

**LIQUI
MOLY**

SEIT 1957

BILDER UND GESCHICHTEN

AUS UNSEREM LEBEN

04.2021

MEGUIN
OILS OF GERMANY

SEIT 1847



MOTORRAD
BEST BRAND 2021

Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2021

DIE NR. 1 SCHMIERSTOFFMARKE

LESERWAHL
BEST BRAND 2021

Und noch ein Ei-Light

Gerade erst ist Ostern vorbei, schon kommt die nächste freudige Überraschung aus dem Ei gepellt: Denn nun haben uns auch die Leserinnen und Leser von Auto Bild zu ihrer Schmierstoffmarke Nr. 1 gewählt – wahrlich goldene Zeiten für unsere Siegermarke!



Auto
Bild DIE BESTEN
MARKEN
IN ALLEN KLASSEN

Ausgabe 15/2021



IMPRESSUM Herausgeber: LIQUI MOLY GmbH, Jerg-Wieland-Straße 4, 89081 Ulm, www.liqui-moly.com · LIQUI MOLY GmbH wird vertreten durch: Ernst Prost, Günter Hiermaier V. i. S. d. P.: Ernst Prost **Texte & Gestaltung:** BuG-Redaktion **Vertrieb:** Das Magazin erscheint in unregelmäßigen Abständen mehrmals jährlich und wird auf unserer Website sowie der Onlineplattform issuu.com kostenlos veröffentlicht. **Rechte & Datenschutz:** Nachdruck oder anderweitige Verwendung nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. **Bilder und Fotos:** LIQUI MOLY GmbH, iStock

Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

die Zeit rast – und obwohl wir nach wie vor inmitten der nicht enden wollenden, weltweiten Corona-Krise stecken, drücken wir bereits in den ersten Monaten des Jahres 2021 das Gaspedal voll durch! Obwohl Ostern, das Fest der Hoffnung, bereits vorbei ist, lebt die Hoffnung und der Glaube an unsere Stärke innerhalb unserer LIQUI MOLY family worldwide mehr denn je weiter.

Ein kurzer Blick auf die Zahlen des ersten Quartals zeigt: Gemeinsam mit Ihnen, unseren Kunden, Partnern und Geschäftsfreunden, marschieren wir unaufhaltsam nach vorn. Die ersten drei Monate dieses Jahres waren ähnlich erfolgreich wie die des Jahres 2020, bevor uns Corona erwischte und sich weltweit alles änderte. Doch dem nicht genug: Der März 2021 ist mit einem Umsatz von 65 Millionen Euro der stärkste Monat unserer Unternehmensgeschichte. Hoffen wir, dass damit die Talsohle der Krise ein für allemal hinter uns liegt und wir diesen enormen Rückenwind für das gesamte Jahr 2021 nutzen können.

Apropos Rückenwind: Die ersten Rennen in den Königsklassen Formel 1 und MotoGP liegen hinter uns und haben unser Logo erneut millionenfach in die Wohnzimmer der weltweiten Fans getragen – ganz auf Augenhöhe mit anderen, international renommierten Marken. Marke ist das passende Stichwort, denn die Auszeichnungen zur besten Ölmarke nehmen derzeit kein Ende. Nun haben uns auch die Leserinnen und Leser von Auto Bild, auto motor und sport sowie MOTORRAD zu ihrer Schmierstoffmarke Nr. 1 gewählt!

Dass wir außer Öl und Additive aber auch andere Kompetenzen besitzen, zeigen wir Ihnen in dieser Ausgabe nochmal in geballter Form: nämlich mit unserem umfangreichen und leistungsstarken Fahrzeugpflegesortiment. Es bietet alles, um sich beim Frühjahrsputz seines mobiles Schatzes vollends auszuleben – egal, ob Pkw, Motorrad, Fahrrad, Camper, Lkw, Boot und, und, und.

Fast klammheimlich feiern diesen Monat unser hochgeschätzter Kollege Peter Althausen und sein "Baby" LIQUI MOLY Chile 40-jähriges Firmenjubiläum. Ein spannender und gleichzeitig erfolgreicher Meilenstein, für den wir uns mit einer kleinen Reportage bedanken möchten.

Daneben zeigen wir Ihnen die weltweit schönsten LIQUI MOLY-Momente des letzten Monats und geben Ihnen einen Ausblick auf unsere internationale Onlinekampagne, mit der wir unsere Markenpräsenz weiter ausbauen und einige Menschen mit einem Gewinnspiel glücklich machen werden.

Viel Spaß beim Lesen und einen guten Start in den Frühling wünscht

Ihr BILDER UND GESCHICHTEN-Team

**Liebe Geschäftspartner, Mitunternehmerinnen,
Mitunternehmer, LIQUI MOLY-Kunden und Wegbegleiter,**

unser Quartalsbericht mit recht guten Zahlen hat gezeigt, wie hart wir in den letzten Monaten gearbeitet haben. 65 Mio. Umsatz im März – Wahnsinn!!! Die Krisenzeitz schweißt uns zusammen und wir geben Gas. Aber wie sieht es hinter den Kulissen und in unserem Alltag aus? Was beschäftigt uns. Medienvertretern habe ich darauf diese Woche geantwortet. Sie möchte ich daran teilhaben lassen.

Ausreden höre ich jeden Tag genug. Leider vermehrt von unseren Zulieferern. Damit sind wir schon beim ersten Mühlstein, der uns um den Hals hängt: Rohstoffknappheit landauf, landab. Unsere Vorratstanks sind leer. Wir leben von der Hand in den Mund und wringen jeden Tropfen Öl aus unseren Leitungen, um überhaupt lieferfähig zu bleiben. Force Majeur – höhere Gewalt – so schallt es unserem Einkauf entgegen, wenn wir nach Lieferterminen fragen. Wo wir ansonsten mit 5.000 t Schiffsladungen von der Nordsee bis zu unserer Fabrik im Saarhafen zu Dillingen fahren, tuckern wir heute mit 30 t LKW über die Landstraßen und Autobahnen. Unrentabel, teuer und gar nicht umweltfreundlich. Röhstoffe, Verpackungsmaterialien, Kanister und Fässer, Verschlüsse, Kartons und Folien. Es fehlt hinten und vorne. Für manchen war der Lockdown offensichtlich ein

Knockdown... Werkserweiterungen und Reparaturen schieben wir auf die lange Bank, weil Handwerksbetriebe und Montagefirmen auch nur noch über Mangel an Ersatzteilen und Materialien klagen.

Was ist da los? Dieser Knick im Versorgungsschlauch ist doch nicht auf die paar Schiffe, die ein paar Tage im Suezkanal festhingen, zurückzuführen. Ich glaube eher, dass die eine oder andere Firma immer noch lieber auf dem Sofa rumhängt, dem Home-Office frönt und Kurzarbeitergeld bezieht, um Kosten zu sparen, anstatt die Ärmel hochzukrempeln. Soweit zur Beschaffungstragödie, unter der wir im Moment leiden.

Und das, was wir bekommen, ist schweineteuer geworden. Eine Preis-Explosion hat unsere Ertragskraft erschüttert - zwischen 10 % und 20 % Preiserhöhungen unserer Vorlieferanten „ab morgen“ sind keine Seltenheit... Wir rechnen mit satten 20 Mio. Euro Mehrkosten, aufs laufende Jahr gesehen, allein für unsere Materialbezüge in der Fabrik. Klar, versuchen wir diese Kostenerhöhungen unsererseits über Preiserhöhungen an die Märkte weiter zu geben. Aber machen Sie das mal in Ländern, deren Volkswirtschaft am Boden liegt und die Inflation an die Decke strebt.



Apropos Export: zwei Drittel unseres Geschäfts machen wir im Ausland. Mit circa 150 Ländern.

Wissen Sie was zurzeit fehlt? Ordinäre Container. Da denken alle an eine Krise und dann gibt es keine Seecontainer und auch keine ausreichenden Frachtmöglichkeiten. Alles ausgebucht. Alles belegt, alles auf hoher See zwischen Asien und Europa. Krise? Kaufen bis die Schwarze kracht. So herum stimmt es eher. Teilweise warten wir wochen- und monatelang, bis wir wieder Frachtmöglichkeiten für unser Exportgeschäft nach Übersee - egal in welche Himmelsrichtung - zugeteilt bekommen. Auch nicht lustig.

Mit einem Wort: Vorne kommt nur spärlich was rein und hinten geht es nur zögerlich raus. In der Mitte schaffen wir im 3-Schicht-Betrieb, um trotz widriger Umstände unsere Ziele zu erreichen, auf der Erfolgsspur zu bleiben und um uns nicht unterkriegen zu lassen. Ich sage oft: „Die Schwäche unseres Gegners ist unsere

Stärke.“ Man ist eben nicht nur im Sport, sondern auch in der Wirtschaft immer nur so gut, wie es der Gegner, die Konkurrenz, zulässt. Aber im Moment sind wir nur so gut, wie es unsere Vorlieferanten durch zuverlässige Warenversorgung ermöglichen... Hätte ich auch nicht gedacht, dass so etwas noch einmal passieren könnte. Irgendwie doof, wenn man zum Angriff bläst und der Nachschub stockt. Aber solange wir in Ulm oder in Saarlouis keine Ölquellen entdecken, müssen wir uns halt mit den Gegebenheiten herumschlagen und damit fertig werden. Wir nennen das Inkompetenzkompensationskompetenz. Schönes Wort. Habe ich neulich mal irgendwo gelesen. In der Baubranche soll es übrigens ähnlich zu gehen - habe ich gehört.

Ich wünsche Ihnen allen einen schönen Tag. Bleiben Sie gesund und fröhlich.

»Für die Pressefreiheit müssen wir alle eintreten«

Im PRINT&more-Interview spricht LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über die Verdoppelung des Werbebudgets in der Corona-Krise, über Marketing und Werbeumfelder und darüber, weshalb er Pressefreiheit als ein nahezu heiliges Gut betrachtet.

PRINT&more | Homeoffice und Lockdown – da fahren die Menschen weniger Auto und verbrauchen damit weniger Schmieröle. Wie ist LIQUI MOLY bislang durch die Krise gekommen?

ERNST PROST | Klar gibt es äußere Umstände, die auf uns Einfluss haben. Aber noch mehr als alle Krisen dieser Welt bestimmen wir selbst unsere Geschicke. Wir sind in 150 Ländern unterwegs. Irgendwo geht immer etwas, im negativen wie auch im positiven Fall. Naturkatastrophen, Bürgerkriege, Währungsverfall und jetzt eben auch Lockdown. Wir könnten uns gut hinter dem «Feigenblatt Corona» verstecken. Machen wir aber nicht. Im Gegenteil: Wir greifen an. Deshalb sind wir auch gut durch die Krise gekommen.

Mein Eindruck ist, dass LIQUI MOLY seine Werbepräsenz in der Krise sogar erhöht hat. Stimmt das?

Ich liebe antizyklisches Vorgehen. Und dazu gehört eben auch anzugreifen, wenn sich andere Marktteilnehmer in die Defensive begeben. Deshalb haben wir unser Werbebudget verdoppelt und anstatt ca. 20 Millionen Euro, wie in den Jahren zuvor, 42 Millionen ausgegeben. Das ist eine langfristige Investition in unsere Marke und in unsere Märkte, die sich jetzt bereits auszahlt – und in den nächsten Jahren noch viel mehr.

In unserer kürzlich gestarteten Kampagne #DarumMarkenmedien stellen wir die verlässliche Qualität von redaktionellen Umfeldern, in denen Werbung platziert wird, heraus: Leser und User vertrauen diesen Umfeldern. Ein Vertrauen, das auch auf die Marken der Werbung treibenden abstrahlt. LIQUI MOLY ist – wenn auch auf anderem Gebiet – ebenfalls eine Marke mit Strahlkraft. Werben Sie deshalb bevorzugt in Premiumumfeldern?

Wir werben dort, wo ich unsere Zielgruppe erreiche. Da wir mit seriösen Produkten handeln, ergibt sich automatisch auch ein seriöses Medienumfeld. Aber auf alle Fälle ist es für uns als Marke wichtig, nicht nur den Bekanntheitsgrad aufzubauen, sondern als Premiummarke wahrgenommen zu werden – und da hilft natürlich ein entsprechendes Premiumumfeld.

Sie waren bei LIQUI MOLY u. a. als Marketingleiter tätig. Wie viel Ernst Prost steckt heute noch im Marketing bei LIQUI MOLY?

Nach 30 Jahren bei LIQUI MOLY steckt alles von mir in dieser Firma. Meine Gedanken, meine Überzeugungen, meine Taten, mein Hirn, mein Herz – einfach alles. Diese Firma ist ein Teil meines Lebens und ich bin ein Teil dieser Firma. Das kann ich gar nicht mehr auseinanderhalten. Marketing hat viel mit Überzeugung und mit Persönlichkeit zu tun. Beides ist in unserem Fall sehr ausgeprägt. Nicht nur bei mir, sondern auch bei vielen meiner Kolleginnen und Kollegen, mit denen ich seit 30 Jahren gemeinsam die Geschicke dieser Firma bestimme und leite.

Vor Kurzem machte Ihr Unternehmen auf anderem Gebiet Schlagzeilen: Die Eishockey-WM in Belarus wurde dem Land auch aufgrund des Drucks der Sponsoren entzogen. Ein eher ungewöhnlicher Vorgang, dass Sponsoren derartigen Einfluss nehmen. Wie kam es dazu und wie stehen Sie zu dem Spannungsfeld, das sich zwischen Wirtschaft und Politik auftut?

Mir wäre es auch lieber gewesen, der Verband und der Veranstalter hätten uns erst gar nicht in diese Zwickmühle gebracht, indem sie sich für einen vernünftigen Austragungsort entschieden hätten. Es kann ja nicht sein, dass privat wirtschaftende Sponsoren Weltverbänden die ethisch-moralische Richtschnur für ihre Entscheidungen liefern müssen. In geschäftlicher Hinsicht büßen wir in diesem Land jetzt massiv für unsere Entscheidung. Sie können sich vorstellen, wie das herrschende Regime mit jenen Sponsoren, die sich so positioniert haben, umgeht. Das war uns klar und haben wir auch in Kauf genommen, aber besser wäre es, wir könnten unsere Arbeit und unsere Firma aus politischen Querelen heraushalten. Das macht unser Überleben als Firma mit 1.000 Arbeitsplätzen eindeutig leichter.

Sollten sich daher auch Unternehmer politisch stärker engagieren?

Es wäre schön, wenn wir in unseren Parlamenten nicht überwiegend Beamte sitzen hätten, sondern auch Handwerker, Freiberufler und Unternehmer aller Couleur. Ein vom Volk gewähltes Parlament sollte möglichst auch die ganze Bandbreite eines Volks widerspiegeln.

Der VDZ setzt sich seit Jahren für freiheitliche Grundrechte ein – beispielsweise mit der Pressefreiheitskampagne für die Pressefreiheit, ein Grundrecht, das in vielen Ländern – auch in Belarus – mit Füßen getreten wird. Welchen Stellenwert hat Pressefreiheit für Sie persönlich und wie stehen Sie als Unternehmer zu solchen Initiativen und der Verantwortung von Unternehmen?

