LIQUI MOLY
SEIT 1957

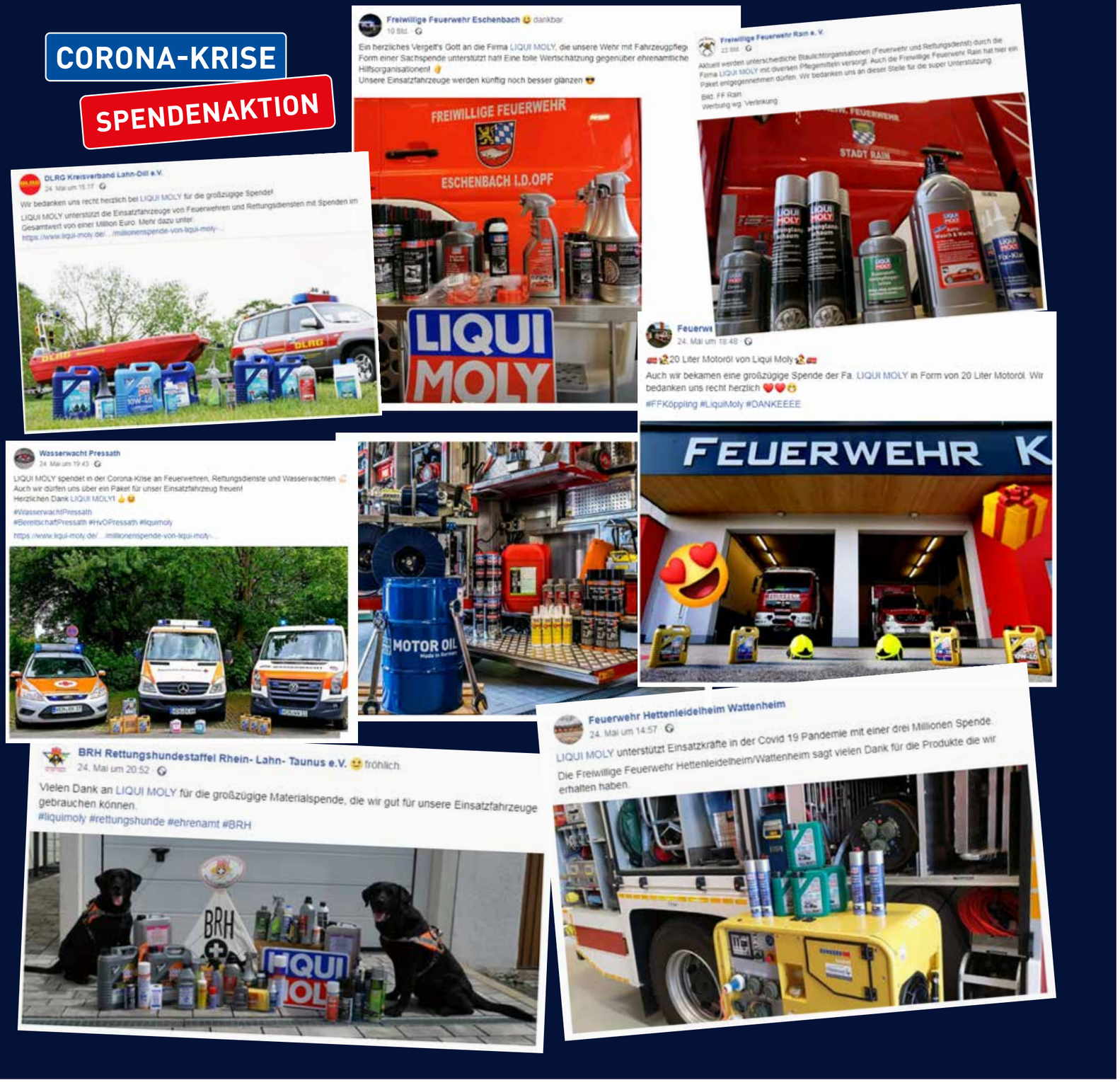
BILDER UND GESCHICHTEN

AUS UNSEREM LEBEN 07.2020

MÉGUIN
OILS OF GERMANY
SEIT 1847

Foto: Bernhard Huber

Harte Arbeit – unser Schlüssel zum Erfolg



IMPRESSUM

Herausgeber: LIQUI MOLY GmbH, Jerg-Wieland-Straße 4, 89081 Ulm, www.liqui-moly.de • LIQUI MOLY GmbH wird vertreten durch: Ernst Prost, Günter Hiermaier
V. i. S. d. P.: Ernst Prost **Redaktion:** Jörg Witopil **Gestaltung:** Niklas Döhring **Vertrieb:** Das Magazin erscheint 12-mal jährlich und wird jeweils zum Monatsanfang auf unserer Website sowie der Onlineplattform issuu.com kostenlos veröffentlicht. **Rechte & Datenschutz:** Nachdruck oder anderweitige Verwendung nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. **Bilder und Fotos:** LIQUI MOLY GmbH, Shutterstock, iStock, Annika Dollner

EDITORIAL

Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

Umsatz kommt von umsetzen! Daher muss uns weder Angst noch Bange sein, wie unsere LIQUI MOLY family worldwide aus dieser Corona-Krise hervorgehen wird: geschlossener denn je, stärker denn je und erfolgreicher denn je!

Was wir gemeinsam mit unseren Geschäftsfreunden und Kunden rund um den Globus seit Wochen auf geschäftlicher, vor allen Dingen aber auch auf zwischenmenschlicher Ebene umsetzen, mündet nicht nur in großer Dankbarkeit, sondern wirkt sich früher oder später auch positiv auf unsere Umsätze aus. Hilfsbereitschaft und harte Arbeit haben sich eben schon immer ausgezahlt!

Unsere Investitionen in Millionenhöhe wie beispielsweise die Produktspenden an weltweite Einsatzkräfte, unsere massive Printwerbung, die TV- und Radio-Spots sowie die globale Best Brand-Onlinekampagne sind daher kein verzweifeltes Klammern an irgendeinen Strohhalm, sondern eine Investition in den langfristigen Erhalt unserer Arbeitsplätze und das damit verbundene Wohlergehen Tausender Familien. Dabei von Kalkül zu sprechen, wäre zu kurz gedacht. Es ist vielmehr die logische Konsequenz unserer tiefen, bereits lange Zeit vor Corona gelebten Überzeugung: Menschlichkeit, Fürsorge, Demut – Werte, die nie wertvoller waren als heute!

Wenn wir also weiter unsere Werte hoch und Köpfe oben halten, werden unsere Zukunftsaussichten besser denn je sein!

Gemeinsam schaffen wir das!

Jörg Witopil
(Texter)

Niklas Döhring
(Grafiker)

Foto: Holger Karkheck

**Vorherige Rundschreiben verpasst?
Hier finden Sie alle gebündelt:
www.liqui-moly.de/unternehmen/aktuelles**

„Lahme Lemminge?“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über Herdentrieb und Revoluzzer

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Eine Sache wird nicht dadurch richtig oder falsch, weil es viele oder wenige Menschen so oder so herum machen - oder auch ganz anders herum.... Bei der Bewertung von richtig oder falsch ist Herdentrieb, die öffentliche Meinung sowie ein vorherrschendes Weltbild nicht zwingend hilfreich. Oft genug wurden die „einsamen Rufer in der Wüste“ gehört und geehrt – aber erst nachdem man sie vorher ausgelacht hat.... Für Erfinder gilt übrigens das Gleiche. Mit Neuem tut sich der Mensch grundsätzlich schwer. Altgewohntes bewahren und bloß nichts verändern – das ist uns Menschen lieber. „Das haben wir noch nie so gemacht!“, „das hat früher schon nicht funktioniert!“, „das macht sonst niemand!“ – So lauten die üblichen Killerphrasen, mit denen man Neues und Anderes mit Verweis auf Vergangenheiten, Meinungen und Mehrheiten gerne abwürgt. Wenn alle aber immer das Gleiche machen, leiden Abwechslung und Vielfalt unter Einfallslosigkeit und Monotonie. Notwendige Veränderung / Erneuerung / Verbesserung findet ohne Aufbruchstimmung und Mut auch nicht statt.... Also lieber Vielfalt als Einfalt! Geht nicht, gibt's nicht! Und lange rum diskutieren ist auch doof.

Der einsame Rufer in der Wüste ist ein schönes Bild. Genauso wie der Fisch, der gegen den Strom schwimmt. Man sagt ja auch „Nur tote Fische schwimmen mit dem Strom“. Zu einer lebendigen Unternehmenskultur gehört das Ausprobieren dazu. Lieber ein Wagnis mit dem Risiko des Scheiterns eingehen als sich gar nichts mehr zu trauen. Die Welt verändert sich nun mal. Da muss man schon mitgehen, wenn man nicht abgehängt werden will. Unzählige Firmen, die sich dem Fortschritt verweigert haben, liegen auf dem Misthaufen der Wirtschaftsgeschichte. Auch WIR müssen uns immer wieder neu erfinden. Neue Wege gehen. Neues ausprobieren. Auch auf diese Weise kann man durchaus berechenbar bleiben – als Firma, die immer eine neue Idee hat...Lesen Sie unsere neueste Ausgabe von Bilder und Geschichten. Dann wissen Sie was ich meine.

Wir müssen uns ja nicht jeden Tag aufführen wie die Revoluzzer (warum eigentlich nicht?). Aber ein bisschen weniger verwalten, dafür mehr gestalten, wäre mir schon recht. Zuständig dafür sind wir alle. Nicht nur die Forschungs- und Entwicklungsabteilung, oder gar nur Politiker und Ministerien. Schließlich geht es ja auch um unser aller Zukunft. Und wer sich um seine Zukunft Sorgen macht, sollte lieber die Sorgen zur Seite legen und anstatt dessen Gedanken und Impulse entwickeln, wie wir diese Zukunft ganz in unserem Sinne gemeinsam gestalten können. Als Firma, als Gesellschaft und als Volkswirtschaft. Ich mag dieses sorgenvolle Stirnrunzeln, mit dem Verweis auf die ach so unsichere Zukunft, überhaupt nicht. Angst lähmt. Und Lahme kommen nicht von der Stelle.

WIR bleiben erfolgreich und packen an!

Ihr
Ernst Prost

CORONA-KRISE

18. Mai 2020

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

Foto: Holger Karkheck

„Geld ist da – Arbeit fehlt. Investitionen vorziehen!“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über die Pflicht zu investieren

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
wenn jetzt alle aufhören zu konsumieren und zu investieren, können wir den Laden zusperren.....Ich bin ein Freund des Sparens. Aber bitte nicht jetzt! Jetzt muss auf Teufel komm raus investiert und damit produziert werden, damit wir nicht noch mehr Arbeitslose produzieren.... Ich habe es schon mal geschrieben: Unsere Infrastruktur ist marode, genauso wie unsere Schulen. Brücken krachen zusammen, Straßen schauen aus wie nach einem Erdbeben und digitale Autobahnen findet man im Ausland – aber nicht bei uns. Arbeit ist da. Mehr als genug. Geld ist auch da. Auch mehr als genug. Wer jetzt Menschen entlässt und den Rotstift ansetzt, um zu sparen, schadet der gesamten Volkswirtschaft. Was und wie, bitteschön, soll denn ein arbeitsloser Mensch ohne Einkommen kaufen? Wessen Produkte oder Dienstleistungen? Die Angst (und die Realität) ist doch ohnehin schon groß genug, den Job zu verlieren. Diese üble Situation muss man doch nicht noch verschlimmern, indem man Stellenabbau verkündet & betreibt und Investitionen unterlässt. Dies gilt gleichermaßen für Unternehmen und die öffentliche Hand. Gerade der Staat ist jetzt gefragt, Aufträge zu vergeben. Gleiches gilt für jedes Unternehmen in unserem Land. Eine fürchterliche Abwärtsspirale kommt sonst ganz automatisch in Gang. Es ist Aufgabe von Politikern und Unternehmensführern, die Spirale in die andere Richtung zu bewegen - in Richtung Aufschwung! Investieren, Aufträge vergeben und produzieren, auf dass konsumiert werden kann. Nur so vermeidet man Arbeitslosigkeit und Konkurse. Sparen und alles Mögliche unterlassen ist Gift für die Konjunktur und unsere Arbeitsplätze. Wie sollen denn Steuereinnahmen wieder sprudeln, wenn nicht durch Produktivität, Einkommen und Konsum?

Jeder, der sich diesem Denken verschließt und dieser Aufgabe verweigert, fügt erst mal der Volkswirtschaft Schaden zu und im nächsten Schritt auch sich selber, weil irgendwann der Punkt erreicht ist an dem die Arbeitslosigkeit auch das eigene Unternehmen erfasst – und irgendwann das ganze Land. WIR, in unserer Firma, haben beschlossen Investitionen jetzt sogar vorzuziehen um unseren bescheidenen Beitrag zu dieser notwendigen Aufbauleistung unserer Wirtschaft beizusteuern!!

Unsere laufenden Investitionen ziehen wir natürlich konsequent und planmäßig durch. Alles andere ist kontraproduktiv. Ein Investitions-Stop schadet anderen Firmen, die von Aufträgen leben – so wie wir alle. Und weil wir alle in einem zusammenhängenden System leben, schadet egoistisches Verhalten wie Investitions-Stop und Entlassungen zum Schluss uns selbst und jedem einzelnen. Wer jetzt als Erbsenzähler und Krämer-Seele auf die Bremse tritt, löst eine Massenkarambolage aus. Wer Gas gibt, bringt die Wirtschaft in Schwung. Und das ist das, was wir jetzt dringend brauchen und was WIR machen. Ich wünsche uns allen eine wunderschöne Woche.

Herzlichst
Ihr
Ernst Prost

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

„Am Riemen reißen“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über Anpacken statt Aussitzen

Liebe Mitunternehmer,

es ist doch wahrlich schon alles kompliziert genug. Einfach und problemlos geht heutzutage überhaupt nichts mehr. Unser Geschäft und unsere Arbeit wird immer mehr durch allerlei bürokratische und regulatorische Hürden erschwert. Da müssen wir nicht auch noch selbst die Dinge verkomplizieren, einen riesen Hajopei um nichts machen oder auf Nebenkriegsschauplätzen, die rein gar nichts bringen, „spielen“. Konzentration aufs Wesentliche, auf unser Geschäft, auf unsere Kunden und auf unsere Marke – und damit auf unsere Existenz und unser Überleben. – Das ist es, was ich von uns generell erwarte, nicht nur in der Corona-Krise. Lassen Sie sich bitte von diesem Weg nicht abbringen!

Die größte Chance für eine erfolgreiche Sieger-Strategie liegt in ihrer konsequenten Umsetzung.... Der beste Plan nützt nichts, wenn man an seine Realisierung nur halbherzig rangeht. Gefragt ist Denken UND Handeln. Eine gewisse Ausdauer, ja sogar eine gesunde Beharrlichkeit ist dabei von Nutzen. Nicht aufgeben – niemals, auch wenn Schwierigkeiten auftauchen! Dann erst recht nicht. Zielstrebig bleiben und kämpfen! Dafür wiederum ist die Voraussetzung, dass man von seinen eigenen Ideen und Visionen, von seiner Aufgabe und seiner Mission überzeugt ist. Man muss schon daran glauben, was man tut... - Und am besten auch an sich selbst. Unser Haus ist gut bestellt und damit das so bleibt, müssen wir arbeiten, schaffen und rackern. Hoffen & abwarten oder schlau daher reden, reichen definitiv nicht aus. Umbrüche und Umwälzungen in unserem Umfeld müssen wir parieren. Wegducken und sich wünschen, dass alles so bleibt, wie es immer war (oder von selber besser wird), ist kindisch. Besser ist schonungsloses Analysieren was abgeht (oder falsch läuft) und dann bitte konsequent optimieren, machen und anpacken. Fehler bitte gründlich analysieren und ausmerzen. – Dabei geht es nie um Schuldzuweisungen, sondern stets um Verbesserung.

Unsere gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Entwicklung zeigt ja nicht nur Stärken, sondern auch allerlei Schwächen und auch Gefahren auf – genau an diesen Stellen müssen wir anpacken und verbessern! Durch Aussitzen von Problemen gehen diese nicht weg. Und mit dem „alten Scheiß“ von gestern gewinnt man keine neuen Blumentöpfe. Das Leben besteht nun einmal aus Veränderung – ob uns das passt oder nicht. Und wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit... Wir haben eine gesunde Mischung aus „alten Hasen“ und „jungem Gemüse“. Routine und Aufbruch. Erfahrung und Neues. Ich liebe diese Zusammensetzung in unserer Mannschaft.

Wenn wir uns selbst zusätzlich Gutes tun wollen – wogegen nichts spricht – müssen wir vorher jedoch auch selbst das Notwendige tun: Umsätze erwirtschaften, Erträge ausbauen, Kosten beherrschen und zukunftsfähige Konzepte und Strategien entwickeln. Wir dürfen vor lauter Bürokratie, die uns von außen aufgezwängt wird, und durch ähnliche Bestrebungen, die aus uns selbst heraus geboren werden, nie vergessen, dass die Firma nur dann lebt, wenn wir selbst lebendig jeden Tag schlau und kräftig unsere Arbeit erledigen.

Wenn wir uns nur noch mit Wirtschaftsausschuss, Compliance Officer, Datenschutzgrundverordnung und ähnlichem beschäftigen und darüber hinaus noch allerlei selbstgewählte Beschäftigungsprogramme erfinden, fehlt uns die Zeit für die so wichtige Arbeit mit Produkten, Kunden, Produktionsprozessen, den Lieferanten und den Konkurrenten. Bevor wir uns also irgendwelchen freiwilligen „Spaß-Übungen“ widmen und zu neuen „Heldentaten“ aufbrechen wollen, müssen wir immer erst einmal unser Haus bestens bestellen und die Dinge, die nicht gut laufen, radikal verbessern, um unser Kerngeschäft zu beherrschen. Damit haben wir Arbeit genug. Und daran werden wir auch gemessen und nicht an der Lautstärke von Nebengeräuschen, die wir produzieren, die uns aber keinen

Zentimeter weiter bringen. Wir sind kein Konzern und keine Behörde, sondern ein schlagkräftiger Haufen!

Wenn Sie die Zeitung lesen, stoßen sie (auch in Nicht-Krisen) immer wieder auf Schlagzeilen wie: „Personalabbau – für mehr Rendite“ oder „Stellenstreichung wegen Strukturwandel“. In Wahrheit hat man Entwicklungen verschlafen oder sich im Erfolg vergangener Zeiten gesonnt, anstatt rechtzeitig das Ruder herumzureißen und sich selbst zugleich am Riemen zu reißen. Das alles soll uns nicht passieren, deshalb sage ich „Wehret den Anfängen!“. Bitte lassen Sie – gerade in Zeiten von Problemen und noch mehr in Zeiten von Erfolgen – in unseren Bemühungen und unserer Leistungskraft nicht nach! Mit gestählten Muskeln lässt sich ein Wettbewerb leichter gewinnen, als wenn man lustlos auf dem Zahnfleisch daher kommt. Fit & krisenfest – so sehe ich uns.

Zur Zukunftssicherung unseres Unternehmens kann ich nur folgende Gedanken zitieren: Es gibt Dinge, von denen wir wissen, dass wir sie wissen. Dann gibt es Dinge, von denen wir wissen, dass wir sie nicht wissen. Und drittens gibt es Dinge, von denen wir nicht einmal wissen, dass wir sie nicht wissen.... Überraschung!

Oder mit anderen Worten: Man sieht nur das, was man kennt. Nicht nur möglicherweise, sondern ganz sicher gibt es aber Dinge, die wir nicht kennen und von denen wir auch nicht wissen. Also wie soll man sich darauf einstellen? Antwort: Jeden Tag hellwach bleiben, sich auf das Wesentliche konzentrieren, die Arbeit erledigen und keine unnötigen Spielereien treiben. Bescheiden bleiben und das Machbare sehen. Schauen, wo die Reise hingeht, auf Veränderungen konsequent reagieren und sich vor Veränderungen nicht fürchten, sondern als Chance begreifen. Und nie den Fehler dieses Esels machen, der aufs Eis geht, weil es ihm zu gut ging....

