**Erfolg in exotischen Ländern**

Interview mit Ernst Prost, geschäftsführender Gesellschafter von LIQUI MOLY

**Februar 2017 – LIQUI MOLY exportiert in über 120 Länder. Darunter sind Länder, denen man auf den ersten Blick kein großes Umsatzpotenzial zutraut, in denen der Öl- und Additivspezialist aber hohe Verkaufserlöse erzieht. Ernst Prost, Inhaber und Geschäftsführer von LIQUI MOLY, führt das auf die Kombination von Qualität made in Germany und lokalem Wissen zurück.**

**Zu wichtigen Exportländern von LIQUI MOLY zählen Staaten wie Irak, Turkmenistan und Algerien. Das sind nicht gerade die klassischen Wachstumsmärkte.**

**Ernst Prost:** Und genau das ist einer der Gründe für unseren Erfolg. Nehmen wir zum Beispiel den Irak: Nach wie vor sind Teile des Landes vom Islamischen Staat besetzt, in den letzten Jahren gab es immer wieder bürgerkriegsähnliche Gewaltausbrüche und die Kaufkraft ist weit von europäischen Wohlstandswerten entfernt. Also lassen viele unserer Wettbewerber die Finger von dem Land. Tatsächlich aber bietet der Irak ganz erhebliche Möglichkeiten. Man muss sie nur nutzen. 2016 haben wir mehr als fünf Millionen Euro Umsatz im Irak gemacht.

**Wie macht man das?**

Wir kombinieren Qualität made in Germany mit lokalem Wissen. Das lokale Wissen stammt von unseren Importeuren vor Ort, mit denen wir eng zusammenarbeiten. Sie kennen ihr Land viel besser als wir und wir geben ihnen große Freiheiten bei der Vermarktung unserer Öle und Additive. Wir kämen niemals auf die Idee, die Vermarktung zentral aus Deutschland zu steuern. Damit können Sie nur scheitern. Wir sehen unsere Aufgabe darin, unsere Importeure mit dem zu versorgen, was sie für eine erfolgreiche Vermarktung brauchen. Und wir halten zusammen. Ich habe gewaltigen Respekt vor unseren Kunden, die in Krisen- und Kriegsgebieten trotz der widrigen Umstände einen hervorragenden Job machen. Wenn der Weg mal steiniger wird, gehen wir ihn trotzdem gemeinsam weiter. Loyalität und Partnerschaft sind uns wichtiger als das schnelle Geld. Eine Haltung, die sich auf lange Sicht auch finanziell auszahlt.

**Unterscheidet sich das Produktsortiment in diesem Ländern vom dem in Deutschland?**

Nein. Wir bieten grundsätzlich unser komplettes Sortiment in allen Ländern an. Aber natürlich unterscheiden sich der Fahrzeugpark und damit auch die Nachfrage.

**Sucht sich LIQUI MOLY jetzt vor allem Nischenmärkte wie den Irak, um weiter zu wachsen?**

Sicher nicht. Dafür haben wir noch viel zu viel Wachstumspotenzial in den großen Märkten. Hier ist der Wettbewerbsdruck höher, aber Konkurrenz ist für uns Ansporn und nicht Entmutigung. Das zeigt auch unser starkes Wachstum in den USA und in China.

**Das klingt so, als gäbe es keine schwierigen Märkte.**

Doch, natürlich. Jeder Markt hat seine Hürden. Japan zum Beispiel ist ein sehr anspruchsvoller Markt. Das liegt an der Kultur, aber auch an rechtlichen Rahmenbedingungen. Hier tun wir uns zurzeit noch schwer. Deshalb haben wir japanische Branchenexperten eingestellt, die uns dabei helfen, unseren Marktanteil dort auszubauen.

**Über LIQUI MOLY**

Mit rund 4000 Artikeln bietet LIQUI MOLY ein weltweit einzigartig breites Sortiment an Automotiv-Chemie: Motorenöle und Additive, Fette und Pasten, Sprays und Autopflege, Klebe- und Dichtstoffe. Gegründet 1957 entwickelt und produziert LIQUI MOLY ausschließlich in Deutschland. Dort ist es unangefochtener Marktführer bei Additiven und wird immer wieder zur besten Ölmarke gewählt. Das von Inhaber Ernst Prost geführte Unternehmen verkauft seine Produkte in über 120 Ländern und erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 489 Mio. Euro.

**Weitere Informationen erhalten Sie bei**

LIQUI MOLY GmbH

Tobias Gerstlauer

Leiter Öffentlichkeitsarbeit D/A/CH

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Fon: +49 (0)731/1420-890

Fax: +49 (0)731/1420-82

Tobias.Gerstlauer@liqui-moly.de