Pressefreiheit ist ein nahezu heiliges Gut unserer Demokratie. Für die Pressefreiheit, die ein Teil unserer Grundrechte ist, müssen wir alle eintreten. Jeder Einzelne und natürlich auch jedes Unternehmen. Die unternehmerische Verantwortung hört nicht am Firmenstor auf. Unternehmen mit ihren Arbeitsplätzen sind Teil der Gesellschaft und eine Gesellschaft ohne prosperierende und gesunde Unternehmen mit sozialer Verantwortung ist nicht denkbar. Daher kann es gar nicht genügend Initiativen in unserer Gesellschaft geben, die für unsere freiheitlichen Grundrechte eintreten und dafür kämpfen.

Wie informieren Sie sich täglich?

Ununterbrochen: Ölpreise, Währungsschwankungen, Wirtschaftsdaten. Das Internet liefert mir ständig alle Daten, die ich brauche, um als Produzent von Ölprodukten und als Exporteur in 150 Ländern die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Egal, wo auf dieser Welt irgendwas los ist – es hat Einfluss auf uns im beschaulichen Ulm.

Welche Medien, insbesondere welche Magazine, »konsumieren« Sie aus beruflichen Gründen? Und zu welcher Zeitschrift greifen Sie in Ihrer Freizeit am liebsten?

Aus beruflichen Gründen greife ich aufgrund der gebotenen Aktualität eher zum iPhone als zum gedruckten Magazin. Umso mehr genieße ich es, für die private Lektüre Magazine über Motorräder, ferne Länder, über Reisen, über unsere wunderbare Welt, über Tiere und Pflanzen zur Hand zu nehmen.

Die Fragen stellte Antje Jungmann.

LIQUI MOLY CHILE

JUBILÄUM



Erfolgsteam: Peter Althausen mit seiner Gattin Christine.

„Wir kaufen keine Zigaretten“ - 40 Jahre LIQUI MOLY Chile

Peter Althausen (Geschäftsführer LIQUI MOLY Chile) feiert sein 40-jähriges Jubiläum an der Seite von LIQUI MOLY. Darüber, wie alles begann und was ihn während dieser Zeit bewegte, erzählt er der BILDER UND GESCHICHTEN-Redaktion.

40



Firmenzentrale in Santiago, Chile. 1981 begann die Partnerschaft mit dem in Chile aufgewachsenen Peter Althausen.



Seit fünf Jahren leitet Peter Althausen sein fast 70-köpfiges Team gemeinsam mit seinem Sohn Jan Althausen (2. v. l.).

Gerade einmal 30 Jahre war Peter Althausen als er sich entschlossen hat, in das Geschäft mit der damals noch relativ unbekannten Marke LIQUI MOLY einzusteigen. „Es war eine unglaublich spannende Zeit damals“, erinnert er sich. In Chile dominierten die amerikanischen Marken und es war eine riesige Herausforderung mit der kleinen deutschen Marke durchzubrechen: „Eigentlich kannte niemand LIQUI MOLY“, denkt Herr Althausen zurück. LIQUI MOLY hatte 1978 bis 1980 ein Joint-Venture mit einem chilenischen Partner begonnen, der kurz darauf in finanzielle Schieflage geriet. Zur damaligen Zeit arbeitete Peter Althausen noch in Spanien als Werksleiter eines deutschen

Chemieunternehmens. „LIQUI MOLY hatte auf der Suche nach einem neuen Geschäftsführer Kontakt zur Deutsch-Chilenischen Handelskammer aufgenommen, die dann mich ins Spiel gebracht hat. Ich bin in Chile groß geworden und hatte dort einen guten Freund, dessen Vater die Vertretung von MOLYKOTE leitete. Daher war mir das Thema MoS₂ sehr gut bekannt, das in den 1980iger Jahren das Rückgrat des LIQUI MOLY-Programms war“. Peter Althausen und LIQUI MOLY wurden sich schnell einig, gemeinsam den Weg zu gehen. Mit der Option als erster Anteil am neuen Unternehmen LIQUI MOLY Chile kaufen zu können, war Peter Althausen als Partner gewonnen.



Das LIQUI MOLY Chile-Team auf Promotionreise in Kolumbien (2016).

So schwierig die ersten Jahre waren, so steil bergauf ging es in dem politisch sehr bewegten Land nach der Weltwirtschaftskrise 1983/84 und der weitgehenden Liberalisierung des Außenhandels. „Anfangs wollte niemand unsere Produkte haben, weil alle dachten, wir wären diese amerikanische Zigarettenmarke LM“, blickt der Geschäftsführer zurück. „Wenn die Kunden unser Logo gesehen haben, sagten sie gleich: „Nein, wir kaufen keine Zigaretten!“. Mit viel Fleiß, Eigenantrieb und der Begeisterung für die Marke, haben es Peter Althausen und sein Team geschafft in dem hart umkämpften Markt nicht nur zu bestehen, sondern sich durchzusetzen. Heute hat sein Team, welches er seit fünf Jahren gemeinsam mit seinem Sohn Jan leitet, 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Stolz berichtet der Unternehmenschef, dass LIQUI MOLY in einer Marktforschung auch in Chile zur beliebtesten Ölmarke gewählt wurde. 80 % der Befragten geben an, LIQUI

MOLY zu kennen. Auf dieses beachtliche Ergebnis kann man wahrlich stolz sein. Ein Erfolg auf dem sich seine Mannschaft nicht ausruht. Auch in der Pandemie, samt Lockdown, haben unsere Partner in Südamerika richtig Gas gegeben. Das Ergebnis: 19 % Umsatzwachstum im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr. Einer seiner größten Erfolge, wie Peter Althausen sagt. Dennoch bleibt sein Geschäft kein Selbstläufer. „Jeden Tag müssen wir weiterkämpfen. Der Endkunde wird immer anspruchsvoller, was auch an der Flut an Informationen im Netz liegt. Da müssen wir dran bleiben, transparent, offen und kundenorientiert handeln. Genau das ist es doch, was LIQUI MOLY und LIQUI MOLY Chile ausmacht“, beschreibt Peter Althausen. „Zusätzlich stellen Internetanbieter und grenzüberschreitender Handel LIQUI MOLY Chile vor Herausforderungen, die es schwierig machen unser Preisgefüge zu halten“.

Peter Althausen hat es geschafft LIQUI MOLY als Marke zu etablieren und Kunden schätzen das, wofür wir stehen: „Made in Germany, Qualität, Seriosität, Ehrlichkeit. Eine Marke die man lieben kann, die den Sport fördert, eine Marke die umweltbewusst ist, eine Marke mit Liebe zum Detail“, fasst der Jubilar zusammen. Und genau das ist es, was man bei Peter Althausen spürt. Eine immer noch brennende Leidenschaft für sein Geschäft, seine Kunden und die Marke, die er vertritt. Genau dieser Enthusiasmus fördert das Vertrauen der Kunden in die Marke und in LIQUI MOLY Chile. „Natürlich hilft uns auch das enorme Marketing aus Deutschland. In den Anfangszeiten

wäre das in dieser Größenordnung niemals möglich gewesen“, resümiert Peter Althausen.

Auf die Frage, was er rückblickend anders machen würde, antwortet er entschlossen: „Nichts! Ich bereue keinen einzigen Tag der letzten 40 Jahre. Auch wenn nicht immer alles einfach war, hat mir die Arbeit immer Freude bereitet und mich erfüllt.“

Auch Ernst Prost lobt den langjährigen Partner für sein unerschütterliches Engagement: „Lass uns einfach gegenseitig gratulieren für diese wunderbare Zusammenarbeit, für die Freundschaft, für das Zusammenhalten in den vergangenen Jahrzehnten!“



Gemeinsame Geschäftsreisen, wie hier nach Kuba (2014) gehören zum Erfolgsrezept von Peter Althausen: "Wir stehen für Kundennähe und exzellenten persönlichen Service. Genau das erwarten und schätzen unsere Kunden am Qualitätssiegel Made in Germany."

LESERWAHL

FAHRZEUGPFLEGE

Wahl der Qualität, statt Qual der Wahl!

Zum wiederholten Mal landen wir auch bei Pflegeprodukten weit oben in der Gunst der Leserinnen und Leser von AUTO ZEITUNG und Auto Bild – den großen deutschen Automagazinen. Grund genug, unsere Fahrzeugpflege noch stärker in den Fokus zu rücken. Deshalb ist dieses Produktsegment in diesem Jahr fester Bestandteil unserer Marketingkampagne.

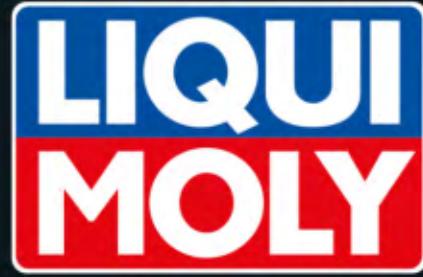


Ausgabe 4/2021

<https://www.liqui-moly.com/de/de/produkte/produktgruppen/fahrzeugpflege.html>



Zum Saisonauftakt und pünktlich zum Frühjahrsputz schneidet unser Kunststofftiefenpfleger im Test von AUTO ZEITUNG mit "SEHR EMPFEHLENWERT" ab. Kein Wunder, bietet er doch tolle Reinigungsleistung und angenehmen Geruch im Handumdrehen.



LIQUI MOLY

Fahrzeugpflege

Sichern Sie sich glänzende Umsätze



SORTIMENTSAUSSCHÖPFUNG

FAHRZEUGPFLEGE



Alles was fährt,
fährt gepflegter
mit LIQUI MOLY

Egal zu welcher Jahreszeit: Fahrzeugpflege hat immer Saison. Im Winter fordern Schnee, Eis und Streusalz ihren Tribut, in Frühjahr, Sommer und Herbst überziehen Schmutz, Blütenstaub sowie Vogel- und Insektenkot Lack und Scheiben. Gleichzeitig wird das Fahrzeuginnere ständig beansprucht.

Mit der LIQUI MOLY-Fahrzeugpflege bieten Sie Ihren Kunden das ganze Jahr über optimale Pflege und Schutz und gewährleisten so den optischen und technischen Werterhalt von Fahrzeugen. Profitieren Sie von unserer umfassenden Produktpalette und sichern Sie sich mit der LIQUI MOLY-Fahrzeugpflege glänzendes Umsatzpotenzial!



Als weltweit renommierte Autochemiemarken bietet LIQUI MOLY ein einzigartiges Vollsortiment von über 4.000 Artikeln. Dazu gehört unser komplettes Pflegesortiment, das alle Anwendungen am und im Fahrzeug perfekt abdeckt. Ob für Lack, Chrom, Glas, Gummi, Felgen, Reifen, Verdeck, Kunststoff, Motor, Leder oder Innenraum: Die LIQUI MOLY-Fahrzeugpflege sorgt dafür, dass Ihre Kunden möglichst lange Freude an den äußeren und inneren Werten ihrer Fahrzeuge haben.

STARKE QUALITÄT

**TOP
MARKE**

AUTO
ZEITUNG

**TOP
MARKE
2021
SILBER**
Pflegemittel

Seit Jahrzehnten verbinden Menschen unseren Namen mit hochwertigen Motorölen, Additiven, Fahrzeugpflegeprodukten, Service-, Klebe- und Dichtprodukten. Regelmäßig wählen uns die Leser der führenden Automagazine zu Deutschlands bester Schmierstoffmarke und auf Platz 2 in der Kategorie Pflegemittel. Eine große Ehre und Beleg für die konstant hohe Spitzensubqualität unserer Produkte und das Vertrauen, das die Endverbraucher LIQUI MOLY entgegenbringen.



LIQUI MOLY ist weltweit bekannt und steht für höchste Dynamik und pure Emotion. Mit Engagements wie beispielsweise unserem Sponsoring in Formel 1, MotoGP und Wintersport sorgen wir dafür, dass unser Logo das ganze Jahr rund um den Globus präsent ist. Das steigert die Wiedererkennung, die Markenverbindung und die Nachfrage nach unseren Produkten. Die Zusammenarbeit mit LIQUI MOLY bedeutet für Sie also mehr Aufmerksamkeit und mehr Geschäft.



Wir sind nicht nur Lieferant, sondern Ihr langfristiger Partner! Bei allem was wir tun, stehen Sie im Mittelpunkt. Unsere Wettbewerbsvorteile sind Schnelligkeit, Entscheidungsfreude, persönlicher Service und kompromisslose Kundenorientierung. Das hebt uns ab und schärft unser Verständnis für die Bedürfnisse der Verbraucher. Wann und wo Sie uns auch brauchen: Dank unserem flächendeckenden Außendienst sind wir immer für Sie da.



LACK



Autointensivreiniger

Entfernt restlos und schnell Fett-, Öl-, Kraftstoff- und andere starke Verschmutzungen sowie Oberflächen- oder Flugrost. Autointensivreiniger besitzt ein hervorragendes Netz- und Kriechvermögen und ist biologisch gut abbaubar.



Orangenterpen-Reiniger

Universell einsetzbarer Kraftreiniger, der u. a. Orangenterpene aus 100 % nachwachsenden Rohstoffen enthält. Entfernt durch seine biologisch abbaubaren, aus Orangenöl hergestellten Lösemittel schnell und einfach selbst hartnäckige Verschmutzungen wie Kleberreste, Öle, Fette, Silikon, Gummiabrieb, Wäsche, Baumharz, Teer, Bitumen, wasserfeste Filzschreiber oder Graffiti, ohne einen ölichen Film zu hinterlassen. Zurück bleibt ein angenehmer Orangenduft.

NEU!



Aktiv-Schaumreiniger

Hochwirksamer, universell einsetzbarer Schaumreiniger zur effektiven Reinigung verschiedenster Materialien. Säubert dank Aktivformel mühelos glatte Oberflächen, ohne Streifen oder Schlieren zu hinterlassen. Aufgrund seines gut haftenden Schaums auch optimal für senkrechte Flächen geeignet.

Tipp:

- Auch ideal zum Reinigen von:
- Spiegel und Glasflächen
 - Polstern und Teppich
 - Maus und Tastatur



Insektenentferner

Zur schnellen und mühelosen Entfernung von Insektenrückständen. Für Glas, Kunststoff, Lack und Chrom. Durch die gelartige Rezeptur haftet der Insektenentferner auch gut an senkrechten Flächen und weicht schonend und schnell Insektenverschmutzungen auf. Auch zur Vorbehandlung vor der Wagenwäsche bestens geeignet. Mit hoher Wirksamkeit und guter biologischer Abbaubarkeit.



Teerentferner

Hochwirksame Lösungsmittelkombination zum Entfernen von Harz- und Teerflecken an Kraftfahrzeugen, Campingwagen, Motorrädern, Fahrrädern, Werkzeugen, usw. Abgestimmt auf hohe Effektivität und Lackverträglichkeit.



Silikon- und Wachsentferner

Entfernt Silikon und Wachs von Glas-, Lack- und Chromteilen. Reinigt Autoscheiben und entfernt Wachstropfen nach der Waschstraßen-Wachswäsche. Sorgt für klare Sicht nach der Autowäsche. Schafft den richtigen Untergrund vor dem Lackieren.



LACK



Auto-Wasch & Wachs

Die schnelle Lackpflege für zwischendurch. Pflegt, schützt und glänzt in einem Arbeitsgang. Entfernt mühelos Schmutz und hinterlässt keine Kalkränder. Erleichtert das Ableiden und wertet durch Glanzintensivierung das Fahrzeug optisch auf. Bietet zuverlässigen Schutz gegen Witterungs- und aggressive Umwelteinflüsse.