Ihr
Ernst Prost

CORONA-KRISE

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

20. Mai 2020

„Alles was schief gehen kann, wird auch schiefgehen…“

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über Handeln in Krisen

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

irgendetwas Doofes oder Schlimmes ist doch immer… Von selbst geht nichts… Alles was schief gehen kann, wird auch schiefgehen…..
Vorab was ganz anderes: Sie haben es bestimmt bemerkt, dass ich jeden Tag zur Mittagszeit ein Flugzeug mit unserem Werbebanner im Schlepptau über Ulm und speziell über unsere Firma fliegen lasse. Ein kleiner Gruß an unsere Heimatstadt und ein großer Dank an Sie alle !! Und ein Mordsspaß für jeweils nur 250 € :-) :-)

Jetzt aber wieder zum Thema: Eine Firma ist wie ein Körper. Da gibt es Stärken und Schwächen. Und manchmal auch Krankheiten… Manche Eigenschaften des Körpers führen zu Hochleistungen und andere Eigenschaften wiederum zu Beschwerden, Schmerzen oder gar zum Tod. Unsere Aufgabe ist es, die Stärken auszubauen und die Schwächen auszumerzen. Nur das eine zu tun und das andere zu unterlassen, hilft nicht wirklich – egal welcher Seite man sich zuwendet. Es gilt, die Stärken weiterhin zu betonen und gleichzeitig die Schwächen zu beseitigen. Ich denke, das machen wir gut, weil wir auch sehr ehrlich und schonungslos zu uns bei der Analyse unserer Stärken und Schwächen sind. Sich etwas schönreden bringt ja auch nichts.

Ab und zu treten auch Krankheiten auf, dann ist weder der Körper noch die Firma so wie es sein soll und so wie man es gerne möchte. – Und manchmal kommt halt alles zusammen und knüppeldick. Aber auch Krankheiten gehören zum Leben und zur Existenz einer Firma. Und wie bei einem guten, verantwortungsvollen Arzt steht am Anfang der Behandlung die Diagnose. Handelt es sich bei der Krankheit jetzt um einen Pickel am Hintern, der zwar nicht schön ist und auch nervt, aber nicht weiter behandelt werden muss, weil er nicht lebensbedrohend ist, oder entspricht das Krankheitsbild einer gefährlichen Veränderung des gesamten Organismus, der gesamten Firma? Dann muss man natürlich anders an die Sache rangehen. Und genau an dieser Stelle sind wir jetzt! Corona beutelt uns extrem heftig.

Mit manchen Krankheiten kann man leben, manche muss man behandeln, andere mit Stumpf und Stiel ausrotten, damit sie keinen noch größeren Schaden anrichten. Auf die leichte Schulter nehmen darf man gar nichts. Aus manchem Pickel hat sich schon ein Geschwür entwickelt. Deshalb immer aufgepasst und rechtzeitig eingreifen! „Vorbeugen ist besser als bohren“ – Sie kennen diesen alten Zahnarzt-Spruch. Und „Wehret den Anfängen“ – einen meiner Lieblingsleitgedanken – kennen Sie auch.

Wie bei jeder Krankheit des Körpers, der Seele und auch des Geistes, so ist es auch für die Firma wichtig, stets optimistisch zu bleiben, das Gute zu hoffen, nicht aufzugeben und alles dafür zu tun, dass man wieder gesund wird. Krankheiten gehören zum Leben und Krisen zum Geschäft. Solange ich mich erinnern kann, war immer irgendetwas, was man nicht unbedingt wollte, nicht brauchen konnte, aber trotzdem eintrat. Meine Strategie: Keine Panik schieben, in Ruhe und sachlich die Aufgaben erledigen und die Probleme energisch lösen. Mit

Beharrlichkeit und Zuversicht jeden Tag fleißig & motiviert - gerne auch fröhlich mit viel Humor - den Job erledigen. Informieren Sie sich, lernen Sie dazu, schauen Sie voraus und dann kräftig anpacken. Das empfehle ich uns.
Murphy's Law aus der Überschrift hat damit auch seinen Schrecken verloren. Wenn man etwas weiß, kann man sich auch darauf einstellen und ist nicht enttäuscht oder überrascht. Alles eine Frage der Einstellung zum Leben und zur Arbeit und natürlich auch eine Frage der Mentalität. Ich sehe es schon so, dass wir wegen Corona und Lockdown im Moment nicht sehr gesund sind. Deshalb haben wir absolut keine Zeit zum Ausruhen, kein Grund zur Zufriedenheit und schon gar kein Grund für spaßige Laubsäge-Arbeiten – dicke Bretter bohren ist angesagt, ihr Lieben! Ich hab's gern perfekt, Freunde, und nicht halbherzig…. Ich bin ein sehr schlechter Verlierer :-) – Ich möchte immer gewinnen, zusammen mit Ihnen und unseren Geschäfts–FREUNDEN in aller Welt!!!
Und deshalb bitte ich Sie, Projekte und Aktivitäten stets auch vom Ende her zu denken. Also vom Ergebnis her, von den Auswirkungen unserer Entscheidungen für alle Beteiligten. Von dem, was in der Konsequenz passiert, wenn man etwas beginnt. (Oder etwas unterlässt).

Bitte vorher gut überlegen, was es im Endeffekt für uns bedeutet, bevor alle Mann losrennen. (Oder stehenbleiben.) Was kostet ein Projekt in der Summe? Wie lange dauert so etwas? Was ist zu tun? Was bedeutet die Entscheidung für uns und für unsere Kunden? Und Gretchenfrage: Ist es überhaupt notwendig und sinnvoll? Planungshorizonte werden meistens zu kurzfristig angelegt. Wenn dann Dinge schief gehen oder wir von Ungeplantem überrascht werden, ist dies scheitern mit Ansage…. Bitte überlegen Sie dreimal, bevor Sie mit irgendetwas anfangen, was Sache ist, was passieren könnte, was das Ganze bedeutet, was es uns nutzt und was alles getan werden muss, um das Ziel zu erreichen! Auch unsere Ressourcen sind endlich…. Zeit ist Geld; und jede Form von Verschwendung eine Sünde.

Im Moment werden wir von allerlei unliebsamen Rahmenbedingungen gepeinigt. Im Grunde genommen kann man alle Verwerfungen auf das Corona-Virus und auf die damit einhergehenden Entscheidungen und Reaktionen der weltweiten Politik zurückführen. Die Angst vor der Angst….Die Panik vor der Panik und allzu menschliches, mitunter sogar irrationales Verhalten: Die Krankheit, die Wirtschaft und die Psychologie…. Den Salat haben wir jetzt in Form einer Wirtschaftskrise. Da beißt die Maus keinen Faden ab: Gewinneinbrüche in nahezu allen Branchen, bei tausenden von Unternehmen. Verluste, Konkurse, Kurzarbeit, Entlassungen. Einzelne Menschen, Firmen und ganze Länder werden in einen schrecklichen Abwärtsstrudel gezogen.

Was ist in Krisen zu tun? Absolute Konzentration auf das Wesentliche! Keine unnötigen Spielchen. Keine Verschwendung von Zeit und Geld. Und keine Zeit, um weißen Elefanten nachzujagen oder Wolkenkuckucksheime zu bauen. Wir brauchen jetzt die Pragmatiker, die Arbeiter, die Schaffer. „All hands on deck“ sagt man im Englischen, wenn aufgrund einer Krise jede einzelne Arbeitskraft dringend – eben zur Lösung dieser Krise – benötigt wird.

Ich sage es sehr deutlich: Wenn wir die nächsten Monate keine 100 % Höchstleistung abliefern, dann sind wir geliefert…. Bitte kämpfen Sie also zusammen mit mir weiterhin so famos und leidenschaftlich wie seit dem Ausbruch dieser Krise! Dafür danke ich Ihnen sehr herzlich!

Ihr
Ernst Prost

„Jobgarantie, Radio und Gitarre“

Geschäftsführer Ernst Prost mit einem Bekenntnis zum Standort Deutschland und zur Verantwortung für Arbeitsplätze

Verehrte Kolleginnen und Kollegen!
Bock auf klare, schnelle und harte Gitarrenriffs? Stolz auf zehn Jahre beste Marke? Klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Deutschland? Lust am Aufbruch? Eindeutig: Ja, ja, ja, ja! Und deshalb gibt es jetzt noch mal eine zweite Session mit unserem Spot im Radio. Gleich nächsten Montag geht’s los. Ab 6:00 Uhr früh gibt’s wieder was auf die Ohren :-) In Deutschland und in Österreich. In allen Sendern, die wir greifen konnten. 14 Tage lang, über Pfingsten hinweg, bis zum 7. Juni. Parallel zu unseren Fernsehspots, unseren Internetauftritten und zu unseren Print-Anzeigen! Das ist die geballte Ladung Werbepower.

Übrigens: am Samstag erscheinen wir in unseren Heimat-Zeitungen mit unserer sogenannten Mexiko Anzeige: „Öle und Hilfe aus Deutschland“..... Das sind WIR!

Weil wir Deutschen in diesem Frühling brav zu Hause sitzen, hören und sehen unsere Werbung auch mehr Menschen/Kunden als zu anderen Zeiten. Und: Weil viele andere Unternehmen nichts oder nicht viel machen, stechen wir auch signifikant aus dem Kreis der Werbetreibenden (und aktiven Firmen) hervor. Drei gute Gründe für die dreifache Werbepower von Liqui Moly! Bei der derzeitigen desolaten wirtschaftlichen Lage ist dies aber auch notwendig – damit überhaupt noch etwas geht! Gehen muss bei uns keiner. Das habe ich Ihnen versprochen. Meine Jobgarantie für Sie ist unumstößlich. Genauso unumstößlich wie unser Bekenntnis zum Standort Deutschland und zu unserer Verantwortung für Arbeitsplätze – in unseren Firmen in Ulm und Saarlouis, in unseren Auslandsgesellschaften genauso wie bei unseren Kunden in der ganzen Welt.
Jobgarantie, Radio und Gitarre - welch ein schönes & funktionierendes Gesamtkonzept. Ich liebe es!

Ich wünsche Ihnen einen schönen Feiertag!
Ernst Prost

Foto: Holger Karkheck

Aufbruch Zukunft / Ein Preis für Pioniere / Ideen die bewegen

Geschäftsführer Ernst Prost erklärt, weshalb FOCUS und LIQUI MOLY die herausragende unternehmerische Idee des Jahres auszeichnen werden

Liebe Mitunternehmer!

Jetzt braucht es Mut, Zuversicht, Optimismus, und Aufbruchstimmung!

Der Burda Verlag hat mich gefragt, ob wir solch eine deutschlandweite Kampagne, die auch mit einem Preis für Pioniere verbunden ist, unterstützen würden.
Für diese Antwort habe ich keine 2 Minuten gebraucht....

Nach dem Ausbruch des Virus brauchen wir jetzt den Aufbruch der Wirtschaft! Nach Lockdown den open Sky. Nach Rückwärtsgang den Vorwärtsgang. Nach mieser Stimmung nun Vision & Mission!
Offensichtlich ermutigen wir mit unserem Beispiel andere Firmen, aber auch die Medienlandschaft genau in diese Richtung zu denken und zu arbeiten.

Ein erstes Konzeptpapier zu dieser Aktion Aufbruch habe ich Ihnen vorhin zugeschickt. Sie sehen, diese Initiative von Focus und Liqui Moly wird bereits veröffentlicht. Der Burda-Verlag wird diese ganz hervorragende Maßnahme die nächsten Monate bis zur Preisverleihung begleiten.

Mit Visionen und Tatkraft die Krise meistern und zugleich Chancen nutzen um neue Märkte zu erschließen – darum geht es.
Ich wünsche Ihnen ein schönes Wochenende und grüße Sie wie immer sehr herzlich und dankbar.

Ihr
Ernst Prost

MIT UNTERSTÜTZUNG VON LIQUI MOLY

Ein Preis für Pioniere

Wer morgen bestehen will, muss heute vorangehen. Mit dem Innovationspreis **#Ideendiebewegen** zeichnen FOCUS und LIQUI MOLY die herausragende unternehmerische Idee des Jahres aus

Nach dem Ausbruch kommt der Aufbruch. Und der kann nur gelingen mit Mut, Optimismus und Ideen. Ideen, die unsere Wirtschaft und damit auch unser Land voranbringen, in eine bessere Zukunft bewegen. #Ideendiebewegen – so heißt die Initiative von FOCUS und LIQUI MOLY, um jene Unternehmer auszuzeichnen, deren Visionen und Tatkraft neue Märkte und neue Chancen eröffnen.

Im Rahmen der Burda-Kampagne #AufbruchZukunft ruft FOCUS einen Wettbewerb um die herausragende unternehmerische Innovation des Jahres aus. Eine Jury aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft wird die Idee mit dem größten Potenzial ermitteln – und den Machern dahinter einen Preis zuerkennen, der eine Million Euro

Partner von FOCUS: Der Mittelständler hat sich in seiner Branche (Schmierstoffe, Motoröle) den Ruf einer Weltmarke erkämpft. Die Corona-Krise begreift Firmenchef Ernst Prost als Chance für Wachstum und Erneuerung.

Die Regeln des Wettbewerbs

Die Innovation kann ein Produkt sein, ein Verfahren oder eine Dienstleistung. Sie sollte bereits am Markt erfolgreich eingeführt sein – zumindest aber sollte ihr Erfolg absehbar sein. Die Idee sollte sich möglichst dicht an den Interessen und Bedürfnissen der Kunden ausrichten, also „nah am Menschen“ sein.

#Aufbruch Zukunft

Bewerben kann sich jedes Unternehmen (egal, ob Start-up, Mittelständler oder großer Konzern), das seinen Sitz oder eine Niederlassung in Deutschland hat – und dort seine jeweilige Innovation, mit der es sich bewirbt, entwickelt hat. Die Teilnahme an dem Wettbewerb um den FOCUS-Innovationspreis ist kostenlos. Für Bewerbungen steht online ein Portal bereit unter: www.focus-magazin.de/ideendiebewegen.

Auch per E-Mail (innovationspreis@focus-magazin.de) sind Bewerbungen möglich. Bewerbungsschluss ist der 15. August 2020.

Preis im Wert von einer Million Euro

Die Juroren beurteilen die Innovationsleistung, die mit der jeweiligen Idee verbunden ist. Sie fragen nach Erfolg und Wirtschaftlichkeit – aber auch danach, wie stark die unternehmerische Neuerung auf die deutsche Wirtschaft ausstrahlt. Auch die FOCUS-Leser werden im Sommer nach ihren Favoriten gefragt. Der Gewinner des Wettbewerbs erhält Werbung im FOCUS und anderen Burda-Publikationen im Volumen von einer Million Euro. Eine Auszeichnung, die seine Innovation voranbringt. ■

Auf der folgenden Seite finden den kompletten Focus-Artikel zum Nachlesen.

Ein Preis für Pioniere

Wer morgen bestehen will, muss heute vorangehen. Mit dem Innovationspreis **#Ideendiebewegen** zeichnen FOCUS und LIQUI MOLY die herausragende unternehmerische Idee des Jahres aus

Nach dem Ausbruch kommt der Aufbruch. Und der kann nur gelingen mit Mut, Optimismus und Ideen. Ideen, die unsere Wirtschaft und damit auch unser Land voranbringen, in eine bessere Zukunft bewegen. #Ideendiebewegen – so heißt die Initiative von FOCUS und LIQUI MOLY, um jene Unternehmer auszuzeichnen, deren Visionen und Tatkraft neue Märkte und neue Chancen eröffnen.

Im Rahmen der Burda-Kampagne #AufbruchZukunft ruft FOCUS einen Wettbewerb um die herausragende unternehmerische Innovation des Jahres aus. Eine Jury aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft wird die Idee mit dem größten Potenzial ermitteln – und den Machern dahinter einen Preis zuerkennen, der eine Million Euro wert ist. Das Ulmer Unternehmen LIQUI MOLY ist bei diesem Wettbewerb der Partner von FOCUS: Der Mittelständler hat sich in seiner Branche (Schmierstoffe, Motoröle) den Ruf einer Weltmarke erkämpft. Die Corona-Krise begreift Firmenchef Ernst Prost als Chance für Wachstum und Erneuerung.

Die Regeln des Wettbewerbs

Die Innovation kann ein Produkt sein, ein Verfahren oder eine Dienstleistung. Sie sollte bereits am Markt erfolgreich eingeführt sein – zumindest aber sollte ihr Erfolg absehbar sein. Die Idee sollte sich möglichst dicht an den Interessen und Bedürfnissen der Kunden ausrichten, also „nah am Menschen“ sein.

Bewerben kann sich jedes Unternehmen (egal, ob Start-up, Mittelständler oder großer Konzern), das seinen Sitz oder eine Niederlassung in Deutschland hat – und dort seine jeweilige Innovation, mit der es sich bewirbt, entwickelt hat. Die Teilnahme an dem Wettbewerb um den FOCUS-Innovationspreis ist kostenlos. Für Bewerbungen steht online ein Portal bereit unter: www.focus-magazin.de/ideendiebewegen.

Auch per E-Mail (innovationspreis@focus-magazin.de) sind Bewerbungen möglich. Bewerbungsschluss ist der 15. August 2020.

Preis im Wert von einer Million Euro

Die Juroren beurteilen die Innovationsleistung, die mit der jeweiligen Idee verbunden ist. Sie fragen nach Erfolg und Wirtschaftlichkeit – aber auch danach, wie stark die unternehmerische Neuerung auf die deutsche Wirtschaft ausstrahlt. Auch die FOCUS-Leser werden im Sommer nach ihren Favoriten gefragt. Der Gewinner des Wettbewerbs erhält Werbung im FOCUS und anderen Burda-Publikationen im Volumen von einer Million Euro. Eine Auszeichnung, die seine Innovation voranbringt. ■

Die Jury

Dieses Gremium ermittelt den Gewinner des **FOCUS-Innovationspreises**

Jens Spahn
Bundesgesundheitsminister, CDU. Managt seit Monaten den Kampf gegen Corona – und verantwortet den Neustart des Landes mit

Monika Schnitzer
Professorin. Lehrt Volkswirtschaft in München. Mitglied des Rates der Wirtschaftsweisen, betont die ökonomische Kraft von Innovationen

Ernst Prost
Geschäftsführer der weltweit tätigen Liqui Moly GmbH (Schmierstoffe, Motoröle, Additive). Sieht die Krise als Chance

Ina Remmers
Mitgründerin und Geschäftsführerin des innovativen und erfolgreichen Nachbarschafts-Netzwerks nebenan.de

Victoria Ossadnik
Vorsitzende der Geschäftsführung des Energie-Unternehmens E.on. Das Unternehmen fördert und kooperiert mit Start-ups

Wolfgang Jenewein
Professor. Lehrt Betriebswirtschaft in St. Gallen. Forscht zur Führung von Change-Prozessen in Unternehmen. Coacht Top-Manager

Matthias Mey
Geschäftsführer der deutschen Textilfirma Mey. Das Familienunternehmen setzt auf Nachhaltigkeit und Innovationsgeist

Valentin Stalf
Mitgründer und Chef von N26, einer der am schnellsten wachsenden Smartphone-Banken Europas, revolutionierte die Branche

Fotos: Florian Generotzky, Philip Frowein/beide für FOCUS-Magazin, dpa, imago images, laif

FOTOS: BERNHARD HUBER FÜR PLAYBOY, SCHMITT+BECKMANN FÜR PLAYBOY

EDITORIAL

KRISENGEWINNER

„Crisis? What Crisis?“, so lautet der Titel eines Albums der britischen Popgruppe Supertramp, die in den 1970er- und 80er-Jahren mit Hits wie „Breakfast in America“, „Dreamer“ oder „The Logical Song“ weltweit Erfolge feierte. Der Schallplatten-Titel selbst ist ein Zitat aus dem Agententhriller „Der Schakal“ von 1973. Und wurde über die Zeit zum geflügelten Wort.

Crisis? What Crisis?, mag man sich fragen, wenn man sich mit Ernst Prost unterhält. Prost, Jahrgang 1957, ist Unternehmer, Werbefigur und Frohnatur in einem. Und wurde mit dem Verkauf von Motorölen zum Multimillionär. Als Chef des Ulmer Schmiermittelherstellers Liqui Moly erwirtschaftet er heute nicht nur mehr als 500 Millionen Euro im Jahr, sondern ist auch als streitbarer Talk-Gast inzwischen einer breiten Öffentlichkeit ein Begriff. Der 63-Jährige ist aber nicht nur verbal eine Ausnahmeerscheinung, auch in seinem Tun macht er dieser Tage den Unterschied. Hier genügt ein Blick auf die Marktsituation: Die Autoindustrie? Liegt coronabedingt am Boden. Der Ölpreis? Im Keller. Die Konkurrenten? Unsichtbar. Und Ernst Prost? Schüttet an seine rund 1000 Mitarbeiter eine sogenannte Erschwerniszulage aus – 1500 Euro pro Person. Und investiert in der größten Wirtschaftskrise der Nachkriegszeit kurzerhand zehn Millionen Euro zusätzlich in Werbung. Wie kann das sein?

