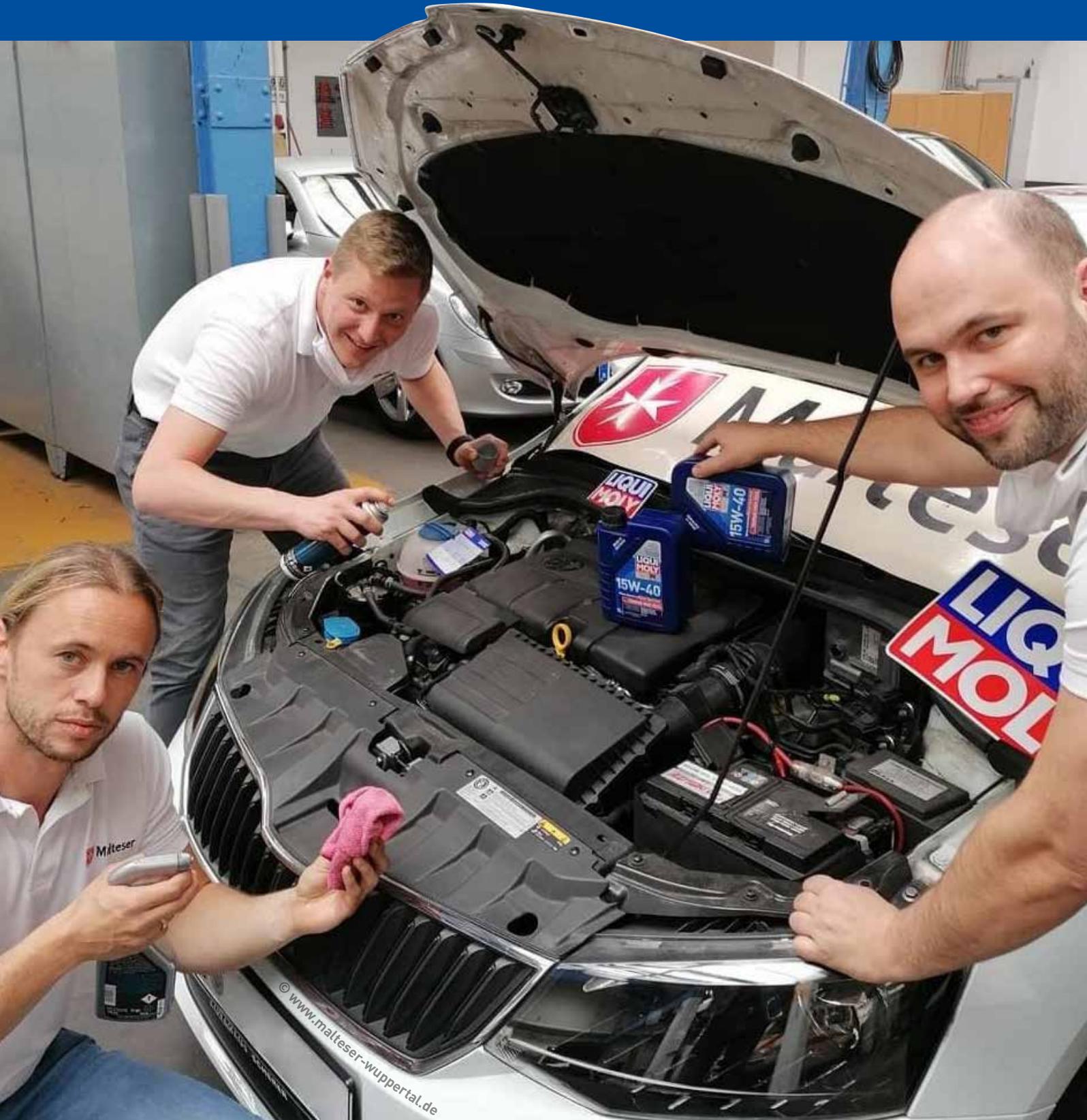




PICTURES AND STORIES

FROM OUR LIVES 08.2020



LIQUI MOLY keeps the world moving



Dear car drivers, dear workshops, dear customers,

For over 60 years now, we have been producing motor oils and additives in Germany. At our locations in Ulm and Saarlouis, we now count almost 1,000 colleagues.

In the crisis, we are pursuing one goal: We want to keep the production running and not have to apply for short-time work. We need your help for that. And this is what we ask of you: Buy your motor oils, additives and care products from LIQUI MOLY. That is how you can help us the most.