Lackreiniger

Entfernt Teer-, Schmutz-, Fettflecken und Flugrost. Reinigt und poliert. Sorgt für ursprüngliche Farbtiefe. Gleicht leichte Kratzer aus. Entfernt Verschmutzungen und verwitterte Lackpartikel. Reinigt und glättet den Lack. Anschließend sollte der Lack mit LIQUI MOLY Hart-Wachs gepflegt werden. Poliermaschinen geeignet.

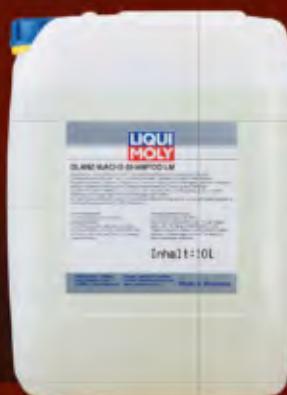


Auto-Wasch-Shampoo

Für die gründliche Autowäsche. Schont den Lack und verleiht strahlenden Glanz. Beseitigt mit waschaktiven Substanzen rückstandslos Staub sowie öl- und fetthaltige Verschmutzungen. Biologisch abbaubar.

Tipp:

Auch ideal für die Reinigung von Wandfliesen



Glanz-Wachs-Shampoo LM

Das effektive, multifunktionale und pH-neutrale Aufriss-Shampoo-Konzentrat zur manuellen Fahrzeugwäsche. Mit milden, haut- und lackschonenden Tensiden und hohem Anteil an Pflegekomponenten. Waschen, Pflegen und Trocknen erfolgt in einem Arbeitsgang. Nach dem Abspülen reißt der Wasserfilm sofort auf und unterstützt die fleckenfreie Trocknung des Fahrzeugs. Der Lack erhält einen hohen Glanz und eine langanhaltende Konserverierung.

10 L, VPE 1, Art.-Nr. 8198

25 L, VPE 1, Art.-Nr. 8199

Lack-Glanz-Creme

Reinigt, poliert und schützt. Für strahlenden Glanz durch Carnaubawachs. Hervorragender Schutz vor schädlichen Umwelteinflüssen und Waschanlagen. Gleicht kleine Haarkratzer aus und glättet die Oberfläche. Verleiht dem Lack Tiefenglanz. Matte Lacke erreichen mühelos ihr ursprüngliches Aussehen. Sparsamer Verbrauch aufgrund cremiger Konsistenz.

300 g, VPE 6, Art.-Nr. 1532

Polieren & Wachs

Reinigt, poliert, schützt und pflegt Bunt- und Metalliclacke. Ein brillanter und satter Spiegelglanz wird erreicht. Wirkt über längere Zeit regen- und schmutzabweisend und erhöht dadurch die Witterungsbeständigkeit. Polieren & Wachs kann sowohl manuell als auch maschinell verarbeitet werden.

Tipp:

- Auch ideal zur Pflege von:
- Edelstahlflächen
 - Hochglanzmöbeln
 - Badezimmerarmaturen

500 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1467



LACK



Glanzpolitur

Hochwertige pflanzliche und synthetische Komponenten schützen den Lack dauerhaft vor Witterungseinflüssen und der Belastung durch häufige Fahrzeugwäschen. Ein brillanter und satter Spiegelglanz wird erreicht. Politur kann sowohl manuell als auch maschinell verarbeitet werden.

Tipp:

- Auch ideal zur Pflege von:
- Edelstahlflächen
 - Hochglanzmöbeln
 - Spüle



Metallic-Hochglanz

Schützt, pflegt und versiegelt Metalliclacke vor Witterungseinflüssen. Für strahlenden Glanz. Mit Langzeitwetterschutz. Wirkt über längere Zeit regen- und schmutzabweisend und erhöht die Widerstandskraft des Lackes gegen schädliche Umwelteinflüsse. Winzige Wachspartikel setzen sich selbst in feinste Mikrokratzer ab, füllen diese auf und hinterlassen eine perfekte Lackoberfläche. Poliermaschinengeeignet.



Schleifpaste

Zur mühelosen Entfernung von verwitterten und blinden Lackschichten, groben Verunreinigungen, Lacksprühnebel, Kratzern und Oberflächenrissen. Die behandelten Flächen können im Anschluss direkt lackiert werden. Silikonfrei. Poliermaschinengeeignet.



Hartwachs

Flüssiges Hartwachs zur Hochglanzversiegelung. Mit Intensivlangzeitschutz. Diese hochwertige Pflegeemulsion schützt neue und aufbereitete Lacke vor aggressiven Umwelteinflüssen sowie bei häufigen Fahrzeugwäschen. Hartwachs bietet den Vorteil bequemer Anwendung, die Lackflächen werden über einen langen Zeitraum zuverlässig gegen schädliche Einflüsse geschützt und behalten ihren entsprechenden Glanz.



Glanzsprühwachs

Wachs mit guter Reinigungswirkung und hervorragender Glanzgebung. Leichter Straßenschmutz und fettige Verschmutzungen werden mühelos und schnell entfernt, ohne dabei Kratzerbildungen entstehen zu lassen. Durch das superleichte Auspolieren (wie Staub wischen) entsteht bei allen Lack- und Farbtypen eine glatte Oberfläche mit einem hohen Glanz und sehr guter Farbtiefe.

Tipp:

Perfekt zur Pflege von Hochglanzmöbeln oder Klavieren



Detailer Lackschnellpflege

Hochwirksames Glanzversiegelungsspray mit innovativer Schutzformel. Zur schnellen, einfachen Lackpflege ohne Politur. Entfernt leichte Verschmutzungen wie Staub oder Wasserflecken und verleiht dem Lack strahlenden Tiefenglanz. Versiegelt glatte Lacke über mehrere Wochen und bietet einen ausgezeichneten Wasserabperleffekt und Schutz vor aggressiven Umwelteinflüssen. Hält das Reinigungsfinish lange aufrecht und reduziert die Neuanhaftung von Schmutz. Mit angenehm fruchtigen Mangoduft.

500 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1422

400 ml, VPE 12, Art.-Nr. 1647

500 ml, VPE 6, Art.-Nr. 21611



GLAS



Scheibenenteiser

Spezielle Wirkstoffkombination mit eislösenden, reinigenden Eigenschaften. Entfernt schnell und schonend Eis und Raureif an Autoscheiben. Verhindert schnelles Wiedervereisen.



Scheibenreiniger

Schafft sekundenschnell klare Sicht und Sicherheit. Entfernt Öl-, Silikonbeläge und Insektenverschmutzungen. Mit Citruspoker. Phosphatfrei und biologisch abbaubar.

Dosierung 1:10.



Scheibenreinigerschaum

Hochwirksamer Schaumreiniger. Sorgt für blendfreie Autoscheiben und erhöht somit die Sicherheit. Löst und entfernt Silikon, Nikotin, Insekten sowie öl- und fettartige Verschmutzungen. Für Polycarbonat geeignet. Neutral gegenüber Gummi, Lacken und Kunststoffen.

Tipp:

- Spiegeln
- Cerankochfeldern
- Kühlschrankfachböden



Scheibenreiniger-Superkonzentrat

Schafft sekundenschnell klare, schlierenfreie Sicht. Entfernt Öl-, Silikonbeläge und Insektenverschmutzungen. Mit Citruspower. Phosphatfrei und biologisch abbaubar.

Tipp:

Auch ideal zum Reinigen von:
● Spiegeln
● Cerankochfeldern
● Kühlschrankfachböden



Glas-Reiniger

Konzentrierter, alkoholbasierender Reiniger zur Reinigung von Glasscheiben und anderen harten und glatten, alkohol-beständigen Oberflächen an Gebäuden und Fahrzeugen etc. Entfernt mühelos hartnäckigste Verschmutzungen aus Öl-, Fett-, Silikon-, Kalk- und Seifenspritzer, Fingerabdrücke etc. Selbst hartnäckige Verschmutzungen wie Wachsrückstände, Farbnebel und Insektenkadaver lassen sich leicht entfernen.



Fix-Klar Regenabweiser

Zuverlässiger Regenabweiser für Autoscheiben und Helmvisiere. Sorgt für bessere Sicht und mehr Sicherheit, indem Regentropfen durch den Fahrtwind schnell abperlen. Auch zum leichteren Entfernen von Insekten, Eis und Schnee geeignet.

Tipp:

Auch ideal geeignet für:
● Gewächshausscheiben
● Duschkabinen
● Wintergärten

50 ml, VPE 40, Art.-Nr. 1517
250 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1519

10 L, VPE 1, Art.-Nr. 8194
33 L, VPE 1, Art.-Nr. 8195

125 ml, VPE 12, Art.-Nr. 1590



REIFEN & FELGEN



Felgenreiniger Spezial

Mit Schmutzindikator.
Zur schonenden intensiven Reinigung von Alu- und Stahlfelgen. Verhindert hartnäckige Neuverschmutzungen. Die regelmäßige Felgenpflege gibt Ihrer Felge Glanz und sichert eine lange Lebensdauer. Die Felgen werden wie neu. Reinigt und entfernt mühelos Bremsabrieb und sonstige Verschmutzungen. Felgenreiniger Spezial ist gut biologisch abbaubar. Säurefrei.

Felgen-Reiniger sauer

Säurehaltiger Spezialreiniger zur schnellen Entfernung starker anorganischer Verschmutzungen. Auf Basis einer starken Mineralsäure, ohne Zusatz von Flusssäure, werden selbst extreme Verschmutzungen der Felgen wie z. B. eingekochter Bremsabrieb und hartnäckige Umweltverschmutzungen schnell, gründlich und nahezu berührungslos entfernt. Der Reiniger reduziert den Arbeitsaufwand bei der Felgenreinigung auf ein Minimum.

Reifenglanzschaum

Reinigt, pflegt und schützt Reifen in einem Arbeitsgang. Wertet verwitterte Reifenwände optisch auf und gibt ihnen Geschmeidigkeit und ihr ursprüngliches Aussehen zurück.



VERDECK & GUMMI



Cabriooverdeckreiniger

Reinigt schnell, gründlich und schonend meist vorkommende Verschmutzungen wie Öl- und Fettrückstände, Ruß, Vogelkot, Insektenrückstände, Straßen- schmutz etc. von Cabriooverdecken. Greift Kunststoffe aus Polycarbonat und Heckscheiben aus PVC auch bei häufiger Anwendung nicht an. Durch die anti- statischen Komponenten wird die elektrostatische Anziehung der Schmutzteilchen vermindert, die Haftung reduziert und das Ab- lösen erleichtert.



Gewebeimprägnierung

Für optimalen Näseschutz. Die Gewebe bleiben geschmeidig und luftdurchlässig. Schützt vor Fleckenbildung durch Öl, Fett und Schmutz.

Tipp:

- Imprägniert auch:
- Rucksäcke
 - Sneaker
 - Sonnensegel
 - Outdoorjacken
 - Stoffbezüge auf Stühlen



Gummipflege

Pflegt und verschönert Tür-, Fenster- und Kofferraumdich- tungen. Verhindert das Festfrie- ren im Winter. Bei regelmäßiger Anwendung bleibt die Elastizität der Dichtungen erhalten. Die Reibung beim Öffnen und Schlie- ßen der Türen wird vermindert und die Quietschgeräusche unterbunden.

500 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1593

400 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1594

75 ml, VPE 12, Art.-Nr. 7182

500 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1538



Cockpitglanz XXL

Stumpfe und verwitterte Kunststoffe werden wieder wie neu. Die Kunststoffteile erhalten ihr ursprüngliches Aussehen zurück und trocknen nicht aus. Lästige Knarr- und Quietschgeräusche werden verhindert. Pflegt ohne zu fetten, ist antistatisch und staubabweisend. Gute Schmierwirkung bei Gummi- und Plastikteilen, imprägniert und isoliert, universell einsetzbar. Silikongehaltig.



Cockpitpflege Vanille

Gibt stumpfen Kunststoffen wieder einen matt-seidenen Glanz. Tiefes Eindringen in den Kunststoff sorgt für eine langanhaltende Wirkung. Pflegt und schützt ohne zu fetten. Cockpitpflege ist antistatisch und damit staubabweisend. Mit Cockpitpflege behandelte Kunststoffe sehen wieder aus wie neu. Verhindert Quietschen und Knarren.



Cockpitpflege Citrus

Gibt stumpfen Kunststoffen wieder einen matt-seidenen Glanz. Tiefes Eindringen in den Kunststoff sorgt für eine langanhaltende Wirkung. Pflegt und schützt ohne zu fetten. Cockpitpflege ist antistatisch und damit staubabweisend. Mit Cockpitpflege behandelte Kunststoffe sehen wieder aus wie neu. Verhindert Quietschen und Knarren.



Auto Duft Speed

Sorgt für sportlich frische Luft. Neutralisiert unangenehme Gerüche und sorgt für angenehm frischen Duft im Wageninnenraum. Die Wirkung hält über mehrere Wochen.

1 Stück, VPE 25,
Art.-Nr. 1661 (Lemon),
Art.-Nr. 1664 (sport fresh)



Klima Refresh (allergenfrei)

Allergenfreies Parfümöl. Befreit die Klimaanlage rasch von unangenehmen Gerüchen, die durch Bakterien und Schimmel in Klimaanlagen, Lüftungskanälen oder Fahrzeuginnenräumen entstehen. Einfach und ohne Demontage des Pollen- oder Staubfilters anwendbar. Sorgt für angenehm frischen Duft.

75 ml, VPE 12, Art.-Nr. 21465



Klimaanlagenreiniger

Reinigungsflüssigkeit, um Pkw-, Nfz-, Bus- sowie Hausklimaanlagen ohne Demontage einfach und wirkungsvoll von Pilzen und Bakterien wie z. B Legionellen zu befreien. Hinterlässt nach der Reinigung einen angenehm frischen Duft. Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.

250 ml, VPE 6, Art.-Nr. 4087
(Aerosol)
1l, VPE 6, Art.-Nr. 4091
5l, VPE 1, Art.-Nr. 4092



INNENRAUM



Polsterschaumreiniger

Aktivschaumreiniger, der schnell und schonend Verschmutzungen aus Polster, Velours, Teppich und Autobezügen entfernt. Hinterlässt keine Schmutzränder. Die Polsterfarben werden wie neu.

Tipp:

Sorgt für perfekte Reinigung von:

- Sneakern
- Sofapolstern
- Jacken



Lederpflege

Hochwertige Emulsion zur Pflege und Reinigung von Glatt- und Kunstleder. Bewahrt Struktur, Griffigkeit und Elastizität des Leders und schützt vor Schmutz und Abnutzung. Wertet bei regelmäßiger Anwendung die Optik des Leders auf, verhindert vorzeitiges Ausbleichen und verlängert die Lebensdauer des Materials.

Tipp:

Schützt und pflegt auch:

- Ledermöbel
- Lederhandschuhe
- Jacken



One for all

Universelles Mittel für Reinigung, Konservierung, Pflege und Schutz. Verleiht dank hochkonzentrierter Pflegemittel selbst stark verwitterten Kunststoffoberflächen seidenmatten Glanz. Wirkt staub-, schmutz- sowie wasserabweisend und bietet guten Langzeitschutz. Silikonhaltig.



