen έχουν λαμπερό πράσινο χρώμα, όπως και η απόχρωση του νέου Molygen New Generation 5W-30 DPF. Η διαφορά του από τα υπόλοιπα λάδια Molygen της LIQUI MOLY είναι ότι ενδείκνυται για κινητήρες Diesel με φίλτρα σωματιδίων DPF.

SPONSORING

GRAN TURISMO SPORT

Real oder Simulation? Gran Turismo Sport ist virtueller Motorsport par excellence!

Bereits zum Erscheinen des legendären Spiels im letzten Jahr haben wir es präsentiert: unser Sponsoring im Fahrsimulator Gran Turismo Sport (exklusiv auf Playstation 4). Die Fangemeinde weiß unser blau-rot-weißes Logo offenbar sehr zu schätzen. Im Netz sind viele LIQUI MOLY-gebrandete Eigenkreationen zu bestaunen, so z. B. dieser BMW M6. Ganz klar, wo Spitzen-Motorsport geboten ist, dürfen Spitzen-Schmierstoffe nicht fehlen. Auch nicht in der virtuellen Welt. Wir sind gespannt auf weitere kreative Designs.

© 2018 Sony Interactive Entertainment Inc. Developed by Polyphony Digital Inc.

Sie sind BILDER UND GESCHICHTEN

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.

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.

Nächster Einsendeschluss:
13. 08. 2018

Senden Sie Ihre Bilder inklusive aller dazugehörigen Infos einfach an:

bug@liqui-moly.de

Bitte beachten Sie bei Ihrer Einreichung folgende Punkte:

SPRACHE
- Texte sind vorzugsweise in deutsch oder englisch zu liefern.

VOLLSTÄNDIGKEIT
Zu jedem eingesendeten Bild benötigen wir folgende Angaben:
- Vollständige Namen aller abgebildeten Personen (Vor-/Nachnamen, Funktion/Beruf, Firma etc.).
- Bei Gruppenbildern die Namen von links nach rechts.
- Ort und Datum der Aufnahme (genaue Adresse, z. B. Name und Sitz der Werkstatt).
- Detaillierte Angaben und Anekdoten zum Bild (Messe, Event, Ehrung ...).

BILDQUALITÄT
- Für eine optimale Darstellung sollten die Bilder eine Auflösung von mindestens 1.920 x 1.080 Pixeln haben.
- Datenanlieferung per E-Mail nicht größer als 25 MB.
- Stark verschwommene, verrauschte oder gedrehte Fotos sowie unterbelichtete Aufnahmen sind leider nicht nutzbar.

DATEIFORMAT
- Fotos/Bilder vorzugsweise als jpg-Dateien schicken.
- Texte und Bildunterschriften direkt in die Mail schreiben oder als separates Dokument (Word, Excel oder RTF) mitschicken.