



PICTURES AND STORIES

FROM OUR LIVES 08.2018



The blue-red-white world brand

**AWARD FOR
BEST BRAND**

EDITORIAL

Our 5th award
of 2018!



Oliver Trost (left, ETM Verlag CEO) and Thomas Rosenberger (right, "Werkstatt aktuell" editor-in-chief) present the prize for the most popular lubricant brand to Werner Lehmkeper (LIQUI MOLY, National Sales Manager, Dealership). Source: Mathias Schröder/ETM Verlag

For the past five years the readers of the "Werkstatt aktuell" specialist journal have been able to vote for the best brands of the commercial vehicle sector. And, for the 5th time in a row, we were voted the most popular lubricant brand!

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

Dear LIQUI MOLY Friends,

The last thing we would ever do is stick our heads in the sand. But the sobering total readership of our monthly company magazine keeps raising questions of why: Is it the wrong content? The scope? Or is there no interest?

We ask you to take a few minutes to get your imagination going. Time to recognize that you can adapt the rich pool of creative sales promotions, advertising campaigns and global sponsorship worth millions over the entire year to your own market or your own business. And time to think how you can make even better use of your personal strengths, your work efforts and your activities for the common goals of our LIQUI MOLY family worldwide.

As the quote from Benjamin Franklin at the start says: If someone is told about something, they forget it. If they have something explained to them, they might remember it. But if someone is involved, they learn from it. That's why we want your ideas! Get involved! Be co-entrepreneurs! LIQUI MOLY is not just the company that you work for or with which you maintain a business relationship. LIQUI MOLY is your company, too! And PICTURES AND STORIES is therefore required reading!

It is down to each one of us to maintain the LIQUI MOLY spirit in all its uniqueness and to transform it into even more brand awareness and sales in every country in the world. Many examples and great ideas for how this works can be found here every month.

So: Get involved and learn!



Jörg Witopil
(Copywriter)



Sina Ataei
(Online Editor)



Niklas Döhring
(Graphic Artist)

„Ich kriege Buhrufe von Unternehmern“

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



Das Leben ist bunt: Ernst Probst war bis 2017 Inhaber von Liqui Moly, 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 Probst, 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 Probst sein Unternehmen an den Schrauben-Milliardär Reinhold Würth verkauft.

Herr Probst, 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.

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 Anpiff 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

Fotos: Liqui Moly

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, wenn 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 selbstständig 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 Probst 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 Probst 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 Pferdekarren 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 wohlgerneht, 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 gibt 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 versaut 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@marktmittelstand.de



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

ONLINE CAMPAIGN

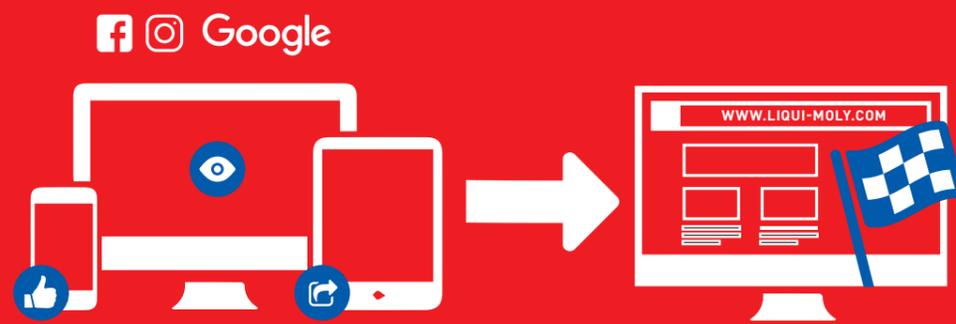
ADVERTISING CAMPAIGN

Further info from
your Export Area Manager
or Sascha Jardel (Export
Marketing Manager).



Global investment in your success! The billion figure!

1.0 billion
advertising contacts



**In 50 languages
and 128 countries**

**Use our advertising campaign
for your sales push!**

In the last quarter of 2018 we are launching a best brand online campaign worth millions! As part of the "billion figure" we will display advertising banners for 30 days across all relevant websites – combined with the prize draw of 3 dream vacations with an exclusive MotoGP visit.

All of our partners and customers benefit from a unique brand presence during the campaign. And do so for free! As we take care of the entire implementation, programming of the campaign site and execution of the prize draw! So you can look forward to this combined advertising power and pass on this good news!

ONLINE CAMPAIGN

ADVERTISING CAMPAIGN

Germany's best lubricant brand on the most important digital channels – globally!

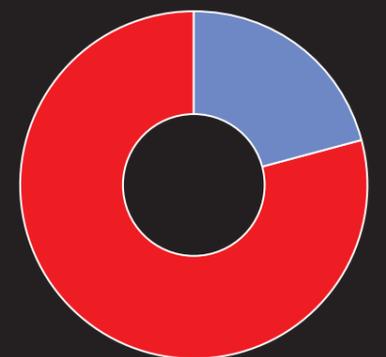
Our campaign goals:

- Increased brand awareness in all countries
- Spreading of the message: "LIQUI MOLY has been Germany's most popular lubricant brand for years"
- Increased demand for our products
- Generation of e-mail addresses
- Winning of new Facebook subscribers
- 1 billion visual contacts worldwide



Unmissable: Nobody can avoid this campaign!

Position	Reach
Facebook/Instagram	167,929,596
Google	832,070,404
Overall	1,000,000,000



Use our billion figure advertising power for your business!

Thanks to the massive publicity of our mega campaign, the demand for our lubricants, additives, care products and service products will rapidly increase. It is down to you to prepare yourself today and to convert the high demand for LIQUI MOLY products into your sales.

So make provisions now – this checklist shows you how you can earn more money with LIQUI MOLY!



Promote sales: Position sales displays in highly frequented checkout or secondary placement zones.



Steer customers into your store: Display facade designs, outdoor decorations, flags and banners to advertise that you stock LIQUI MOLY products.



Only those who stand out, win: create an attractive brand presence at the point of sale with folding walls, Banners, ceiling hangers etc. for an attractive brand presence at the point of sale.



Create additional incentives to buy: Set up POS displays at the sales counter.



Ensure product availability: Order on time and stock sufficient LIQUI MOLY products.



Show your expertise and customer focus: Actively advise and sell LIQUI MOLY products.



Lots sell lots: Fill your shelves and present the diversity of the entire LIQUI MOLY range!

Use digital reach: communicate and spread the word about your LIQUI MOLY range on social media.



LOOKING AHEAD

AT BRAND CAMPAIGN

sponsorship & marketing: Wear protection for our global brand

We are doing the groundwork so that your sales properly go through the roof in 2019. Make use of this opportunity!