KUNSTSTOFF



Kunststoff-tiefenpflegerlotion

Reinigt, pflegt und schützt alle Kunststoff- und Gummiteile und frischt sie wieder auf. Dringt tief in den Kunststoff, sorgt für optimalen Langzeitschutz und verleiht mattseidenen Glanz. Wirkt antistatisch und schmutzabweisend. Silikonhaltig.

Tipp:

1536 und 1537 sind ideale Pflegemittel für:

- Gartenmöbel
- Balkonverkleidungen
- Gummigriffe



Kunststoff-Tiefenpfleger

Reinigt, pflegt und schützt alle Kunststoff- und Gummiteile und frischt sie wieder auf. Tiefes Eindringen in den Kunststoff sorgt für optimalen Langzeitschutz. Für innen und außen. Wirkt antistatisch und schmutzabweisend. Für einen mattseidenen Glanz. Auch für Kunststoffe im Bereich Haus, Hobby und Garten bestens geeignet.



Kunststoff „Wie neu“

Schützt, pflegt und verschönert extrem verblasste Kunststoffteile im Kfz-Außenbereich. Sorgt in einem Arbeitsgang für umfassende Kunststoffaufbereitung. Schützt optimal vor aggressiven Umwelteinflüssen und UV-Strahlung. Silikonhaltig.

250 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1537

500 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1536

250 ml, VPE 6, Art.-Nr. 1552



SCHMIEREN & PFLEGEN



Multi-Spray Plus 7

Multifunktionales Spray mit 7 Leistungsvorteilen:

1. Verdrängt Feuchtigkeit und startet nasse Motoren.
2. Schützt Elektrik und beseitigt Kriechströme sowie Kurzschlüsse.
3. Löst festgerostete Schrauben.
4. Hält bewegliche Teile leichtgängig.
5. Schützt vor Korrosion und Oxidation.
6. Pflegt Gummiteile und verhindert deren Anfrieren.
7. Unterbindet Quietschgeräusche

... und ist neutral gegenüber Kunststoffen, Lacken, Metallen und Holz.

300 ml, VPE 12, Art.-Nr. 3304

500 ml, VPE 12, Art.-Nr. 3305



LM-40 Multi-Funktions-Spray

Korrosionsschützende, rostlösende und wasserverdrängende Wirkstoffkombination mit hervorragender Schmierwirkung. Verbessert die elektrische Leitfähigkeit an Kontakten und beseitigt Schmutz sowie hartnäckige Öl- und Fettrückstände. Hält bewegliche Teile in allen Bereichen gangbar. Riecht angenehm nach Kokos.

50 ml, VPE 12, Art.-Nr. 3394

200 ml, VPE 12, Art.-Nr. 3390

400 ml, VPE 12, Art.-Nr. 3391



Türschlosspflege

Speziell entwickelt zum Schmieren und Pflegen von eingebauten Schließzylindern und Zündschlössern. Durch die Verwendung dieses Pflegesprays bleiben bewegliche Teile dauerhaft leichtgängig. Enteist eingefrorene Türschlösser.



Silikonspray

Siliconspray ist ein mineralöl- und fettfreies Trenn-, Gleit- und Schutzmittel auf Siliconbasis, gelöst in chlorfreiem Lösungsmittel. Siliconspray schützt, schmiert und isoliert alle Oberflächen durch einen transparenten, dauerhaften Schutzfilm.

Tipp:

- Auch ideal einsetzbar für:
- Reissverschlüsse
 - Rolladenlaufschienen
 - Fitnessgeräte mit Seilzug
 - Dichtungsgummis



Chromglanzcreme

Speziell konzipiert um Rost, Flugrost und Blindstellen gründlich und schonend von Chromteilen und Ziermetallen zu entfernen. Bringt den ursprünglichen Glanz zurück und konserviert mit einem Schutzfilm alle Chrom- und Ziermetallteile.

Tipp:

- Sorgt auch für glänzende Ergebnisse bei:
- Waschbeckenarmaturen
 - Verchromten Sitzmöbelgestellen

VERKAUFSHILFEN



Hängedisplay

Frei bestückbar.
Bestückungsvorschlag
auf Wunsch.

Maße: 17 cm x 105 cm x 12 cm
(BxHxT)

1 Stück, Art.-Nr. 51677



Futura Shop

Frei bestückbar.
Bestückungsvorschlag
auf Wunsch.

Maße: 60 cm x 160 cm x 40 cm
(BxHxT)

1 Stück, Art.-Nr. 9989
Topper, Art.-Nr. 9966



Display Runddose

Frei bestückbar.
Bestückungsvorschlag auf
Wunsch.

Maße: 40,5 cm x 170 cm (DxH)

1 Stück, Art.-Nr. 9901

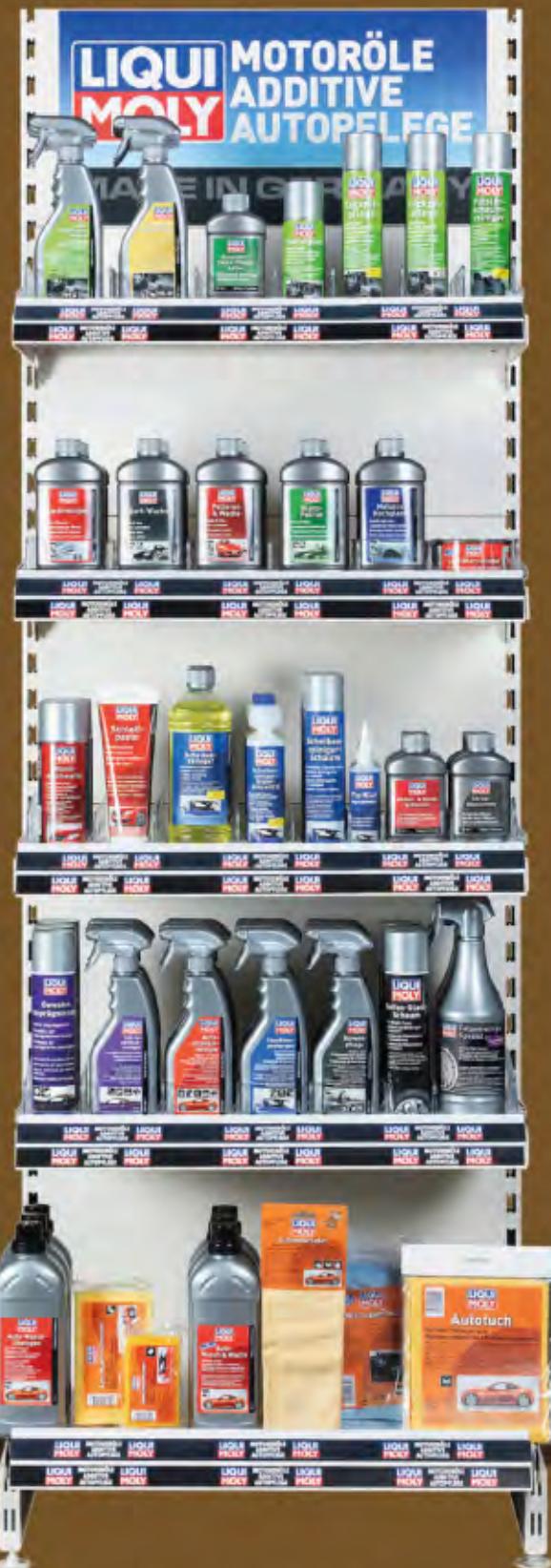


Display klappbar

Frei bestückbar.
Bestückungsvorschlag auf Wunsch.

Maße: 55 cm x 182,5 cm x 31,5 cm
(BxHxT)

1 Stück, Art.-Nr. 9348



Tegometall-Regal 66,5 cm

Frei bestückbar.
Bestückungsvorschlag auf Wunsch.

5 Fachböden
Breite 66,5 cm
Höhe 200 cm

1 Stück, Art.-Nr. 7020

„Dagegen war Corona ein Klacks“

07.04.2021

Interview | Ernst Prost | Liqui Moly | Schmierstoffmarkt | Unternehmertum | Coronakrise

Ernst Prost, Geschäftsführer von Liqui Moly, spricht im Exklusivinterview mit uns über die Corona-Krise, was er für gefährlicher als das Virus hält und wie er jetzt die Konkurrenz abhängen will.



Ernst Prost, Geschäftsführer von Liqui Moly.
© Liqui Moly

Herr Prost, Liqui Moly konnte seinen Umsatz 2020 um 7,1 Prozent steigern. Der Gewinn hat sich halbiert. Sie haben deutlich mehr ins Marketing investiert. Meistens wird dort zuerst gekürzt. Warum haben Sie es anders gemacht?

Gerade weil die anderen kürzen, geben wir Vollgas. Man ist doch immer nur so gut, wie es der Gegner zulässt. Das gilt im Sport und in der Wirtschaft unter Konkurrenten gleichermaßen. Wir tun uns jetzt doch viel leichter, Marktanteile zu stibitzen und Kunden der Konkurrenz abzuluchsen, wenn wir aufs Gaspedal treten, wo die anderen auf die Bremse hupfen. Dazu gibt es sogar einen Begriff: antizyklisch agieren. In der Praxis machen das nur die wenigsten. Unser Gewinn hat sich übrigens nicht halbiert und er ist auch nicht eingebrochen, wir haben die Hälfte davon geopfert - oder besser gesagt - in den Markenaufbau investiert. Das ist ein großer Unterschied. Es sind exakt die Millionen, die uns zum Vorjahresgewinn fehlen, die wir in Marketing und Vertrieb investiert haben.

Sie haben laut Presseaussendung auch über 100 neue Mitarbeiter eingestellt. War das notwendig? Oder wären die vielen Mitarbeiter auch in einem Nicht-Krisenjahr eingestellt worden?

Ich habe immer schon gerne Leute eingestellt. Erstens, weil ich sie für die Arbeit und für unsere Expansion brauche und zweitens, weil es des Unternehmers vornehmste Pflicht ist, Arbeitsplätze zu schaffen. Ganz klar: In einem Nicht-Krisenjahr hätten wir weder so viel in Marketing investiert noch in zusätzliche Manpower. Beides gehört zusammen und beides ist Teil unseres Angriffsplanes.

Recht früh im letzten Jahr haben Sie mit Ihrem Gehaltsverzicht für Aufsehen gesorgt - weit über die deutschen Ländergrenzen hinaus. War das Selbstvermarktung? Wissen Sie, ob es Ihnen andere Geschäftsführer gleichgetan haben?

Für Eigenmarketing bin ich schon zu alt und zu weit oben auf der Karriereleiter. Es bringt mir nichts mehr, außer in diesem Beispiel weniger Geld. Aber es war ein gutes Signal von mir in unsere ganze Liqui Moly-Familie hinein, nämlich dass besondere Zeiten auch besondere Maßnahmen erfordern. Viel bedeutsamer war aber dann die Corona-Prämie von 1500 Euro pro Nase, die ich ausgeschüttet habe. Oder unsere Spenden an alle möglichen Hilfsorganisationen, die wir sowohl übers Geschäft als auch ich privat geleistet haben.

Sie sind seit Jahrzehnten im Geschäft. Wie nachhaltig wird die Corona-Krise der Wirtschaft zusetzen?

Ohne Zweifel ist dies die größte globale Krise nach dem Zweiten Weltkrieg. Denken Sie nur an die vielen Toten, an die Kranken, an das viele Leid und auch an die wirtschaftlichen Einbrüche - eine Katastrophe. Manche Länder sind besser aufgestellt und kommen mit einigen Blessuren davon und andere Länder werden Jahrzehnte brauchen, um sich von diesen Niederschlägen zu erholen. Das Ungleichgewicht in der Welt, die Diskrepanz zwischen Arm und Reich wird durch diese Krise noch verstärkt.

Die wirtschaftlichen Kennzahlen von Liqui Moly sind vorbildlich: genug Reserven, sehr hohe Eigenkapitalquote. Zeigt sich in der Krise deutlicher, welche Unternehmen gesund sind?

Ich nenne so was Großmutterwissen. Meine Oma hat mir beigebracht: Spare in der Zeit, dann hast du in der Not. Viele Unternehmen werden doch heutzutage ausgebeutet bis auf den letzten Hosenknopf. Wenn Gewinne nur noch privatisiert werden, fehlen diese finanziellen Mittel doch in der Kriegskasse und im Reservebeutel.

Aus Unternehmersicht: Waren Sie mit den Unterstützungsmaßnahmen des deutschen Staats zufrieden? Bzw. haben Sie Hilfen in Anspruch genommen und falls ja, welche?

Natürlich haben wir keinerlei Hilfen in Anspruch genommen. Wozu auch? Außerdem eine Frage der unternehmerischen Ehre. Was soll ich jetzt zur Politik in Deutschland sagen?

Manche Firma verreckt und kein Hahn kräht danach. Manche Firma wird mit großem Tschingderassabum gerettet, obwohl man dies lieber nicht getan hätte, weil der Laden ohnehin schon nicht lebensfähig war. Andere verzweifeln an der Bürokratie, die notwendig ist, um ein paar Euro zum Überleben zu bekommen. Und andere machen in dieser Krise durch das Abgreifen von Staatsknete noch einen gewaltigen Reibach. Das Geld ist da, was fehlt, ist Geschwindigkeit. Und die chirurgische Präzision beim Rettenrettungswürdiger Unternehmen.

Sie erwähnten im Vorfeld zu unserem Interview, dass Sie immer wieder trouble shooten müssen. Um was genau kümmert sich der Chef selbst in solchen Situationen?

Es gibt in unserer Firma nicht allzu viel, was ohne mich entschieden wird. Das ist schon in normalen Zeiten so und noch viel mehr in Krisenzeiten. Wie anders sollte es auch auf einem Schiff mit tausend Männern und einem Kapitän zugehen? Wir haben ganz hervorragende Leute, eine Klasse Mannschaft. Brillante Einzeltalente und gewaltige Teamspieler. Und ich bin einer davon. Vielleicht derjenige, der den Laden zusammenhält und alle Kräfte gebündelt und gezielt auf die wesentlichen Aufgaben lenkt. Mal fehlt Umsatz. Mal Rohstoffe. Mal Frachtraum, speziell Container. Preise fallen und steigen, ebenso wie Währungen. Es ist doch ständig irgendwas los, was man nicht bestellt hat und was man auch am liebsten gar nicht möchte. Aber es ist normal, dass nichts funktioniert und immer wieder neue Probleme entstehen. So ist das Leben, so ist das Geschäft.

Schieben wir Corona beiseite. Die Klimadebatte wird uns bald wieder einholen, die E-Mobilität ist in aller Munde. Wie positioniert sich Liqui Moly hier? Sind Sie pro oder contra E-Auto?

Verzeihung, aber die Klimadebatte wird uns nicht einholen, wir haben sie verschlafen. Die gesamte Menschheit hat sie verschlafen und das wird sich bitter rächen. Diejenigen, die heute immer noch gegen Naturschutz, Umweltschutz und ressourcenfreundliches Verhalten wettern, haben doch den Schuss nicht gehört oder wollen ihn nicht hören. So wie sich die Menschheit auf diesem Planeten aufführt, wird es bald zu Katastrophen kommen, gegen die Corona ein Klacks war. An die Stelle von Ausbeutung, Zerstörung, Verwüstung und rücksichtlosem Umgang mit der Natur muss bewusstes, umweltfreundliches Verhalten, nachhaltiges und ressourcenschonendes Produzieren und Konsumieren eintreten. Möglichkeiten dazu gibt es genug, auch ohne dass sich die Menschheit einschränken muss. Wir müssen in andere Technologien investieren und andere Lebensmodelle denken. Nur dann bleibt die Erde das, was sie ist: Unsere wunderschöne Heimat mit sauberem Wasser, genügend Essen und menschenwürdigen Lebensbedingungen für alle. Und wenn das Elektroauto einen Beitrag dazu leisten kann, dann bin ich dafür.

