**Succes in exotische landen**

Interview met Ernest Prost, eigenaar en algemeen directeur van LIQUI MOLY

**Februari 2017 – LIQUI MOLY exporteert naar meer dan 120 landen. Hier zitten ook landen tussen die op het eerste gezicht geen groot omzetpotentieel lijken te hebben, maar waar de motorolie- en additievenspecialist veel winst maakt op de verkoop. Volgens Ernst Prost, eigenaar en algemeen directeur van LIQUI MOLY, is dit te danken aan de combinatie van kwaliteit ‘Made in Germany’ en lokale kennis.**

**Belangrijke exportlanden van LIQUI MOLY zijn onder andere landen als Irak, Turkmenistan en Algerije. Dat zijn niet bepaald klassieke groeimarkten.**

**Ernst Prost:** En dat is nu net een van de redenen voor ons succes. Laten we als voorbeeld Irak nemen: er zijn nog steeds delen van het land bezet door Islamitische Staat, de afgelopen jaren was er steeds weer geweld dat alles weg leek te hebben van een burgeroorlog en de koopkracht is ver verwijderd van de Europese welvaart. Dus houden veel van onze concurrenten hun handen van het land af. Maar wat ze niet weten, is dat Irak ook veel goede mogelijkheden biedt. Hier moet gebruik van worden gemaakt. We hebben in 2016 meer dan vijf miljoen euro omzet gemaakt in Irak.

**Wat is het geheim?**

We zetten in op een combinatie van kwaliteit ‘Made in Germany’ en lokale kennis. Onze importeurs ter plaatse, waar we nauw mee samenwerken, vormen onze lokale kennis. Ze kennen hun land veel beter dan wij en wij geven ze veel vrijheid bij het verkopen van onze oliën en additieven. Voor ons is het geen optie de verkoop centraal te regelen vanuit Duitsland. Dat is vragen om problemen. We zien het als onze taak de importeurs te geven wat ze nodig hebben voor commercieel succes. En we zitten op één lijn. Ik heb veel respect voor onze klanten in crisis- en oorlogsgebieden die het ondanks de zware omstandigheden geweldig doen. Het is lang niet altijd makkelijk, maar we gaan toch samen verder. Loyaliteit en partnerschap zijn voor ons belangrijker dan snel geld verdienen. Een houding die zich op de lange termijn ook financieel uitbetaalt.

**Is het assortiment in deze landen anders dan in Duitsland?**

Nee. We bieden over het algemeen in alle landen ons complete assortiment aan. Maar het onderscheid is natuurlijk het wagenpark en daarmee ook de vraag.

**Is LIQUI MOLY nu vooral op zoek naar nichemarkten zoals Irak om verder te groeien?**

Absoluut niet. Daarvoor zit er nog te veel groeipotentieel in de grootste markten. Hier is meer concurrentiedruk, maar concurrentie is stimulerend voor ons en niet ontmoedigend. Dat is ook te zien aan onze sterke groei in de VS en in China.

**Het lijkt wel alsof er geen moeilijke markten meer zijn.**

Natuurlijk wel. Elke markt heeft zijn uitdagingen. De Japanse markt is bijvoorbeeld zeer veeleisend. Dat ligt aan de cultuur, maar ook aan het regelgevingskader. Hier hebben we nog een lange weg te gaan. Daarom hebben we Japanse branchedeskundigen ingeschakeld om ons te helpen ons marktaandeel daar te vergroten.

**Over LIQUI MOLY.**

Met ruim 4000 artikelen biedt LIQUI MOLY een breed en wereldwijd uniek assortiment chemische automotive producten Motoroliën en additieven, vetten en pasta's, sprays en autoverzorgingsmiddelen, kleef- en afdichtingsstoffen. Sedert de oprichting in 1957 ontwikkelt en produceert LIQUI MOLY uitsluitend in Duitsland geproduceerd. Het is daar onaangevochten marktleider bij additieven en wordt er keer op keer tot beste oliemerk gekozen. De door eigenaar Ernst Prost geleide onderneming verkoopt zijn producten in meer dan 120 landen en realiseerde in 2016 een omzet van 489 mln. euro.

**Meer informatie kan worden verkregen op:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Germany

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

Peter.Szarafinski@liqui-moly.de