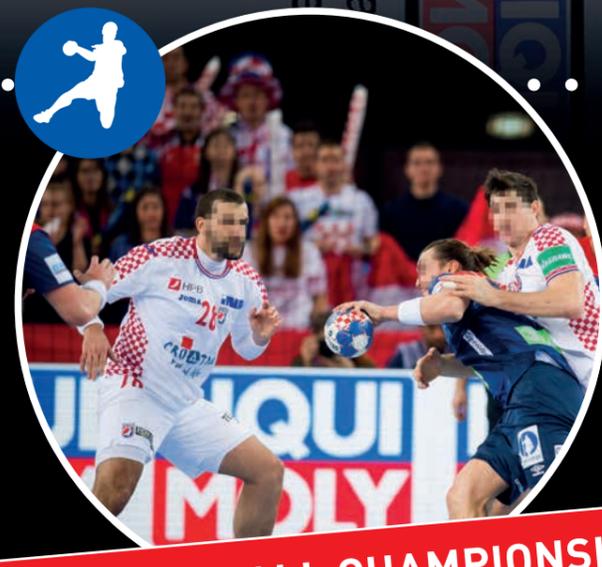
THE BILLION FIGURE

Best brand online campaign: With a big prize draw and an unprecedented range we are increasing our global brand awareness!



WINTERSPORTS

Again, LIQUI MOLY sponsors a further show piece of winter sports: At the 2018/19 Four Hills Tournament millions of people will see our logo!



WORLD HANDBALL CHAMPIONSHIPS

The 2019 World Handball Championship in Germany and Denmark will also be a total sponsorship highlight, where we will be able to inspire millions of spectators worldwide with our colors!



GLOBAL SPONSORSHIP

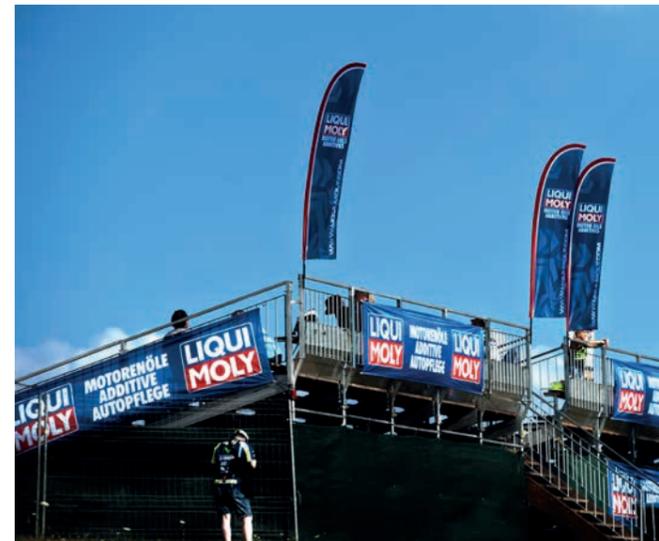
Of course, we are still holding onto our classic sponsorship standard repertoire: TCR, MotoGP, MercedesCup, alpine skiing, basketball, etc. etc.!

SPONSORSHIP

MOTOGP SACHSENRING



It's always nicest at home!



At the MotoGP at the Sachsenring we once again demonstrated our great strength: Drawing in people, offering them thrilling events and inspiring them!

When the MotoGP makes a stop at the Sachsenring, it's something very special for us as a global brand and for the many fans. That's why we are presenting our customers and partners with the entire LIQUI MOLY spirit once again at this year's German Grand Prix: With an autograph session with our IntactGP friends Marcel Schrötter and Xavi Vierge, ride simulators and much more.

SPONSORSHIP

INTACTGP

Solid home race continues high

This season is going great for IntactGP! With 6th and 7th places Marcel Schrötter (no. 23) and Xavi Vierge (no. 97) were also able to convince at the Moto2 German Grand Prix at the Sachsenring. In the overall ranking, Vierge is now in 7th place and Schrötter in 8th. Considering the incredibly strong field of participants this is a great effort – thanks, also, to the top oil from LIQUI MOLY, of course! As the official lubricant supplier of Moto2 and Moto3 we here always prove who you can trust when it comes to motorbike racing expertise!

We continue to have our fingers crossed and hope for points over the course of the rest of the season!



EXCLUSIVE LUBRICANT

moto2™
+
moto3™

MotoGP™ WORLD CHAMPIONSHIP



SPONSORSHIP

INTACTGP



Marcel Schrötter and the IntactGP team are showing real hustle!





Our LIQUI MOLY Tanzania team and Export Area Manager Tim Braun (2nd from left) inspire many customers at this year's Saba Saba exhibition! The German exhibition booth was awarded as the best by the economics minister, which was published across all media, including Deutsche Welle. The German ambassador Dr. Detlef Wächter (3rd from right) took this as an occasion to invite the German participants! Thanks for the great gesture and lots of praise goes to our team in Tanzania!

CUSTOMERS, GUESTS & FRIENDS

AZERBAIJAN



Another great moment at the debating table with the stars: The visit of our business friends from AZINTERSERVICE Azerbaijan, who were with us during the Eastern Europe technicians' meeting. from left to right (back): Andreas Maidel (Export Area Manager), Rauf Mustafev (technician), Ernst Prost (Manager of LIQUI MOLY), Azer Mamedov (General director) and Artur Bernt (Export). Front: Alexandra Holzwarth (Assistant manager, left) and Nigar Valibayova.

CUSTOMERS, GUESTS & FRIENDS

CHINA



Benjamin Orschulik (son of Ernst Prost)

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

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

Vincent Prinzing (Export Area Manager)



The best of both worlds

A good German beer with a fine Chinese dinner! What more could you want? Our friends from DU-HOPE in China are always a very welcome visit - like here at a dinner near Ulm. See you soon hopefully!

SITE TOUR



How one gear fits into another at our Saarlouis site is presented by our colleague Jacques Coppieters (Sales Account Manager LIQUI MOLY Belgium, 3rd from left) to our friends Koen Willeart, Roosen Dominique, Marc Krautli, Michel Condez and Eddy Peters from our Belgian importer Krautli.

NEW RECRUITS



The LIQUI MOLY family worldwide is growing and has reinforced itself since July with (rear, from left to right): Petar Ivanovic (Technical Salesperson Austria), Marcus Dangelmayer (Key Account Management Industry) and Patrick Frei (Export Management Assistant). Front: Stefanie Baisl (Marketing). Welcome!

NEW RECRUITS

TEAM USA



Our new colleague Eva Tran (Administrative Assistant LIQUI MOLY USA) will in future hold everything together at our USA headquarters and provide reinforcements for our sales team. Sebastian Zelger (Director LIQUI MOLY USA) welcomes her warmly.