Anfang Mai mache ich mich auf Spurensuche. In Leipheim, einer schwäbischen Kleinstadt, nur wenige Kilometer von Ulm entfernt, hat sich der Liqui-Moly-Chef niedergelassen. Wobei, niedergelassen trifft es nicht so ganz: Ernst Prost thront hoch oben über der 6000-Seelen-Gemeinde, in einer Festung – dem Schloss Leipheim. Hier lebt und arbeitet er. Aus Angst, sich mit Covid-19 zu infizieren, habe er seit zehn Wochen das Schloss nicht mehr verlassen, sagt Ernst Prost zur Begrüßung. My home (office) is my castle.

Stolz führt er die Besucher durch seine Gemächer. Hunderte von erotischen Skulpturen, goldenen Standuhren und anderen teils skurrilen Kostbarkeiten schmücken die Räume. Bis unter die Decke. Ernst Prost ist nicht nur ein besessener Arbeiter. Er ist ein passionierter Sammler. Vielleicht sogar eine Art Messi. Ganz sicher aber ein Mann, der sich seiner Verantwortung bewusst ist. Im Interview (ab Seite 70) verriet er mir, warum er sich selbst als Gutmenschen bezeichnet, wie ihn seine Jugend als Boxer stark machte und was ihn mit Playboy-Gründer Hugh Hefner verbindet.

Crisis? What Crisis?

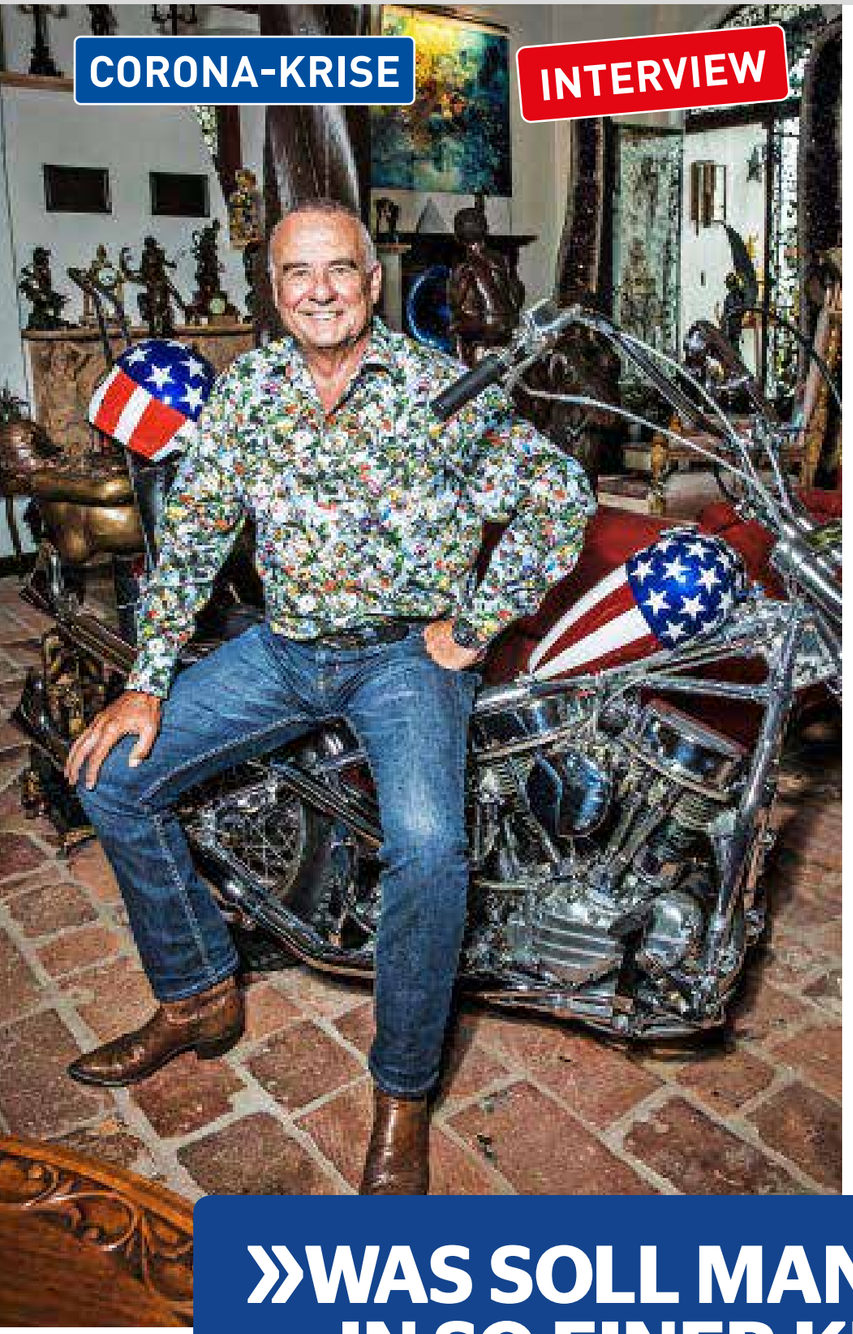
Ihr

Florian Boitin, Chefredakteur
boitin@playboy.de

WIE GEFÄLLT IHNEN DIE AKTUELLE AUSGABE?
Schreiben Sie mir Ihre Meinung unter *boitin@playboy.de.* Und bestellen Sie Ihr wöchentliches Update unter **www.playboy.de/newsletter**

SCHLOSSHERR UND HARLEY-FAN
Liqui-Moly-Chef Ernst Prost zeigt gern, was ihm lieb und teuer ist: mein Schloss, meine Harley, meine Meinung. Der 63-Jährige sagt von sich, er könne besser austeilen als einstecken. Und tut das nicht nur mit Worten. Ob Krisenprämien für Mitarbeiter oder Millionenspenden für Rettungsdienste – Ernst Prost möchte, dass sich die Leute bei seinem Namen an sein Lebensmotto erinnern: Schaffen, genießen und Gutes tun.

Playboy, Ausgabe 07/2020 (Erscheinungstermin 04.06.)



CORONA-KRISE

INTERVIEW

INTERVIEW

Er wurde mit Motorenölen zum Multimillionär: LIQUI-MOLY-CHEF ERNST PROST *macht immer wieder von sich reden – ob als erfolgreicher Unternehmer, großzügiger Gönner oder Mann klarer Worte*

text **FLORIAN BOITIN**
fotos **BERNHARD HUBER**

ZWEI UNIKATE
Harley-Fan Prost, 63, auf einem eigens angefertigten Nachbau aus dem Kultfilm „Easy Rider". Er ließ sich Originalteile der legendären „Captain America" aus den USA liefern. „Das Teil fährt selbstverständlich und hat deutschen TÜV", sagt er

»WAS SOLL MAN DENN IN SO EINER KRISE ANDERES MACHEN, ALS GAS ZU GEBEN?«

Der König der Schmierstoffe empfängt seine Gäste in diesen Tagen nicht in der Ulmer Firmenzentrale. Liqui-Moly-Chef Ernst Prost hat sich seit Wochen coronabedingt in seiner Burg verschanzt, einem historischen Schloss, das sich imposant über das idyllische Städtchen Leipheim erhebt. Der 63-jährige Schlossherr erwartet uns Playboy-Redakteure im Wintergarten seines Anwesens: mit breitem Grinsen, braun gebrannt und lässig gekleidet in Jeans, Hawaiihemd und Cowboyboots.

Herr Prost, Sie wurden schon als „Robin Hood der Wirtschaft" betitelt oder als edler Ölprinz …
… im „Handelsblatt" stand gerade „der rote Kapitalist".
Welches Etikett passt denn am besten auf Sie?
Ich hasse Etiketten. Ich hasse Schubladen. Ich hasse Vorurteile. Ich hasse alles, was versucht, Menschen festzunageln. Ich bin ein Mensch mit vielen Seiten. Und darum mag ich überhaupt kein Etikett.
Welche Seite mögen Sie an sich am liebsten?
Die des verantwortungsvollen, empathischen Visionärs mit Träumen, aber auch mit klaren Zielen und einer klaren Strategie. Das ist, was ich am meisten an mir mag. Zu verbinden. Unternehmerische Aktivität mit gesellschaftlichem Nutzen. Geld verdienen ja, aber ohne es anderen Leuten wegzunehmen.
Würden Sie sich als Gutmenschen bezeichnen?
Als sehr guten Menschen sogar.
Dennoch: Sie teilen verbal immer wieder mal deftig aus. Sind Sie auch gut im Einstecken?
Nein.
Das überrascht …
Als junger Mensch war ich sportlich, habe Fußball gespielt, unterste Liga, Absteigen ging nicht. Ich bin auch Marathon gelaufen. Und ich habe geboxt. Und da habe ich zum ersten Mal in meinem Leben festgestellt, ich bin tausendmal besser im Austeilen als im Einstecken. Andererseits muss man beim Boxen aber auch einstecken können. Ich habe gelernt, dass Offensive und Defensive zwei Seiten einer Münze sind. Man muss beides beherrschen.
Wie oft waren Sie im Berufsleben auf den Brettern und mussten dann wieder aufstehen?
Das ist genau der Punkt. Wenn man auf dem Boden ist, muss man wieder aufstehen. Das ist eine Lehre, die ich aus dem Boxen mitgenommen habe. Wir haben mit Liqui Moly bisher keinen einzigen Niederschlag erlebt, aber wir sind getaumelt, wir haben in den Seilen gehangen. Aber wir standen immer. Und ich persönlich auch. Also auch mal angeschlagen so wie zwölfte Runde gegen Klitschko *(lacht)*. Aber nie aufgeben, nie Handtuch werfen, nie auf den Brettern liegen bleiben. Sondern sich wieder hochkämpfen und weitermachen.
Sie waren schon „Macher des Jahres", „Automarkt-Manager des Jahres" oder auch „Mutmacher der Nation". Welche Auszeichnung bedeutet Ihnen am meisten?
Eigentlich keine. Ruhm und Ehre vergehen. So wie das Geld. Das sind alles Dinge, auf die ich nicht aus bin. Die wirklich entscheidenden Dinge eines Menschen sind nicht seine Titel und seine Auszeichnungen, sondern seine Taten.
Apropos Taten. Wie schon in der Finanzkrise agieren Sie auch diesmal antizyklisch. Während andere Kosten senken und nach staatlicher Hilfe rufen, zahlen Sie an Ihr Team eine sogenannte Erschwerniszulage von 1500 Euro je Mitarbeiter.
Richtig.
Und wollen in diesem Jahr zehn Millionen Euro mehr für Werbung ausgeben als geplant …
Kennen Sie die Musik des Radiospots? Gut, gell?
Äh, ja …
Das sind ein bisschen AC/DC-Anleihen.
Klingt wie ein Biker-Soundtrack.
Das bin ich. Die klaren Gitarren-Riffs, das ist gut. Das ist mein Lieblingslied. Gleich nach „Highway To Hell" *(lacht)*.
Warum kann Ihnen die Krise nichts anhaben? Was machen Sie anders als die anderen?
Was in drei Teufels Namen soll man denn jetzt in so einer Krise anderes machen, als Gas zu geben und anzugreifen? Wenn ich jetzt hier nur zurückziehe, dann verschlimmere ich doch die Auswirkungen dieser Krise noch viel mehr. Jetzt ist Gegenwehr gefragt. Ich muss mich doch jetzt mit aller Kraft in die Schlacht werfen.
Angriff ist also die beste Verteidigung?
Da unten in der Schublade *(zeigt auf den Couchtisch)* ist meine Blaupause für Krisen. Es ist natürlich auch ein perfekter Zeitpunkt, um die Konkurrenten anzugreifen. Wir leben in einem wettbewerbsintensiven Umfeld. Und nachdem es jetzt meine lieben Wettbewerber vorziehen, zu Hause zu bleiben, Home-Office zu machen, Kurzarbeit anzumelden, die Budgets zu streichen, ist das für mich die Gelegenheit zum Angriff.
Sie haben einen vorformulierten Krisenplan?

DER BURGHERR
Seit 2006 bewohnt der Unternehmer das Schloss Leipheim im Kreis Günzburg. Für 362.500 Euro hatte Prost die knapp 1000 Jahre alte Burgruine ersteigert und ließ sie aufwendig renovieren

Immer schon. Ich habe auch immer die Kriegskasse gefüllt. Es gibt einen Worst-Case-Plan. Und im Unterschied zur Bundesregierung schaue ich da ab und zu rein und mache dann auch, was da drinsteht. Schauen Sie sich um: Der Einzige, der arbeitet, ist der Anrufbeantworter! Und da heißt es dann: „Aufgrund von Arbeitsüberlastung sind wir gerade nicht in der Lage, Ihre Anfrage zu beantworten, rufen Sie doch nächste Woche noch mal an“ – oder nach der Krise. Was ist das für eine Gegenwehr? Jetzt heißt es kämpfen und arbeiten!

Was unterscheidet die Corona-Krise von der damaligen Finanzkrise?

Vieles. Bei der Finanzkrise damals ging es um wirtschaftlichen K. o., also nur um Geld schlussendlich. Aber jetzt geht's um Leben und Tod.

Sie sind Anfang 60. Wovor haben Sie mehr Angst: sich mit dem Virus zu infizieren oder vor den wirtschaftlichen Folgen?

Ja, ich bin in der Risikogruppe. Und meine Lunge gehört jetzt nicht gerade zu meinen stärksten Bauteilen. Das ist auch ein Grund, warum ich schon seit zehn Wochen hier das Haus nicht mehr verlassen habe.

Sie sprechen bei Ihren Mitarbeitern immer von Mitunternehmern. Warum beteiligen Sie eigentlich Ihre Angestellten nicht auch wirtschaftlich am Unternehmen?

Das wollen die nicht. Dann müssten sie ja auch das Kapitalrisiko tragen. So, wie es jetzt ausschaut, werden wir heuer womöglich Verlust machen, zumindest aber keinen großen Gewinn. Und das wäre für manche Leute persönlich dann nicht so leicht zu schultern. Es ist noch nicht jeder bereit, Unternehmer zu sein mit eigenem Investment. In Deutschland haben wir, glaube ich, insgesamt nur noch drei Prozent der Hochschulabgänger, die sich selbstständig machen wollen.

Woran liegt das?

An unserer Mentalität. Anders als in den USA. In Deutschland hat man ja auch starke Absicherungssysteme. Rentenanspruch, Krankenkasse oder Arbeitslosengeld. Die mag man nicht so gern verlieren.

Laut „Spiegel“ waren Sie 2001 der Unternehmer mit den meisten TV-Auftritten. Nach dem 2012 vom „Stern“ enthüllten E-Mail-Skandal *(in einer Rundmail an die gesamte Belegschaft beschuldigte Prost einen leitenden Mitarbeiter, die Firma betrogen zu haben, d. Red.)* sagten Sie, dass Sie sich künftig komplett aus der Öffentlichkeit zurückziehen wollen: keine Talkshows mehr und auch keine Werbung mehr. Warum haben Sie sich jetzt dazu entschlossen, wieder persönlich in den Medien präsent zu sein?

In einer Krise ist persönliches Leadership dringend notwendig. Deshalb gehe ich wieder voran, deshalb mach ich mich auch wieder nackig in der Öffentlichkeit. Ich bin dadurch natürlich auch wieder angreifbarer. Ich habe damals nach dem Ärger gesagt, ich will lieber meinen Frieden als den Trubel der Talkshows. Und das hatte ich dann von einem Tag auf den anderen. Ruhe und Frieden anstatt Ruhm und Ehre. Aber jetzt in der Krise sehe ich halt deutlich, wie sich die Leute wieder nach einem Anführer umschauen und sagen, Mensch, was machen wir denn jetzt bloß? Die Ängste sind groß. Da ist es gut, wenn der Kapitän auf der Brücke steht und sagt, wo es langgeht.

Sie haben 2018 Ihre Firmenanteile an die Unternehmensgruppe Würth verkauft …

Da geht es um eine langfristige Absicherungsstrategie. Egal, was mir passiert, der Firma passiert nichts. Warum Würth? Wir hatten Angebote von Shell, von Esso, von Mobil, von BP, alle wollten uns kaufen. Und dann aussaugen und filetieren. Das kam für mich nicht infrage. Würth ist eine Stiftung. Die Firma ist also geschützt vom Zugriff von außen. Und da hab ich gesagt, in diesen Firmenverbund von 400, 500 Unternehmen passen wir mit Liqui Moly super rein. In der Eigenständigkeit mit unserer eigenen Unternehmenskultur, gewachsen in 60 Jahren, sind wir in dem Flottenverband Würth tausendmal besser aufgehoben als in irgendeinem großen Laden, der uns entmannen, entseelen und entbeinen will.

Sie haben im Rahmen des Verkaufs jedem Ihrer 835 Mitarbeiter je 11.000 Euro Prämie gezahlt.

Ich nenne die Zeit auch die goldenen Fünfziger. Da hatten wir drei Jahre hintereinander immer 50 Millionen Gewinn vor Steuern gemacht. Und dann gibt es eben fette Prämien. Ich habe das deshalb auch „fette Beute“ genannt. Und die zu verteilen heißt eben, auch den Soldaten etwas zu geben.

Wie lange wollen Sie noch Mr Liqui Moly sein?

Das ist eine gute Frage. Ich fürchte, ich werde irgendwann mal in meinen Cowboystiefeln sterben, und der Schädel wird auf die Schreibtischplatte knallen. Weil ich halt nicht loslassen kann. Liqui Moly, das ist schon wie eine Droge. Für mich ist die Arbeit ein Lebenselixier.

Woran sollen sich die Menschen einmal bei dem Namen Ernst Prost erinnern?

Ich möchte nicht als Arschloch sterben. Ich würde mir wünschen, dass sich die Menschen an das erinnern, was ich verkörpere: schaffen und Gutes tun.

Sie sind ein religiöser Mensch und sprechen sehr viel über Werte. Ist an Ihnen nicht ein Pfarrer verloren gegangen?

Ein Priester muss das Zölibat beachten. Das wäre jetzt wieder nichts für mich *(lacht)*. Ich möchte mir aber auch nicht anmaßen, von der Kanzel runter zu predigen wie die Leute zu sein haben. Ich bin vielmehr davon überzeugt, dass man durch Vorleben mehr bewegen kann. Mir gefällt die Arbeit mit unseren Stiftungen. Darum kümmert sich ja meine Kerstin, ich gebe nur das Geld dazu.

Wer wird mal Ihr ganzes Vermögen erben?

Ich habe vor 30 Jahren ein Testament verfasst. Das muss ich allerdings immer wieder umschreiben *(lacht)*. Wir haben eine große Familie mit einem Haufen Kinder. Auch meine Stiftungen sind bedacht. Und ein paar gemeinnützige und wohltätige Organisationen.

Was war der wichtigste Rat, den Sie bekommen haben in Ihrem Leben?

Ich glaube, ich habe etwa 775 Leitsätze, an denen ich mich festhalte. Aber ich zitiere immer gern meine Großmutter, die hat ja mehr zu meiner Erziehung beigetragen als meine Eltern.

Sie haben sich als Kind mit Ihrer Großmutter lange Zeit sogar ein Zimmer geteilt.

Na klar, das war damals halt so. Da hat nicht jedes Kind ein Kinderzimmer gehabt. Diese heutigen Corona-Quarantäne-Zustände haben wir früher ganz normal gehabt.

Auf welche Erfahrung hätten Sie gerne verzichtet in Ihrem Leben?

Auf nichts. Schauen Sie, ich habe als Jugendlicher eine schlimme Akne bekommen. Da stand ich schon kurz vorm Selbstmord, weil ich es psychisch nicht mehr ertragen habe. Ich sah aus wie ein Schwein mit dieser Akne. Da gab es in München einen Professor, eine Koryphäe auf dem Gebiet. Da hatte ich dann das Vergnügen als Musterexempel für ganz schlimme Akne im Hörsaal vor den Studenten zu stehen. Man hat mir Eigenblut gespritzt, ich hab die Antibabypille nehmen müssen. Meine Haut hat sich geschält, ich habe sechs Wochen in der Dermatologischen gelegen. Und wäre beinahe gestorben, weil ich hohe Dosen Erythromycin bekam, ein Antibiotikum.

Klingt fürchterlich …

Ich denke heute, dass diese Akne dennoch auch was Gutes hatte. Ich bin durch sie als Mensch gereift, und sie hat in mir Mitgefühl und Empathie erzeugt. Und ich hab auch gelernt, mich zurückzukämpfen nach diesen Niederschlägen. Ich denke, solche Prüfungen im Leben sind sogar ganz wichtig.

Zu den schöneren Dingen im Leben: Sie sind seit Mai 2004 als Playboy-Abonnent geführt. Können Sie sich an Ihren allerersten Playboy erinnern?

Leider nicht. Das ist durchaus etwas, das mich quält *(lacht)*. Ich denke, ich habe den Playboy seit 45 Jahren abonniert. Und ich hatte in meiner ersten eigenen Wohnung die Wände tapeziert mit den Centerfolds.