Thank you very much!

Yours,

Ernst Prost

LIQUI MOLY GmbH
Jerg-Wieland-Strasse 4
89081 Ulm
GERMANY

Phone: +49 731 1420-0
Fax: +49 731 1420-71
E-mail: info@liqui-moly.de
www.liqui-moly.de

Technical support:
Phone: +49 731 1420-871 (international)
Service hotline: 0800 8323230 (free only within Germany)
E-mail: anwendungstechnik@liqui-moly.de



With this letter, Ernst Prost addressed Germany's motorists, workshops and customers at the beginning of the corona crisis. Who would have thought that this appeal would still be so important and topical weeks afterwards?!

Dear LIQUI MOLY friends,

In the meantime, we are used to the fact that the news changes almost hourly, is overturned again and again, and brings novelties for everyday life. All of a sudden, the coronavirus has turned our lives upside down. Naturally, questions of why and how come up. After all, we are feeling the brutal effects and restrictions not only in our private lives, but also in our LIQUI MOLY family.

But instead of feeling frustrated and wallowing in self-pity or letting our thoughts circle around all those things that are no longer possible due to the global pandemic, we are focusing on our strengths and all the scope for action that we still have left: We are helping the emergency services all over the world with our free products, supporting our business friends and customers with individual measures, tinkering with new products, and fighting creatively and passionately for every euro of turnover with our full range of products. After all, we know from past crises that it is not complaining, but only fighting, that gets us ahead. So let's see and use this change as an opportunity to grow even more strongly as the LIQUI MOLY family worldwide – both interpersonally and professionally!

Recently, I stumbled across a thought-provoking sentence: "Whoever becomes a victim may have had bad luck. Those who remain victims have only themselves to blame." A motto that can also help in supposedly hopeless situations, encouraging us to use all our skills, our capabilities and our wealth of ideas. Because we are the pilots of our own destiny: Crisis losers or crisis winners?

By the way: The word "crisis" is often understood as being a terrible situation, but it originally meant the turning point in a disease. This decisive point in an illness can lead to recovery or to death. And the word "decisive" indicates that decisions may be possible or even necessary.

So, let's approach the problem decisively!

Jörg Witopil
(Copywriter)

Niklas Döhring
(Graphic Artist)



Photo: Holger Karkheck

Missed previous circulars?

You can find all of them here: www.liqui-moly.com/en/company/news

Or take a look at the last issues of PICTURES AND STORIES:

www.liqui-moly.com/en/company/monthly-magazine

The main thing is to be healthy?

LIQUI MOLY CEO Ernst Prost on being satisfied

**Ladies and gentlemen,
Dear Companions!**

I can imagine that the people on the Titanic were all in decent health... but back then in their situation it didn't necessarily help them... People also need luck, to be in the right place at the right time and not the other way around, very often decides on success or failure - yes, even on life and death. It's not luck alone, efficiency is always helpful - as well as the proverbial due diligence and hard work with these you can succeed in work (and life).

As part of the work with my foundation I very often have to deal with the topic "The main thing is health". Let me quote our pastor from Leipheim at this point: "Of course, being healthy is important and beautiful - being ill is just bad, you often don't enjoy life any more. However, I know perfectly healthy people who are totally unhappy and dissatisfied, and I know seriously ill people who are very happy and satisfied. That makes me say, "Being at good health is important, it's nice - but it's not the main thing." End quote.

The current permanent wish to "Stay healthy" has its justification, although I would still like to add "Please stay happy and satisfied too" as you cannot always choose or wish for your health. Therefore I take an example from people who enjoy life gratefully and cheerfully despite health impairments and less of the dissatisfied, grouchy, permanent naggers who still don't have enough and still want something else, and who can't be

pleased with anything. Gratitude and humility, and above all life satisfaction works differently, I feel a deep respect for all those people who go through life in a happy mood despite health problems! My motto number 736 :), which is ascribed to a certain Martinus von Biberach, fits to this:

*I come from I don't know where,
I am and I don't know who,
I live and I don't know how long,
I die and I don't know when,
I drive, I don't know where:
But I'm not surprised,
that I'm so happy.*

There's nothing like a healthy, positive, optimistic outlook on life. Let us enjoy life - we only have one!

So then: Stay healthy, happy and satisfied!

Yours

Ernst Prost

800-year-old influencers

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost on passion and success

Good morning, dear colleagues!