TRAINING PAYS OFF



Our Meguin trainees were rewarded for their very good average grades in their annual reports (from left to right): Ingrid Theobald (Management Assistant), Roger Pusse (Works Council Chairman), Michael Scholer (Laboratory Manager), Steven Thiel (mechatronic engineer), Janosch Egler (laboratory chemist), Philipp Großmann (industrial electrician), Markus Neu (mechatronic engineer, passed final exam), Daniel Decker (industrial sales management), Dieter Rupp (Maintenance Manager) and Lukas Krieger (mechatronic engineer).

ANNIVERSARIES



Congratulatory bouquet for those four celebrating anniversaries in July: Flanked by Hannah Friedrich (HR, left) and Alexandra Holzwarth (Management Assistant, right) Ernst Prost thanked (3rd from left) Erwin Prager (warehouse, 20 years), Konstantina Tzicaci (Assistant Export Manager, 10 years), Jochen Riedmüller (Export Area Manager, 10 years) and Jens Klier (Product Management, 10 years) for their share in the success of our company.

CONGRATULATIONS



Flower ceremony with those celebrating anniversaries and those congratulating them (from left to right): Klaus Schwindling (Shipping/Logistics, 15 years at Meguin), Dirk Cavelius (Procurement, 10 years at Meguin), Andreas Roden (Deputy Logistics/Shipping Manager), Pierre Jager (IT, retiring), Roger Pusse (Works Council Chairman), Alfrieda Schwinn (Accounting, 60th birthday), Harald Diedenhofen (IT), Kim Bastian (10 years at Meguin), Ingrid Theobald, Roman Purper (Purchasing Manager) and Rainer Maass (HR Manager).

ANNIVERSARY



With a hearty handshake and a bouquet of flowers CEO Günter Hiermaier (right) congratulated our National Sales Manager Günther Wengert on his 15-year anniversary.

CONGRATULATIONS



Günther Wengert (National Sales Manager SB, left) caught our colleague Perry Peters (Area Manager) in the act in order to congratulate him on his 60th birthday with a bouquet of flowers.

ANNIVERSARY



For the 20-year anniversary of our employee and "battle-hardened war horse" :-| Joachim Dietl (Area Manager Retail/Garage, right) surprised Marcus Hillmayr (Regional Sales Manager) with a bouquet of flowers and many congratulations.

OVERSEAS BUSINESS

NEW EXPORT MANAGER

DOMESTIC BUSINESS

NEW SALES MANAGER



Salvatore Coniglio

(Export Manager LIQUI MOLY)

After more than 10 years as the Deputy Export Manager, from now on Salvatore Coniglio will be heading our export business. Under his direction the overseas business, which already provides more than half of all sales today, is to continue to be strongly promoted. This includes having a selection from our more than 4,000 products to be offered as widely as possible in every country – the keyword is "range expansion"! And this includes even more countries being added to the more than 120 existing export markets.



**Career at
LIQUI MOLY**



Klaus Stahl

(National Sales Manager
Commercial Vehicles)

Our commercial vehicle division has grown over the past few years and with it so has our sales team. To ensure we exploit further potential here, the new position of Sales Manager Commercial Vehicles was created and filled by our experienced colleague Klaus Stahl (formerly Area Manager Commercial Vehicles in the Dresden area). He will in future act as the central contact, take over operative control, oversees commercial vehicle customers in terms of sales partners, wholesalers as well as cooperations and will expand existing business relationships as well as create new sales channels.

FAREWELLS



It was a case of goodbye instead of good buy at the retirement party of our venerated sales colleague Gerd Ohnesorge (Area Manager Retail, middle), who successfully fought from the start of the LIQUI MOLY age together with Ernst Prost (CEO LIQUI MOLY, left) and Benjamin Orschulik (son of Ernst Prost). All the best for your retirement!

GOODBYE



Saying goodbye isn't always child's play: With a little melancholy, but also anticipation Niclas Kneer (Back Office Manager) bade farewell to our employee Veronika Gauder (Sales National + Austria) on maternity leave. All the best!

FAREWELLS



After 12 years, Monika Pätzold (2nd from left, Production) is saying "goodbye"! She was seen off by Alexandra Holzwarth (1st from left, Management Assistant), CEO Ernst Prost (2nd from right) and Hannah Friedrich (1st from right, HR) We say many thanks and wish her all the best for the future!

FAMILY EXPANSION



Start early if you want to be boss one day! Paul Knab, son of our colleague Simone Knab (Purchasing, right) could not resist testing out the boss's chair when visiting Ernst Prost.

COOL BRAND



Cool at the pool! Thanks to LIQUI MOLY, a man with cool feet and a cool head: Bernhard Buhr, the father of Ernst Prost's partner Kerstin Thiele (member of the foundation board of the ERNST PROST FOUNDATION).

COMPANY RACE

DILLINGEN/SAAR



Around 10,000 participants from around 540 companies – these are the impressive figures from the B2Run company race in Dillingen, Saar. For our 22 running-enthusiased colleagues from Meguin the 5.3 km route practically flew by.

Our finishers (standing, from left to right): 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 and Daniel Schmidt. Kneeling (from left to right): Sylwia Staniura, Juliane Ludwig and Thorsten Liese.



MOLDOVA

TRAINING

Together with our friends from LIQUI MOLY Moldova our colleagues Reiner Schönfelder (application engineer, 4th from left) and Jochen Riedmüller (Export Area Manager, 6th from left) enthused many garage owners and employees with a technical training course in Balti.