Was haben Ernst Prost und der Playboy gemein?

Das klingt jetzt vielleicht doof, aber ich liebe das Interview. Wenn die neue Ausgabe kommt, lese ich das als Erstes. Gespräche mit interessanten Leuten, die auch nichts mehr zu verlieren haben, so wie ich. Ist doch echt klasse, wenn man sagen kann, hey, ich bin 63, ich sage jetzt einfach, was ich denke. Und ich fand den Playboy immer schon politisch, eine klassenkämpferische Zeitschrift. Der Herr Hefner hat immer gegen Rassismus und für Emanzipation gekämpft. Und er hat den Spagat beherrscht zwischen den schönen und ernsthaften Dingen des Lebens. Man muss auch nicht immer einer Meinung sein, darum geht es gar nicht. Sondern dass man auch mal kritisch Dinge hinterfragt, sich gegen Missstände wehrt. Aber auch sagt, wofür man ist. Dass man für etwas eintritt und damit was bewegt. Ich denke, das haben Playboy und ich gemeinsam.

DER SAMMLER
Prost ist nicht nur ein leidenschaftlicher Gesprächspartner (hier mit Freundin Kerstin und Playboy-Chef Florian Boitin), sondern ein ebenso passionierter Sammler: Neben einem Dutzend Harleys schmücken Hunderte Skulpturen und Antiquitäten sein Zuhause

»ICH WERDE IRGENDWANN MAL IN MEINEN COWBOY-STIEFELN STERBEN«

DER ANFÜHRER
Ernst Prost begann 1990 als Vertriebsleiter beim Ulmer Motoröl- und Schmiermittelunternehmen Liqui Moly. Schrittweise übernahm der gelernte Kfz-Mechaniker die Firma und verkaufte seine Anteile 2018 an die Unternehmensgruppe Würth. Firmenchef Prost nennt seine Mitarbeiter Mitunternehmer und zeigt sich trotz aktuell 50 Prozent Umsatzrückgang spendabel: Jeder seiner Angestellten erhielt in der Krise 1500 Euro „Erschwerniszulage“

FOTO: LIQUI MOLY

„Wer ernten will, muss säen."

Liqui-Moly-Geschäftsführer Ernst Prost

Der Schmierstoffhersteller Liqui Moly hat eine neue Werbekampagne gestartet, mit dem Ziel, eine Milliarde Kontakte in über 100 Ländern auf die Öle und Additive made in Germany aufmerksam zu machen. FREIE WERKSTATT hat den Unternehmer Ernst Prost zu der aktuellen Situation interviewt.

Flagge zeigen: „Wir gehen in die Welt hinaus und werben für Öle und Additive made in Germany." LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost.

Herzlichen Glückwunsch zunächst Herr Prost für die Wahl zur besten Ölmarke – eine Auszeichnung von Autofahrern über auflagenstarke Verbraucherzeitschriften – und auch für die starke PR-Arbeit in der Corona-Krise. Die einen sperrten im März sofort die Marketingkonten, Sie aber erhöhten das Werbebudget. Clever, antizyklisch zu werben. Wie war das Schmierstoffgeschäft im letzten Monat für Liqui Moly? Hat sich die PR bereits als positive Botschaft im B2C- und B2B-Bereich bemerkbar gemacht?

Prost: Danke. In der Tat, zur Zeit läuft es. Alles kein Zufall. Sondern das Ergebnis harter und vor allem langer Arbeit. Ich mag's halt nicht so kurzfristig und hauruckmäßig. Mir sind lang angelegte und langfristige Konzepte 1000 Mal lieber. Die muss man aber auch durchhalten. Und wenn Gegenwind kommt dann nicht sofort wieder umdrehen, sondern weiter machen. Erst recht weitermachen. Genau das tun wir jetzt. Tag und Nacht – sieben Tage die Woche. Wir sind für unsere Kunden da. Nicht nur halbtags oder per Anrufbeantworter, sondern persönlich wie immer. Das wissen unsere Partner zu schätzen. Wir haben viel mehr Anfragen auf unserer Technik-Hotline als sonst. Das hat zwei Gründe: Wir sind erreichbar und manch anderer eben nicht mehr. Jeden Tag beantworte ich selbst Dutzende von Zuschriften. Autofahrer und Werkstätten wollen nach wie vor kommunizieren, haben nach wie vor Fragen an uns oder wollen uns zu unseren Aktivitäten gratulieren. Und deshalb ist es nicht clever, weiter zu machen - wie sie meinen, liebe Frau Pfleging - sondern es ist nur dumm, aufzuhören oder nachzulassen.

Über die regionalen Sender haben Sie laut Pressemeldung Ihren Spot über 7.000 Mal bundesweit gefunkt „Liqui Moly Motorenöle – made in Germany." Werden sich Ihr Engagement und Ihre Investitionen langfristig rechnen, d. h. wird die Marke Liqui Moly nachhaltig für Autofahrer*innen und Werkstattinhaber*innen sein – obwohl die Eigenmarken (und damit der günstigere Preis) zunehmen?

Prost: Wissen Sie, die Menschen wollen ja nicht billig einkaufen, sondern für ihr sauer verdientes Geld, was Gescheites bekommen. Wir waren noch nie die billigsten. Dafür aber immer bemüht, unser Bestes zu geben. Das honoriert der Kunde. Ein Autofahrer liebt sein Auto, für das er in der Regel eine Stange Geld hingeblättert hat. Warum soll er mit einem Billigöl das Risiko eingehen, seinem geliebten Schätzchen nicht das Beste zu gönnen? Die Autofahrer in der ganzen Welt vertrauen uns, unserer Qualität und sind auch bereit dafür, den einen oder anderen Euro mehr zu bezahlen. Diese Preis-Akzeptanz wissen unsere Werkstattpartner zu schätzen und zu nutzen. Ich glaube, dass kein Hersteller in Deutschland so viel für seine Werkstatt-Kunden an Zusatzleistungen erbringt wie wir. Das macht uns große Freude und es mündet auch in eine Win-Win-Situation für beide. Wenn es meinem Werkstattkunden gut geht, geht es auch mir gut. Deshalb tun wir alles dafür, um unsere Kunden glücklich zu machen. Natürlich muss man da auch Geld in die Hand nehmen und ordentliche Summen in den Markenaufbau und in die Markenpflege investieren. Auch davon profitieren unsere Werkstätten - wenn sie sich als Partner unserer Marke an ihrem Standort präsentieren.

Am 6. Mai wurde die Automechanika ebenso die IAA für 2020 abgesagt, internationale Plattformen, die für Liqui Moly eine wichtige Kontaktbörse sind, wie wirkt sich der Ausfall auf den Vertrieb aus?

Prost: Die Absage der Automechanika juckt uns wenig. Viel schlimmer empfinde ich es, dass die vielen Hausmessen unserer Handelspartner nicht stattfinden. Auf diesen Veranstaltungen haben wir immer hervorragende Geschäfte mit unseren Werkstattkunden eingetütet. Diese menschlichen Begegnungen mit Männern und Frauen, die ich seit Jahrzehnten kenne, vermisse ich sehr. Wir machen jetzt viel Business und jede Menge Schulungen und Informationsveranstaltungen für unsere Werkstattkunden über das Internet. Aber nichts ersetzt die persönlichen Kontakte.

Ich kann überhaupt nicht bestätigen, dass irgendetwas überhaupt ausgefallen sei. Selbst als unsere 120 Mann starke Verkaufstruppe zu Hause bleiben musste, haben wir Aufträge geschrieben. Kumuliert liegen wir nach vier Monaten bei einem Umsatzplus von 11 % und die ersten paar Tage im Mai sind genauso gut oder so schlecht wie das Vorjahr. Ehrlich gesagt hat mich die ERP-Problematik, die wir letztes Jahr hatten, mehr genervt als in diesem Jahr Corona. Für Corona können wir nichts, aber diese Lieferschwierigkeiten im letzten Jahr haben wir uns schon auch selbst zuzuschreiben.

Die Messen bieten den Herstellern auch immer die große Bühne, sich mit neuen Produkten Öffentlichkeit zu schaffen, wollen Sie schon sagen, welche Neuigkeiten für 2020 geplant sind?

Prost: Die Zeiten, in denen wir auf eine Messe warten, um Neuheiten vorzustellen, sind schon lange vorbei. Auch bei dieser Aufgabe hilft uns das Internet enorm. Ich kann und will nicht mehr bis September warten, um ein neues Produkt vorzustellen. Jede neue Entwicklung, jede Produktverbesserung, die wir realisieren, wird am nächsten Tag zur Marktreife gebracht und übermorgen bereits verkauft.

Zeit ist Geld und Wettbewerbsvorsprung.

Abschließend möchte ich noch wissen, wie sich Liqui Moly auf den Schmierstoffmarkt der Zukunft einstellt. Welche Trends in der Motorenölentwicklung sind bereits sichtbar? Wird sich die Bandbreite der Öle weiter erhöhen und werden maßgeschneiderte Konzepte an Wachstum gewinnen?

Prost: Sie sagen es, liebe Frau Pfleging. Die Bandbreite der Öle wird immer größer. Für uns ist das eine richtige Herkules-Aufgabe. Aber wir beherrschen die Nummer. Gegenüber früher hat der Ölmarkt gewaltige Eintrittsbarrieren aufgebaut. Mal schnell irgendein Mineralöl zusammen mischen und in Kanister abfüllen, um es dann unter irgendeiner Marke oder besser gesagt Müllmarke zu verscheppern, ist nicht mehr. Wir haben ein gutes Dutzend Spezialisten in unserem Labor beschäftigt, die nichts anderes machen als unsere Produkte weltweit den Anforderungen der Automobilhersteller anzupassen. Ein weiteres Dutzend Fachleute kümmert sich darum, dass wir alle Vorschriften, Auflagen, Import-Bestimmungen und sonstige Anforderungen zu 100 % gesetzeskonform erfüllen. Auch das ein Herkules-Job. Aber wenn man es beherrscht, hat man einen gewissen Wettbewerbsvorteil vor den Firmen, die möchten aber nicht können. Je schwieriger ein Markt ist, umso mehr hat man Ruhe vor Dilettanten oder Firmen, die nur den schnellen Profit suchen.

Jetzt zu unseren Schneiderkünsten. Ich habe es schon immer geliebt, zusammen mit meinen Kolleginnen und Kollegen für alle unsere Kunden maßgeschneiderte Konzepte zu entwickeln. Das ist doch das Salz in der Suppe eines jeden Marketingverliebten. Sehen Sie, wir sind in 150 Ländern dieser Erde aktiv. Zwei Drittel unseres Geschäftes machen wir bereits außerhalb Deutschlands. Sie glauben doch nicht, dass man mit ein und demselben Strickmuster alle Menschen auf dieser Erde begeistern kann... Und so vielfältig wie die Welt ist, so vielfältig ist auch unsere Branche in Deutschland. Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Und es gibt eben 1.000 verschiedene Fische. Also haben wir auch 1.000 verschiedene Köder in unserem Angelkasten.

Mit einem Öladditiv in 1957 gestartet, hat LIQUI MOLY sein Sortiment im Laufe der 60 Jahren stetig ausgebaut. Seit 2006 im Unternehmensverbund mit Meguin und damit eigenem Ölwerk sind die Umsatzzahlen gestiegen, so dass – Stand 31.12.2019 – ein Umsatz vom 569 Mio. € vorzuweisen ist. 2018 verkaufte der geschäftsführende Gesellschafter Ernst Prost seine Anteile an die Würth-Gruppe, ist aber weiterhin Geschäftsführer von LIQUI MOLY.

https://epaper.freiewerkstatt.digital/de/profiles/71dad409b07d/editions/565588ed-02456c2a1c18/pages/page/8

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

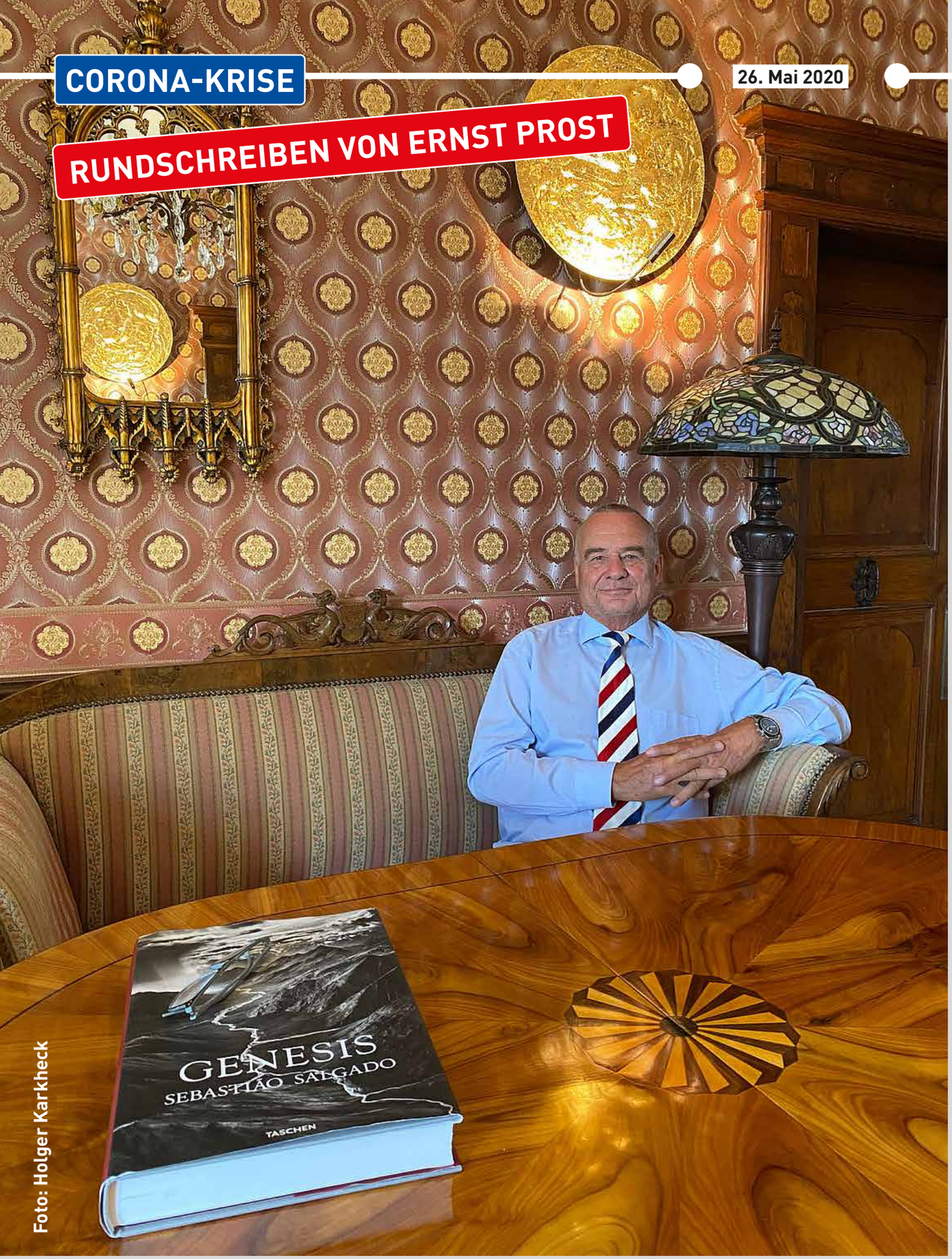


Foto: Holger Karkheck

Made in Germany und Leben in Germany

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über das Privileg, in Deutschland leben und arbeiten zu können

Guten Morgen, liebe Kolleginnen und Kollegen,
seit fast 30 Jahren diene ich unseren Firmen Liqui Moly und Meguin in Ulm und Saarlouis. In beiden Städten habe ich in all den Jahren äußerst liebenswerte, freundliche, höfliche und sympathische Menschen getroffen. Gut erzogen und gut gelaunt :-) Alle unsere Gäste aus der ganzen Welt, die ich herzlich willkommen heißen durfte, waren angetan von der positiven Stimmung und Atmosphäre in unseren Städten und der Freundlichkeit der Menschen. Ja, wir Deutschen werden um unser Land, um unser Leben und um unsere gesellschaftlichen Strukturen beneidet. Freiheit, Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, ärztliche Versorgung, soziale Absicherung, aber auch Kultur und Freizeitangebote in unserem Lande sind einmalig in der Welt.

Natürlich kann man immer alles besser machen, und darum bemühen sich ja alle rechtschaffenen und wohlmeinenden Kräfte in unserer Gesellschaft. Aber wenn man sich die Welt und die einzelnen Länder so anschaut, darf man schon zu dem Schluss kommen, dass es uns Deutschen ganz hervorragend geht und wir in einem wunderbaren Land leben.

Wenn ich mir das Gesundheitssystem in den USA ansehe, den Lebensstandard in Südamerika, die fehlende Presse- und Meinungsfreiheit in weiten Teilen Asiens, die katastrophalen Zustände in Afrika und auch manche Defizite in Europa, verstehe ich immer wieder sehr gut, warum uns die Menschen anderer Länder beneiden. Mit unseren Kunden spreche ich oft über die unterschiedlichen Lebensbedingungen in den verschiedenen Ländern. Altersversorgung, soziale Absicherung, unternehmerische Freiheiten, abgesicherte Arbeitsplätze, staatliche Fürsorgeprogramme, Infrastruktur, Bildung, Grundrechte – weitgehend Fehlanzeige. Vielleicht noch eine Handvoll Länder weltweit, die es mit unserem Standard aufnehmen können.

Auch die viel gescholtene deutsche Bürokratie wird in manchen Ländern herbeigesehnt, um Rechtsstaatlichkeit, Ordnung und auch Sicherheit in allen Fragen des Lebens für die Menschen zu garantieren. Gerade in diesen Tagen der weltweiten Corona-Bekämpfung erhalten wir aus dem Ausland eine enorme Zustimmung zu unseren Maßnahmen, die wir treffen, und zu unserem erfolgreichen Umgang mit der gesundheitlichen und wirtschaftlichen Krise. Trotz aller Meinungsunterschiede, die im Grunde ja nur die normale Meinungsvielfalt von 82 Millionen Menschen abbilden – wie es in einer Demokratie völlig normal ist und die man auch locker aushalten kann – haben wir in Deutschland einen gesellschaftlichen Konsens, der uns als Gemeinschaft eher zusammengeschweißt als auseinander treibt. Ich denke, wir alle können stolz darauf sein, was wir aus diesem Land gemacht haben (und immer noch machen) und wie gut es sich hier im internationalen Vergleich leben lässt. Ich möchte in keinem anderen Land dieser Welt leben und arbeiten.

Made in Germany und Leben in Germany.
Großartig !

Herzlichst
Ihr
Ernst Prost

CORONA-KRISE

RUNDSCHREIBEN VON ERNST PROST

28. Mai 2020

Foto: Holger Karkheck

Never lay all your eggs in one basket

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über nachhaltige Risikostreuung

Guten Morgen, sehr verehrte Kolleginnen und Kollegen,

vor einem Vierteljahrhundert hatten wir eine Handvoll Produkte, eine Handvoll Kunden, fünf Lieferanten und drei Banken. Wenn ich mich recht erinnere waren wir nicht mehr als 116... Eine der Banken hat uns den Kredit gekündigt, unser Hauptlieferant wollte nicht mehr für uns produzieren und die größten aller Kunden haben uns ausgelistet, weil die Firma Valvoline die Mörder-Kohle auf den Tisch gelegt hat, um uns fertig zu machen. Export fand gerade mal in einem guten dutzend Länder statt und die Marke war noch nicht einmal weltweit auf uns angemeldet.... Alles noch gar nicht so lange her.....

Aus Erfahrung wird man klug. Der Mensch ist ein Produkt seiner Erfahrungen.... Warum ich Abhängigkeiten hasse, wissen Sie jetzt. Abhängigkeiten können tödlich sein. Im Nachhinein bin ich für all diese Schläge sehr dankbar. Heute brauchen wir keine Bank, haben tausende von Kunden und tausende von Produkten in 150 Ländern dieser Welt. Risiko-Splitting und das Vermeiden von Klumpen-Risiko habe ich ganz oben auf meiner Agenda stehen. Damit nix passiert, wenn was passiert... Internationalisieren, diversifizieren und multiplizieren – mit diesem dreifachen Befreiungsschlag sind wir aus der damaligen, höchst gefährlichen Monostruktur herausgekommen und haben heute in jeder Richtung ein stabiles, nachhaltiges und sicheres Gefüge aufgebaut!

