

**Seite:** online  
**Ressort:** Marketing

**Visits (VpD):** 0,056 (in Mio.)<sup>1</sup>  
**Unique Users (UUpD):** 0,023 (in Mio.)<sup>2</sup>

**Mediengattung:** Online News

<sup>1</sup> von PMG gewichtet 08-2020

<sup>2</sup> gerundet agof ddf Ø-Tag 2020-08 vom 16.09.2020, Gesamtbevölkerung 16+

## Schmierölhersteller: Liqui Moly investiert auch in der Krise weiter in Werbung

Liqui-Moly-Geschäftsführer Ernst Prost hat in den vergangenen Monaten immer wieder betont, auch in der Corona-Krise nicht an markenbildenden Maßnahmen sparen zu wollen. Das untermauert der Ulmer Hersteller von Schmierstoffen und Motorenölen nun mit Zahlen. #PAYWALLEiner Mitteilung des Unternehmens zufolge nimmt Liqui Moly weitere zwei Millionen Euro für TV- und Radiowerbung in die Hand. Bereits ab dem kommenden Samstag startet Liqui Moly eine den ganzen Oktober dauernde Spot-Offensive bei ARD und ZDF, auch direkt vor der Tagesschau bzw. den Heute-Nachrichten. "Damit kurbeln wir die Nachfrage bei unseren Kunden und damit auch bei uns weiter an", so Prost. Damit summieren sich die zusätzlichen Ausgaben für Werbung und Sponsoring in diesem Jahr auf 22 Millionen Euro.

"Wir investieren gegen die Krise", erklärt Prost. "Wir haben niemanden betriebsbedingt entlassen und auch keine Kurzarbeit beantragt. Ganz im Gegenteil: Wir werden bis zum Jahresende 100 neue Kollegen eingestellt haben."

Laut Nielsen hat Liqui Moly seine Brutto-Werbependings in diesem Jahr extrem hochgefahren. Die Nielsen-Datenbank weist für das Unternehmen bis Ende August Werbeinvestitionen in Höhe von rund 38 Millionen Euro brutto aus - ein Plus von sage und schreibe 610 Prozent. Bislang zahle sich die antizyklische Werbestrategie aus, versichert man bei Liqui Moly. Der Umsatz bewege sich auf Vorjahresniveau - 2019 erlösten die Ulmer 569 Millionen Euro. Auch wenn der Gewinn in der Corona-Krise zwar mehr als halbiert wurde: Man mache immer noch Gewinn.

Besonders Sponsoring hat für Liqui Moly hohe Relevanz. Zu den großen Engagements des Unternehmens, das in über 150 Ländern aktiv ist, zählen das Namenspatronat bei der Handball Bundesliga, das laut Sponsors mit 1,8 Millionen Euro pro Jahr zu Buche schlägt, sowie Partnerschaften mit mehreren Vereinen aus verschiedenen Sportarten. Sponsors zufolge unterhält Liqui Moly über 40 Partnerschaften im Sport. "Krisen überwindet man nicht, indem man die Hände in den Schoß legt, sondern indem man kämpft", so Prost weiter. Und kämpfen müsse man auch weiterhin. "Die Krise ist noch lange nicht vorbei und wir stehen in der Verantwortung: gegenüber unserer Firma, gegenüber den Arbeitsplätzen unserer Kollegen und gegenüber unseren Kunden." ire

**Wörter:** 337