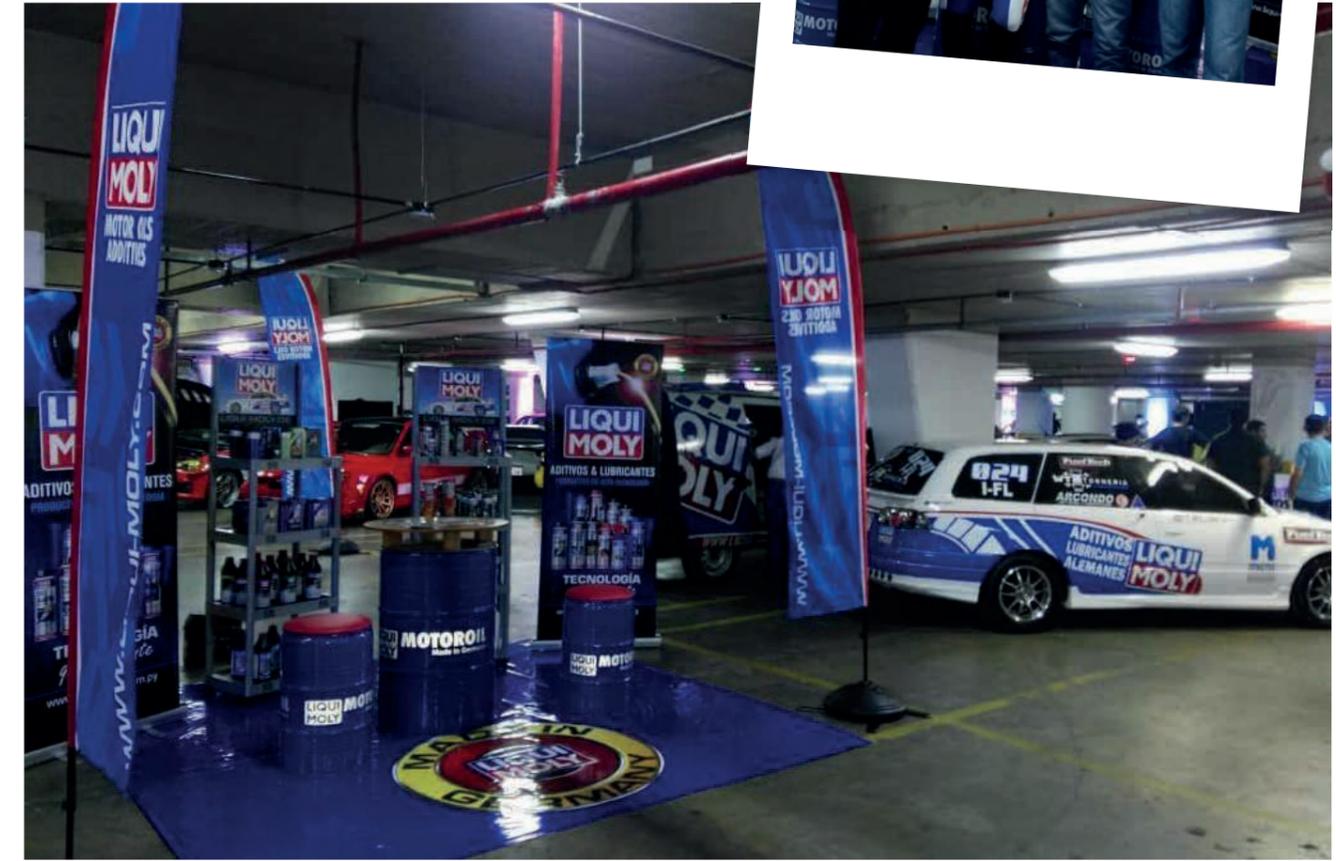
Picture below: Trainer Pavel Mirza, technical salesperson of our customer Olmosdon, in his element.



PARAGUAY

STREETPY ANNUAL MEET

As the exclusive sponsor in the area of motor oil and additives LIQUI MOLY Paraguay ensured a blue, red and white spot of color and expert advice first-hand at the StreetPY annual meet in the Parking World Trade Center in Asunción.





PARAGUAY

CAR SHOW

At the Autoshow CDE Tour 2018 in Ciudad del Este LIQUI MOLY Paraguay also flew the LIQUI MOLY flag as the exclusive sponsor for all things lubricant.



CHINA

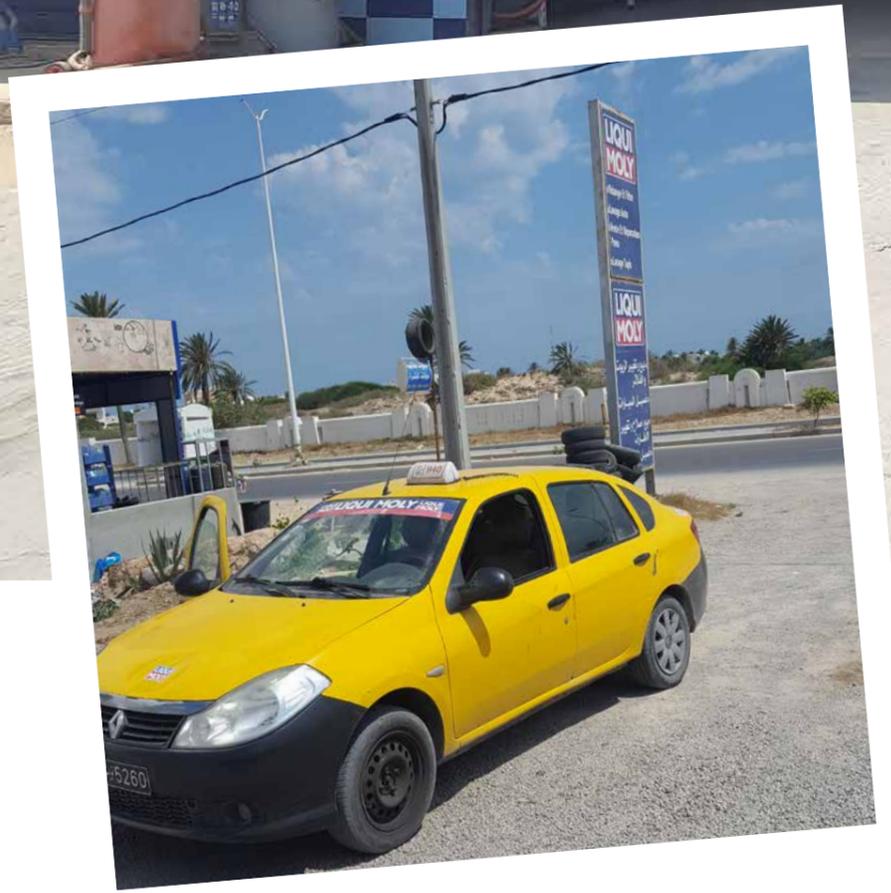
Our highly motivated dealer in Cangzhou (Hebei province), a city with over a million inhabitants, since 2017 - the team of Cangzhou Fenglian (from left to right): Mr. Zhanchao Liu (LIQUI MOLY salesperson), Mr. Xiusen An (car parts and customer acquisition), Fabian Wedekind (Project Development Manager LIQUI MOLY), Mr. Xu Li (salesperson) and Mr. Longfa Qi (salesperson).



SRI LANKA

To a successful cooperation! At the opening of the new Auto Detailing Center in Colombo, Marco Renz (Export, 2nd from right) together with our colleagues Gayan, Supun and Harsahana (all LIQUI MOLY Sri Lanka) greeted our new vehicle care and additive customer Mr. Dimuth (owner of Auto Detailing, middle).

STATION LAVAGE Nour El Jazira



LIQUI MOLY family worldwide is not just an empty phrase with us, but a reality experienced every day! A further example of this is the visit by Alexandra Holzwarth (Management Assistant, 2nd from left) as well as Patrick Frei (Export Management Assistant, 1st from right) to our Tunisian partner Mohamed el Hédi Ben Saïd (owner of the Nour Al Jazira station, 2nd from right). Anin Bahroun (1st from left, salesperson of Scorep in Tunisia) was also there. He is responsible for sales in the south of the country and Djerba. We are thankful for the insights into daily business!



A stop at the LIQUI MOLY exhibition booth is double the fun! At the Expo Taller Mecanica 2018 in Asunción, Paraguay it was not only possible to discover our practical products and to receive knowledgeable advise on it, but everyone was warmly welcomed by our sugar-sweet hostesses.