It is the old and noble likenesses that whisper to me every night what life is really all about. But my 'influencers' are not the numerous inhabitants of this castle, the diverse and changing owners through the ages, to whom I also belong. No, they are the original builders who, all of 800 years ago, rode into the castle hall to escape from enemies. Where today my Easy Rider Harley-Davidson stands together with my computer – isn't that amazing? It is the richly bubbling inspiration within these old walls that drives me, not only in these days and nights, with a constant stream of new ideas through crises and disasters – but also on the road to success. Here at Castle Leipheim, people loved, celebrated, laughed, cried and, of course, also died. And have been doing so for hundreds of years ... In any case, I must turn 102, because then this castle, as it stands today, will celebrate its 500th anniversary. That will be a splendid double jubilee – my 102 years with the castle's 500.

I enjoy living and working in this old, historic castle, which whispers secrets to me every night. I like to let myself be carried away by the inspiration I feel in this place. In the book by Erich Broy, I read about people who obsessively threw themselves into their work and toiled on their tasks until they were exhausted, until everything was a 100% fit and was simply perfect. I admire that sort of thing. That is perfectionism, that is fervor,

that is passion – and passion is timeless. However, I only take all the trappings in life seriously to a limited extent. I do take my tasks very seriously, but definitely not my own importance. The cemeteries are full of formerly important, powerful and also rich people. Such is the transience of fate that puts an end to all life. So why upset about it? Why accumulate wealth just for the sake of wealth? The epitaph "Here lies the richest man in the whole cemetery" is not all that satisfying. The path from the laurel wreath on your head to the funeral wreath on your coffin – that is, the life span in between – is so short. Carpe diem, as the ancient Romans said. Seize the day. But with what? I like to work, and work also plays a big role in my life. But I am much more of an artist and much less of a manager.

Formulating organizational rules has never been my forte. Rather, developing visions, deriving missions from them, and realizing them with a strong team to achieve 200%. But, of course, I also like to hang around on some islands between as many animals as possible during my holidays, and for three weeks I have nothing else on than a cap on my head. Both are part of life: Exertion and relaxation. Still, I'm addicted to the stuff. No, not to the motor oil, the additives and certainly not to money, but as a hankering for new things and variety, for movement, for creation, for meaningful shaping and building, for implementing ideas, for working day and night, for success and perfection, and for

ever new challenges. In search of excellence ... Sometimes it is like the rush of intoxication – but a healthy one. Or like Monopoly with real money. The main thing is that one's play instinct is satisfied and, to a certain extent as a byproduct, good deeds are done with purpose and benefit for other people. In the meantime, I can allow myself the luxury of not doing anything I have to, but only doing what I enjoy. Working, for example. Everything I do is enjoyment for me – but then I also only do what I enjoy.

I hope that you too will enjoy what you are doing and I look forward to a wonderful new week with you and all our business friends. Incidentally: You gave me this knight's armor as a present for my 50th birthday in 2007. Tempus fugit ... Time flies. Let's make the most of it!

Best regards,
Ernst Prost

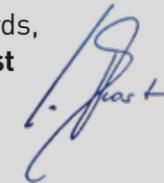



Photo: Holger Karkheck

The arrogance of power

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost on the honor and burden of leadership

Dear co-entrepreneurs,

The arrogance is not always clearly visible, snobbish, conceited or with a haughty look, but sometimes well camouflaged in the clothing of power ... The braggart who exploits his position to exercise borrowed power can be recognized at first sight. But what about those who play out their power in a very subtle way, even behind the scenes?