„Ein bisschen was geht immer." Jetzt bewährt sich dieser Leitgedanke. Weil wir 4.000 unterschiedliche Produkte in unterschiedliche Märkte, in 150 unterschiedliche Länder verkaufen, haben wir immer noch was auf dem Zettel stehen. „Wo eine Tür zugeht, geht eine andere auf." Pkw, Lkw, Motorräder, Boote, Fahrräder, Rasenmäher, Baumaschinen, Landmaschinen, Flugzeuge, Industrieanlagen, stationäre Dieselmotoren und und und. Überall, wo ein Motor werkelt und ein Fahrzeug (oder eine Werkstatt) optisch und technisch in Schuss bleiben soll, sind wir gefragt. Ich liebe Risiko-Splitting. Es verschafft Sicherheit anstatt schlaflose Nächte und ist die Königsdisziplin umsichtiger Unternehmensführung.

Jetzt geht es nur noch darum, unsere vielfältigen Möglichkeiten klug und konsequent auszuschöpfen. Fleißige Verkäufer ganz vorneweg (da haben wir die besten der Welt), differenzierte Vertriebsstrategien, länderspezifisches Marketing und ein individuell angepasstes Produktportfolio helfen uns in normalen Zeiten zu zweistelligen Wachstumsraten – und in Krisen zu überleben....

International, national, regional und lokal holen wir unsere Kunden ab. Dort, wo sie zu Hause sind. Das kann die Welt sein oder die Heimat. Oder beides – weil beides zusammengehört..... Wie Henne & Ei. Aber nie alle Eier in einen Korb legen....

Ihr
Ernst Prost

MARKT INTERN **AUSZEICHNUNG**

LIQUI MOLY-Chef ist bester Automarkt-Manager 2019/2020

Befragung des Auto-Fachhandels durch das Branchenblatt Markt intern bringt Ernst Prost an die Spitze

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost ist der beste Automarkt-Manager 2019/2020. Das hat eine Befragung des Auto-Fachhandels durch das Branchenblatt Markt intern ergeben. „Diese Auszeichnung ist eine Zusatzmotivation für meine ganze Mannschaft“, sagt Ernst Prost.

Jedes Jahr bittet Markt intern seine Leser, die Manager im Auto-Fachhandel und ihre Arbeit zu bewerten. Bewertet wurden über 50 Verantwortliche bei Autoherstellern und Zulieferern genauso wie bei Versicherungen und Banken. Dieses Jahr wählten die Auto-Fachhändler Ernst Prost an die Spitze. Als Gründe führten sie unter anderem an: „Vorbildliches Bekenntnis zum Produktionsstandort Deutschland“, „Prost und sein Team pflegen seit Jahren eine sehr partnerschaftliche Kooperation mit uns Händlern“ sowie „Prost ist ein leidenschaftlicher und wortstarker Repräsentant der Autobranche“.

„Der Preis, die Wahl der Leser, die Platzierung ganz oben auf dem Treppchen, die dauerhaften Erfolge, die nachhaltigen Ergebnisse sind für mich wie Nahrung. Nahrung in höchst schwierigen Zeiten“, so Ernst Prost. „Diese Auszeichnung ist mir willkommen wie dem Verdurstenden ein Glas Wasser. Eine enorm harte Durststrecke liegt hinter uns und eine genauso anspruchsvolle noch vor uns. Wir kämpfen seit Wochen und Monaten gegen ein kleines Virus und gegen große Probleme.“

Seit 2010 ist Ernst Prost in dieser Umfrage stets unter den Top 6, landete im vergangenen Jahr auf dem zweiten Platz und schaffte es 2012 schon einmal an die Spitze. „Dieser erneute Titelgewinn ist natürlich eine weitere große Anerkennung für Prost, seine enormen Leistungen als Unternehmer und seine ganz enge Verbindung zum Auto-Mittelstand“, schreibt Markt intern.

■ **Liqui Moly-Geschäftsführer Ernst Prost wird von den Händlern mit der Top-Note 1,52 auf Rang 1 gewählt** und gewinnt damit diesen Manager-Wettbewerb nach 2012 schon zum zweiten Mal! Seit 2010 ist Prost immer in den Top 6 und 2019 Zweiter mit **Jörn Everhard** und **Thomas Hanswillemenke**. Dieser erneute Titelgewinn ist natürlich eine weitere große Anerkennung für Prost, seine enormen Leistungen als Unternehmer und seine ganz enge Verbindung zum Auto-Mittelstand. **Kfz-Fachhändler würdigen Ernst Prost:** ■ *„Vorbildliches Bekenntnis zum Produktionsstandort Deutschland“* ■ *„Prost und sein Team pflegen seit Jahren eine sehr partnerschaftliche Kooperation mit uns Händlern“* ■ *„Prost ist ein leidenschaftlicher und wortstarker Repräsentant der Autobranche“*. **'mi' gratuliert!** Schon 2012 hat Ernst Prost von 'mi' den 'Unternehmerpreis des Deutschen Mittelstandes' als *„herausragender Unternehmer mit sozialem Gewissen“* erhalten (A 47/12).

Ernst Prost
© Liqui Moly

markt intern Automarkt & Tankstelle 22 | 2020

Der vertrauliche Brancheninformations- und Aktionsbrief ■ aktuell ■ kritisch ■ unabhängig ■ anzeigenfrei ■ international

Ausgabe Nr. A 22/20 | Düsseldorf, 26. Mai 2020 | 47. Jahrgang | ISSN 1431-3316

Schwerpunkt der heutigen Ausgabe, sehr verehrte Leserin, sehr geehrter Leser, ist die Präsentation der Ergebnisse des jüngsten von 'mi' durchgeführten Manager-Leistungsvergleichs. Über diesen 3-Seiten-Aufmacher hinaus bitten wir Sie um Ihre Aufmerksamkeit für diese Themen: ■ Hochspannung vor den Mai-Zahlen ■ Ihre Forderungen an Hersteller und Importeure ■ Kampf für mehr Kaufkraft des Konsumenten ■ Händler-Kommentar zum lokalen Daten-Service ■ Nächste 'ICH KAUF GERN VOR ORT'-Kampagne ■ Autokauf-Prämien ■ Cheftipp Seite 4 – zuerst:

Manager-Leistungsvergleich 2019/2020: Noten von 1,52 bis 3,36

Heute veröffentlichen wir die Ergebnisse im **Wettbewerb 'Beste Automarkt-Manager 2019/2020'**. Die Bewertungen von Führungskräften der Kfz-Branche sind das Resultat der Befragung des Auto-Fachhandels, die 'mi' vom 4.2.2020 bis zum 15.5.2020 durchgeführt hat (siehe A 06/20, A 18/20).

Dieser Härte-Test würdigt seit der Branchen-Premiere 2005 jährlich vorbildliches Engagement pro Kfz-Handel. Auch die Missachtung existenzieller Händler-Interessen wird dokumentiert. **Die zentralen Ziele des Wettbewerbs sind:** ■ **2005:** Ex-Skoda-Geschäftsführer **Dieter Sitz** (A 23/05) ■ **2006:** Ex-Hyundai-Chef **Karl-Heinz Engels** (A 26/06) ■ **2007: Dr. Dieter Zetsche**, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG (A 50/07) ■ **2008: Andreas Finkenberg**, da-mals Vorstandsvorsitzender der Santander Consumer Bank (A 10/09) ■ **2009: Marion Johl**, Ex-Generalbevollmächtigte der Santander Consumer Bank (A 07/10) ■ **2010: Imelda Labbé**, Ex-Opel-Vertriebs-Direktorin (A 18/11) ■ **2011: Andreas Finkenberg** als Vorsitzender der Bank11-Geschäftsführung (A 19/12) ■ **2012:** Liqui Moly-Geschäftsführer **Ernst Prost** (Bank11; A 19/14) (A 19/13) ■ **2013: Andreas Finkenberg**, Vorstand Mobilität der

Gesamtergebnis der 'markt intern'-Umfrage Beste Automarkt-Manager 2019/2020

Rang	Name	Note
1.	**Ernst Prost** (Liqui Moly)	**1,52**
2.	**Jörn Everhard** (Bank11)	1,56
	Thomas Hanswillemenke (Santander)	
4.	**Bernhard Kaplan** (Mazda)	1,68
5.	**Waldemar Dixa** (MultiPart)	1,71
	Lutz Kortlüke (Real Garant)	
7.	**Dr. Hermann Frohnhaus** (BDK)	1,73
8.	**Marco Christ** (Creditplus)	1,84
	Jörg Henning (Pro Garant)	
10.	**Rainer Bickel** (akf bank)	1,91
	Bernd Brauer (Consors Finanz)	
	Maik Kynast (Santander)	
13.	**Markus Müller** (Intec)	1,94
	Jens Naske (Wena-Car)	
15.	**Markus R. Häring** (Targobank Autobank)	1,97
	Sven Hölker (Yareto)	
17.	**Jürgen Keller** (Hyundai)	2,02
18.	**Dr. Kolja Rebstock** (Mitsubishi)	2,14
19.	**Alain Uyttenhoven** (Toyota)	2,16
20.	**Günter Helmchen** (Banner Batterien)	2,19
21.	**Frank Jürgens** (Skoda)	2,24
22.	**Dr. Carsten Oder** (Mercedes-Benz)	2,26
23.	**Oliver Zipse** (BMW)	2,27
24.	**Karl Assing** (GAV Versicherungs-AG)	2,29
	Jascha Bräuer (Santander)	
	Torsten Junglas (Targobank Autobank)	
27.	**Uwe Hochgeschurtz** (Renault)	2,36
28.	**Hildegard Wortmann** (Audi)	2,41
29.	**Sebastian Mackensen** (BMW)	2,44
30.	**Maria Grazia Davino** (FCA)	2,47
	Sarah Fischer (Yareto)	
	Britta Seeger (Daimler AG)	
33.	**Dr. Marcus Söldner** (CG Car-Garantie)	2,49
34.	**Ola Källenius** (Daimler AG)	2,51
35.	**Matthias Bella** (GPG Cars)	2,53
	Bernhard Riedl (MPR-Garantie)	
37.	**Benedikt Schell** (Mercedes-Benz Bank)	2,57
38.	**Harald Leichnitz** (GGG)	2,59
39.	**Haico van der Luyt** (Peugeot)	2,61
40.	**Michael Arndt** (VW)	2,64
	Norbert Aust (REKOGA)	
42.	**Volker Dannath** (Subaru)	2,72
43.	**Jürgen Stackmann** (VW)	2,81
44.	**Bernhard Bauer** (Seat)	2,86
45.	**Thomas Bauch** (Volvo)	2,89
46.	**Hans Jörg Klein** (Ford)	2,92
47.	**Wolfgang Schlimme** (Citroën)	2,94
48.	**Rasmus Reuter** (Peugeot/Citroën)	3,03
49.	**Guillaume Pelletreau** (Nissan)	3,11
50.	**Gunnar Herrmann** (Ford)	3,13
51.	**Dr. Herbert Diess** (VW)	3,16
52.	**Abraham Schot** (Audi)	3,19
53.	**Michael Lohscheller** (Opel)	3,24
54.	**Carlos Tavares** (PSA)	3,36

SCHLOSS LEIPHEIM

KOMMANDOZENTRALE VON ERNST PROST

Damals wie heute der Ort harter Arbeit: Schloss Leipheim

Vom Totalsanierungsfall zum wiedererweckten Wahrzeichen der Stadt – eine Energieleistung, die sich gelohnt hat.

Foto: Oliver Helmstädter

Foto: © Rank

Von der A8 aus sieht man es schon von weitem: Das prächtige Leipheimer Schloss – die Kommandozentrale, von der aus LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost seit Beginn der Corona-Pandemie die Geschicke unserer Weltmarke lenkt. Doch das strahlende Erscheinungsbild war nicht immer so. Aufgrund seines heruntergekommenen Zustands war das ehemalige Stadtwahrzeichen lange Zeit alles andere als der Stolz der Leipheimer.

Dann endlich die Erlösung: Im Dezember 2006 ersteigerte Ernst Prost das altehrwürdige Gemäuer und unterzog es mit Hilfe lokaler Handwerksbetriebe einer knapp zweijährigen Rundumsanierung. Die Geschichte des Schlosses oberhalb der Donau begann im Jahre 1171 und war über die Jahrhunderte von vielen Besitzwechseln geprägt. Unter anderem war die Burg auch 349 Jahre in Ulmer Hand. Zuletzt gehörte sie dem Reutlinger Louis Reiff. Nach dessen Tod wurde seine Tochter neue Besitzerin, die jedoch das Schloss 2005 aufgeben musste. Und so wurde wenig später Ernst Prost nach eiliger Besichtigung im Zuge einer Zwangsversteigerung Besitzer des im tiefen Dornröschenschlaf befindlichen Schlosses. Und wie in sein Unternehmen LIQUI MOLY, steckte er auch in dieses Prachtstück enorm viel Arbeit und Herzblut, bevor es ihm als Wohnsitz dienen konnte. Nach Bestandsaufnahme war nämlich schnell klar, dass die Burg total saniert werden musste. Es fehlte eine zentrale Warmwasserversorgung, alle Fenster waren undicht, Feuchtigkeitsschäden waren vorhanden und, und, und.

Nachdem das Landesamt für Denkmalschutz die anfänglichen Pläne eines LIQUI MOLY-Gästehaus abschmetterte, kam also nur die Nutzung als Wohnraum infrage. Also begann die Zeit der Renovierung. Ein riesiger Kran wurde im Schlossgarten aufgebaut und das Gebäude von allen Seiten eingerüstet. Und auch während der Bauphase bewies Ernst Prost sein Händchen für außergewöhnliche Ideen: Mit einem XXL-Werbebanner an der Südseite des Anwesens wurde weithin sichtbar gemacht, wer der neue Herr im Haus ist. Eine Aktion, über die damals auch viele überregionale Zeitungen berichteten. Die Bauarbeiten gingen dank der vielen engagierten Firmen zügig voran. So wurden u. a. 8.000 Meter Kabel für die 800 Glühbirnen verbaut, um das Schloss in seiner heutigen Pracht erstrahlen zu lassen. Zudem wurden 90 Tonnen Spezialputz, 43 Heizkörper, 1.600 Meter Heizungsrohre, Wasserleitungen und Abwasserrohre und eine 80 Kilowatt Gastherme eingebaut. Insgesamt 2.000 Tonnen Material wurden verbaut.

Für die vorbildliche Sanierung erhielt Ernst Prost sogar einen mit 5.000 Euro dotierten Preis. Das Geld wanderte jedoch nicht in seine eigene Tasche, sondern wurde zugunsten armer Menschen in der Region gestiftet.

Quelle: www.myheimat.de

damals wie heute

2 Pferdestärken

275 Pferdestärken

Das LIQUI MOLY-Vollsortiment: die richtigen Produkte zur richtigen Zeit

Was früher Ross, Reiter und Kutsche waren, sind heute moderne Fahrzeuge mit hochtechnisierten Motoren. Sowohl auf zwei als auch vier Rädern. Und wo früher 1 oder 2 Pferdestärken die Menschen bewegten, sorgen heute kraftstrotzende Aggregate für rasante Höchstgeschwindigkeiten. Doch so groß die Unterschiede damaliger und heutiger Fortbewegungsmittel auch sind, verbindet sie eines doch: Ihre volle Leistungsstärke entfalten sie nur dann, wenn sie regelmäßig richtig geschmiert und gepflegt werden. LIQUI MOLY ging schon immer mit der Zeit und hat deshalb in seinem über 4.000 Artikel starken Sortiment für jeden Anwendungsfall das passende Produkt. Hier ein paar Beispiele ...

Was Schatten und Wind für die Zugpferde, ist Klima-Refresh für den Fahrzeuginnenraum (Art.-Nr. 20000).

Was Gras für die Pferde, ist Top Tec 4200 5W-30 für den Motor (Art.-Nr. 3707).

Was der Hafer für Pferde, ist Speed Tec Benzin fürs Auto (Art.-Nr. 3720).

Was die Zügel für den Kutscher, ist Top Tec MTF 5300 70W-75 fürs Auto (Art.-Nr. 21359).

Wo früher Holzklotzbremsen quietschten, verrichtet heute Bremsen-Anti-Quietsch-Spray seinen Dienst (Art.-Nr. 3079).

Was Hufnägel für die Pferde, ist Reifen-Montierpaste fürs Auto (Art.-Nr. 3021).

Was Karrensalbe für die Kutsche, ist Radnabenpaste fürs Auto (Art.-Nr. 4058).

Was Wasser für die Kutsche, ist Kühlerfrostschutz KFS12+ für den Motor (Art.-Nr. 21145).

Auto Zeitung TOP MARKE 2020 GOLD Schmierstoffe

Auto Zeitung TOP MARKE 2020 SILBER Pflegemittel

Ausgabe 5/2020

PROBLEMLÖSER

LESERWAHL
BEST BRAND 2019
KATEGORIE MOTORRAD
Öle/Schmierstoffe
Heft 16/20
MOTOR SPORT aktuell
Ausgabe 16/2020

MOTORRAD
BEST BRAND 2020
Kategorie:
Öle/Schmiermittel
Ausgabe 9/2020

damals wie heute

1 Pferdestärke

140 Pferdestärken

Wo Mist damals Flecken hinterließ, sorgt heute Ölfleckentferner für saubere Flächen (Art.-Nr. 3315).

Was das Augenzwinkern als Staubschutz, ist Motorbike Visier-Reiniger für den Biker (Art.-Nr. 1571).

Wo früher Rüstungen rosteten, schützt und pflegt heute Motorbike Multi-Spray das Bike (Art.-Nr. 1513).

Was Wasser zum Reinigen von Ross und Reiter, ist Motorbike Cleaner fürs Zweirad (Art.-Nr. 1509).

Was Heu für Schlachtross, ist Motorbike 4T Synth 5W-40 Street Race fürs Motorrad (Art.-Nr. 1685).

Was Nüsternschutz bei Pferden, ist Motorbike Luftfilterreiniger fürs Motorrad (Art.-Nr. 1299).

Was das Striegeln des Pferdes, ist Motorbike Glanz-Sprühwachs fürs Motorrad (Art.-Nr. 3029).

Was die Sporen des edlen Ritters, ist Motorbike Speed Additiv fürs Motorrad (Art.-Nr. 3040).

Was das Huf- und Klauenmesser für Pferde, ist Motorbike Ketten- und Bremsenreiniger fürs Zweirad (Art.-Nr. 1602).

Was Fett zum Schmieren des Sattels, ist Motorbike Leder-Kombi-Pflege für den Biker (Art.-Nr. 1601).

WERBEKAMPAGNE 2020

LIQUI MOLY SCHAFFT DIE ZEHNSATION

LIQUI MOLY

MOTORÖLE
ADDITIVE
FAHRZEUGPFLEGE

LESERWAHL
BEST BRAND 2020
KATEGORIE Schmierstoffe
Heft 07/20
auto motor und sport

10 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von auto motor und sport. (Ausgabe 7/2020)

*Seit 10 Jahren BEST BRAND in der Kategorie Schmierstoffe bei auto motor und sport sowie TOP MARKE bei Auto Zeitung.

Seit einem Jahrzehnt die Nr. 1 in der Kategorie Motorenöle!*

Auto Zeitung TOP MARKE 2020 GOLD Schmierstoffe

10 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern der Auto Zeitung. (Ausgabe 5/2020)

Auto Zeitung TOP MARKE 2020 SILBER Pflegemittel

2 Jahre in Folge Platz 2 in der Kategorie Pflegemittel. (Ausgabe 5/2020)

LESERWAHL BEST BRAND 2020 KATEGORIE Schmierstoffe Heft 06/20 Motor Klassik

9 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von Motor Klassik. (Ausgabe 6/2020)

Auto Bild DIE BESTEN MARKEN IN ALLEN KLASSEN

9 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern der Auto Bild. (Ausgabe 13/2020)

LESERWAHL BEST BRAND 2019 KATEGORIE AUTOMOBIL Öle/Schmierstoffe Heft 16/20 MOTOR SPORT aktuell

3 Jahre in Folge die Nr. 1 bei Motorsport Aktuell in der Kategorie Automobil. (Ausgabe 16/2020)

LESERWAHL BEST BRAND 2019 KATEGORIE MOTORRAD Öle/Schmierstoffe Heft 16/20 MOTOR SPORT aktuell

2 Jahre in Folge die Nr. 1 bei Motorsport Aktuell in der Kategorie Motorrad. (Ausgabe 16/2020)

MOTORRAD BEST BRAND 2020 Kategorie: Öle/Schmiermittel

2 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von Motorrad. (Ausgabe 9/2020)

Liebe Kunden,

seit Jahren wählen uns die Leser der führenden Autozeitschriften zu Deutschlands bester Schmierstoffmarke. Bei Auto Zeitung sowie auto motor und sport bereits zum **10. Mal in Folge***. Ein besonderer Erfolg in einer besonders schweren Situation. Denn angesichts der weltweiten Corona-Katastrophe ist jetzt nicht die Zeit für Freudentänze, sondern für verantwortungsvolles Handeln. Miteinander und füreinander. Menschlich und voller Nächstenliebe. Mit Herz, Hirn und Ausdauer. Bei dieser Herausforderung stehen meine 1.000 Kolleginnen und Kollegen geschlossen zusammen, um mehr denn je ihr Bestes zu geben. Für unsere Partner, für unsere Kunden, für Sie! Denn nur gemeinsam schaffen wir das!