Full shelves = full visibility of our product variety = full publicity interest! At this local exhibition in Ptolemaida in northern Greece our booth was able to generate great interest with this well-known formula!



YEAR ON YEAR WINNERS

BEST BRAND

Germany's most popular lubricant brand for more than 8 years now.

LIQUI MÖLY Ölwechseln Sie zu Deutschlands Nr.1!

Ernst Prost, geschäftsführender Gesellschafter der LIQUI MÖLY GMBH:

„LIQUI MÖLY Motorenöle produzieren wir ausschließlich in Deutschland. Auch unsere Steuern bezahlen wir hier. Wir schaffen neue Arbeitsplätze und bilden Lehrlinge aus. Weltweit vertrauen Autofahrer auf die Spitzen-Qualität unserer Produkte. Ich bitte auch Sie sehr herzlich: Verwenden Sie ausschließlich Motorenöle von LIQUI MÖLY!“



2011

BEST BRAND 2011
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Aral
 4. Mobil
 5. Shell
 6. Esso

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

www.liqui-moly.de

Unterstützen Sie die Ernst Prost Stiftung für Menschen in Not unter: www.ernst-prost-stiftung.de

LIQUI MÖLY Wir bedanken uns ganz herzlich für Ihr Vertrauen!

„Drei der größten Autozeitschriften in Deutschland haben ihre sieben Millionen Leser zur Wahl aufgerufen. LIQUI MÖLY wurde zur besten Marke im Bereich Schmierstoffe und Motorenöle gewählt. Meine 500 Kolleginnen, Kollegen und mich macht das sehr glücklich. Unsere Qualitäts-Produkte stellen wir ausschließlich in Deutschland her. Wir lieben unsere Kunden und unsere Arbeit. Für uns ist Erfolg das Ergebnis von Anstand, Respekt und Liebe.“

Ernst Prost, geschäftsführender Gesellschafter der LIQUI MÖLY GmbH

2012

BEST BRAND 2012
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Ölwechseln Sie zur Nr.1!

Find us on Facebook

Danke!

2015

1

Die beste Motorenöl-Marke. Zum 5. Mal in Folge!

Unsere Additive, Motorenöle und Autopflegeprodukte reduzieren Reparaturkosten, Spritverbrauch und Schadstoffausstoß. Ihr Auto erhält dadurch seinen Wert und lebt länger. Die herausragende Qualität unserer Produkte verdienen wir vor allem dem Engagement unserer 700 MitarbeiterInnen. Denn ein Produkt ist nur so gut, wie die Menschen, die es produzieren und eine Marke ist nur dann erfolgreich, wenn sie die Qualität ihrer Produkte Tag für Tag erneut unter Beweis stellt. Sie honorieren dies und haben uns erneut zur besten Schmierstoffmarke gewählt. Vielen Dank für Ihr Vertrauen und Ihre Entscheidung!

Ernst Prost, geschäftsführender Gesellschafter der LIQUI MÖLY GmbH

UMWELTSCHUTZ
Reduktion von Abgasen

EINSPARUNG
Weniger Reparaturen & Spritverbrauch

WERTERHALT
Längere Lebensdauer Ihres Autos

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Deutschlands beliebteste Serie

2016

LIQUI MÖLY

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

BEST BRAND 2016
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

LIQUI MÖLY

Danke, liebe Kunden!

Sie haben entschieden! LIQUI MÖLY wurde erneut zu Deutschlands bester Motorenöl-Marke gekürt! Vielen Dank für Ihr Vertrauen und Ihre Entscheidung! Auch meinen 600 Kolleginnen und Kollegen danke ich ganz herzlich für ihren ungläublichen Einsatz. Ein Produkt ist nur so gut wie die Menschen, die es produzieren – und nur erfolgreich, wenn die Kunden es auch gerne kaufen! Vielen herzlichen Dank, Ihr Ernst Prost, geschäftsführender Gesellschafter der LIQUI MÖLY GmbH

2013

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

BEST BRAND 2013
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

LIQUI MÖLY

Das ist unsere Leidenschaft!

Produkte für Auto und Motorrad, Schmierstoffe und Additive von höchster Qualität. Die produzieren wir mit Freude und Hingabe. Wir entwickeln und forschen in eigenen Labors. Alle namhaften Autohersteller haben unsere Motorenöle für ihre Fahrzeuge freigegeben.

2014

LIQUI MÖLY

Das sind wir!

700 fleißige „Liqui Molyaner“ arbeiten für ein gemeinsames Ziel. Kunden in aller Welt begeistern. Dafür stehen wir jeden Tag auf und gehen mit Hingabe ans Werk.

Das freut uns besonders!

Die Leser der größten Autozeitschriften Deutschlands haben LIQUI MÖLY zur beliebtesten Schmierstoffmarke gewählt. Und das schon bis zu vier Jahren in Folge. Jeden Tag arbeiten wir daran, auch weiterhin Ihre Nr. 1 zu bleiben.

4 Jahre in Folge
Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

3 Jahre in Folge
Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Vielen herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!

LIQUI MÖLY GMBH
 Jürg-Walden-Str. 4
 59081 Ulfen
 Telefon: 0731 - 1429 - 0
 E-Mail: info@liqui-moly.de

Find us on Facebook

LIQUI MÖLY

2017

LIQUI MÖLY
 Made in Germany seit 1927

VENI, VIDI, LIQUI

Auch 2017 sind wir Deutschlands beste Schmierstoffmarke
 Herzlichen Dank an unsere Kunden!

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

BEST BRAND 2017
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Eine Marke, alles aus einer Hand: über 4.000 Produkte rund um Motorenöle, Additive, Pflegemittel, chemische Problemlöser und Serviceprodukte. Für Pkw, Zweiräder, Nutzfahrzeuge, Boote und Gartengeräte.

2018

LIQUI MÖLY

Ihre Treue ist unsere wertvollste Auszeichnung!