Wie schätzen Sie das Geschäft 2021 und 2022 für Liqui Moly ein?

Was wirklich rauskommen wird in den nächsten Jahren, weiß nur der Herrgott. Aber wir tun alles dafür, dass wir die Fähigkeiten, die er uns gegeben hat, nutzenbringend einsetzen. Wir arbeiten nach wie vor hart, zielgerichtet, haben ein paar clevere Strategien und Pläne aufgesetzt und sind immer noch sehr zuversichtlich, voller Selbstvertrauen und packen mutig die Aufgaben der Zukunft an. Es kann also nur gut werden.

KFZ-WIRTSCHAFT ÖSTERREICH

MOTOGP

SAISONSTART



Bestens vorbereitet für die ersten beiden Rennwochenenden in Katar

In mehrwöchigen Tests in Portugal und Spanien konnten sich die LIQUI MOLY Intact GP-Piloten Marcel Schrötter und sein neuer Teamkollege Tony Arbolino optimal auf den Saisonstart der MotoGP in Katar vorbereiten.

Auf dem Circuito de Jerez beendete das LIQUI MOLY Intact GP-Team mit einem sehr guten Gefühl die Vorsaison-Tests und schickte Equipment und Bikes auf die Reise nach Katar, wo der erste offizielle Moto2-Test des Jahres und im Anschluss die beiden Auftaktrennen der Saison 2021 anstanden.

Nachdem die Mannschaft Ende Februar mit Tony Arbolino schon einen ersten Privattest im spanischen Valencia absolvierte und danach auch mit Marcel Schrötter zwei Tage im portugiesischen Portimao den Winterrost abstreifte, folgten in Jerez zwei weitere Testtage.

Das Einspielen mit neuer Crew klappte bei Marcel Schrötter hervorragend und auch Moto2-Rookie Tony Arbolino steigerte sich mit jedem Kilometer, den er auf seiner Kalex-Maschine zurücklegte.

Für den Grand Prix von Katar sowie den Grand Prix von Doha, die beide auf dem Losail International Circuit in Katar stattfanden, war das Team also bestens gewappnet!



Willkommen im Team: Mit Tony Arbolino präsentiert das LIQUI MOLY Intact GP-Team neben dem erfahrenen Marcel Schrötter einen vielversprechenden, hochmotivierten Neuzugang.



Marcel Schrötter bleibt im Team und will zusammen mit seinem neuen Kollegen in dieser Saison so einiges rocken!

Tony Arbolino aus Italien weiß: Beim Motoröl kann er sich auf absolute Spitzenqualität verlassen. Unser Motorbike 4T Synth 5W-40 Race bildet in der Moto2- und Moto3-Klasse der MotoGP die Grundlage aller Teams für starke Rennperformance.

MOTOGP

KATAR/DOHA



Endlich wieder Rennsport vom Feinsten: Einen vielversprechenden Start in die 9. Saison einer der härtesten Serien im Motorradrennsport, der Moto2™-Weltmeisterschaft, absolvierte das LIQUI MOLY Intact GP-Team bei den beiden Grand Prix von Katar und Doha.





Mehr davon! Die hohen Einschaltquoten der weltweiten TV-Übertragungen der ersten beiden Rennwochenenden zeigen einmal mehr: Unser Engagement in der Königsklasse des Motorradrennsports pusht die Bekanntheit unserer Weltmarke und unterstützt unsere internationalen Kunden beim Verkauf von LIQUI MOLY.



MOTOGP

KATAR/DOHA



MOTORRAD

BEST BRAND 2021

Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2021

DEUTSCHLAND



Wir haben's erneut
geschafft: LIQUI MOLY ist
BEST BRAND 2021, gewählt
von den Leserinnen und
Lesern der Zeitschrift
MOTORRAD!

Bestens gelaunt empfingen
Günter Hiermaier
(Geschäftsführer, rechts)
und Peter Baumann
(Marketingleiter) die BEST
BRAND-Urkunde.

AUSZEICHNUNG



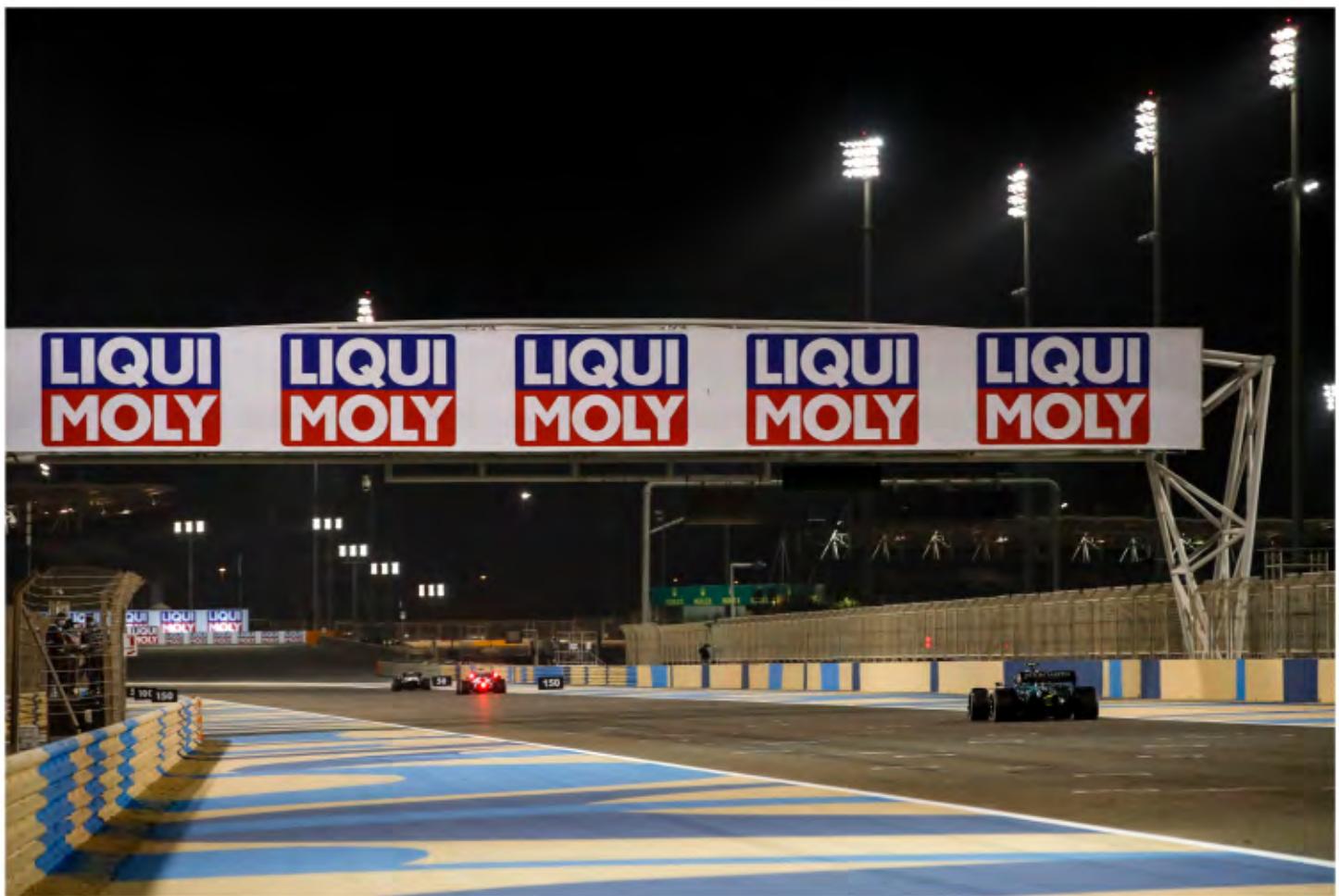
BAHRAIN

SAISONAUFTAKT FORMEL 1



Endlich: Die Formel 1 ist zurück! Und zum Start der neuen Saison 2021 zeigten wir als Official Sponsor der Königsklasse den weltweiten Fans, welche Schmierstoffmarke mittlerweile ganz oben in der Weltelite angekommen ist ;-)





KOLUMBIEN

SPONSORING



Kaum zu übersehen, wer Hauptsponsor beim 1RA. VÁLIDA DEL CAMPEONATO NACIONAL DE MOTOVELOCIDAD im Corona Club Xtreme Park in der Stadt Popayán war: unsere blau-rot-weiße Weltmarke!



KOLUMBIEN

SPONSORING

Den weltweiten Fans
klassischer BMW-Automobile
kommt nur eine
Schmierstoffmarke in die
Tüte: LIQUI MOLY!

So wie hier beim
ENCUENTRO BMW CLÁSICOS
- einem Treffen von Old- und
Youngtimer-Fans in Bogotá

...



... oder wie hier bei der RALLY COMUNIDAD VW in der Stadt Armenia.



KOLUMBIEN

GLOBAL MOTOR FEST



Dass LIQUI MOLY die passenden Produkte für alle Fahrzeugtypen bietet, zeigten unsere Freunde von LIQUI MOLY Kolumbien als offizieller Sponsor beim Global Motor Fest, einer Ausstellung für Geländewagen sowie alte und moderne Trucks in der Stadt Cali.



KOLUMBIEN

SPONSORING



Bei diesem Wettbewerb für Amateur-Motorradfahrer im Autodrom der kolumbianischen Stadt Tocancipá war eine bunte Mischung an Bikes und Rollern am Start – genau der richtige Rahmen, um durch das Sponsoring unserer bunten Weltmarke so richtig Gas für unsere vielfältige MOTORBIKE-Produktlinie zu geben.



PORTUGAL

STORE



Agostiauto in neuem Look – powered by LIQUI MOLY! Nach langjähriger erfolgreicher Zusammenarbeit entschied sich unser Kunde Agostiauto, die Bindung zu unserer Marke und den Verkauf unserer Produkte noch mehr zu intensivieren. Um diese Partnerschaft auch sichtbar nach außen zu tragen, wurden Verkaufstheken, Wände und die Fassade des Shops mit Unterstützung von LIQUI MOLY Iberia entsprechend neu gestaltet.





Gas geben für unser
MOTORBIKE-Sortiment:
Beim exklusiven Off-Road-
Grundlagentraining durch
den GS Trophy Champion
2017 Herr Thawongpeay,
demonstrierte LIQUI MOLY
Thailand als Sponsor unsere
ganze Expertise als
Premium-Schmierstoffmarke
für Offroader.



RUSSLAND

FLAGSHIP-STORE



Unsere Freunde von LIQUI MOLY Russia geben in Sachen Distribution und Ausbau der Markenbekanntheit weiter Gas und eröffnen derzeit einen Flagship Store nach dem anderen – hier in der Stadt Dserschinsk.





Mit kreativen Marketingaktionen wie diesem Social-Media-Gruß zum Internationalen Frauentag am 8. März 2021 erobert LIQUI MOLY Russia die Herzen der Autofahrerinnen im Sturm.



Ob Reparatur oder Verkauf: Der neue Flagship-Store "Avtooil" der Kette OOO in Barnaul setzt voll und ganz auf unsere Premiummarke!

RUSSLAND

FLAGSHIP-STORE



Auch unser neu gebrandete Partnershop „Motoservice“ in Pavlovskaya Sloboda (Region Moskau) wirbt außen wie innen für perfekten Service und die Qualitätsprodukte von Deutschlands bester Schmierstoffmarke.



RUSSLAND
SPONSORING



 vladimir.v.ignatov

Der Preis ist Eis! Wenn Produkte und Souvenirs unserer Weltmarke als Gewinn winken, legen sich auch Weltklasse-Speedway-Fahrer wagemutig ins Zeug – so wie es die 18 Teilnehmer bei den insgesamt 40 Läufen des Wettbewerbs in Barnaul getan haben.



RUSSLAND

SHOPGESTALTUNG



Mit diesem neuen Innenbranding im MOTO POINT-Style trägt unser Partnershops EU Serokurov in Moskau dem Ausbau seines LIQUI MOLY-Produktportfolios Rechnung.



Um die Schlüsselkunden der Region Woronesh auf eine erfolgreiches Jahr 2021 einzuschwören, ließ es sich Dima Zarubin (Geschäftsführer LIQUI MOLY Russland) nicht nehmen, selbst über Themen wie Serviceangebote, Marketing, Produktneuheiten etc. zu referieren.



Dass dieser Kunde voll und ganz auf LIQUI MOLY abfährt, zeigt er mit seinem Toyota 86 GT eindrucksvoll auf den Rennstrecken Japans.



Mit seinem Citroën Saxo Kit Car lässt Rennfahrer Mojmir Čambal in der slowakischen Bergrennenserie so manchen Gegner eiskalt im Regen stehen – powered by LIQUI MOLY!

SLOWAKEI

SPONSORING



Immer am Limit: Rallyepilot Igor Drotar auf dem Slovakia-Ring.





ITALIEN

SPONSORING

Mächtig in die Kurven und ins Zeug legten sich die Motocross-Piloten beim 3. Saisonrennen der Internazionali d'Italia MX 2021 im italienischen Mantova. Mit dabei: das von uns gesponserte Betamotor-Werksteam!



WINTERSPONSORING

BIATHLON-WELTCUP



Ein weiterer Volltreffer in Sachen weltweite Markensichtbarkeit auf der Zielgeraden der Wintersportsaison 2020/21: unser Sponsoring beim Biathlon-Weltcupfinale im schwedischen Östersund!





WINTERSPONSORING

SKI ALPIN WELTCUP

Dass in dieser Wintersportsaison vieles anders war als sonst, war auch beim Weltcup-Slalom und -Riesenslalom der Damen in Jasna (Slowakei) deutlich zu sehen. Doch auch wenn die frenetischen Fans entlang der Piste fehlten – der Wiedererkennung unseres Logos zuhause an den Bildschirmen tat dies keinen Abbruch.



WINTERSPONSORING

SKI ALPIN WELTCUP



Auch im slowenischen Kranjska Gora: leere Hänge entlang der Piste, aber voller Einsatz und spektakuläre Husarenritte der Athleten – mit Millionen Zuschauern zuhause an den Fernsehgeräten und an den Computern.



HALLEN-LEICHTATHLETIK-EM

POLEN



Alles andere als leicht hatten es die Leichtathleten angesichts der fehlenden Fans vor Ort. Als treuer Unterstützer des weltweiten Spitzensports auch in Zeiten der Corona-Pandemie, konnten sich die Teilnehmer der Hallen-Europameisterschaften 2021 im polnischen Torun zumindest auf unsere Farben entlang des Hallenrunds verlassen.



Weltweite Aufmerksamkeit mit unserer Onlinekampagne

Wir sind 2021 wieder die Nummer 1 in der Lesergunst Deutschlands größter Motormagazine in der Kategorie Motoröle. In der Fahrzeupflege belegen wir Platz 2. Auch dieses Jahr nutzen wir unsere Belebtheit für eine weltweite LIQUI MOLY best brand Onlinekampagne, die von zwei Gewinnspielen begleitet wird. Wir steuern die Aktion zentral und übernehmen die Kosten.