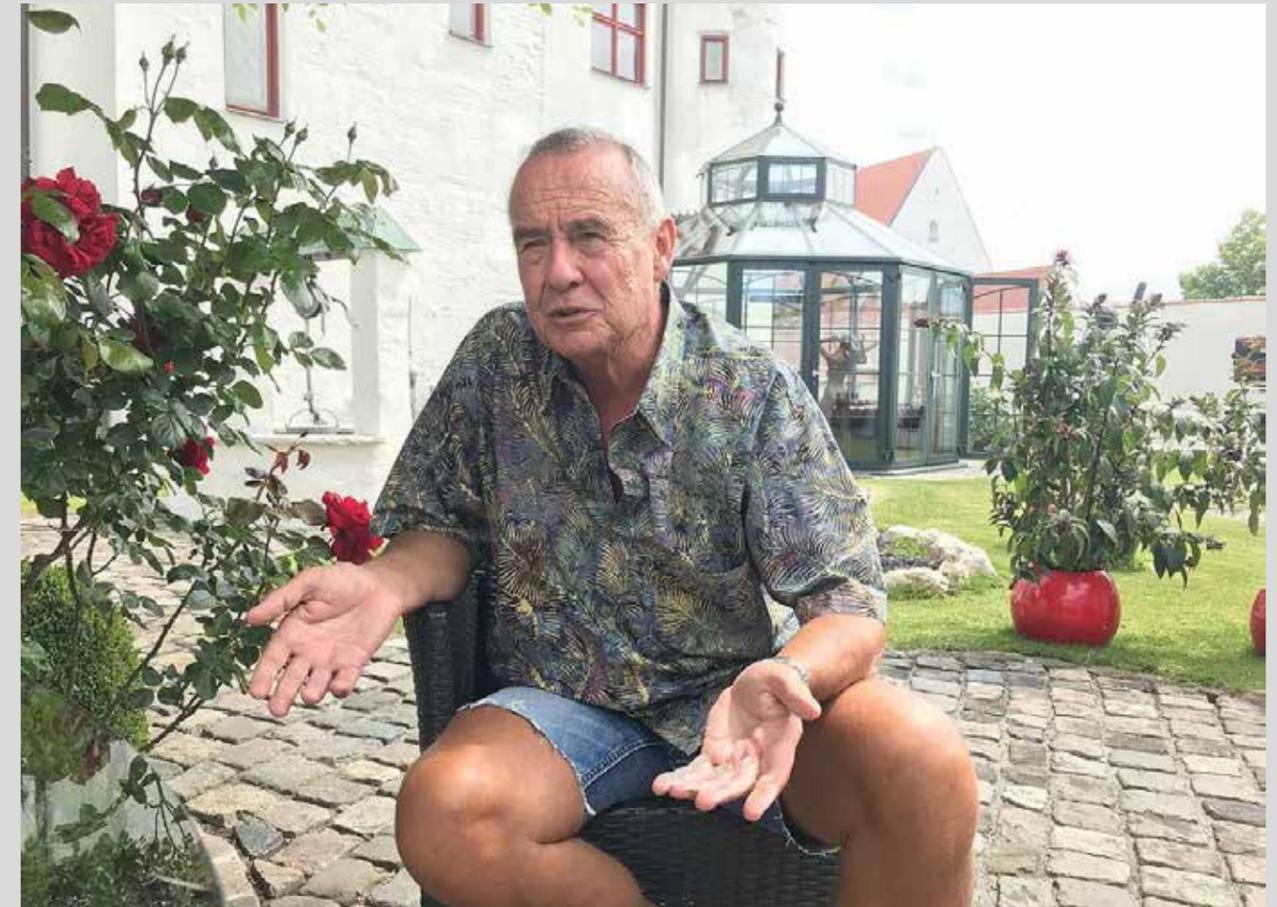
Any form of arrogance is harmful. But the arrogance by which power is exercised is worst of all, because it damages social cohesion, freedom and democracy and also harms the people concerned. "Set a man above others and you'll find out what his character is like ..." Power corrupts; power puts one's discipline and conscience to the test every day. Only those who resist the temptations of power will do justice to their function as leaders. Continuing to work modestly and decently despite power and its many tempting opportunities requires a great character and a big heart.

I think a great many people abuse their positions to enrich themselves or to let their ego run free. On the other hand, however, there is nothing to be seen of responsibility for other people and for the big picture ... Such a type of person can be found in industry as well as in politics and the media landscape, i.e. throughout our entire society, and unfortunately far too often.

When I look at us here in our company, I see none of this. I am quite sure that the major portion of our success is due to the fact that everyone here puts themselves at the service of the cause, acts to the benefit of the company, takes care of the tasks and the work, and at the same time makes sure that nobody falls by the wayside, nobody is bullied and everyone enjoys their successful activities. (If you have the time and inclination, please read my statements on this subject in yesterday's issue of Südwest Presse.)

Yes, despite all our successes, we have remained down-to-earth, modest, cooperative and helpful. I wouldn't allow anything else. Egoists destroy corporate structures, corporate culture, working atmosphere and the joy of a good day. Altruists make sure everyone is doing well. And responsible people care about other people as much as they care about the work as such. Being a boss is both an honor and a burden. Leading means setting a good example.