„Auch 2018 haben Sie uns zu Deutschlands Schmierstoffmarke Nr. 1 gewählt. Dafür danke ich Ihnen im Namen meiner 835 Kolleginnen und Kollegen recht herzlich.“

Ihr Ernst Prost

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

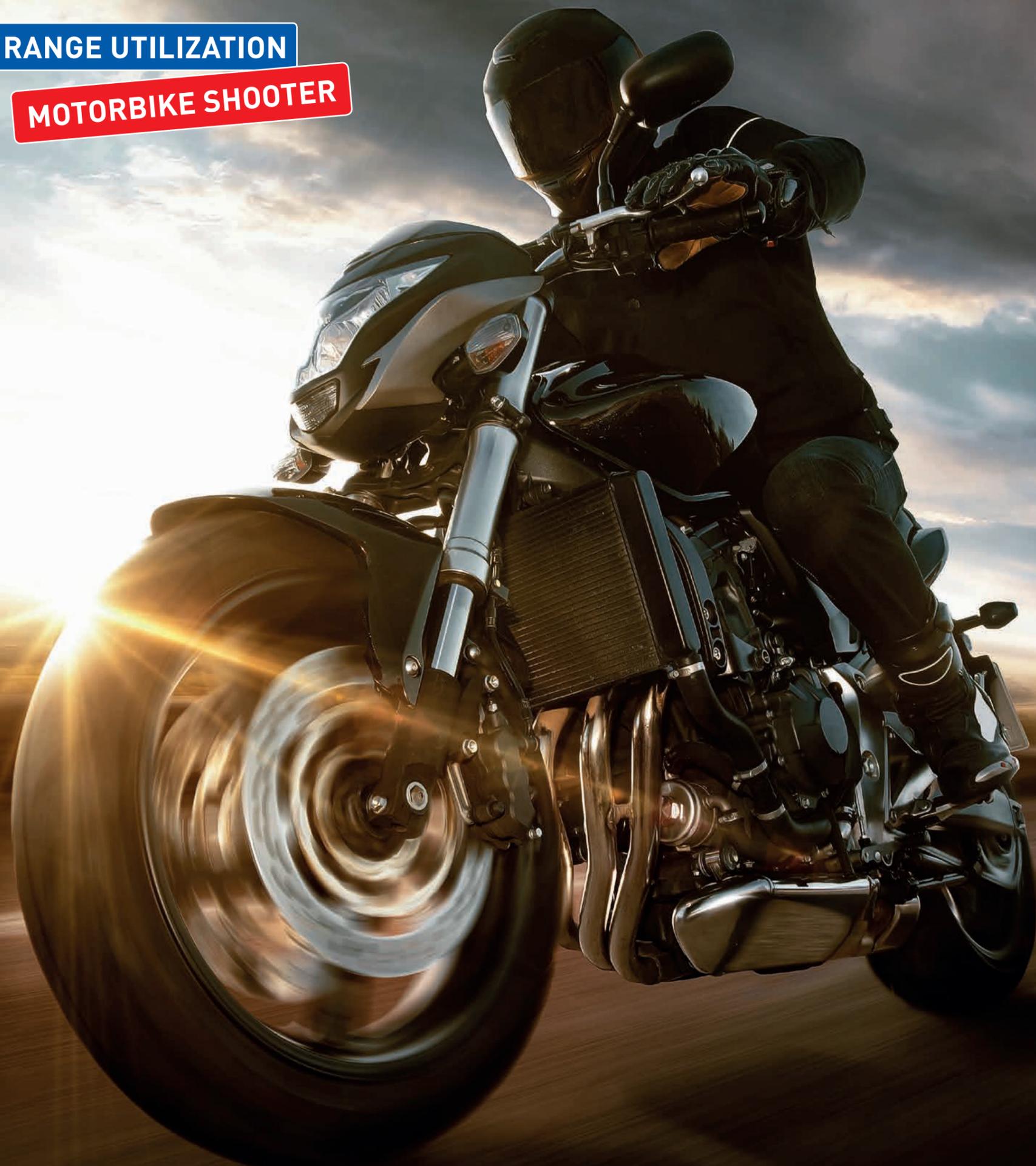
BEST BRAND 2018
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN
 1. LIQUI MÖLY
 2. Castrol
 3. Shell
 4. Mobil
 5. Aral
 6. Valvoline

Für manche nur ein Motoröl. Für uns Herzblut – made in Germany.

RANGE UTILIZATION

MOTORBIKE SHOOTER



EVERY SHOOT(ER)
A HIT



SHOOTER
Additives for Motorbikes & Scooters

LEVERAGING THE PRODUCT RANGE

MOTORBIKE SHOOTER

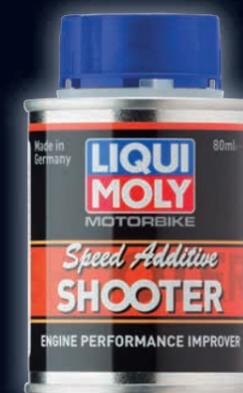
SHOOTER

Additives for Motorbikes & Scooters

Perfect dose of energy for motorbikes

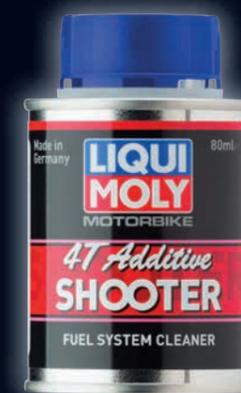
Optimum performance with our practical Motorbike Shooters: Simply add and you're done!

Motorbike Shooter by LIQUI MOLY – suitable for motorbikes in two respects: On the one hand, because its formulation was specially developed for motorbike engines. On the other, because its dose is optimally adjusted to the needs of motorbikes. Transporting half-filled doses or storing them somewhere? Wrong!



Motorbike Speed Shooter
80 ml

- Easy to use
- Removes deposits in the entire fuel system
- Prevents carburetor icing
- Offers excellent corrosion protection
- Optimizes fuel consumption
- Reduces emissions



Motorbike 4T Shooter
80 ml

- Easy to use
- Improves acceleration
- Optimizes combustibility
- Ensures optimum performance
- Cleans the entire fuel system of deposits



Motorbike Engine Flush Shooter
80 ml

- Cleans and rinses the entire oil circuit
- Removes troublesome deposits and oil sludge
- Neutral towards seals and seal rings
- Increases the service life of the engine



Motorbike MoS₂ Shooter
20 ml

- Minimizes friction in the engine
- Protects the engine against wear
- Offers extra protection at high engine load and oil loss
- Ensures optimum performance
- Optimizes fuel consumption



SPONSORSHIP

REGIONALLIGA BAVARIA



When the result becomes a secondary matter

With the best football weather and a great backdrop of 2,800 spectators there was a spectacular atmosphere at VfB Eichstätt's home LIQUI MOLY stadium – despite the defeat against the favorite in this year's Regionalliga season, the second team of FC Bayern Munich.





ENGLAND

BTCC

For Michael Brennan and his team from AMD Tuning it is, by his own admission, an honor to be able to use our high-performance lubricants in the British Touring Car Championship to hunt down points and, at the same time, promote our colors. We, too, feel honored!



CHINA

At the Pan Delta Super Racing at the Zhuhai International Racing Park our Team LIQUI MOLY & GhiaSports took to the circuit with three race cars. The outstanding return: Second and third place. Congratulations!



SPONSORSHIP

LIQUI MOLY TEAM ENGSTLER



Flying vehicle switch at LIQUI MOLY Team Engstler

Joyful surprise at LIQUI MOLY Team Engstler: As of the Nürburgring race, Luca Engstler and Théo Coicaud will be starting the ADAC TCR Germany with new vehicles! From now on two Hyundai i30 N TCR will be used, which will hopefully ensure a great many podium finishes!



