**Rekordomsetning for LIQUI MOLY til tross for slakkere vekst**

Handelskonflikter kombinert med en svak rubel og høy råoljepris bremser den tyske eksperten på olje og additiver

**Desember 2018 – LIQUI MOLY kan også i sitt første år i Würth-gruppen skilte med ny omsetningsrekord. Vekstkurven har imidlertid flatet noe ut. Med 544 millioner euro i 2018 tjente den tyske eksperten på olje og additiver kun to prosent mer enn i fjor. «Internasjonale handelskonflikter, en varm sommer og økte kostnader gjennom blant annet dramatisk høyere råoljepriser har svekket omsetningen og avkastningen vår betraktelig», påpeker administrerende direktør hos LIQUI MOLY, Ernst Prost.**

Mens tidligere år har vært preget av høye vekstrater, var utviklingen i 2018 mer moderat – med ett unntak: Med nesten 54 millioner euro i omsetning og en vekst på 34 % var oktober den mest innbringende måneden i selskapets mer enn 60-årige historie. At vekstkurven ikke ble tilsvarende bratt for året samlet sett, skyldes en rekke faktorer: De ulmende handelskonfliktene på verdensbasis fikk ringvirkninger også for LIQUI MOLY. For eksempel gikk handelen på det kinesiske markedet ned med over en tredjedel. Også i Russland, som er selskapets absolutt viktigste eksportmarked, så man en kraftig reduksjon i omsetningen på grunn av det markante rubelfallet. «Slike omveltninger setter sine spor», betoner eksportansvarlig Salvatore Coniglio. «Utviklingen i Kina og Russland ville ha fått langt større konsekvenser hadde det ikke vært for at vi driver virksomhet i 150 land over hele verden og dermed kunne kompensere omsetningstapet ved hjelp av nye markeder.

Den beskjedne veksten på det konkurranseutsatte tyske markedet bidro heller ikke til å dempe effekten av den sviktende eksporten. «Omstendighetene tatt i betraktning, er en vekst på to prosent i Tyskland og Østerrike noe det står stor respekt av», understreker administrerende direktør Günter Hiermaier. «Kaka er like stor som før, men det har blitt flere som kiver om å få sin del. Konkurransen er knallhard. Strategien vår vil fortsatt være en kombinasjon av markedsføringspakker og salgskraft.»

Samtidig som omsetningskurven flatet ut, gikk kostnadene rett til værs. I tillegg til investeringene på rundt elleve millioner euro i ekstra lagerstyringskonsepter, ny programvare og et ytterligere tanklager, kom merkostnader på rundt seks millioner euro som følge av økte råstoffpriser og værproblemer: På grunn av langvarig høye temperaturer i sommer, ble skipstrafikken på Rhinen begrenset eller innstilt, og det fordyret transporten av råstoffer og ferdigvarer. «Kostnadene våre for frakt og logistikk økte med rundt 1,2 millioner euro totalt. Alt i alt en kalddusj. Gjennom høyere kostnader og lavere omsetning rammes vi dobbelt, og det sier seg da selv at overskuddet vårt blir lidende. Det er som i livet ellers – enten tilpasser man seg, eller så er man ute av dansen. Ingen år er like», sier Ernst Prost.

Også utleggene til markedsføring, forskning og utvikling var høyere, men dette var etter planen. I 2017 investerte LIQUI MOLY 19,8 millioner i merkevarebevissthet, og i 2018 ble dette budsjettet økt med nesten én million euro. «Det største kuppet var utvilsomt reklameavtalen med Chicago Bulls. Dette basketballaget er ett av verdens mest kjente sportsmerker. Med en fanskare på 175 millioner er det USAs mest populære profflag», forklarer markedsføringssjef Peter Baumann for å illustrere hvor viktig internasjonale tiltak er for det tyske selskapet.

For å sikre at LIQUI MOLY fortsetter å innfri forventningene til prima tysk kvalitet både nasjonalt og internasjonalt, har budsjettet til forskning og utvikling blitt økt til nesten 6 millioner euro. «Moderne smøremidler er svært komplekse. For å bli markedsledende må man ha topp moderne teknologi for utvikling og kvalitetskontroller», forklarer David Kaiser, som er ansvarlig for forskning, utvikling og applikasjonsteknikk.

En annen faktor som skapte merkostnader, var medarbeiderne – partnerne – våre. I 2018 ble det opprettet 24 nye stillinger. Til sammen er det nå 848 personer som jobber ved avdelingene i Ulm og Saarlouis samt ved utenlandsavdelingene. «Det er en glede å skape arbeidsplasser, så dette bruker vi mer enn gjerne penger på. Også merkostnadene på én million for den nye tariffavtalen med fagforeningen for bergverksdrift, kjemi og energi betaler vi gladelig. Det er folkene i LIQUI MOLY-familien redelig verdt», understreker Ernst Prost.

Da den tidligere administrerende direktøren ved årsskiftet solgte andelene sine til Würth-gruppen, var det mange som fryktet radikale omveltninger for den tyske spesialisten på oljer og additiver. «Det har vært tvert imot», sier Ernst Prost. «På visittkortet mitt står det nå riktignok bare administrerende direktør, og ikke aksjonær, og salgssjefen vår gjennom mange år, Günter Hiermaier, har rykket opp til viseadministrerende direktør, men ellers er alt ved det gamle.»

**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

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)