Was sind unsere Ziele?

- Brand Awareness
- Umsatzsteigerung für Geschäftspartner
- Engagement der Endkunden (z.B. Click, Ölwegweisersuchen)
- Newsletterabonnenten
- Bessere Zielgruppenansprache durch die Analyse des Nutzerverhaltens (z.B. Verbesserung von Produktempfehlungen für Fahrer aller Fahrzeugarten)

Zwei weltweite Gewinnspiele (10.000€ pro Gewinnspiel)

- Mai bis Juni und August bis September
- Reise zum LIQUI MOLY Motorrad Grand Prix von Deutschland
- Zwei weltweite Gewinnspiele im Wert von jeweils 10.000 Euro



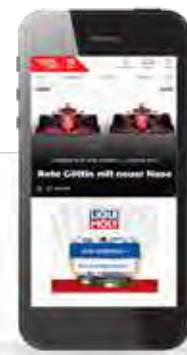
Die Zahlen und Fakten der geplanten internationalen Kampagne 2021:

Geballte Werbepower

Mit unserer internationalen Onlinebanner-Schaltung sind wir genau dort, wo unsere Kunden sind:

Rund 1 Milliarde

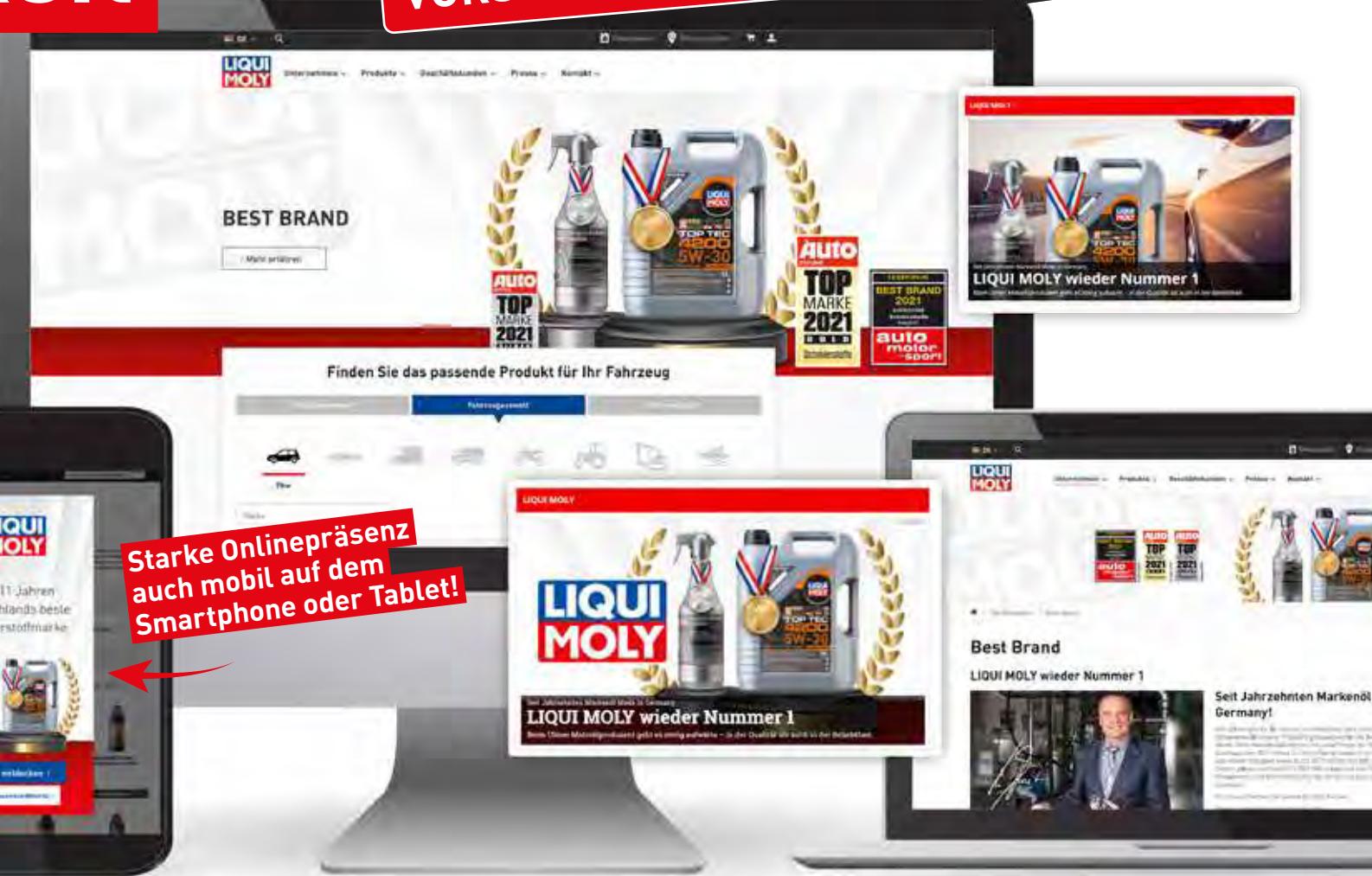
Fans werden wir mit dem Gewinnspiel erreichen.



BEST BRAND

keit

VORSCHAU ONLINEKAMPAGNE 2021



Feuer frei für das große Best Brand-Kampagne.

Bis zu Jahresende schalten wir über Displaynetzwerke, Social Media und relevante Websites Anzeigen, die uns weltweite Aufmerksamkeit schenken



<https://liqui-moly.to/2021bestbrand>

de

In über 100 Länder

werden wir das Gewinnspiel ausrollen.
In rund 15 Sprachen werden unsere Online-Werbemittel (Banner und Videos) dargestellt.

Min. 100.000

Teilnehmer aus aller Welt werden erwartet.

DEUTSCHLAND

LIQUI MOLY MOTORÖL ADDITIVE AUTOPFLEGE



FAHRZEUGBEKLEBUNG



Mit neuem LIQUI MOLY-Look in die Rennserie VFVGLPpro! Dank unserem blau-rot-weißen Design und der handwerklichen Kunst von Kräutter Werbetechnik ist dieser neu aufgebaute Ford Escort von Uwe Gretzinger nicht wiederzuerkennen.



Die Meisterwerkstatt Kirschmann aus Fulda verlässt sich nicht nur in technischen Belangen wie beispielsweise beim Automatikgetriebeölwechsel auf unsere Produkte, sondern trägt seine Verbundenheit zu unserer Marke auch durch attraktive Fahrzeugbeklebung und Werkstattbeschilderung sichtbar nach außen.

DEUTSCHLAND

SPONSORING



LIQUI MOLY sorgt für die perfekte Balance zwischen Fahrer und Sportgerät!
Völlig neue Perspektiven eröffnen sich dem Junioren-Weltmeister im
Fahrradtrial Oliver Widmann durch unsere Produkte aus der BIKE-Serie!

TSCHECHIEN

SPONSORING



Ob im Motocross oder Autorennensport: Unser Freund Marek Rybníček (Geschäftsführer LIQUI MOLY Tschechien) liefert Monat für Monat eindrucksvolle Bilder von mindestens genauso eindrucksvollen, LIQUI MOLY-gebrandeten Rennboliden.





Basisarbeit an der Kundenfront: Unsere Kollegin Frau Zhan (LIQUI MOLY China) sorgte in der südwestchinesischen Provinz Yunnan mit spannenden Schulungen, beispielsweise bei unserem Händler Aitu sowie mehreren Werkstätten in der Stadt Kunming, für vertieftes Wissen über die Qualität und den Nutzen unseres Vollsortiments.



THAILAND

INT. MOTORSHOW

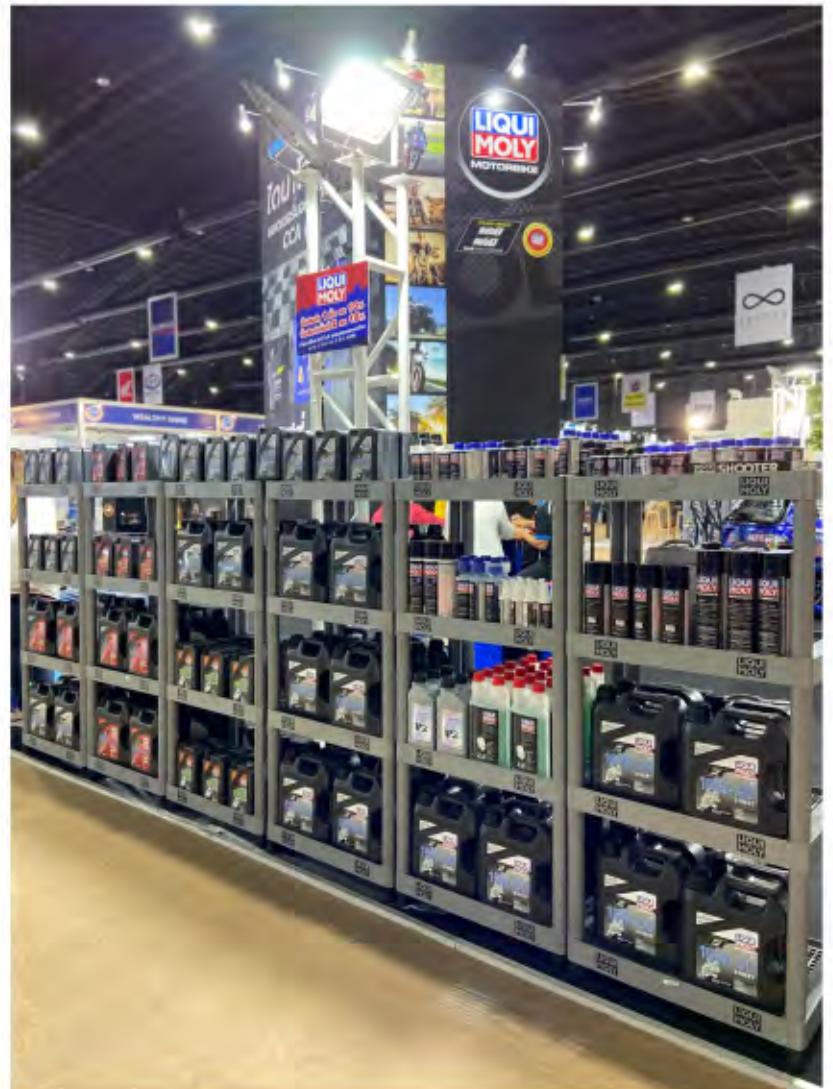


Unser Messestand auf der 42. International Motorshow in Bangkok – Welch würdiger Rahmen für die Auszeichnung unseres thailändischen Importeurs Carlack für die herausragende verkäuferische Leistung in 2020 (v. l. n. r.): Sudarath Sudaboot (Business Development MARINE & MOTORBIKE), Kwanpat Sakultunyaluck (Business Development Automotive + Nfz), Sirijit Karnchanabutr (General Manager Carlack) und Roland Braun (Export Area Manager).





Nicht nur der Messestand und unser Vollsortiment konnten sich sehen lassen, sondern auch die Präsentation unseres neuen Markenbotschafters Saranyoo "Beam" Prachakrit war ein echter Hingucker. Der bekannte Schauspieler, MC, DJ sowie Auto- und Motorradrennfahrer wird unserer Marke fortan zusätzlichen Rückenwind und die Extraption Glamour auf und neben den Rennstrecken verleihen.



RUSSLAND

SPONSORING



Augen zu und durch beim Quadrennen "Mud Racing #2" im russischen Krasnodar – am besten mit den unverwüstlichen Schmierstoffen von LIQUI MOLY! Und zum Saubermachen nach der Schlammschlacht dann gleich auf unsere Fahrzeugpflege zurückgreifen. So geht Vollsortiment!



ÖSTERREICH

JUBILÄUM



Über den blühenden Gruß zu seinem 15-jährigen Firmenjubiläum freute sich unser Kollege Thomas Paukert (Nationaler Verkaufsleiter Österreich) zusammen mit seinen beiden Kindern und seiner Frau (hinter der Kamera ;-))

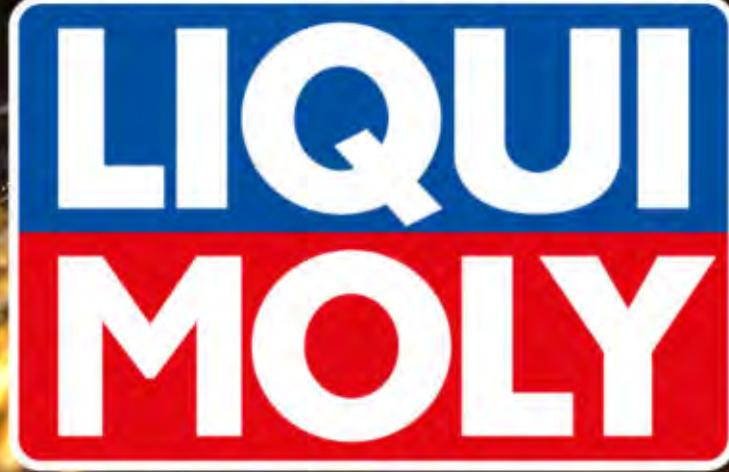
ÖSTERREICH



Die Besten von morgen mit Deutschlands bester Schmierstoffmarke von heute: unser Sponsoring beim Motocross-Nachwuchstraining der "Jungen Wilden" zwischen 4 und 17 Jahren beim österreichischen MSC Rietz.

TEMOT

AUSZEICHNUNG



Best Supplier 2020: Growth & Sales

Temot hat LIQUI MOLY als besten Lieferanten 2020 ausgezeichnet! Ausschlaggebend war unsere Strategie in der Krise und unser besonders persönliches Kundenverhältnis. "In schwierigen Zeiten zeigt sich, wie belastbar eine Beziehung ist. Und hier sticht LIQUI MOLY in besonderer Weise hervor", begründete das Kommittee seine Entscheidung.

Temot International ist ein weltweiter Einkaufsverbund von selbstständigen Autoteile-Großhändlern, der in 96 Ländern einen Umsatz von 11,4 Mrd. Euro macht. Damit zählt Temot zu den größten Einkaufskooperationen. Beim Pandemie bedingt virtuellen Temot Global Forum wurde auch Bilanz des vergangenen Jahres gezogen, bei der Corona ein bestimmendes Thema war: unterbrochene Lieferketten, eingebrochene Nachfrage und allgemeine Unsicherheit erschwerten das Geschäft. Umso mehr freuen wir uns, dass unsere offensive Geschäftsstrategie in diesen schwierigen Zeiten nun durch diese Auszeichnung gewürdigt wurde!



Fortsetzung einer besonderen Geschichte

VfB-Coach Markus Mattes verlängert seinen Vertrag beim Fußball-Regionalligisten – Florian Grau kehrt als Co-Trainer zurück

von Norbert Dengler

Eichstätt – Freudige Nachricht beim Fußball-Regionalligisten VfB Eichstätt. Die mit Spannung erwartete „1-Frage“ ist geklärt: Cheftrainer Markus Mattes und Torwart-Trainer Norbert Scheuerer haben ihren Vertrag über den Sommer hinaus verlängert. Mit Florian Grau kehrt zudem ein ehemaliger Spieler an seine alte Wirkungsstätte zurück. Sehr nicht als Spieler, aber als Co-Trainer.