Exemplary behavior applies without reservation to all of our colleagues. Otherwise, not so many people would want to work with us or seek a business relationship with us. WE all have to set a good example. Every behavior has some sort of response. For better or worse. Every action provokes a reaction. It is up to us alone how successful we are and how cooperative, lovingly and decently we treat each other. In this respect, everyone is challenged to do their best – and if there are



bad days, you just have to pull yourself together and not let yourself go.

And playing the big boss is a big no-no! No power for arrogance! To behave like a bull in a china shop or be the hater on the Internet is not humane. Cultivated and civilized togetherness, respect, tolerance – yes, and also compassion – is what distinguishes a company, a society and a nation with its values and ideals.

Best regards,
Ernst Prost

Co-entrepreneurs

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost on being a co-entrepreneur instead of a co-worker

Greetings, dear colleagues!

“Hammer ten nails into this board and, when you are finished, I’ll give you another task.” A fine example for the classic employer and employee roles. This is not meant quite seriously, but in essence hits the nail on the head :-). Personally, I prefer the co-entrepreneur. We have almost 1,000 of this type here. For more than a quarter of a century, I have been cultivating our cooperation within the company on the basis of this corporate philosophy. Still, not everyone understands that working as co-entrepreneurs yields a thousand times more benefit than just being a co-worker or employee.

The word co-entrepreneur is put in quotation marks by some people, and I often have to explain that this is not a case of false advertising, but a true description of our way of

working as a team for the benefit of the company – and thus for the benefit of everyone. Being co-entrepreneurs means we undertake things together. Now that’s really cool. Because it is not necessary to tell entrepreneurs which hammer to use to knock which nail into which board. They already know that themselves. Saving costs, increasing turnover, generating profits – the supreme disciplines of entrepreneurship are performed by co-entrepreneurs a thousand times more independently, reliably and with greater commitment than by mere recipients of orders. We are good to the company and the company is good to us. A simple description of mutual care to the advantage of all in this community.

My Liqui Moly / Meguin family worldwide is also often set in quotation marks. But please tell me: what form of living together brings more stability, care and helpfulness for the individual members than the family? Of course, there is sometimes also discord in a family, but family members stick together and help and support each other. This part of our corporate architecture is also based on our company philosophy of humanity. No one is forced to believe anything and no one is left in the lurch. No one is just a number and there are no sacrificial victims of rationalization with the aim of increasing profits. And it is precisely because we are 1,000 co-entrepreneurs and have united all our customers, business associates and partners in the large worldwide Liqui Moly / Meguin family that we achieve outstanding economic successes year after year.

Neither selfishness, nor egoism, nor rivalry determine our actions, but cooperation, friendship and service to the common good. To borrow from Robert Bosch, who said: “I don’t pay good wages because I have a lot of money; I have a lot of money because I pay good wages.” The monetary aspect still counts as much as the appreciation, respect, cultivated cooperation and goal-oriented work of all those who all have a common goal, namely that the company is doing well, so that jobs are secure and work is fun.

Warmest regards,
Ernst Prost

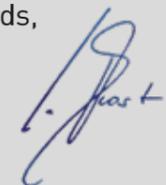





Photo: Holger Karkheck

Circus horses

LIQUI MOLY CEO Ernst Prost on the connection between scope for own ideas, happiness with the own jobs and the resulting success.

A wonderful good morning dear fellow entrepreneurs!

How I hated it when I had to gallop around in circles like a circus horse on a leash in the arena. Apart from me, the trainer in the middle also had many other horses on the leash, he also had a whip in his left hand and when he was in a good mood he let us have the long leash. He called the whole thing leadership and in reality we were not horses but employees and he was not an animal trainer but a boss.

Later on among many other things I swore to myself that when I would be a boss myself, I would do better. Short leash, long leash - it does not work at all. Delegating sounds better, but it is still too little. How do people achieve maximum performance? Preferably voluntarily and in a group, and what is the best way to permanently modernize a company? Right, through many creative minds, through creative forces and through - as in our case 1000 innovators. The infamous "decisions under uncertainty" can be made much more accurately and with less risk through a team, making the right decisions not on the basis of an individual's intelligence but by means of collective swarm intelligence. Logically, this is only possible by a team.