HUNGARY

TRUCK RACING



The Hahn Racing team is building on its lead in the FIA European Truck Racing Championship: In the 2nd racing weekend of the season at the Hungaroring near Budapest driver Jochen Hahn and team colleague Steffi Halm once again proved their driving class in front of a total of 34,000 spectators at temperatures of up to 33 °C and almost 60 °C asphalt – and our lubricants showed their unique top quality!



BELGIUM

IDM



At the start of the International German Motorbike Championship (IDM) in Zolder, Belgium, rider Toni Finsterbusch of Team Suzuki Mayer gave everything on his ideally lubricated Suzuki GSX-R 1000 thanks to LIQUI MOLY.



PARAGUAY

KART RACING

A big performance in the Semillero category (the smallest): At the Campeonato Nacional de Karting in Asunción driver Benjamín Bernal secured first place in the LIQUI MOLY kart.



THAILAND

TCR ASIA

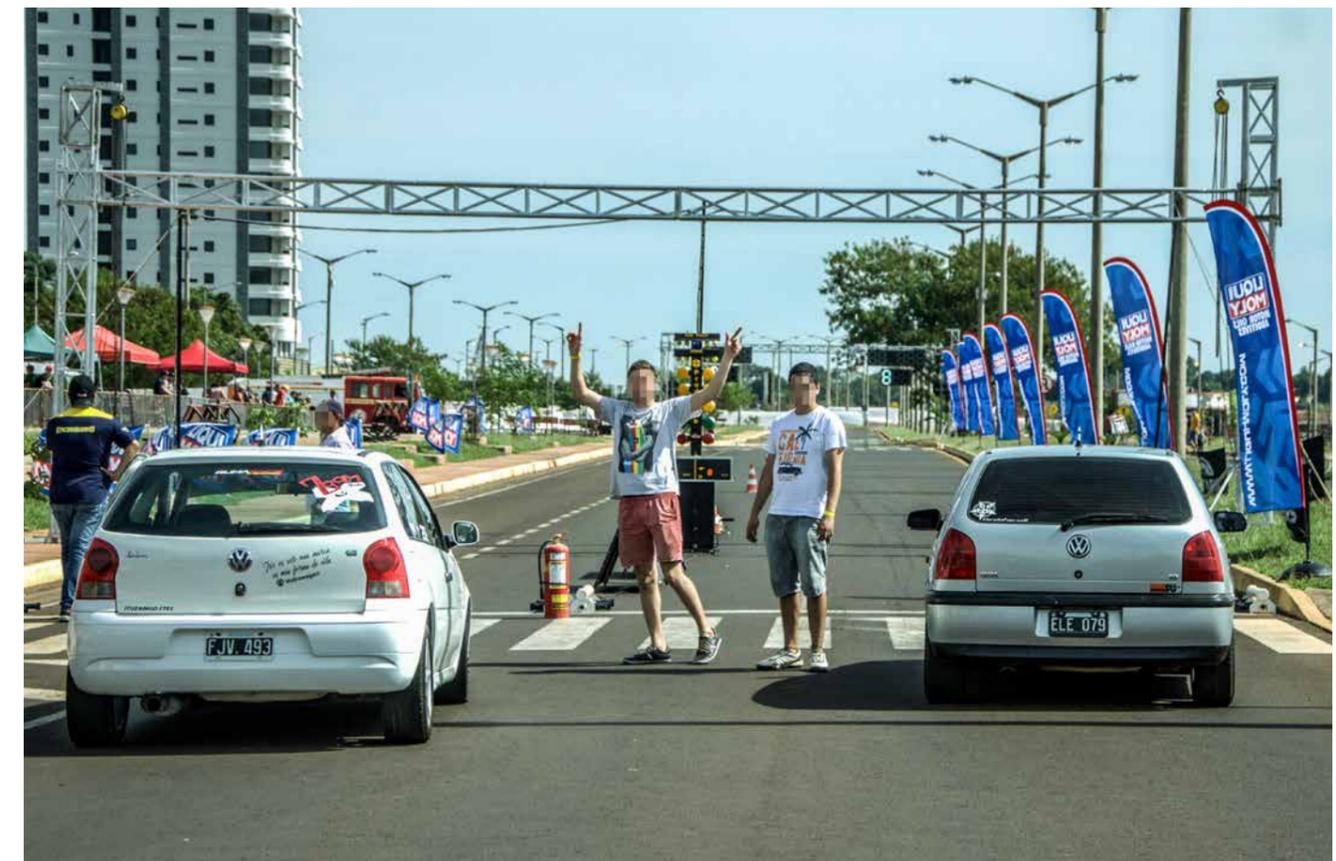
LIQUI MOLY Team Engstler on the hunt for points at the TCR Asia in Thailand: After the successfully completed races Mitchell Cheah is currently in first place and Luca Engstler in third in the driver ranking. In the overall ranking the team is currently showing its superiority in first place. Keep it up!



PARAGUAY

SPRINT RACES

The Picadas Encar Tuning Club beckoned to the short distance sprint in Encarnación! Also there: 143 participants with their cars, an average of 3,500 enthusiastic spectators and, of course, our unmissable blue, red and white flagging along the 201 meter race course.



SPONSORSHIP



AUSTRIA



PORTUGAL



GERMANY



IRAN

SPONSORSHIP

BAJA SPAIN



At the Baja Spain Ricardo Porém created a decent storm for our brand!

Holen Sie sich das original LIQUI MOLY-Multiband!

Zu jedem 5 l-Kanister von dieser Palette erhalten Sie ein LIQUI MOLY-Multiband kostenlos dazu.*



Das Multiband befindet sich direkt am Kanister!

*Nur solange Vorrat reicht.



Einzelhandelsverkauf
Kaufte im Angebot
nicht enthalten.

On-pack campaign

Campaign period: 01.08. – 10/31/2018

Ensure reinforced sales of our LIQUI MOLY motor oils!

For each canister there is a LIQUI MOLY multiband for free.



Caution: Campaign only available in Germany!





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 Tankkaster (u. l.) liefert Basisöl vom elf Kilometer entfernten Lager im Dillinger Hafen (u.).



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 Deutsch-

land 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-Tankkaster 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 in-

vestierte Geschäftsführer Ernst Prost gut 20 Millionen Euro in den Standort an der Saar. Noch bevor der Tankkaster 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 Ge-

neration 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-

Start > Wirtschaft & Politik > Warum es bei Liqui Moly keinen Ölprinz gibt

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 Artl

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 Gefahrgut 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.“

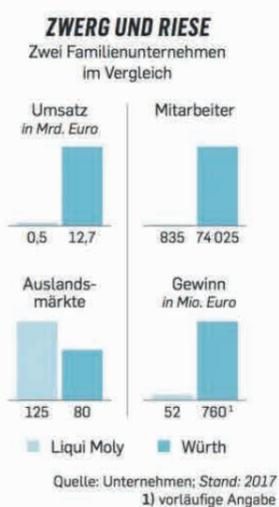
Geschlossene Schranke

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, andererseits 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 versauere. 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 Dreischicht-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 Neuananschaffung 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



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

Thomas Paukert, Verkaufsleiter von Liqui Moly in Österreich

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 personalisierte 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.