Damit setzt man in der Trossmann-Weiter auf Kontinuität. Scheuerer ist bereits seit 2011 für den VfB tätig, Mattes kam Anfang 2015 – und der in Karlsruhe wohinhalte Fußballtrainer hält bei der Position seines Co-Trainers auf ein bewährtes Muster. Denn auch Grau, Vorgänger Dominik Heis (11/19) und Michael Panknin (9/20) waren zuvor für die Uchstätter aktiv gewesen und kommen somit das Umfeld und den Verein bestens. „Damit sind wir in den vergangenen Jahren sehr gut gefahren. Die Basis für den Erfolg ist immer das Vertrauensverhältnis. Und ich bin überzeugt, dass es auch jetzt die richtige Wahl war“, sagt Mattes in Richtung Grau, der aktuell noch beim Bezirksligisten TV Hilpoltstein unter Vertrag steht.

Nach zwei Jahren ist für den bald 34-Jährigen dort in wenigen Monaten aber schon wieder Schluss. „Das ist keine Entscheidung gegen den TV Hilpoltstein, sondern bewusst eine für den VfB. Es ist für mich eine Ehre und Chance zugleich, im Traineramt eines Regionalligisten arbeiten und meine Fähigkeiten sowie Wissen dort einzubringen zu dürfen“, sagt Grau und betont: „Sollte es noch einmal auf den Platz gehen, dann werde ich ich in Hilpoltstein bis zum Schluss Villingen geben.“ Gelegentlich will er ab dem zweiten Halbjahr auch noch in Eichstätt maskieren – aber maximal im Training, um fit zu bleiben. Sein Hauptauftraggeber sieht der ehemalige Angreifer (20 Turne in 106 Spielen für den VfB) nämlich zukünftig abseits des Spielfeldes. So wird sich Grau unter anderem auch um die Videobearbeitung und die Gegenreubachtung kümmern.

Urgestein Norbert Scheuerer fühlt sich in Eichstätt ernsthaft rundum wohl, er verspürt weiterhin große Lust, die Torhüter im Training besser zu machen. „Nach zehn Jahren beim VfB hätte man einfach an dem Verein, das garne Umfeld Spaß macht, sich fühle mich wie daheim. Und nachdem sich die Konsellation mit Markus und Flo abgespielt hat, stand für mich außer Frage, dass ich weiter-



Wichtiges Signal in unruhigen Zeiten: Obwohl der VfB Eichstätt um den Vorsitzenden Thomas Hein (l.) in Zukunft den Gürtel hoch annehmen muss, hat der Verein den Vertrag mit seinem Erfolstrainer Markus Mattes verlängert. Foto: Dengler

BFV GIBT IDEEN FÜR REGIONALLIGA-FORTSETZUNG BEKANNT

Besonders kompliziert, gestaltet sich das Thema Saisonfortsetzung bekanntlich in der Regionalliga Bayern. Dennoch hält der Verband auch hier weiter an seinen Plänen fest. Auch die Meisterschafts-Play-offs sollen stattfinden. „Urteiltiglich gegen wen die Aufstiegsplätze gegen den Nord-Vertreter für den 20. bis 23. Mai vorgesehenen aktuell wird darüber gesprochen, diese erneut zwischen den 5. und 12. Juni einzusetzen“, erklärt Janek. „Für den Aufsteiger in die 3. Liga würde dann bereits wenige Wochen später die neue Saison im Profifußball beginnen.“

Zumindest für das zeitliche Problem, dass die Regionalliga Anfang Mai beendet sein muss, zeichnet sich wohl eine Lösung ab: Die Siegessatzspiels um

den Aufstieg in die 3. Liga zwischen dem bayerischen Vertreter und einer Mannschaft aus der Regionalliga Nord sollen wohl später stattfinden. „Urteiltiglich gegen wen die Aufstiegsplätze gegen den Nord-Vertreter für den 20. bis 23. Mai vorgesehenen aktuell wird darüber gesprochen, diese erneut zwischen den 5. und 12. Juni einzusetzen“, erklärt Janek. „Für den Aufsteiger in die 3. Liga würde dann bereits wenige Wochen später die neue Saison im Profifußball beginnen.“

Da auch dieser Zeitplan ambitioniert ist – einige Regionalligisten hoffen noch mehr als zehn Ligaspiele zu absolvieren –, hat sich der BFV ein Notfall-Szenario ausgeschaf. Janek verdeutlicht: „Sollten wir bis 25.

Tags vor dem Termin dieser Aufstiegs Spiele die Regionalliga Bayern nicht beendet haben, könnten die Play-off-Sieger auf Meisterschaftsspielen, die wegen der Play-off-Spiele abgesetzt werden müssen, verzichten. Und zwar dann, wenn dem Spiel wieder für den Abstieg, Relegation oder die Teilnahme an der 1. DBF-Hauptrunde Bedeutung bekommt“, so Janek weiter.

„Tags vor dem 5. Juni würden beobachten, dass dieser Notfall-Plan greift, wenn die Regionalliga-Saison nicht bis circa 12. Mai beendet ist. Spätestens dann droht den verbleibenden Regionalligisten um den VfB Eichstätt wohl eine fest-Spielzeit, in der es sportlich um überhaupt nichts

mehr geht. Der stellvertretende VfB-Vorsitzende Dominik Schmidramsl hat dazu eine klare Meinung: „Ich würde die Punktrunde abbrechen. Erstes macht es keinen Sinn mehr und zweitens werden sie es zeitlich auch kaum eintragen, um das zu bringen. Die drei Kandidaten für die Aufstiegs-Spiele um die 3. Liga spielen den Qualifikationskampf ohnehin in einer eigenen Play-off-Runde aus.“ Und für alle anderen Mannschaften geht es um nichts mehr. „Sinn macht es abso-lut nicht, wenn Zuschauer bereits zugesagt und nun steht auch das Trainerteam. Alle drei waren die absoluten Wunschkandidaten und auch die Einzelperson, mit denen ich gesprochen habe. Ganz besonders hat mich gefreut, dass von allen von sich aus die Bereitschaft kam, in der Saison 2021/22 für den VfB arbeiten zu wollen“, sagt der

stellvertretende Vorsitzende Dominik Schmidramsl: „Ich würde die Punktrunde abbrechen. Erstes macht es keinen Sinn mehr und zweitens werden sie es zeitlich auch kaum eintragen, um das zu bringen. Die drei Kandidaten für die Aufstiegs-Spiele um die 3. Liga spielen den Qualifikationskampf ohnehin in einer eigenen Play-off-Runde aus.“ Und für alle anderen Mannschaften geht es um nichts mehr. „Sinn macht es abso-lut nicht, wenn Zuschauer bereits zugesagt und nun steht auch das Trainerteam. Alle drei waren die absoluten Wunschkandidaten und auch die Einzelperson, mit denen ich gesprochen habe. Ganz besonders hat mich gefreut, dass von allen von sich aus die Bereitschaft kam, in der Saison 2021/22 für den VfB arbeiten zu wollen“, sagt der

stellvertretende Vorsitzende Dominik Schmidramsl: „Ich würde die Punktrunde abbrechen. Erstes macht es keinen Sinn mehr und zweitens werden sie es zeitlich auch kaum eintragen, um das zu bringen. Die drei Kandidaten für die Aufstiegs-Spiele um die 3. Liga spielen den Qualifikationskampf ohnehin in einer eigenen Play-off-Runde aus.“ Und für alle anderen Mannschaften geht es um nichts mehr. „Sinn macht es abso-lut nicht, wenn Zuschauer bereits zugesagt und nun steht auch das Trainerteam. Alle drei waren die absoluten Wunschkandidaten und auch die Einzelperson, mit denen ich gesprochen habe. Ganz besonders hat mich gefreut, dass von allen von sich aus die Bereitschaft kam, in der Saison 2021/22 für den VfB arbeiten zu wollen“, sagt der

schon missen. „Ziel sportlich betrachtet ist natürlich der Spieler-Kader das A und O. Aber da kris-tallisiert sich ähnlich das Herz der neuen Mannschaft heraus“, zeigt sich der 45-Jährige zufrieden und lobt den Charakter der Spieler. Denn einzigen Ak-

teuren seien finanziell lukrative Angebote vorgelegt, aber sie hätten sich bewusst dafür entschieden, den Weg mit dem VfB Eichstätt weiterzugehen. So wie beispielsweise Jonas Fries, dessen Vertragsverlängerung klarlich bekanntgegeben wurde.

„Im Grunde war für mich wieder klar, dass es hier in Eichstätt weitergeht. Vereinfacht hat mir die Entscheidung natürlich auch, dass weitere Spieler dem Verein erhalten bleiben und wie sich der Verein in Zukunft aufstellen will“, sagt der zentrale

Mittelfeldspieler Fries und fügt an: „In der nächsten Zeit wird sich das sicherlich so etwas wie eine neue Ära bilden. Da möchte ich weiterhin ein Teil davon sein und eine entscheidende Rolle übernehmen. Ich bin überzeugt, dass wir in der neuen Saison eine schlagkräftige Truppe stellen werden.“

Veränderungen wird es dennoch auch im Funktionärsraum geben. Da ist der VfB kurz davor, Nagel mit Kopf zu machen, wie der Vorsitzende Thomas Hein berichtet. „Wir wollen wieder einen Schrift professioneller werden“, erklärt der Vereinschef. Kunkret bedeutet das, dass zum bisher bestehenden Team weitere Personen mit VfB-Vergangenheit dazustoßen und mit anpacken werden. Als Beispiele nennt Hein das Sonsting, die Sponsorenansprüche, die Organisation oder aber auch das Controlling.

Ungedacht dessen ist noch nicht absehbar, wann „die Jungs“ auf den Platz zurückkehren und in welcher Form die Punktspiele ausgetragen oder auch der Ligapokalwettbewerb zu Ende gespielt werden soll. Dazu gibt es seltenes Verständnis, zwar schon diverse Vorschläge, die aber allesamt von der weiteren Entwicklung abhängig sind (siehe Kosten).

Obwohl der Inzidentenwert in Eichstätt in dieser Woche unter 25 lag und somit ein kontaktafter Sport möglich gewesen wäre, hat man sich im Trainerteam bewusst entschieden, noch nicht in das Training einzusteigen. „Den Plan haben wir längst in der Tasche, den schlüpfen wir schon die ganze Zeit vor uns her. Anfang nächsten Woche werden wir entscheiden, wann wir wieder starten“, sagt Scheuerer. Und Mattes mahnt: „Es kann dann aber auch wieder ganz schnell wieder sein.“

Egal wann und wie die unterbrochene und auf mittlerweile zwei Jahre gestreckte Spielzeit zu Ende geht, beim VfB Eichstätt ist man heiß auf, die Weichen für die Zukunft gestellt zu haben. Die ersten Spieler haben bereits zugesagt, und nun steht auch das Trainerteam. „Alle drei waren die absoluten Wunschkandidaten und auch die Einzelperson, mit denen ich gesprochen habe. Ganz besonders hat mich gefreut, dass von allen von sich aus die Bereitschaft kam, in der Saison 2021/22 für den VfB arbeiten zu wollen“, sagt der

„Wir werden in diesem Sommer einen größeren Umbruch starten“

Der stellvertretende VfB-Vorsitzende Dominik Schmidramsl über die Auswirkungen von Corona und die Suche nach neuen Spielern

Eichstätt – Noch ruht die Ball. Doch beim VfB Eichstätt herrschen hinter den Kulissen rege Betriebsamkeit. Schließlich gilt es, den Kader für die Saison 2021/22 zusammenzustellen. Deshalb geht bei Dominik Schmidramsl das Telefon. Unser Mitarbeiter Norbert Dengler hat ihn dennoch spät abends erreicht – nachdem Schmidramsl kurz zuvor sein 20. Gespräch beendet hatte.

Herr Schmidramsl, der Anfang ist genauso. Mit Jonas Fries, Philipp Feuerl und Julian Kugel hat ein Trio bereits die Zusage gegeben.

Dominik Schmidramsl: „...und es werden im Kurze Weitere folgen. Unser Team befindet sich mit allen anderen Akteuren so wie potenziellen Neuzugängen in Gesprächen und wir sind definitiv zuversichtlich. Wir wollen nur die Spieler haben, die auch zu uns ansteuern. Wenn einer auf der Kippe steht, weil er unseren Weg nicht mitgehen will, dann darf er den Verein

gerne verlassen. Gegen unsere Überzeugung werden wir keinen halten. Und wir wissen auch, dass wir in diesem Sommer einen größeren Umbruch starten werden.“

Insteufeln? **Schmidramsl:** Das hat zwei Gründe. Erstens wollen wir Corona nutzen, um den Verein umzustrukturen und neu zu erfinden. Und zweitens sind wir dazu auch gezwungen.

Es schaut mal wieder um das liebe Geld zu gehen.

Schmidramsl: Es ist bekannt, dass es bei uns schon immer spät auf Kneip steht und wir mit unserem Eist, der ungewöhnlichen Zeitplan von dem der Spitzenteams herab, keine großen Sprünge machen können. Und weil wir schon immer wirtschaftlich denken, werden wir den Kärtel noch enger schneiden müssen – unter anderem auch, weil Sponsoren ganz abgesprungen sind oder ihre Zuwendung reduziert haben.

Ist das nun – unter anderem nach den Abgängen von Benjamin Schmidramsl und Timo-Torjäger Fabian Eberle – die möglicherweise griffigste Herausforderung der jüngeren Vergangenheitsgeschichte?

Schmidramsl: Sportlich gesehen würde ich das verneinen. Denn schon zu meiner aktiven Zeit habe ich jedes Jahr gehört,

dass es nun bengah gäbt. Die eigentliche Herausforderung ist, dass wirtschaftlich nicht mehr so viel drin ist. Da gilt es jetzt einfach, die Corona-Phase anzunehmen und das Beste daraus zu machen. Uns ist aber natürlich auch bewusst, dass wir nicht der einzige Verein sind, dem es so geht. Da müssen viele kämpfen.

Ist der VfB die längste Zeit in die zweitklassige deutschen Spielklasse gespielt?

Schmidramsl: Wir wollen jedes Jahr mitnehmen, dass wir wissen, was wir in der Regionalliga haben. Wir sind ein wahnsinniges Ausbildungsgesetz für die Südi Eichstätt und die gesamte Region. Außerdem sind wir für unsere vielen Zuschauer bei den Heimspielen bekannt. Das wollen wir so lange wie möglich aufrechterhalten. Aber klar: irgendwann wird das Ende der Pausenstange erreicht. Wir werden sehen, wann das sein wird.

Gibt es bei der Kaderplanung für die neue Saison auch vorwiegend darum, den Kader deutlich zu verjüngten? Schließlich sind alle Regionalligisten dazu verpflichtet, an jedem Spieltag vier Spieler im Kader zu haben, die am 1. Juli der jeweiligen Saison das 23. Lebensjahr auch nicht vollendet haben.

