**LIQUI MOLY slår nytt omsättningsrekord medan tillväxten sjunker**

Handelskonflikter, svagare rubelkurs och höga råoljepriser bromsar den tyska olje- och tillsatsspecialisten

**December 2018 – Även under sitt premiärår under Würth-koncernens paraply, noterar LIQUI MOLY nytt omsättningsrekord. Samtidigt stiger inte tillväxtkurvan längre lika brant längre. 544 miljoner euro kunde den tyska olje- och tillsatsspecialisten notera för 2018 – en ökning med endast 2% jämfört med fjolåret. – De internationella handelskonflikterna, den varma sommaren samt ökade kostnader, framförallt de dramatiskt ökade råoljepriserna, har haft en märkbart nedkylande effekt på vår omsättnings- och vinstökning, säger Ernst Prost, VD på LIQUI  MOLY.**

De senaste åren har präglats av hög tillväxttakt medan den under 2018 varit mer måttlig – med ett undantag: Under oktober månad uppgick omsättningen till nästan 54 milj. euro, och kopplat till en tillväxttakt på 34% gjorde detta månaden till den mest framgångsrika i företagets mer än 60-åriga historia. En lång rad faktorer förhindrade en motsvarande hög stigningstakt sett på årsbasis: De världsomspännande handelskonflikter som ligger och gror hade också sin inverkan på LIQUI MOLY. Exempelvis backade verksamheten i Kina med en tredjedel. Och även affärerna på den i särklass mest betydelsefulla exportmarknaden, Ryssland, har under de senaste 24 månaderna gått tillbaka kraftigt p.g.a. den markanta försvagningen av rubeln. – Sådana förändringar går inte spårlöst förbi, säger exportchefen Salvatore Coniglio. – Om vi inte funnits representerade i 150 länder globalt, hade utvecklingen i Kina och Ryssland haft mycket större inverkan. Vår stora internationella närvaro gör att vi kan kompensera försäljningsnedgången i flera länder med nya marknader.

En av de största ljuspunkterna när det gäller exporten har varit utvecklingen i Sverige. Här har LIQUI MOLY kunnat notera +15% jämfört med fjolåret i sina böcker. Genom den stabila tillväxten i Sverige under de senaste åren, är den svenska marknaden nu den största i Skandinavien för LIQUI MOLY.

Exportsvackorna hindrade inte heller den bräckliga tillväxten på den hårt konkurrensutsatta tyska marknaden. – Med tanke på de givna omständigheterna, är en tillväxt på 2% i Tyskland och Österrike en verklig framgång – antalet konkurrenter ökar men kakan som man ska dela på förblir lika stor. Kampen om den blir därför hård. Vi fortsätter att satsa på en kombination av marknadsföring och säljkraft, förklarar Günter Hiermaier

Parallellt med den vikande tillväxten stiger dessutom kostnaderna för företaget på ett dramatiskt sätt. Till de beräknade kostnaderna för tillkommande varuhanteringslösningar, ny mjukvara och ett nytt tanklager på totalt ca 11 milj. euro, ska läggas merkostnader p.g.a. stigande råvarupriser på ca 6 milj. euro liksom på vädret: Den långa sommaren med höga temperaturer gjorde att floden Rhen inte kunde användas alls eller endast i begränsad omfattning för att skeppa råvaror och färdiga produkter. Detta fördyrade transporterna. – Totalt steg våra kostnader för frakt och logistik med 1,2 milj. euro vilket kom som en verklig kalldusch. Naturligtvis inverkar detta dubbelt på vår vinst – högre kostnader och lägre försäljning än planerat får en massiv effekt. Men så är det i näringslivet – för att vara kvar i leken måste man kunna anpassa sig efter förhållandena. Och det ena året är inte det andra likt, tillfogar Ernst Prost.

Även kostnaderna för marknadsföring och för forskning och utveckling ökade, men höll sig inom ramarna för det beräknade. 2017 investerade LIQUI  MOLY 19,8 milj. euro i marknadsföring, 2018 ytterligare en knapp miljon. – Den största kuppen i detta sammanhang var utan tvekan reklamkontraktet med Chicago Bulls. Det här basketbollaget räknas till de mest kända sportvarumärkena globalt. De har 175 miljoner fans. Inget annat proffslag i USA slår detta, säger marknadsföringschefen Peter Baumann för att visa hur betydelsefulla internationella insatser är för det tyska företaget.

Såväl nationellt som internationellt är kvalitetsstämpeln ”Made in Germany” fortfarande till stor hjälp för LIQUI MOLY. Och för konstant hög kvalitet svarar en forsknings- och utvecklingsavdelning vars budget företaget nu höjt till närmare 6 milj. euro. – Moderna smörjmedel är mycket komplexa produkter. Vill man inta en tätposition på marknaden, krävs toppmodern teknik både för utveckling och kvalitetsprövning, förklarar David Kaiser som har ansvar för detta område och för användningstekniken.

Även antalet medarbetare – som på LIQUI MOLY betitlas ”medägare” – medförde extra kostnader. 24 jobb skapades 2018. Totalt är nu 848 personer anställda i Tyskland (i Ulm och Saarlouis) och i de utländska företagen. – Vi lägger gärna de pengarna, eftersom det är en glädje för oss att kunna bereda arbetsplatser. Även merkostnaderna på ca 1 milj. euro för det nya kollektivavtalet med industriarbetarförbundet är något vi gärna betalar, säger Ernst Prost.

Efter att den tidigare CEO:n hade sålt sina aktier i Würth-koncernen, fruktade många en radikal förändring för olje- och tillsatsspecialisten. – Det blev precis tvärt om, berättar Ernst Prost. – På mitt visitkort står det nu visserligen endast VD och inte längre delägare, och Günter Hiermaier, vår marknadschef sedan många år, har stigit i graderna till vice på VD – annars är allt som vanligt.

**Om LIQUI MOLY**

Med omkring 4.000 olika artiklar erbjuder LIQUI MOLY ett unikt sortiment av bilvårdsprodukter: motoroljor och tillsatser, fetter och pastor, sprejer och rengöringsmedel, lim och tätningsmedel. LIQUI MOLY, som grundades 1957, utvecklar och tillverkar alla sina produkter i Tyskland. På hemmamarknaden är företaget obestridd marknadsledare på tillsatser och har utsetts till bästa oljemärke upprepade gånger. LIQUI MOLY säljer sina produkter i fler än 120 länder. 2017 låg omsättningen på 532 miljoner euro.

**För ytterligare information, kontakta:**

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)