Bleiben Sie gesund!

Ihr Ernst Prost

Eine Marke, alles aus einer Hand: über 4.000 Produkte rund um Motoröle, Additive, Fahrzeugpflege, chemische Problemlöser und Serviceprodukte.

www.my-liqui-moly.de

READY … SET … GO: Der Große Preis von LIQUI MOLY startet!

1 Gewinnspiel, über 1 Milliarde Kontakte! Was nach Zauberei klingt, ist das zu erwartende Ergebnis unserer weltweiten Onlinekampagne zur BEST BRAND-Wahl 2020. Damit katapultieren wir vom 1. Juni bis Jahresende unsere blau-rot-weiße Weltmarke mit Vollgas ins Licht der Öffentlichkeit und sorgen für zusätzliche Markenbekanntheit.

MILLIARDENNUMMER

BEST BRAND-GEWINNSPIEL 2020

Unsere Gewinnspiel-Teilnahmeseite:

www.my-liqui-moly.de

Mit animierten Werbebannern und Videos auf allen relevanten Internet-plattformen sowie Social-Media-Kanälen präsentieren wir uns in über 100 Ländern als Deutschlands Schmierstoffmarke Nr. 1! Zum Dank für die wiederholte Auszeichnung verlosen wir unter unseren weltweiten Fans attraktive Gewinne – unter anderem den Hyundai i30 N im rasanten LIQUI MOLY-Racinglook!

Wer holt sich einen Hauptgewinn?

Nicht verpassen: Starttermin für unser großes Gewinnspiel ist der 1. Juni 2020!

CORONA-KRISE

SPENDENAKTION

LIQUI MOLY hilft – damit sich die schwere Zeit etwas leichter anfühlt

Einsatzkräfte aus allen Teilen des Landes zeigen sich erfreut und dankbar über unsere Produktspenden.

Kostenlose Produkte im Wert von 3 Millionen Euro für Rettungsdienste, Feuerwehren, Technisches Hilfswerk, mobile Pflegedienste, Sozialstationen, Essen auf Rädern … für all jene, die sich seit Wochen mit aller Kraft und Fürsorge um die Versorgung der Menschen und damit um die Aufrechterhaltung unseres Gesundheitssystems kümmern. Dieses Versprechen steht! Und solange die garantierte Spendensumme nicht erreicht ist, haben sämtliche Einsatzkräfte weiter die Möglichkeit, auf unserer Aktionsseite ihre dringend benötigten Schmierstoffe, Additive, Pflege- und Serviceprodukte zu bestellen. Anfragen können schnell und unbürokratisch auf unserer Website gestellt werden:

👏

https://liqui-moly.to/Millionenspende

Unsere Produkte helfen, dass die Einsatzfahrzeuge auch im Notfall reibungslos funktionieren!

CORONA-KRISE

SPENDENAKTION

Westfälische Nachrichten

Zeitungs Gruppe Münster | Westfälische Nachrichten | Münstersche Zeitung

MÜNSTERLAND NACHRICHTEN SPORT

Startseite > Münsterland > Kreis Coesfeld > Gut vorbereitet in schwieriger Zeit

Spende für Malteser

Gut vorbereitet in schwieriger Zeit

Havixbeck - Die Fahrzeuge der Malteser müssen gut gewartet sein, damit sie im Einsatz keine Probleme bereiten. Dazu braucht man entsprechende Öle und Zusatzstoffe für Treibstoffe. Die Malteser haben sie jetzt bekommen.

Montag, 25.05.2020, 07:14 Uhr aktualisiert: 25.05.2020, 07:20 Uhr

Freude bei den Havixbecker Maltesern: Die ehrenamtlichen Helfer Rene Hölker, Lothar Parplies, Markus Möhlenbrock und Florian Ketteler (v. l.) mit den Spenden. Foto: Malteser Havixbeck

Freude bei den Maltesern der Ortsgruppe Havixbeck: Für die Pflege der Einsatzfahrzeuge erhielt die Hilfsorganisation Motoröle und Pflegeprodukte von dem in Ulm ansässigen Unternehmen Liqui Moly . Vertreter der Ortsgruppe Havixbeck nahmen die Sachspende des auf Motoröle und Zusatzstoffe für Treibstoffe spezialisierten Unternehmens jetzt „corona-konform" entgegen.

Anfang April hatte die Firma Rettungsdienste, Katastrophenschutzeinheiten, Feuerwehren und Krankenhäuser aufgerufen, ihren Bedarf an Fahrzeugpflegeprodukten anzumelden. Liqui Moly stellte zunächst Spenden für eine Million Euro zur Verfügung. Angesichts der hohen Nachfrage wurde das Budget später auf drei Millionen Euro angehoben.

„Natürlich habe ich mich sofort auf den Aufruf gemeldet", berichtet Markus Möhlenbrock , Leiter Notfallvorsorge/Rettungsdienst der Malteser. „Dank dieser Spende können wir unsere Fahrzeuge, Stromgeneratoren und Zeltheizungen für die nächsten Monate mit Ölen und Pflegemitteln versorgen und warten", ergänzt Ortsbeauftragte Sandra Heimel. Und das ist gut so. Denn ein streikender Motor oder verdreckte Scheiben könnten im Einsatz wertvolle Zeit kosten und die Sicherheit der Helfer und des Materials beeinträchtigen. Im Rettungsdienst, aber auch bei Großschadenereignissen seien die Helferinnen und Helfer auf funktionstüchtige Einsatzfahrzeuge angewiesen.

Die Malteser in Havixbeck verfügen über die Einsatzeinheit COE 4, eine von vier Einsatzeinheiten NRW, die sich im Kreis Coesfeld befinden. Das Besondere: In Havixbeck gibt es eine komplette Einsatzeinheit NRW. Das heißt: Zur Verfügung stehen zusätzlich zum Rettungswagen und zum First-Responder-Fahrzeug ein Einsatzleitwagen, ein Kommandowagen, ein Krankentransportwagen, ein Gerätewagen für den Sanitätsdienst, zwei Betreuungskombis mit dem dazugehörigen Anhänger, ein Betreuungs-Lkw sowie ein Technik-und-Sicherheit-Fahrzeug mit dem dazugehörigen Anhänger.

„Wir müssen schnell und sicher zu unseren Einsatzorten gelangen", erklärt Markus Möhlenbrock. Umso dankbarer sind die Malteser Havixbeck über die Unterstützung, die sie schnell und unbürokratisch erreicht hat. „Somit ist die Pflege und Wartung unserer 13 Fahrzeuge, welche ausschließlich durch ehrenamtliche Kräfte besetzt, gepflegt und gewartet werden, weiterhin gesichert. Auch in dieser schwierigen Zeit."

Wer Fragen hat oder an der ehrenamtlichen Arbeit im Katastrophenschutz und Rettungsdienst interessiert ist, ist eingeladen mitzumachen und sich unter der Mail-Adresse Ortsleitung-Havixbeck@malteser.org zu melden.

Quelle: https://www.wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Havixbeck/4205903-Spende-fuer-Malteser-Gut-vorbereitet-in-schwieriger-Zeit

CORONA-KRISE

SPENDENAKTION

Feuerwehr

Markt Altenstadt

Feuerwehr Altenstadt * Friedhofstraße 7 * 89281 Altenstadt

LIQUI MOLY GmbH
z. Hd. Herrn Prost
Jerg-Wieland-Straße 4
89081 Ulm

Telefon-Nr.:
Telefon-Nr. priv::
Telefax:
E-Mail: kommandant@feuerwehr-altenstadt
Sachbearbeiter:
Altenstadt, den 05

„Millionenspende“

Sehr geehrter Herr Prost,

zuerst möchte ich mich im Namen der Feuerwehr Altenstadt für Ihre Sachspende von Betriebsmitteln wie Öle und sonstige Verbrauchsstoffe bei Ihnen herzlichst bedanken.

In Zeiten in denen „Corona“ die Wirtschaft lahmt und Betriebe zum Sparen zwingt, finde ich es toll, wenn es Unternehmer gibt die hier nicht der Masse folgen und sich für soziale und ehrenamtlich tätige Organisationen einsetzen. Mit Ihrer „Millionenspende“ unterstützen Sie nicht nur finanziell, sondern zeigen den Hilfsorganisationen und ihren Mitgliedern vor allem Ihre Anerkennung und Wertschätzung.

Als kleines Dankeschön, darf ich Ihnen das Wappen sowie passend zur momentanen Zeit eine handgefertigte Community-Maske der Feuerwehr Altenstadt überreichen.

Mit kameradschaftlichem Gruß

Christian Link
Kommandant

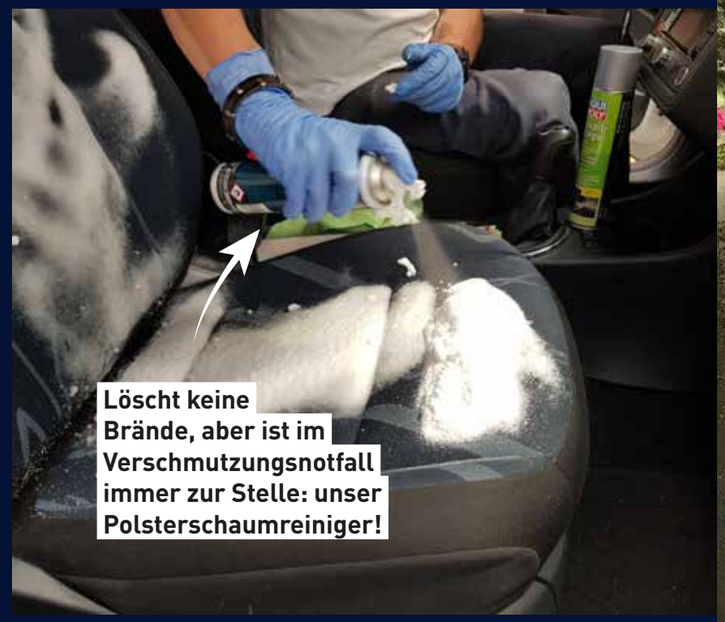
Sehr geehrter Herr Schönfelder,
ein herzliches Dankeschön für Ihre großzügige Spende und die damit verbundene Unterstützung und Wertschätzung in dieser außergewöhnlichen Zeit.
Wir wissen Ihr Engagement und die Verbundenheit sehr zu schätzen. Sie haben uns mit Ihrer Spende eine große Freude bereitet und unsere Einsatzfähigkeit unterstützt.
Freundliche Grüße

S. Hochendörfer

Kirchliche Sozialstation e.V.
Leopoldsplatz 3/1
69412 Eberbach
TEL. 06271/2487 FAX 06271/6548
IK 460 820 046

CORONA-KRISE
SPENDENAKTION

Auch Lia, Tochter unseres Kollegen Michael Loderbauer (Versand), zeigt "Daumen hoch" für das Engagement von LIQUI MOLY!



Löscht keine Brände, aber ist im Verschmutzungsnotfall immer zur Stelle: unser Polsterschaumreiniger!

PRESSE INTERNATIONAL

AUTOPOS

Inicio › NOTICIAS › EL MERCADO › Ernst Prost (Liqui Moly): "Lo que está por venir"...

EL MERCADO NOTICIAS

Ernst Prost (Liqui Moly): "Lo que está por venir"...

Por **Redacción Autopos** - 18/05/2020 0

Como viene siendo costumbre, Ernst Prost, director general de Liqui Moly, envía una circular diaria a sus compañeros de trabajo. En esta ocasión, Prost subraya lo que él denomina los valores auténticos de la vida.

En este sentido, hace referencia a la canción de Lotte y Max Giesinger 'Lo que está por venir', resaltando: "Espero con muchas ganas lo que está por venir". Asegura que lo primero que va a venir es la "normalidad". Sin embargo, confía en que "no vuelva todo lo de antes…". Y es que, para el director general del especialista en aceites y aditivos, esta crisis del coronavirus nos ha revelado dónde están los límites, y "también nos ha enseñado los valores auténticos de la vida: compasión, amor al prójimo, pero también espíritu de lucha".

"Aquello que nos parecía tan evidente como la salud, la libertad, el tiempo libre y también un puesto de trabajo seguro resulta que no lo es", señala Prost. Y continúa: "Sorprende constatar cómo podemos prescindir de aquello que utilizamos para combatir el aburrimiento y para matar el tiempo y, al contrario, qué poco lo necesitamos para tener una vida plena y feliz: familia, amigos, reunirse con la gente, tranquilidad, inspiración y esparcimiento".

Por último, el director general de Liqui Moly concluye su circular afirmando: "Para mí el trabajo cuenta como fuente de vida. Como ya dijo Voltaire: 'Con el trabajo se mantienen a raya tres grandes males: el aburrimiento, el vicio y la miseria".

SPANIEN

ACTUALIDAD

Liqui Moly: ¿por qué no ser el fabricante de lubricante número uno en España?

Por **Redacción Autopos** - 18/05/2020

SPANIEN

"Shell, Aral, Mobil, Castrol, BP. En Francia es Total, en Italia Agip, Repsol en España, Petrobras en Brasil, Petronas en Malasia, LUKOIL en Rusia y en China Sinopec; en EE.UU hay docenas de aceites similares y en todos los países hay, encima, un par de empresas estatales…", de este modo comienza Ernst Prost, gerente de Liqui Moly, una carta en la que explica la gran oportunidad que desde su punto de vista les ofrece esta crisis para conseguir ganar posiciones respecto de sus adversarios en el mercado.

PORTUGAL

GROSSBRITANNIEN

Free LIQUI MOLY additive pack for NHS staff

Published: 06 May, 2020

LIQUI MOLY is giving NHS staff a free additive pack for their cars, with the special offer being provided in collaboration with a number of garages across the UK.

"It's only a small contribution," says Tim Keller, who is responsible for LIQUI MOLY operations in the UK. "But we'd like to do something to thank those who are at the forefront of the fight against COVID-19."

The package includes LIQUI MOLY's Engine Flush, Oil Additive, Injection Cleaner for petrol engines and Super Diesel Additives for diesel engines. Finally, Climate Fresh removes unpleasant odours inside the vehicle.

"Many of the day-to-day heroes working for the NHS use their private cars to go to work," says Tim Keller. "That's why we want to offer them this support."

Anyone wishing to take up this free offer should contact one of the participating garages in their area. The NHS identification card serves as legitimation.

This offer is one of numerous of measures being implemented by LIQUI MOLY to support people all over the world in the battle against COVID-19. Globally LIQUI MOLY provides rescue services and hospitals with products worth more than £3million.

Garages participating in the NHS additive giveaway can be found here: https://bit.ly/2L7F1cF

- Email article
- Print article

as

Potencia el cambio de aceite del coche con el limpiador de motor más vendido en Amazon

Showroom hace 5 días

KOLUMBIEN

© Tim Mossholder (Unsplash)

Después de haber tenido el coche parado durante varias semanas y con la expectativa del verano por delante, ahora es un momento perfecto para realizar los ajustes y reparaciones necesarias en el coche, con el fin de tenerlo listo para un posible viaje de vacaciones. Entre otras cuestiones, es importante tener en cuenta la presión de los neumáticos o el estado de la batería. E igual de relevante es comprobar que el motor se encuentre en buen estado de cara a un uso exigente en carretera.

En este sentido, el cambio de aceite es primordial cuando el coche lleva varias decenas de miles de kilómetros recorridas. Pero para que el motor pueda aprovechar de la mejor manera el nuevo aceite, es importante que antes esté limpio de depósitos del líquido anterior. Una tarea que puedes realizar por ti mismo y de manera sencilla con el **limpiador de motor Liqui Moly Pro-Line Motorspülung**, que además de ser el **más vendido en Amazon**, tiene una valoración promedio de **4,6 estrellas sobre cinco** y **más de 1.230 opiniones** en esta plataforma.

Limpieza interna para mejorar la seguridad

El potente limpiador de motor de Liqui Moly es el producto ideal para realizar una **limpieza interna del motor**. Es capaz de eliminar todos los **depósitos de los pasos de aceite**, los **cojinetes** y la **zona de segmentos de los pistones**, entre otras áreas. De esta manera, consigue **reducir los ruidos del motor y el consumo de aceite**, así como a **mejorar la compresión**, por lo que aumenta la seguridad de funcionamiento de tu coche.

"Mi experiencia es magnífica", afirma uno de los usuarios de Amazon que lo han probado. De acuerdo con su testimonio, "el aceite usado sale menos denso, lo que indica que liquida el aceite y hace que el limpiador llegue a más zonas del motor". Asimismo, otro cliente asegura que el aceite ha salido "más sucio de lo normal", y que tras desmontar la tapa de balancines, se ha percatado de que quedó "como nuevo".

Saca el mayor rendimiento al cambio de aceite

Al realizar una limpieza exhaustiva de todos los pasos de aceite del coche, este limpiador deja el **motor totalmente listo para los eventuales cambios de aceite**. Y sea cual sea la marca que elijas, podrás estar seguro de que el coche conseguirá desplegar **todo el rendimiento del nuevo aceite**, ya que estará **libre de depósitos anteriores y mezclas** que puedan afectar el buen funcionamiento del aceite.

Así lo confirma uno de los compradores en su reseña: "El aceite salió negro y espeso y, desde el primer minuto, el motor se escucha suave y con un andar más dulce". En su caso, se usó en un coche con 90.000 km "para eliminar los posibles restos de aceite de un dueño anterior que usó aceites semisintéticos". Por su parte, Felipe Checa cuenta que, 3.000 km después de haber limpiado su motor y cambiado el aceite, éste "sigue estando limpio, no se ha ennegrecido".

Apropiado para cualquier coche

El Pro-Line Motorspülung ha sido **sometido a prueba en turbocompresores y catalizadores**, por lo que es ideal para su uso en **cualquier tipo de motor** de coche, **tanto de gasolina como de diésel** (con y sin filtro de partículas DPF). El envase contiene **500 ml de limpiador**, que rinden para limpiar **hasta aproximadamente cinco litros de aceite**.

Uno de los clientes que ya lo han probado comenta que lo ha utilizado en dos ocasiones, tanto en un coche de gasolina como en uno de diésel, y que "el líquido sale del carter absolutamente negro". "No creo que vaya a dejar el motor como el primer día, pero facilita que salgan las impurezas y la suciedad, sin ninguna duda", afirma. Emilio es otro usuario que lo ha utilizado en un motor de gasolina (Ecoboost 1.0 con 80.000 km) y en uno de diésel, y en ambos casos ha quedado satisfecho: "Estoy muy contento. Funcionó muy rápido".

EMPRESAS

CEO da LIQUI MOLY explica porque se deve investir em tempos de crise

Bruno Castanheira — Maio 21, 2020

PORTUGAL

"Há dinheiro. O que falta é trabalho. Vamos privilegiar o investimento!". Eis o título da nova mensagem de Ernst Prost, líder do especialista alemão em óleos e aditivos, que fala sobre a obrigação de investir.

Na sua **circular de hoje**, o CEO da **LIQUI MOLY** lança um apelo ao Estado e às empresas para que invistam em vez de poupar. Se todos travarem os investimentos por medo, isso trará enormes consequências para a economia, o que afetará, também, todas as empresas.

PRESSE INTERNATIONAL

La solidaridad de Liqui Moly 'Made in Germany' llega a México

Liqui Moly suministra sus productos a servicios de emergencia en México.

14 mayo, 2020

Compartir en Facebook Compartir en Twitter

SPANIEN

En una nueva carta dirigida a sus empleados, Ernst Prost, director general de Liqui Moly, ha querido compartir con sus trabajadores las labores que la compañía está realizando suministrando sus productos a servicios de emergencia de todo el mundo, como es el caso de México.

"El lema "Made in Germany" sigue disfrutando de una gran reputación. Pero esta distinción no es sólo sinónimo de productos excelentes y de calidad extraordinaria, también lo es de fiabilidad, previsibilidad, puntualidad, cumplimiento de los contratos y confianza", asegura Prost:" Y es lo que más valoran nuestros socios de todo el mundo, sabiendo perfectamente qué esperar de las empresas alemanas. Por eso me disgus tanto que alguna empresa u organismo se aproveche del sello "made in Germany" para conseguir objetivos fraudulentos. Véase 'diéselgate' o el escándalo del aeropuerto Berlin Brandenburg International".

