**«Mulighetene våre er uendelige»**

Salvatore Coniglio drøfter LIQUI MOLYs vekststrategi

**Juli 2018 – LIQUI MOLY gjelder som beste oljemerke på det tyske hjemmemarkedet, og har en betydelig markedsandel. Bedriften håper nå å gjøre samme suksess i utlandet. Eksportsjef Salvatore Coniglio forklarer hva som er planen, og hvordan dagens ettermarked er i endring.**

**Hvilken salgsmodell har LIQUI MOLY når det gjelder eksport:**

Salvatore Coniglio: «Vi har et godt samarbeid med lokale importører. Det er de som virkelig kjenner det lokale markedet og hva som er særegent ved det. Denne lokalkunnskapen betyr utrolig mye. Mens andre merkevareprodusenter legger svært strenge og begrensende føringer for samarbeidspartnerne sine når det gjelder markedsføring og salgsmodeller, har vi bevisst valgt å gi importørene våre stor handlefrihet. Det er kun i USA, på den iberiske halvøya og i Sør-Afrika at vi tar oss av salget selv.»

**Hvilke endringer ser vi innenfor internasjonalt salg?**

Salvatore Coniglio: «International Trading Groups blir stadig viktigere. Det er svært gode nyheter for oss, som har hatt et tett samarbeid med dem i flere år allerede. I tillegg opplever vi en utpreget konsentrering i grossisthandelen. LKQ og Genuine Parts Company er bare to av de mest fremstående navnene. Alt dette gjør at handelsgrensene i stadig større grad viskes ut. Nasjonalstatene har ikke lenger den samme betydningen som avgrensede salgsregioner de hadde for ti år siden. Dette påvirker både sortiment og prispolitikk.»

**Alt blir bare større, og de fleste av konkurrentene er multinasjonale konserner. Hvordan kan et relativt lite selskap som LIQUI MOLY da hevde seg?**

Salvatore Coniglio: «Hvordan kunne David vinne mot Goliat? Størrelsen er ikke alt. Vi forsøker å være bedre enn de andre: yte bedre service, vise mer fleksibilitet og ha mer individuelle konsepter. LIQUI MOLY tilbyr ikke bare tyskproduserte motoroljer og additiver, men en komplett service- og markedsføringspakke. Det er denne merverdien som gjør at mange kunder velger oss.»

**Hvordan skal den videre eksportveksten se ut?**

Salvatore Coniglio: «Vårt viktigste eksportmarked har tradisjonelt vært Russland. Vi står der allerede svært sterkt. Tyngdepunktet for videre vekst til selvsagt være landene som har størst omsetningspotensial. Globalt sett er det USA, Kina og India – der vi har unike muligheter. I Europa er målet en betydelig vekst i Italia, Storbritannia og Spania. Samtidig satser vi også i små land som mange av konkurrentene våre ikke bryr seg med. For eksempel Seychellene eller Ny-Caledonia. På produktsiden ønsker vi å utvide betraktelig sortimentet som tilbys i de enkelte landene. Selv om det er bilsektoren som er grunnpilaren i virksomheten vår, vil vi gjerne etablere oss også i marin sektor samt nyttekjøretøy- og motorsykkelsegmentet for å få flere bein å stå på. Det finnes så mange innfallsvinkler at mulighetene våre er uendelige.»

**Om LIQUI MOLY**

LIQUI MOLYs unikt rikholdige bilkjemiske sortiment omfatter rundt 4000 produkter: motoroljer og additiver, fett og pastaer, sprayer og bilpleie, klebe- og tetningsmidler. LIQUI MOLY, som ble grunnlagt i 1957, utvikler og produserer utelukkende i Tyskland. Selskapet er der ubestridt markedsleder på additiver, og blir gang på gang stemt frem som beste oljemerke. Selskapets produkter forhandles i 120 land, og omsetningen i 2017 kom på 532 millioner euro.

**Kontaktinformasjon:**

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