My task here: To create free space - free space in which intelligent, responsible and creative people can develop and live out their full potential. That's what it brings: promoting talent and discovering abilities "Do what you want, but do it right - and in a way it will benefit the company"! I certainly don't give more directives, more "instructions" any longer. A clever

head knows when it's time, what needs to be done and will do it, if you let him. Of course, personal development also includes the competence to make decisions, just like the responsibility which one must take.

Doing it right, doing something and put yourself on the line for it - not everyone likes that, but the reward is the opportunity for personal development that normally only exist in self-employment.

And that brings us back to my highly praised fellow entrepreneurs. It's also called entrepreneur in French. There are university chairs and courses for what WE have been practicing pragmatically, trustfully and highly successfully for years in Ulm and in Saarlouis. My realization after more than 45 years of professional experience is that freedom creates success and at the same time significantly increases people's satisfaction and the joy of their work. Work should not only bring income, but also joy, self-realization and a good feeling of having accomplished something - without a leash and without a whip.

I wish you a successful Friday and a nice weekend with lots of space for your creativity!

Yours
Ernst Prost



Mit sich im Reinen: Ernst Prost im Garten seines Schlosses in Leipheim. Fotos: Matthias Stelzer

„Ich bin Herz, Seele und Kopf der Firma“

Unternehmer Liqui-Moly-Chef Ernst Prost gibt in der Corona-Krise Vollgas. Der 63-Jährige bläst 15 Millionen Euro zusätzlich in Werbung, setzt sich wortstark gegen Kritiker zur Wehr und tritt für die Erhöhung des Mindestlohns ein. Von Magdi Aboul-Kheir und Matthias Stelzer

Ernst Prost begrüßt in Flipflops, Short und Hemd zum Gespräch im Garten seines Wohnsitzes, des Schlosses Leipheim. Der 63-Jährige, der Harleys und sinnliche Skulpturen sammelt, nennt sich „bescheiden“ – wohl wissend, dass sich nicht jeder all die „schönen Dinge“, mit denen er sich gern umgibt, leisten kann. Aber er meint es ernst: Protzen müsse er nicht, wichtig seien für ihn heute nur noch „die drei F: Familie, Freunde, Firma“.

Gerade in der Corona-Krise macht Prost als Geschäftsführer von Liqui Moly – Hersteller von Additiven, Schmierstoffen und Motorölen – auf sich aufmerksam: Er weist auf die soziale Verantwortung von Unternehmern hin, macht auch seinen eigenen Gehaltsverzicht publik. Der Ulmer Geschäftsmann Walter Feucht hatte Prost dafür in einer Kolumne als Selbstdarsteller attackiert – Prost hatte in Offenen Briefen massiv verbal zurückgeschlagen.

Herr Prost, wie geht's Ihnen in der Corona-Krise?

Ernst Prost: Die großen Auswirkungen des Virus nerven mich nicht so sehr wie das Virus selbst. Ich fühle mich gesundheitslich zur Risiko-Gruppe. Ich lebe wie ein Eremit, trinke seit drei Monaten keinen Alkohol. Ich brauche alle meine Sinne beieinander.

Sie sind immer im Home Office?

Im Schloss Office (lacht). Ja, drei Monate, ich war nur einmal draußen, beim Zahnarzt. Ich gehe nicht raus, aus gesundheitlichen Gründen. Und weil ich mich hier viel besser konzentrieren kann. 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Wir stecken in einer echten Krise, haben Probleme, die muss man meistern. Da kann man nicht Dienst nach Vorschrift schieben. Das machen meine Leute nicht, und ich natürlich auch nicht. So kriegt man dann auch die großen Auswirkungen dieses kleinen Virus besser in Griff.

Sie haben Verständnis für die Corona-Maßnahmen?

Um Himmels Willen – natürlich! In unserem Umfeld haben wir schon Menschen sterben sehen. Auch bei unseren Kunden, in Bergamo, in New York, überall, es ist eine globale Pandemie.

Sie agieren als Geschäftsmann dieser Tage sehr offensiv.

Ich habe mir zur Aufgabe gemacht, dass wir nicht nur die Krise meistern, sondern auch Gas geben. Als ob man auf dem Fahrrad sitzt, es geht bergauf und der Wind kommt von vorn – und man sagt: Jetzt fahren wir schneller! Ich will jetzt Marktführer werden.

„Corona-Krise? Wir haben gesagt, wir zeigen der Welt, wer wirklich Eier in der Hose hat.“

Ausgerechnet in der Krise blasen Sie zur Attacke?