KANADA

MENU Auto SERVICE WORLD
90 MINUTE GASKET LEARN MORE RIGHT STUFF
Jobber News | CARS | COVID-19 | COMMENTARY | KNOWLEDGE CENTRE | VIDEOS | DIGITAL EDITION | Search

News May 15, 2020 by Allan Janssen

Alberta shops partner with Liqui Moly on free oil changes

Liqui Moly USA is partnering with four Canadian auto repair shops to provide free oil changes to healthcare professionals.

The Germany-based oil company has announced a partnership between its Canadian division and four Alberta automotive repair shops to provided complimentary oil changes to doctors, nurses, and first responders.

"We are pleased to make a difference where and how we can," explained Liqui Moly USA/Canada CEO, Sebastian Zelger. "Healthcare professionals are making significant sacrifices and commitments devoting countless hours and days to save so many people's lives. At the very least, this will relieve them of one stress that might encroach on their busy lives."

Statistically speaking, most healthcare professional will require an oil change some time during the public health emergency.

The four participating shops are Alberta Asian Motorworks, Alberta European Motorworks, German Car Specialist, and Sheni's Auto Trend.

"We have felt fortunate over the years to have been given the opportunity to operate our business in the city of Calgary. The community has supported our business through the good times and bad," said Zuhair Janmohamed of Sheni's Auto Trend. "At a time like this, it gives us great pride to be able to give something back. Our local health care workers have given so much to our community. We are happy to thank them with these complimentary services."

Healthcare professionals have already begun taking advantage of this program at participating shops.

Alberta Asian Motorworks has already provided more than 40 free oil changes for health care workers in the Red Deer area.

Healthcare professionals who want to take advantage of the offer have to call one of the four shops. Upon presenting their employee ID, they get a free Liqui Moly oil service, while supplies last.

Topics

Charity & Fundraising

Covid-19

More News

FOR MORE INFORMATION ›
your complete resource for INA Timing Chain Kits
LIQUI MOLY
Your vehicles crave approvals & specifications
Visit liqui-moly.us
Permatex RIGHT STUFF
Your COVID-19 Update

CORONA-SPENDENAKTION

WEISSRUSSLAND

Gerufen und geholfen: So wie die Ambulanz bei Notruf umgehend zur Stelle ist, waren wir im Rahmen unserer weltweiten Spendenaktion auch in Minsk zur Stelle, als uns der Schmierstoff-Notruf erreichte, um mit Motoröl, Additiven und Serviceprodukten erste Hilfe an den Rettungsfahrzeugen zu leisten.

CORONA-SPENDENAKTION

PORTUGAL

Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Pombal

Exmo. Senhor
Diretor da Liqui Moly, Unipessoal, Lda
Sintra Business Park Ed. 01 – 1º P
2710-089 Sintra

Ordens Honoríficas

Sua referência | Sua comunicação de | Nº Referência | Data
036/20 | 2020/04/23

ASSUNTO: Agradecimento

Exmo. Senhor / a Amiga

Dirigiu-se V. Exa., oferecer alguns produtos à nossa Associação.

É uma iniciativa que penhoradamente agradecemos e que traduz a estima e apreço por esta Instituição, contribuindo em muito para ajudar a minimizar as elevadas despesas que temos de suportar.

A Bem da Humanidade
O Presidente da Direção
(Sérgio Gomes)

Aviso: Carta de Agradecimento

Ex. mos Senhores,

Com os nossos mais sinceros cumprimentos, vem a **Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários da Merceana** por este meio agradecer o donativo efetuado por V. Exas.
Gratos pela generosa oferta de produtos para automóveis.

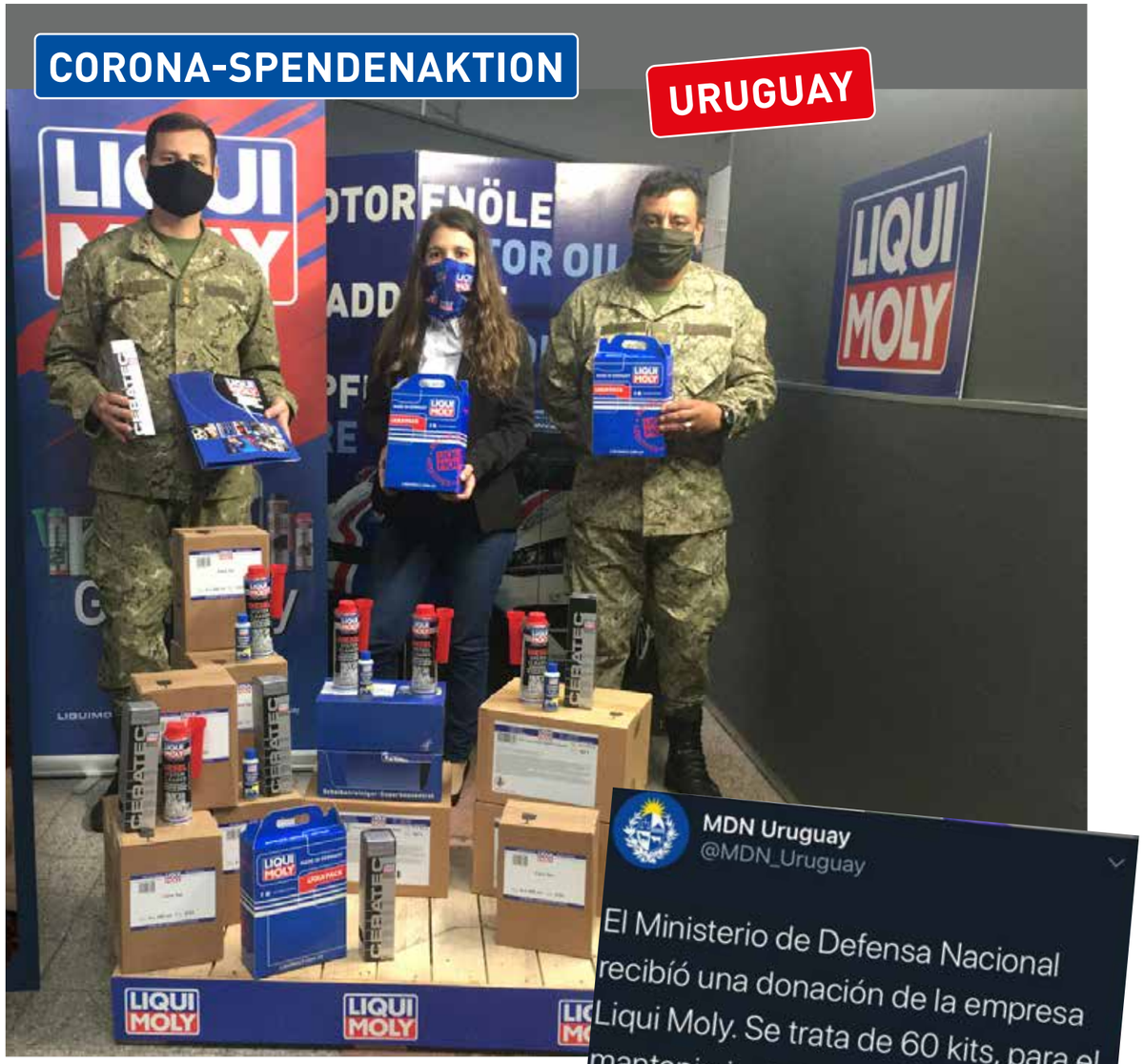
Sem outro assunto de momento, somos com consideração.

O Comandante
(Nuno Santos)
MERCEANA

Genauso wie die Hilfsbereitschaft unserer Freunde von LIQUI MOLY Iberia, nimmt auch die Dankbarkeit der portugiesischen freiwilligen Feuerwehren kein Ende – dies zeigen die unzähligen Bilder, Urkunden und Dankesschreiben, die uns noch immer fast täglich erreichen. Schön zu sehen, dass unsere insgesamt knapp 450 Hilfspakete im Warenwert von 50.000 EUR für die Einsatzkräfte im ganzen Land eine große Unterstützung bedeuten.

CORONA-SPENDENAKTION

URURUGUAY



Hilfe by LIQUI MOLY kennt keine Grenzen! Auch unsere Freunde von LIQUI MOLY Uruguay haben sich unserer weltweiten Corona-Spendenaktion angeschlossen und ihrerseits eine Produktspende in Höhe von rund 2.800 Dollar an das Ministerium für Nationale Verteidigung übergeben. Dabei wurden nicht nur Hilfspakete mit Produkten zur Instandhaltung der Armeefahrzeuge überreicht, sondern durch unsere technische Beratung auch deren korrekte Anwendung sichergestellt.

PORTUGAL

SPONSORING

Warum Markenaufbau nur an Land betreiben, wenn er auch auf dem Wasser ordentlich Fahrt aufnehmen kann?! Dieses von LIQUI MOLY Iberia gesponserte Boot ist Teil eines Ausbildungsprogramms des portugiesischen Motorbootverbandes und wird die Bekanntheit unserer blau-rot-weißen Farben auch im portugiesischen Wassersport noch weiter erhöhen.

MAROKKO

UNIRAID 2020

Gemeinsam mit Alecarpeças unterstützte LIQUI MOLY IBERIA drei Teams mit sechs portugiesischen Studenten beim Abenteuer Uniraid 2020! Ihre Mission: Mit über 20 Jahre alten Autos und rund 150 weiteren Teilnehmern aus Portugal und Spanien aus caritativen Zwecken in die Wüste Marokkos zu reisen und so die Völkerverständigung zu fördern. Während der Tour konnten unsere Produkte einmal mehr beweisen, dass sie selbst unter extremsten Einsatzbedingungen sicher funktionieren.

SPONSORING

PORTUGAL + SPANIEN

Bilder, die den Adrenalinspiegel eines jeden Driftfan nach oben schnellen lassen und die wir hoffentlich bald wieder häufiger zu sehen bekommen: Spektakuläre Actionszenen des von uns unterstützen Piloten Atila während des Volrace Ice 2020, das noch kurz vor der weltweiten Corona-Krise stattfand. Drücken wir gemeinsam die Daumen, dass wir diese und viele weitere Rennveranstaltungen in absehbarer Zeit wieder erleben dürfen – gesund und lediglich vom Racingfieber gepackt!

TEAMPRÄSENTATION

HAHN RACING

Sorgt auch unter Extrembedingungen für optimale Schmierung des Motors: Synthoil Race Tech GT1 10W-60

Stark in Optik und Leistung – mit LIQUI MOLY

Der Renntruck des sechsmaligen Truck-Racing-Europameisters Jochen Hahn glänzt in der Saison 2020 im neuen S-Way-Design. Natürlich wieder mit dabei: Unsere blau-rot-weißen Farben auf der Karosserie und unsere High-Performance-Schmierstoffe im Motor. Pilot Jochen Hahn zeigte bei der Truckpräsentation in Ulm eindrucksvoll, welche Kraft in dem neuen Rennboliden steckt.

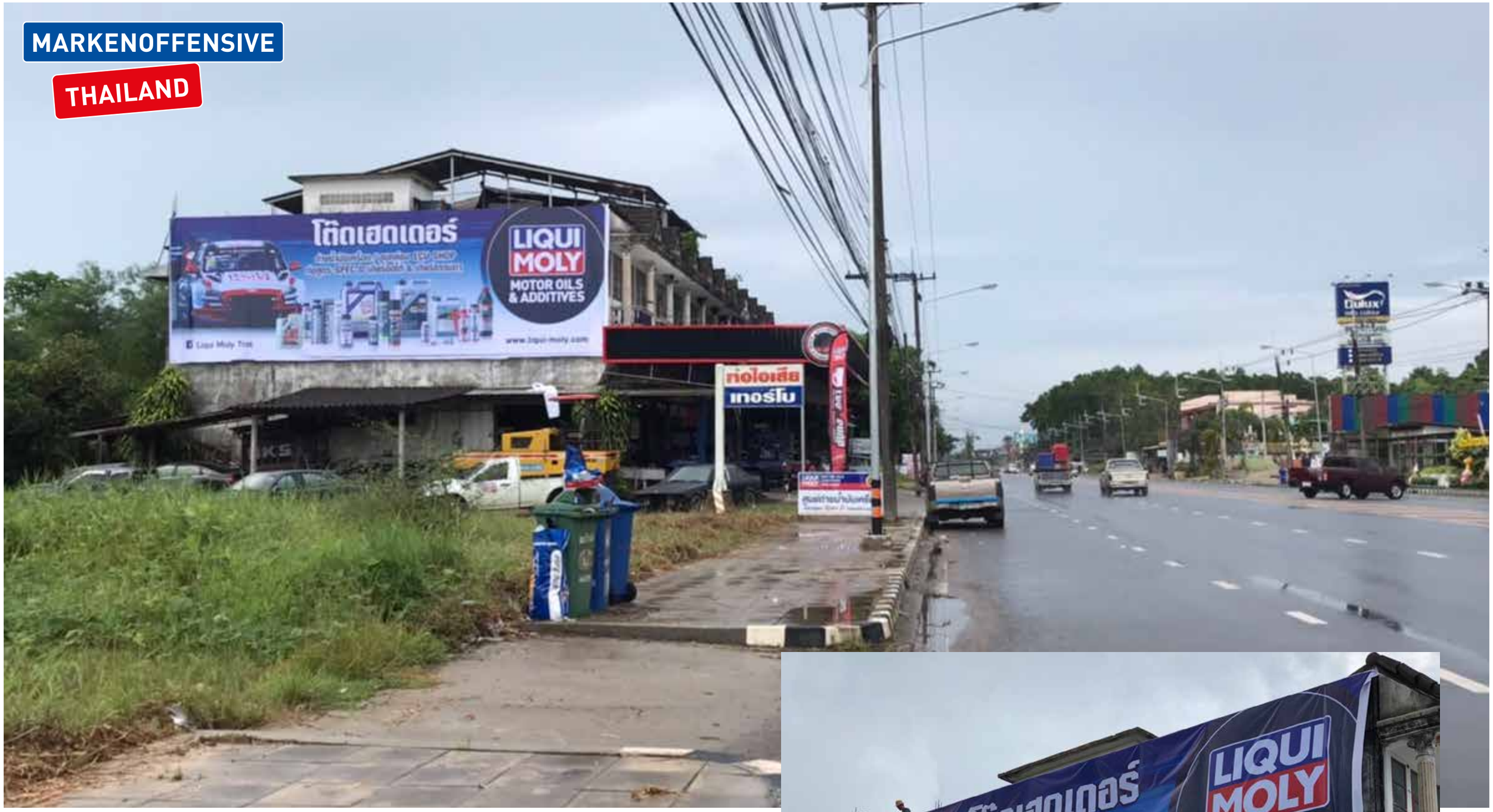
"Der IVECO S-Way ist ohne zu übertreiben nicht nur der beste, sondern auch der schönste Renntruck den wir je gebaut haben. Ich kann es kaum erwarten auf der Rennstrecke zu zeigen was alles in diesem Bullen von Iveco steckt", beschreibt Jochen seinen neuen Truck, den er liebevoll Giulia nennt.

Glücklicherweise konnte die FIA ETRC für sechs der anfangs geplanten acht Rennen alternative Renntermine finden. Saisonauftakt ist am Wochenende 29./30. August im Autodrom von Most (Tschechien).

Der weltweite Corona-Lockdown macht auch vor der Rennszene nicht halt. In Chile wurde mit dem LIQUI MOLY XCMG Grand Prix eine kreative und gleichzeitig spannende Lösung gefunden, um diese "Durststrecke" zu überbrücken: Dreißig Fahrer nahmen per Simulator am ersten virtuellen Rennen der chilenischen Meisterschaft auf der legendären Rennstrecke von Laguna Seca teil und kämpften in ihren Porsche 911 RSR um den Sieg.

Auch wenn aufgrund der Corona-Pandemie seit Wochen alle Wettkämpfe abgesagt wurden: Die von uns gesponserten Joana Graça und Paulo Nunes halten sich zumindest an Land konsequent fit und sind bestens auf den Tag vorbereitet, an dem sie mit ihren Jetskis wieder ins Wasser können. Damit auch ihre Geschosse fit für den Re-Start sind, haben sie sich bei LIQUI MOLY Iberia mit Spitzenprodukten unseres MARINE-Sortiments eingedeckt.

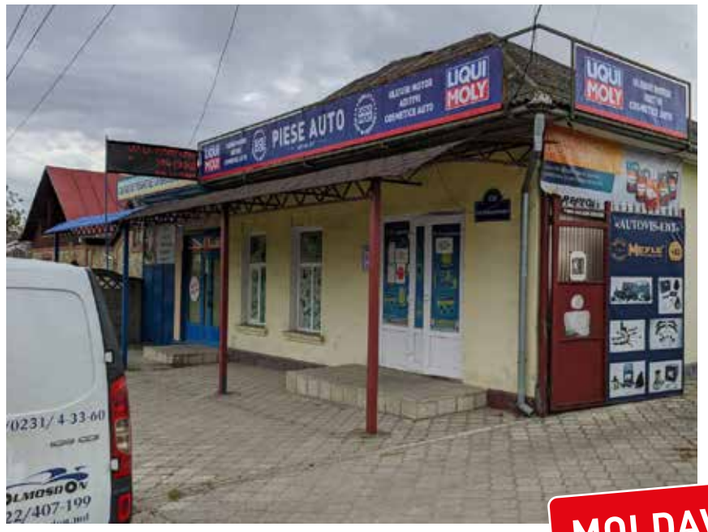
THAILAND

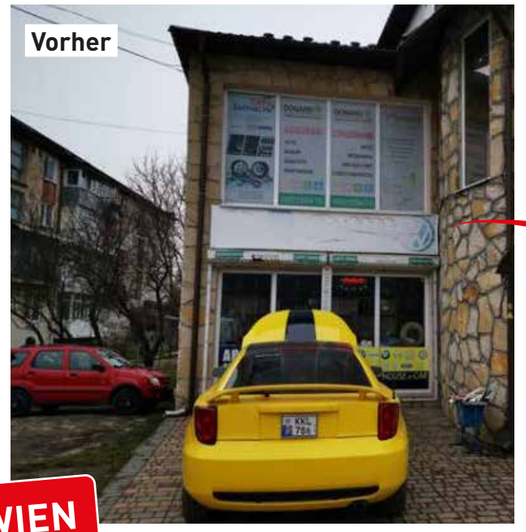


Extragroß und extracool: Während sich unsere Mitbewerber aus Furcht vor Corona zurückziehen, zeigen unsere Freunde von LIQUI MOLY Thailand mit diesem 80 Quadratmeter großen Signboard direkt an der Sukhumvit Road, einer der berühmtesten Straßen Thailands und Highway zur Insel Koh Chang, auf welche Schmierstoffmarke immer Verlass ist!

Weltweites Markenzeichen für Topqualität

In allen Ländern der Welt lagen oder liegen noch immer die Geschäfte brach – auch in Werkstätten und Shops. Umso wichtiger ist es, sich bereits jetzt auf die steigende Nachfrage nach der Corona-Krise vorzubereiten. Dazu gehört auch, den Kunden zu zeigen, wo sie erstklassige Schmierstoffe bekommen, um ihre nicht oder nur sehr wenig bewegten mobilen Schätze wieder flott zu bekommen.
Ob an der Werkstattfassade, vor und im Verkaufsladen oder mobil als Fahrzeugbeklebung: Profitieren Sie von der Bekanntheit unserer Weltmarke!





PRESSE NATIONAL

DAS SCHMIER-GEFÜHL

Über die Faszination des gemeinsamen Schraubens. Über die große Bühne des kleinen Mannes. Über Kindheitserinnerungen. Ein Samstag in der Selbsthilfewerkstatt

| **Text** H. Karkheck **Fotos** H. Karkheck/M. Puksec |

Das Beste oder nichts: Den Ölkanister (5W-40) haben die beiden bei Amazon bestellt. Made in Germany, der Liter zu 6,99 Euro

Sein erstes Mal: Holger musste 46 Jahre alt werden, um endlich zu lernen, wie ein Ölwechsel geht

FOTOS: HOLGER KARKHECK (3)

MARIO HATTE GLÜCK GEHABT. Sein Vater war beim Daimler gewesen, über 30 Jahre. Karosseriebaumeister, blauer Kittel, schwarz gesprenkelt. Vermutlich wurde Mario mit 10W-40 aus der Flasche großgezogen. Jedenfalls klingt er so, wenn er redet. Quietscht nicht, und bei ihm läuft's rund. Dreieinhalb BMW hat er in der Garage stehen. Und ich? Habe mir gerade meinen ersten Fast-Oldtimer gekauft: Polo Mikado für 400 Euro – der da oben. TÜV bis September, Ölwechsel bitte sofort.

Ich hatte im Grunde auch Glück gehabt, nur halt anders. Mein Vater war bei der Fleischwarenfabrik Rengstorf gewesen, über 30 Jahre.