Schmidramsl: Das ist richtig. Wie bereits erwähnt, wünschen wir das Budget nicht in die Höhe zu treiben und fügt an: „In der nächsten Zeit wird sich die sicherlich so etwas wie eine neue Ära bilden. Da möchte ich weiterhin ein Teil davon sein und eine entscheidende Rolle übernehmen. Ich bin überzeugt, dass wir in der neuen Saison eine schlagkräftige Truppe stellen werden.“

he. Deshalb wollen wir gemäß unserem Konzept in Eichstätt wieder gerne auf regionale Spieler setzen. Diese sollen jung, erfreulichsportig und willig sein. Und vor allem den Spaß mitbringen. Hier beim VfB zu spielen und sich sportlich weiterzuentwickeln. Von daher glaube ich, dass sich das mit der Verjüngung von alleine ergibt. Aber wir haben das im Blick. Und das eine Pflichtaufgabe ist.

Bei den Neuzugängen habe der VfB zunächst ein glückliches Handchen. Führen Sie die Saisont-Tätigkeit in Personunion zu Ihrem Amt als stellvertretender Vorsitzender auch in Zukunft fort?

Schmidramsl: Nein. Das habe ich komplett an Marco Schiebel übergeben. Er macht das in Zusammenarbeit mit dem Sportlichen Leiter Hans Benz. Und beide leisten bislang eine herausragende Arbeit.

Das Gespräch führt Norbert Dengler.



Almäßig wird das Grunderüst der Mannschaft für die neue Saison erkennbar. Mit Jonas Fries bleibt dem VfB der Dreh- und Angelbunkt im Mittelfeld erhalten.

Foto: Traut

DEUTSCHLAND

SPENDENÜBERGABE



Projekt Peer-Beratung: Gemeinsam mit der Fritz Wittich GmbH spendeten wir fast 5.000 Euro für ein besonderes Projekt für die Inklusion behinderter Menschen. Das Projekt basiert auf dem Bundesteilhabegesetz und einer UN-Konvention aus dem Jahr 2009. Hierbei wird die Methode der „Peer-Beratung“ als Ergänzung professioneller Beratungsangebote im Sinne einer stärkeren Teilhabe und Inklusion für Menschen mit Behinderungen gefordert. Tim Ludwig (LIQUI MOLY Gebietsleiter, 3. v. l.) übergab den Scheck gemeinsam mit Matthias Wittich (Geschäftsführer Wittich GmbH, 2. v. l.).



SCHECKÜBERGABE

Liqui Moly GmbH und Wittich GmbH spenden für Bethel

Insgesamt kamen im Rahmen einer Weihnachtsaktion beinahe 5000 EUR zusammen. Die Spendenübergabe an das Projekt „Peer-Beratung“ im

Auszug aus der Südwest Presse

LIQUI MOLY ist wieder die Nummer 1

Von *Ivo Schützbach* 12.03.2021 - 11:24



© Liqui Moly

Liqui Moly hat schon viele Preise gewonnen

Erfolg auf ganzer Linie: Auch 2021 überzeugt die deutsche Marke die Autofahrer. Die Leser der AutoBILD wählten LIQUI MOLY zur besten Schmierstoffmarke.

Das geht rau (runter) wie Öl! Seit Jahren gibt es für unsere Marke nur eine Richtung: nach oben! Das gilt für die Spitzenqualität unserer Produkte genauso wie für die Beliebtheit von LIQUI MOLY. Unser Öl und nahezu 4000 Artikel kennt man mittlerweile auf der ganzen Welt und verbindet diese unter anderem mit großen Motorsportereignissen und einem positiven Image.

Auf das Know-how unserer Marke Made in Germany vertrauen Millionen Autofahrer. Wohl auch deshalb wählten uns die Leser der führenden Automagazine 2021 erneut zu Deutschlands bester Schmierstoffmarke. Bei AUTO ZEITUNG sowie auto motor und sport bereits das 11. Mal in Folge. Zudem glänzen wir bei AUTO ZEITUNG wiederholt mit Platz 2 in der Kategorie Pflegemittel für Fahrzeuge. Eine besondere Ehre, für die wir uns ganz besonders bei Ihnen bedanken.

Natürlich bedanken wir uns auf die gewohnte LIQUI MOLY-Art mit unserem Bekenntnis zu exzellentem Service und herausragenden Produkten für Ihr Mobil – für innen und außen, vom Motor bis zur Lackpflege. Denn wir bieten nicht nur Motoröl oder Additive, sondern auch ein breites Sortiment zur Pflege Ihres Fahrzeugs. Damit überzeugt LIQUI MOLY mit einem Komplettangebot für jedes Gefährt. Ihr Dank und Ihr Vertrauen spornen uns weiter an, nur das Beste für Sie und Ihr Fahrzeug zu geben, egal ob Auto, Fahr- oder Motorrad. Mit LIQUI MOLY liegen Sie immer richtig und kommen zuverlässig sowie sicher ans Ziel.



LIQUI MOLY Alles was fährt,
läuft besser mit LIQUI MOLY.



Liqui Moly – Umfangreiches Fahrzeugpflege-Sortiment

30.03.2021 Produkte



Liqui Moly, im Schmierstoffbereich und bei Additiven weltweit etabliert, verfügt auch über ein umfangreiches Fahrzeugpflege-Sortiment. Für alle Arten von Fahrzeugen zu Luft, im Wasser, auf und abseits der Straße.



„Ob Boot...

„Wir sind ein Vollsortimenter in der Fahrzeughemie“, so Günter Hiermaier, Geschäftsführer von Liqui Moly. „Fast alles rund ums Fahrzeug bieten wir an. So auch ein qualitativ hochwertiges, umfangreiches Liqui Moly Fahrzeugpflege-Sortiment“, ergänzt Hiermaier. Lacke, Metalle, Kunststoffe, Textilien, Glas oder Gummi.

Für all diese Anwendungsbereiche gibt es Produkte aus dem Sortiment. Für Reinigung, Konservierung oder Pflege. „Wir bieten Produkte für das ganze Jahr. Egal ob Sie Insekten, Bremsstaub, Salz oder Teer entfernen wollen. Oder einfach nur für eine tolle Optik und den Werterhalt sorgen möchten. Dabei konzentrieren wir uns auf Bedürfnisse der Endkunden. Die bevorzugen eine einfache aber effektive Art der Fahrzeugpflege“, betont Günter Hiermaier.

Pflegeprodukte mit hoher Qualität



„...das Liqui Moly Fahrzeugpflege-Sortiment bietet für alle Lösungen“, so Geschäftsführer Günter Hiermaier

Verbraucher schreiben Liqui Moly eine hohe Kompetenz und Qualität in diesem Segment zu. Das beweisen zahlreiche Leserwahlen der auflagenstarken Publikumszeitschriften im Automobilbereich.

Bei diesen landet das Unternehmen seit Jahren auf dem Podest. „Natürlich profitieren auch unsere Geschäftspartner davon, die mit unseren Produkten Umsatz machen“, erklärt Hiermaier.

Das Unternehmen betont in der heurigen Marketingkampagne seine Pflegeprodukte als dritte Säule. Gerade im Frühjahr, wenn viele Menschen sich um die große Fahrzeugreinigung kümmern, will Liqui Moly mit seinem Portfolio ordentlich mitmischen.



Auto...



Motorrad...



...oder Bike...



AUTOBIOGRAFIE

von Guido Reinking



ERNST
PROST
ist Ge-
schäftsleiter
des Schmier-
mittelher-
stellers Liqui
Moly aus
Ulm, der zur
Würth-Grup-
pe gehört.

Kraft ohne Kompromisse prägt den **FORD F-150 RAPTOR**. Ernst Prost fährt den Pick-up – und führt mit ähnlichem Drive den Schmiermittelhersteller Liqui Moly

Mit seinem brachialen Sound passt dieser Wagen perfekt zu seinem Fahrer: Ernst Prost, Chef der Ölmarke Liqui Moly, machte mitten in der Pandemie mit lautstarken Statements zu antizyklischer Führung von sich reden: „Während die Konkurrenz ihre Mitarbeiter entlässt, stellen wir über 100 neue ein und zahlen der Belegschaft eine Prämie von 1.500 Euro.“ Anderswo stünden Kurzarbeit und Staatshilfen im Fokus, so Prost weiter: „Wir geben richtig Gas.“

Der trotz Krise gestiegene Umsatz gibt dem Geschäftsführer

recht. Angepasst nach Schema F zu handeln ist einfach nicht sein Ding. Wenn Prost den Ford F-150 Raptor aus der Reimise der Ritterburg lenkt, die er in Leipheim bei Ulm bewohnt, klirren die Butzenscheiben des historischen Gemäuers. Der große Pick-up, das meistverkaufte Auto der USA, bringt grollende 450 PS auf die Straße, ist in 5,1 Sekunden auf 100 km/h – und hat einen entsprechend großen Benzindurst.

Letzteres ist für Prost kein Manko. „Es macht einfach Spaß, und mehr als 1.000 Kilometer im

Jahr fahre ich ohnehin nicht damit.“ Schließlich wollen sein Mercedes SLS AMG und seine olivgrünen Harleys auch noch bewegt werden.

Verzicht allein, sagt der 64-Jährige, würde den Klimawandel nicht umkehren, dazu brauche es eher technische Innovation als klein-karierte Verbote. Er selbst, fügt Prost hinzu, höre nur auf Menschen, die das, was sie sagen, durch Leistung belegen können. Und auf seine Kunden: „Ich beantworte jede Mail persönlich, auch noch am späten Sonntagabend.“

Enterprise, National Select LIQUI MOLY for Mexico Service Products

March 25, 2021 • by Auto Rental News Staff



The decision was made by Grupo ANTYR, a Mexican company that operates the franchise of these two brands in 31 national destinations ranging from the north of the country to the central zone.

Earlier this month, Enterprise Rent-A-Car and National Car Rental Mexico chose LIQUI MOLY as their official service product for the Mexican territory, ensuring that all vehicles use LIQUI MOLY oil. Through this new venture, Enterprise Rent-A-Car and National Car Rental say they will be able to reduce operational costs and engine wear.

"The customers of Enterprise Rent-A-Car and National Car Rental Mexico will be able to enjoy lower fuel consumption in their rented vehicles, as well as the perfect engine response and reliability they would look for in their own car," Guillermo Morelos, CEO of LIQUI MOLY Mexico, said in a statement.

The decision was made by Grupo ANTYR, a Mexican company that operates the franchise of these two brands in 31 national destinations ranging from the north of the country to the central zone.

Related: [Enterprise Launches Digital Car Sales Platform](#)

Pingelen - leuk, maar niet in je motor

Te vroeg ontbranden is nooit leuk - zeker niet in je motor. Daar gaat ie namelijk stuk van.

Redactie TopGear - 18/03/21 - 16:30



Met de bal haast aan een touwtje de ene na de andere tegenstander uitspelen – bij voetbal is iedereen dol op een pingelaar. Als het een goede is, tenminste, anders heeft iedereen een hekel aan hem. Er is ook nog een ander soort pingelen, en daar heeft iedereen altijd een hekel aan: als brandstof te vroeg tot ontsteking komt. En te vroeg ontbranden is ook nooit leuk – zeker niet in je motor. Daar gaat ie namelijk stuk van. Het goede nieuws: er is iets aan te doen. Met LIQUI MOLY DFI-reiniger. En het is nog doodeenvoudig ook!

WAT DOET LIQUI MOLY DFI-REINIGER?

Moderne motoren hebben bijna altijd directe inspuiting en vaak een hoge compressieverhouding. Bij de verbranding van de brandstof blijven er restjes achter, die als het ware kunnen aankoeien. Omdat het in motoren nu eenmaal erg heet wordt, kan het zijn dat die restjes gaan gloeien en zo de brandstof al ontsteken voordat er een vonk bij is gekomen. Dat is foute boel en kan leiden tot ernstige motorschade. De oplossing is zo simpel dat je het zelf ook kunt bedenken: die rommel moet uit je motor. Maar dat is zo eenvoudig nog niet. Tenzij je de experts van LIQUI MOLY, die al 60 jaar ervaring met additieven hebben, in huis haalt. Die hebben namelijk een toevoeging ontwikkeld met polyetheramine als werkzame stof. En dat goede maakt niet alleen korte metten met zelfs de hardnekkigste koolstofafzettingen op je zuigers- en injectoren. Het helpt namelijk ook te voorkomen dat ze terugkeren. Waarmee 'LIQUI MOLY DFI-reiniger' in feite een andere manier is om te zeggen: 'het behoud van je motor'.

HOE GEBRUIK JE LIQUI MOLY DFI-REINIGER?

Het fijne is: door die dubbele werking hoeft je echt niet om de 100 kilometer te stoppen om weer een nieuwe fles in je tank te mikken. Sterker nog: eens in de 5.000 kilometer is al voldoende om te voorkomen dat je motor slechter presteert en meer verbruikt door die viezighed. Om over de kans op serieuze schade nog maar te zwijgen. Om in voetbaltermen te blijven: met LIQUI MOLY DFI-reiniger haal je die pingelaar gadeeloos neer voor je doortreekt. En je krijgt er niet eens een rode kaart voor.



Liqui Moly představuje čistič přímého vstříkování DFI Cleaner

AKM, 29. března 2021, 8:00



Firma Liqui Moly bude mit od dubna naskladněný nový produkt, a to čistič přímého vstříkování DFI Cleaner.

DFI Cleaner je moderní příslada do benzínu s technologií polyetheraminu (PEA). Dosahuje nejvyššího čisticího účinku v palivovém systému a vynikající čistoty pístu a spalovací komory pomocí aktivního PEA. Výrazně snižuje riziko poškození motoru vlivem předčasnému zapálení směsi při nízké motorové rychlosti (LSPI).

20 ml obsahu dózy je určeno pro 30 – 50 litrů benzínu. Pro ideální účinek je vhodné přidávat čistič do benzínu alespoň každých 5.000 km. Ke smíšení s benzínem dojde samovolně. OEM doporučení se mohou od standardního dávkování lišit, proto vždy dodržujte pokyny výrobce.



USA



Turbocharger Additive

LIQUI MOLY, Santa Ana, California, offers a Turbocharger Additive that protects the plain bearings of new or repaired turbochargers until motor oil lubrication begins. The active ingredient combination in the tube contains the solid lubricant MoS2 in a very high dosage. The MoS2 attaches to the metal surfaces of the plain bearings to ensure lubrication at startup, preventing failures and increasing service life of the turbo.

ZDROJ: LIQUI MOLY GmbH

KROATIEN

UNSERE INSPIRATIONSQUELLE.

UNSER MAGAZIN.

BILDER UND GESCHICHTEN ist für uns alle. Von uns allen.

Ein außergewöhnliches Spiegelbild einer außergewöhnlichen Marke. Teilen Sie Ihre Erlebnisse, Erfolge und Emotionen rund um die LIQUI MOLY family worldwide – mit Ihrem Beitrag in der nächsten Ausgabe unseres Firmenmagazins.



02
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

Nächster
Einsendeschluss:
07.05.2021

www.liqui-moly.com/de/de/unternehmen/monatsmagazin

So kommt auch Ihr Beitrag in BILDER UND GESCHICHTEN:

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



Fotos auswählen und benennen. Einwilligungserklärungen ausgefüllt zuschicken.



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



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

Hinweise: Das Magazin erscheint monatlich. Deshalb bitten wir Sie, die inhaltlich zulässigen Fotos und Artikel, die nach dem Einsendeschluss eingereicht wurden, entweder in der darauffolgenden Ausgabe