Es klingt abgedroschen, stimmt aber: In jeder Krise steckt eine Chance. Viele Firmen nehmen sich jetzt zurück: Kurzarbeit, keine Werbung. Wir machen genau das Gegenteil, handeln antizyklisch. Also Vollgas. Klar, wir haben weniger Aufträge und Umsatzeinbrüche, aber dafür gewinnen wir täglich neue Kunden, schreiben gehaltvolle Verträge mit großen Unternehmen in der ganzen Welt. Meine Konkurrenten sind Shell, Esso, BP, Castrol. Sinopec in China, Lukoil in Russland, die Großen. Es ist wie in der Finanzkrise vor zwölf Jahren, auch die bot Chancen. Die ist für mich wie eine Blaupause, wie man in einer Krise agieren muss.

Mit was machen Sie den meisten Umsatz?

90 Prozent des Geschäfts ist Motorenöl. Und zwei Drittel davon im Ausland. Heute früh hab ich die Maghreb-Staaten abtelefoniert. Algerien, dort machen wir 5 Millionen Euro Umsatz. Selbst in Libyen, wo Bürgerkrieg

herrscht. Ich nehme meinen Globus und telefoniere alles ab, heute Nacht waren USA, Mexiko und Kanada dran, wegen der Zeitverschiebung. In der Früh Asien. Tagsüber mach ich meine Araber, Europäer und die Südafrikaner. Das ist nicht nur Krisenbewältigung, ich habe auch Spaß daran. Weil ich die Chancen sehe. Die Wettbewerber fallen zurück.

Sie hingegen fallen auf, sind mit Ihrer Werbung derzeit enorm sichtbar, vom Fieger-Banner über den Städten bis zum Spot vor der „Tageschau“.

Wir geben dieses Jahr 15 Millionen Euro zusätzlich für Werbung aus. Das ist Investition in die Zukunft. Die Kunden sind jetzt wechselwillig. Manche werden anderswo mit einem Anrufbeantworter abgespeist: „Sorry, wir sind gerade in Kurzarbeit, rufen sie nach Corona wieder an!“ Falsch, jetzt muss man präsent sein. Aber nochmal zur Werbung: Big Spender kann jeder spielen, große Budgets rausblasen. Kleine Sachen machen, das ist auch wirkungsvoll. So ein Fieger über Ulm kostet mich 250 Euro. Der Pilot ist froh, und für 250 Euro sieht's die ganze Stadt. Ich nenne das Moskito-Marketing: für zehn Cent im ersten Rang sitzen und ordentlich Krach machen (lacht).

Aber Sie haben mitten in der Corona-Zeit die Schlagzahl erhöht.

Das sind die 15 Millionen zusätzlich, die Sie sehen. Wir hatten für dieses Jahr 22 Millionen Euro Werbe-Budget geplant, für ein normales Jahr. Dann kam Corona, und wir haben gesagt, wir zeigen der Welt, wer wirklich Eier in der Hose hat, und haben aufgestockt. Da hilft Erfahrung, ich bin seit 42 Jahren in der Branche, als Macher.

Warum treten Sie dabei als Person so stark in den Vordergrund? Sie waren zuletzt sogar im „Playboy“.

Ich bin Herz, Seele und Kopf der Firma. Und ich bin der, der da schwätzt. Kein Sprecher, keine weichgespülte PR-Agentur. Unsere Konkurrenz sind multinationalen

„Gegen die multinationalen Konzerne muss man das Persönliche setzen.“



Ernst Prost und das Unternehmen Liqui Moly

Person Ernst Prost ist als Sohn eines Maurers und einer Fabrikarbeiterin in Alttötting aufgewachsen. Nach einer Ausbildung zum Kfz-Mechaniker begann er 1978 beim Autopflegemittel-Hersteller Sonax in Neuburg an der Donau als Verkäufer und stieg dort bis zum Marketingleiter auf. 1990 dann der Wechsel zu

Liqui Moly, wo er bis 1998 schrittweise die Firma von der Gründerfamilie übernahm. Bis zum Verkauf an die Würth-Gruppe firmierte Prost als geschäftsführender Gesellschafter, jetzt ist er angestellter Geschäftsführer. Ernst Prost lebt auf Schloss Leipheim, das er seit 2006 besitzt. 2010 gründete er die gemeinnützige

„Ernst Prost Stiftung“, 2015 folgte die „Ernst Prost Foundation for Africa“ und 2019 stiftete er ein drittes Mal. „Menschen für Frieden – Frieden für Menschen“ heißt die jüngste Stiftung.