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 Probst 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 Probst 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 Probst 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 Probst 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 Probst 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 Mehrheits-eigner an Liqui Moly, besaß 66 Prozent der Anteile. Auf leisen Sohlen hatte Ernst Probst 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 Wirt-schaft 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 Probst 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 Probst 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 „Mit-unternehmer“ bezeichnen – großzügige Jahresgratifikationen im Erfolgsfall eingeschlossen. Speziell vom Nachwuchs werden im Gegenzug Fleiß und Disziplin verlangt. Probst: „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 Auto-werkstatt dieses Landes.

Wirtschaft in Ostwürttemberg,
04/2018 edition

Von nichts kommt nichts

Ernst Probst 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 Probst verkörpert die deutsche Variante des amerikanischen Karrieretraums „vom Tellerwäscher zum Millionär“.

Foto: Liqui Moly



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, 06/2018 issue

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 probieren 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 Abluftzeit 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, 07/2018 edition

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-Verkaufartikeln 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, Handha-

bung, 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, no. 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

L. Engstler

LIQUI MOLY

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 In-tactGP-Teams, Stefan Keckeisen, glaubt an die Stunde des Marcel Schrötter (25/Pfluggdorf). 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.

von Rookie-Pilot Luca Engstler (18) vom ADAC TCR Germany testen.

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



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, 10th July 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 el-



evate above the competition. And, particularly with heavily loaded vehicles, the customer immediately notices a significant difference. Depending on the number of cleans car-



ried 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."

MOROCCO

**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
mit 7711
**auto
motor
sport**

LESERWAHL
BEST BRAND
2018
KATEGORIE
Schmierstoffe
mit 7711
**Motor
Klassik**

LESERWAHL
BEST BRAND
2017
KATEGORIE AUTOMOBIL
Öl/Schmierstoffe
mit 7711
**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

GREECE

ΠΡΟΪΟΝΤΑ



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 τροχός τριβής ενεργοποιείται και η αντλία νερού εμπλέκεται, επιτρέποντας έτσι στον κινητήρα να διατηρεί την ιδανική θερμοκρασία. Για να αποφευχθούν οι υπερβολικές δυνάμεις επιτάχυνσης στο ρου-



λεμάν 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 ένας παραδοσιακός τεντωτήρας ιμάντα. Αυτό υποχρέωσε την Dayco να σχεδιάσει μία άλλη καινοτόμο λύση, αυτή τη φορά υπό τη μορφή τεντωτήρα ράβδων στρέψης, ενός βραχίονα για το βοηθητικό σύστημα κίνησης. Ο τροχός τριβής, ο ιμάντας και ο τεντωτήρας, 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 μια 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 ποιότητας 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 χωρίς 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.

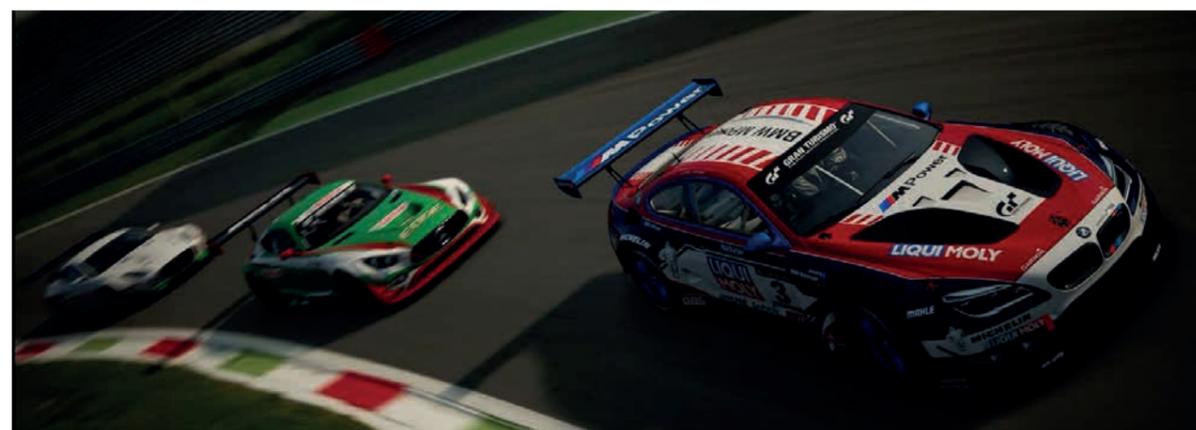
1 0

SPONSORSHIP

GRAN TURISMO SPORT

Real or simulation? Gran Turismo Sport is the virtual motorsport of the highest level!

We already presented it for the appearance in the legendary game last year: Our sponsorship in the driving simulator Gran Turismo Sport (exclusively for the PlayStation 4). It seems the fans really appreciate our blue, red and white logo. Lots of LIQUI MOLY-branded own creations can be admired online, such as this BMW M6. It's clear, wherever top motorsport is on offer, top lubricants have to be involved also. Even in the virtual world. We look forward to further creative designs.



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

You are PICTURES AND STORIES

PICTURES AND STORIES is for all of us. By all of us.
A exceptional reflection of an exceptional brand. Share your experiences, success and emotions about the LIQUI MOLY family worldwide - with your contribution to the next edition edition of our company magazine.



The magazine appears on a monthly basis. That's why we ask that content be delivered promptly. Photos and articles, that are sent after the respective closing date appear in the following issue.

Next
closing date:
13/08.2018

Simply send your photos and all corresponding information to:

➔ **bug@liqui-moly.de**

Please note the following points when making a contribution:

LANGUAGE

- Texts are preferably to be provided in German or English.

COMPLETENESS

We need the following information for each submitted photo:

- Full names of all persons pictured (first/last names, function/profession, company, etc.).
- For group photos, the names from left to right.
- Time and date of the picture (precise address, e.g. name and location of garage).
- Detailed information and anecdotes on the picture (exhibition, event, tribute ...).

IMAGE QUALITY

- For optimum presentation the pictures should have a resolution of at least 1,920 x 1,080 pixels.
- File attachments in e-mails should be no larger than 25 MB.
- Unfortunately, very blurry, faded or rotated photos as well as photos with bad light cannot be used.

FILE FORMAT

- Preferably send photos/pictures as jpg files.
- Write texts and image captions directly in the mail or send as a separate document (Word, Excel or RTF).