Hebebühne 10 Euro pro Stunde: Selbsthilfe M. Dehn GmbH im Osten von Hamburg. Hier wird seit Jahrzehnten geschraubt

Schlachtermeister, weißer Kittel, rot gesprenkelt. Ich wurde mit Mett- und Leberwurst großgezogen.

„Ich kann keinen Ölwechsel", sagte ich zu Mario. „Nur Ausschlachten, hihi, aber dafür ist der Polo noch zu schade." In Marios blauen Augen sah ich das Feuer – und begriff, dass ich ihn nicht um einen Gefallen *gebeten*, sondern ihm einen *getan* hatte. Denn ich hatte ihm soeben einen Samstag in der Selbsthilfewerkstatt verschafft. So wie früher, als ihn sein Vater dorthin mitgenommen hatte. Und zwar an VIELEN Samstagen.

Der Chef kannte Mario noch, auch wenn das alles schon ein paar Jahre her war. „Ich bin hier als Klein- >>

EXTRATOUR

kind schon mal eingeschlafen“, sagte Mario. „Wenn meine Mutter keine Zeit hatte, hat mich mein Vater einfach mit in die Werkstatt genommen.“ Nur einmal sei er unsanft geweckt worden – als sein Vater was schweißen musste und der kleine Mario einen Funken abbekam. Da war was los!

Wir mieteten uns ein – die Stunde Hebebühne für 10 Euro. „Lass uns nicht zu lange machen“, sagte ich zu Mario. „Sonst übersteigen die Werkstattkosten den Zeitwert des Autos!“

Ich hatte den Wagen von einem Berliner Fähnchenhändler ohne Garantie gekauft. Probefahrt war verboten gewesen, nur auf einmal Anlassen hatte sich der Mann eingelassen. Ich entschloss mich, dass der Polo gesund und munter klang – und fuhr damit vom Hof. Fast 300 Kilometer zurück nach Hamburg, im Kofferraum die Sommerreifen.

Als Mario ihn das erste Mal sah, nickte er anerkennend. „Da hast du ein gutes Auto gekauft – und das ganz ohne Ahnung.“

Aber der erste Eindruck kann natürlich trügen. Dem Samstag in der Selbsthilfewerkstatt sah ich entsprechend angespannt entgegen.

Der Meister wies uns die Hebebühne ganzen hinten rechts in der Halle zu. Neben uns werkelte ein älterer Herr an seinem sorgsam gepflegten BMX X3, zwei Jungs zogen auf ihrem Seat Ibiza mit der Poliermaschine Kreise, ein arabisches Pärchen machte irgendwas an seiner S-Klasse (also der Mann, die Frau stand daneben).

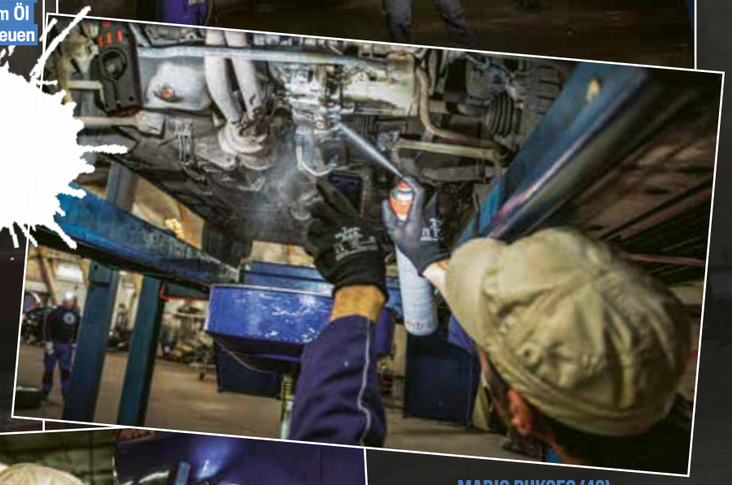
Mario streifte sich einen blauen Kittel über. Auf der rechten Brust stand: „Puksec“. „Das ist der letzte Kittel meines Vaters“, sagte Mario und schoss gefühlt um drei Zentimeter in die Höhe. Auf >>

Der Polo ist sein einziges privates Auto. Holger sagt: „Selten wurde ich so oft auf ein Fahrzeug angesprochen“

HOLGER KARKHECK (46)
REPORTER BEI AUTO BILD

Sohn eines Schlachtermeisters. Verbrachte seine Wochenenden als Kind bei Notschlachtungen (Kühe, Schweine, Schafe). Kennt sich nur mit einem Werkzeug aus: dem Bolzenschussapparat.

Sprüht vor Glück: Kollege Karkheck und sein 400-Euro-VW. Mit neuem Öl geht's auf zu neuen Abenteuern



„Mein Vater sagt immer: Wachs hilft überall, nur nicht auf den Sitzen“, sagt Mario

MARIO PUKSEC (40)
CHEF VOM DIENST BEI AUTO BILD

Sohn eines Karosseriebaumeisters, schraubt seit Kindheitstagen an Autos. Besitzt einen BMW M3 CSL, einen BMW 323i (E21), einen BMW 318is (E30) und einen ausgeweideten 325i (E90). Mit Letzterem fährt er gelegentlich Rennen auf dem Nürburgring.

FOTOS: HOLGER KARKHECK (5)

der Kittel-Rückseite stand „Mercedes-Benz Service“. Dann kann ja nix mehr schiefgehen, dachte ich. An den lieben Gottlieb Daimler hatte schon mein Vater geglaubt.

Himmelfahrt: Mario beförderte den Polo per Druckluft nach oben. Wir krabbelten unter den Wagen, mit dem seine Erstbesitzerin fünfmal die Erde umrundet hatte (meistens auf Kurzstrecke in Brandenburg). Dafür sah er in meinen Augen noch ganz gut aus.

Mario erleuchtete mit seinen profimäßigen LED-Werkstattlampen Dinge, die ich nie zuvor im Leben gesehen hatte. Er murmelte Sätze wie: „Die Bremsleitungen sind noch ganz in Ordnung. Könnten mal etwas Wachs vertragen.“ Oder: „Die Schweller sind okay, könnten mal etwas Wachs vertragen.“ Oder: „Die Wagenheberaufnahmen halten noch, könnten mal etwas Wachs vertragen.“

Ich guckte ihn irritiert an. Und Mario griff zur Sprüh- und Sprüchekanone: „Mein Vater sagt immer: Wachs ist überall gut, außer auf den Polstern.“ Ein sehr langes „Pfffffft“ unterbrach unser Männergespräch.

„Im Grunde machen die in der Werkstatt bei einer Inspektion auch nichts anderes“, sagte Mario, als er fertig war. „Gucken sich alles an, schmieren hier was und dort was.“

Dann durfte ich die Ablassschraube lösen. Mir lief das warme, dickflüssige Öl über die Hand. „Warm, dickflüssig, spritzt – war damals beim Notschlachten auch nicht anders,“ sagte ich. Mario verzog das Gesicht.

Neben dem Kittel hatte er auch einen Großteil seines tonnenschweren Werkzeugkastens vom Vater abgegriffen. „Ah, alles Fachwerkzeug!“, sagte ich beeindruckt. „Jo“, sagte Mario – und griff zum Schraubenzieher („Das heißt Schraubendreher!“) und rammte ihn in den Ölfilter. „Geht sonst nicht ab, da brauchst du einen Hebel.“ Ich nickte anerkennend. „Mit dem Reinrammen – ist wie …“ Mario winkte ab.

Beim neuen Ölfilter fehlte eine Dichtung für die Ölablassschraube. „Hol mal eine“, sagte Mario. Ich ging vorne zum Kassenhäuschen wie ein Kind, das zum ersten Mal allein zum Einkaufen geschickt wird und sich den ganzen Weg merkt, was es sagen soll. „Ich brauch eine neue Dichtung für die Ölablassschraube“, sagte ich so cool wie möglich. Und dann passierte es: „Alu- oder Blechwanne?“, fragte der Mann.

Angesichts der 50:50-Chance riet ich einfach und sagte: „Blech.“ Der Meister nickte wissend und drückte mir einen kleinen Kupferring in die ölverschmierte Hand.

Wir füllten Öl auf, wechselten noch schnell auf Sommerreifen, holten den Polo zurück auf den Boden der Tatsachen. „Merkst du das?“, fragte Mario. „Nach der Selbsthilfewerkstatt riechst du anders. Und wenn du mich fragst: Da findet auch eine Wesensveränderung statt.“ Ich guckte an mir runter und überlegte. Ja, doch, die schwarzen Ölsprenkel auf meiner Basecap fand ich ganz lässig. „Und beim nächsten Mal bist du so weit, dass du sogar goldene BBS-Felgen gut findest“, sagte Mario.

Und tatsächlich. Irgendwas hatte die Selbsthilfewerkstatt mit mir gemacht. Ich hatte die ganze Zeit über nicht einmal auf mein Handy geguckt. Ich war im Hier und Jetzt versunken gewesen.

Nach gut drei Stunden und 34,50 Euro (inkl. Dichtung) waren wir durch. „Das hat so lange gedauert, weil wir so viel geredet haben“, sagte Mario. „Das hat so lange gedauert, weil *du* so viel geredet hast“, sagte ich. Ich bezahlte – und hatte plötzlich eine Idee: „Mario, vielleicht kann ich mich mal revanchieren und dir zeigen, was *ich* als Kind gelernt habe?“ Mario lehnte ab. Er sei Vegetarier. Und zwar nicht erst seit heute.

Pragmatischer Ansatz: Mario haut einen Schraubendreher als Hebel in den Ölfilter, um ihn lösen zu können

Der Luftfilter muss mal neu, darin haben sich ganze Insektenvölker versammelt

Bremsscheiben-Beurteilung per Fingertest: „Geht noch“

Neuer Ölfilter für 4,77 Euro, dreieinhalb Liter Öl für 24,50 Euro. Macht keine 30 Euro Materialkosten

„Sieht alles noch ganz gut aus“, sagt Mario. „Durch den TÜV im September kriegen wir den locker durch!“

Polo-Sondermodell Mikado: Baujahr 1993, bis zu diesem Tag scheckheftgepflegt. Ölwechsel bei 214 214 km (!)

SELBSTHILFE DEHN

Die Auto-Selbsthilfe von Matthias Dehn ist die älteste in Hamburg, gegründet in den 1980er-Jahren. Seit 2000 gehört sie dem Kfz-Meister. Zu ihm kommen sie alle: Besitzer von Jaguar E-Type, Corvette oder eben Polo. Der Frauenanteil: „Im einstelligen Prozentbereich“, sagt Dehn. Pro Stunde zahlt man 8 Euro bzw. 10 Euro inkl. Hebebühne. Werkzeug kann man sich leihen – von der Feile (1 Euro/Tag) bis zum Schweißgerät (12 Euro/Std.). Auch eine Lackierhalle gibt es – für 50 Euro pro Stunde.

FOTOS: HOLGER KARKHECK (6)

PRESSE INTERNATIONAL

PERFEKTI SAGATAVOTS

JAUNAJAI MOTO SEZONAI

Ziema galā. Dodies ārā un izbaudi savu motociklu ar LIQUI MOLY Motorbike!

MOTORRAD BEST BRAND 2019 Kategorie: Öle/Schmierstoffe

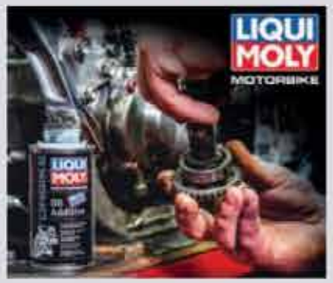
Ar LIQUI MOLY var pilnībā sagatavoties jaunajai motociklu sezonai
Kad zemā temperatūra un migla ir nozudušas, silta saules gaisma silda atmosfēru. Dabai un cilvēkiem tiek ievadīta jauna enerģija. Tagad jums ir šī tirpšanas sajūta akseleratora rokā. Motociklu entuziastiem šī sajūta ir kā augšāmcelšanās. Tomēr arī mīļotajiem motocikliem ir vajadzīgs kaut kas, lai iedzīvinātu savas tehnoloģijas un izskatu pēc vairāku mēnešu pārziemošanas. LIQUI MOLY plašais MOTORBIKE klāsts nodrošina ideālu risinājumu jebkuram lietojumam, nodrošinot, ka pirmais brauciens iezīmēs vienmērīgu aizraujošas un drošas sezonas sākumu.

Motociklu dzinēju skalotājs Engine Flush

Kods: LIM1657 0.25L ENGINE FL
Nosēdumi, degvielas atlikumi, pelni un kvēpi laika gaitā piesārņo motoreļļu. Rezultāts – motoreļļa vairs nenodrošina pilnīgu veiktspēju, un eļļošana ir mazāka par optimālo. Attīriet dzinēju no šīm nogulsnēm! Nākamā eļļas maiņa ir labākais laiks, kad sākt.

Motoreļļas

Gan motociklam, mopēdam, motorolleram, gan triciklam, kvadriciklam vai kartingam. Īsākiem un garākiem pārbraucieniem, bezceļam vai sacīkšu trasei. Mēs piedāvājam motoreļļas, kas lieliski piemērotas motorizēto divriteņu transportlīdzekļu vajadzībām. Izmantojot mūsu eļļas ceļvedi, jūs varat atrast velosipēdam piemērotāko motoreļļu.



Piedevas eļļai

Kods: LIM1580 0.125L OIL ADD
No visām piedevām tas ir LIQUI MOLY klasiskais produkts un pirmais, ko LIQUI MOLY laida tirgū. Joprojām pieejams pēc 60 gadiem, tagad ar uzlabotu formulu. Satur MoS2 jeb molibdēna sulfīdu – grafīta veida vielu, kas darbojas kā cieta smērviela.

Ķēžu un bremžu tīrītājs

Kods: LIM1602 0.5L CHAIN CLEAN
Ja labi ieeļļo, tad brauc labi. Ķēde jānotīra pirms pirmā brauciena.

Baltā smērviela ķēdei

Kods: LIM1591 0.4L CHAIN
Visa veida augsti slogotajām un ātrgaitas motociklu ķēdēm ar un bez O/X gredzeniem. Balta, pilnībā sintētiska speciālā smērviela.

Viziera tīrītājs

Kods: LIM1571 HELMET VISOR
Uzturiet skaidru redzamību! LIQUI MOLY motociklu viziera tīrītājs noņem netīrumus, kukaiņus, eļļu un silikona atlikumus, nodrošinot skaidru redzamību un drošību.

Ķiveres polsterējuma tīrītājs

Kods: LIM1603 0.3L HELMET INT
Labai pašsajūtai maiga un rūpīga ķiveru un ķiveres polsterējuma tīrīšana. Uzveic baktērijas un nodrošina patīkami svaigu aromātu.

Motorbike Cleaner

Kods: LIM1509 1L WASH
Tīrīšanas šķidrums, kas īpaši izstrādāts motocikliem un velosipēdiem, bez piesārņojošiem šķidinātājiem.

LETTLAND

LIQUI MOLY produkcija Jūsu motociklam

Motociklu tīrīšanas līdzeklis
Notīra motociklu no visu veidu netīrumiem, kas palikuši pēc lietošanas.
LIM1509

Aizsargķiveru stikla tīrītājs
Paredzēts aizsargstiklu tīrīšanai, kopšanai un aizsardzībai pret svīšanu.
LIM1571

Degvielas piedeva Motorbike Speed
Nodrošina labāku startu, vienmērīgāku motora darbību un optimize jaudu.
LIM3040

Motociklu gaisa filtra eļļa
Īpaši izstrādāta visu veidu gaisa filtru eļļošanai un mitrināšanai.
LIM1604

Motociklu ādas apģērba kopšanas līdzeklis
Lieliska ilgtermiņa aizsardzība.
LIM1601

Motociklu ķēžu un bremžu tīrītājs
Ātrai, ērtai un efektīvai motocikla uzbūves detaļu tīrīšanai un attaukošanai.
LIM1602

Motociklu transmisijas eļļa
Šis transmisijas eļļas priekšrocības ir viegla pārnesumu maiņa un lielāka aizsardzība pret nodilumu.

Motociklu riepu remonta putas
Stiprina, hermetizē caurdurtas riepas un piepumpē tās līdz vajadzīgajam līmenim.
LIM1579

Foto: yamahamotorsports.com

Motocikla ķēžu eļļa
Pastāvīgi eļļo ķēdes un samazina ķēdes ratu nodilumu.
LIM1508

Pilnīgi sintētiska augstas efektivitātes motociklu motoreļļa

Motociklu radiatoru tīrītājs
Noņem nogulsnes, izkliedē dūnas un ķīmiskā veidā pārveido dzesēšanas sistēmā esošo kalkakmeni.
LIM3042

Motociklu dakšu eļļa
Universāls lietojums var lietot visās motociklu, motorolleru/skūteru, autociklu un citu divriteņu transportlīdzekļu teleskopiskajās dakšās un amortizatoros.

https://issuu.com/intercarslv/docs/intercars_nr_25

MOBILE SCHÄTZE

WERTERHALT

Einfach zum schönen, gepflegten Cabrio-Verdeck

Endlich wieder raus: Unser Cabrio-Verdeckpaket verspricht langen Spaß am offenen Fahren

Den Fahrtwind spüren, die Landschaft genießen und die Sonne reinlassen – jetzt, wo wir uns nach Wochen des strikten Kontaktverbots wieder etwas freier bewegen dürfen, hat Cabrio fahren seine ganz besonderen Reize. Bei Fahrzeugen mit Hardtop ist oftmals nicht nur die Technik bequemer, sondern auch die Pflege. Doch Stoffverdecke erleben derzeit eine wahre Renaissance: Ob neuere Fahrzeuge oder Oldtimer – ein Stoffverdeck versprüht einfach seinen eigenen Charme, der das Aussehen entscheidend prägt. Damit es möglichst lange schön und gepflegt bleibt, haben wir dieses praktische Cabrio-Verdeckpaket geschnürt.

Cabrio-Verdeck-Reiniger *(Art.-Nr. 1593)*

So reinigen Sie das Cabrio-Verdeck in fünf Schritten:

- *Vorherige Grundreinigung durchführen (Waschanlage, Waschbox oder Handwäsche).*
- *Verdeck vor Anwendung nochmals anfeuchten, sodass der Reiniger gut in die Tiefe einziehen kann.*
- *Den Reiniger ca. drei Minuten einziehen lassen. Mit einer weichen Bürste den Cabrio-Verdeck-Reiniger einmassieren.*
- *Anschließend mit einem Wasserschlauch das Verdeck abspülen.*
- *Verdeck nicht in der prallen Sonne, sondern im Schatten trocknen lassen.*

Gewebeimprägnierung *(Art.-Nr. 1594)*

Diese fünf Dinge gilt es bei der Imprägnierung zu beachten:

- *Die Fläche sollte vorher sauber und trocken sein.*
- *Imprägnierung aus 20 cm Entfernung gleichmäßig und dünn aufsprühen.*
- *Nur in gut belüfteten Räumen anwenden.*
- *Falls mehrere Schichten gewünscht sind: Die vorherige Schicht muss unbedingt komplett durchgetrocknet sein, um Flecken zu vermeiden.*
- *Bei Kunststoff-Verdecken empfiehlt sich zum langfristigen Schutz der Kunststoff-Tiefenpfleger.*

UNSERE INSPIRATIONSQUELLE.

UNSER MONATSMAGAZIN.

BILDER UND GESCHICHTEN ist für uns alle. Von uns allen.
Ein außergewöhnliches Spiegelbild einer außergewöhnlichen Marke.
Teilen Sie Ihre Erlebnisse, Erfolge und Emotionen rund um
die LIQUI MOLY family worldwide – mit Ihrem Beitrag in
der nächsten Ausgabe unseres Firmenmagazins.

www.liqui-moly.de/unternehmen/**monatsmagazin**

So kommt auch Ihr Beitrag in BILDER UND GESCHICHTEN:

Senden Sie Ihre Bilder inkl. der dazugehörigen Informationen sowie die unterschriebenen Einwilligungserklärungen aller fotografierten Personen an **bug@liqui-moly.de.**

Fotos auswählen
und benennen.
Einwilligungserklärungen
ausgefüllt zuschicken.

Eine E-Mail mit allen
wichtigen Informationen
an **bug@liqui-moly.de** senden.

Wenn alle Vorgaben
beachtet wurden, finden Sie
Ihren Beitrag im nächsten
Monatsmagazin.

Hinweis: Das Magazin erscheint monatlich. Deshalb bitten wir Sie, die Inhalte zeitnah zu liefern. Fotos und Artikel, die nach dem jeweiligen Einsendeschluss eingereicht wurden, erscheinen in der darauffolgenden Ausgabe.