**Recordomzet voor LIQUI MOLY bij langzamere groei**

Handelsconflicten, zwakke roebel en prijs van ruwe olie vertragen de Duitse olie- en additievenspecialisten

**December 2018 – ook het eerste jaar onder de paraplu van de Würth Group boekt LIQUI MOLY een nieuw omzetrecord. Maar de groeicurve verloopt minder steil dan de vorige. In het jaar 2018 realiseerde de Duitse olie- en additiefspecialist 544 miljoen euro, wat slechts twee procent meer is dan in het voorgaande jaar. "De internationale handelsconflicten, de hete zomer en kostenstijgingen, met name de dramatische stijging van de prijzen van ruwe olie, hebben onze omzet- en winstgroei aanzienlijk vertraagd", aldus Ernst Prost, directeur van LIQUI MOLY.**

Werden de afgelopen jaren gekenmerkt door hoge groeipercentages, was het jaar 2018 gematigd – met één uitzondering: Met een omzet van bijna 54 miljoen euro en een groei van 34 procent was oktober de succesvolste maand in de meer dan 60-jarige geschiedenis van het bedrijf. Een aantal factoren verhinderde een even hoog stijgingspercentage voor het hele jaar: De wereldwijd opkomende handelsconflicten hadden dus ook invloed op LIQUI MOLY. De activiteiten in China daalden bijvoorbeeld met meer dan een derde. En ook de activiteiten in Rusland, verreweg de belangrijkste exportmarkt voor het bedrijf, daalde sterk in de laatste 24 maanden als gevolg van de hevige devaluatie van de roebel. "Dergelijke veranderingen blijven niet zonder sporen achter te laten", zegt exportmanager Salvatore Coniglio. "Als we niet in 150 landen over de hele wereld vertegenwoordigd waren, zouden de resultaten in China en Rusland veel zwaarder wegen. Zo kunnen we de omzetdaling in verschillende landen met nieuwe markten compenseren. "

De inzinking in de exportmarkt hebben de delicate groei op de zwaar bevochten Duitse markt ook niet opgevangen. "Onder de gegeven omstandigheden is een groei van twee procent in Duitsland en Oostenrijk een echt succes", benadrukt directeur Günter Hiermaier, "het aantal concurrenten neemt immers toe, maar de te verdelen “taart” blijft van dezelfde grootte. Daarom wordt er hard om gevochten. We blijven vertrouwen op de combinatie van marketingpakketten en verkoopkracht."

Parallel aan de lagere omzetstijging groeiden de kosten voor het bedrijf dramatisch. Bij de geschatte investeringen voor extra goederenhandel-concepten, een nieuwe software en een ander tankpark van ongeveer elf miljoen euro kwamen er extra kosten bij vanwege de gestegen grondstofprijzen van ongeveer zes miljoen euro en door het weer: De langdurige hoge temperaturen in de zomer maakten de Rijn slechts beperkt of helemaal niet bevaarbaar, waardoor het vervoer van grondstoffen en eindproducten duurder werd. "In totaal stegen onze vracht- en logistieke kosten met 1,2 miljoen euro. Al met al een teleurstelling. Natuurlijk gaat onze opbrengst door zo'n dubbele slag, hogere kosten en lagere omzet dan gepland massaal door zijn knieën. Maar zo is het ook in het leven en in de handel – je moet je aanpassen aan de omstandigheden of je telt niet meer mee. En niet elk jaar is hetzelfde", verklaart Ernst Prost.

De uitgaven voor marketing en voor onderzoek en ontwikkeling stegen, maar waren gepland. In 2017 investeerde LIQUI MOLY 19,8 miljoen euro in zijn naamsbekendheid en in 2018 bijna een miljoen euro meer. "De grootste coup is zeker het reclamecontract met de Chicago Bulls. Het basketbalteam is een van 's werelds beroemdste sportmerken. Het team heeft ongeveer 175 miljoen fans. Dit aantal heeft geen ander professioneel team in de VS", benadrukt marketingdirecteur Peter Baumann het belang van internationale maatregelen voor het Duitse bedrijf.

Nationaal en internationaal blijft de kwaliteit "Made in Germany" een enorme drijvende kracht voor LIQUI MOLY. En deze constante hoge kwaliteit garanderen het onderzoek en de ontwikkeling. Daarom zijn de uitgaven op dit gebied verhoogd tot bijna 6 miljoen euro. "Moderne smeermiddelen zijn zeer complexe structuren. Wie aan de top van de markt wilt zijn, heeft geavanceerde technologie nodig voor ontwikkeling en kwaliteitstests", aldus David Kaiser, verantwoordelijk voor dit gebied en voor de toepassingstechniek.

Een ander cijfer leidde ook tot extra kosten: die van de medeondernemers, zoals de werknemers bij LIQUI MOLY worden genoemd. 24 banen werden gecreëerd in 2018. In totaal werken 848 mensen op de locaties in Ulm en Saarlouis en in de buitenlandse bedrijven. "We willen het geld hiervoor graag uitgeven omdat het een plezier is om banen te creëren. Ook de extra kosten van één miljoen euro voor het nieuwe cao-akkoord van de industrievakbond “mijnbouw, chemie, energie” betalen wij graag, omdat de mensen in de LIQUI MOLY-familie dit waard zijn", aldus Ernst Prost.

Nadat de voormalige uitvoerende aandeelhouder rond de jaarwisseling zijn aandelen aan de Würth Group had verkocht, vreesden velen een radicale verandering voor de olie- en additievenspecialist. "Het tegenovergestelde is het geval," aldus Ernst Prost. “Op mijn visitekaartje staat alleen nog maar directeur en niet langer aandeelhouder, en met Günter Hiermaier is onze langjarige verkoopmanager opgeklommen tot de tweede directeur, maar verder blijft alles als zoals het was."

**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. Het is daar onaangevochten marktleider bij additieven en wordt er keer op keer tot beste oliemerk gekozen. De onderneming verkoopt zijn producten in meer dan 120 landen en realiseerde in 2017 een omzet van 532 mln. euro.

**Meer informatie kan worden verkregen op:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Head of Media Relations international

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](mailto:peter.szarafinski@liqui-moly.de)