Feucht kritisiert, dass Sie Ihre Mitarbeiter „Mit-Unternehmer“ nennen.

Natürlich. Wenn man so beschimpft wird in einem Magazin, das geht doch nicht! Und dann hat er auch noch meinen Mitarbeitern geschrieben, das geht noch weniger. Ich kenne das ja alles schon. Damals in der Finanzkrise habe ich dieses Exponierte noch stärker betrieben, war in allen Talkshows, von Anne Will bis sonstwas, bin in Werbespots aufgetreten. So sind wir gut durch die Krise gekommen und Marktführer in Deutschland geworden. Aber man zieht damit auch Leute an, mit denen man weniger zu tun haben mag, Bittsteller und böse Kritiker. Daher hab ich mich wieder zurückgezogen. Meine Ruhe mag ich lieber, als irgendwelche ärgerlichen Geschichten an der Backe zu haben und Autogrammkarten zu drucken.

Aber warum haben Sie sich auch in der Wortwahl auf Feuchts heftiges Niveau begeben?

Auf einen groben Klotz gehört ein grober Keil. Das ist doch ein Ulmer Nestbeschmutzer. Beschimpft Politiker mit Unterstellungen, fuhrwerk gegen Asylanten und Flüchtlinge. Dem gehört das Handwerk gelegt.

Und was kommt am Ende dieses Jahres raus?

Schauen wir mal, wir stecken mittendrin im Kampf. Vielleicht geht der Ertrag in die Knie, aber wir zahlen ein auf die Zukunft, auf Liqui Moly im Jahr 2030. Und wir gehen nicht an die Rücklagen für unsere Offensive, die finanzieren wir aus dem Cash. Wir machen keine Verluste, höchstens weniger Gewinn. Aber wir tun was. Klar, wir haben die Preise erhöht, wir haben mit Lieferanten Corona-Rabatte verhandelt.

Wie gehen Sie mit den vielen schlechten Nachrichten um?

Ich beobachte jeden Tag, was auf der ganzen Welt passiert: Was machen Rohölpreis und Währungen? Wenn in Mexiko der Peso fällt, was bedeutet das für mich? Ansonsten schotte ich mich ab, lasse mich von negativen Nachrichten nicht beeinflussen. Du kriegst sonst den Vogel und traust dich nichts mehr.

Was stehen Sie politisch?

Ich bin sehr politisch, parteipolitische Hüte finde ich aber schrecklich. Eine gute, gesunde Politik muss von allen Elementen leben. Sie muss sozial sein, sowohl wirtschafts- als auch umweltfreundlich. Polarisierung ist gefährlich.

Was muss passieren, dass Sie nicht mehr mögen?

Okay, ich schließe Dritstens aus.

Sich trauen, kostet aber etwas. Die Schlagzeilen dominieren Kurzarbeit und Staatshilfen...

Ja, wir können das machen, weil wir die Gewinne in der Firma lassen, Cash haben. Andere privatisieren ihre Gewinne und schützen Dividenden aus – und plötzlich knirscht es bei denen in der Firmenkasse, und es wird Kurzarbeitergeld beantragt. Das ist doch eine Sauerei.

Funktioniert so nicht Kapitalismus?

Schlechter Kapitalismus! Es gibt auch einen guten, einen sozialen. Aber typischerweise schreien jetzt genau die Unternehmen nach staatlicher Hilfe, die davor gegen zu viel Staat gewütet haben. Und verglichen mit anderen Ländern geht es uns so gut, unser Staat kommt mit der großen Bazooka und macht eine Billion flott – da kann man doch nicht sagen, es geht uns schlecht.

Deutschland steht im internationalen Vergleich gut da?

Wenn ich mit meinen Kunden auf der ganzen Welt rede, Südamerika, Afrika, die sind alle im Eimer: Katastrophe, Korruption, kein Rechtsstaat. Verglichen damit sind wir im Paradies. Gesundheitswesen, Sozialstaat, Bürgersinn, Infrastruktur, Kunst und Kultur, Meinungsfreiheit. Jetzt demonstrieren Leute, dass wir angeblich in einer Diktatur leben, die haben sie nicht alle! Okay, man darf hier alles sagen, auch solche Leute. Aber bitte: Deutschland nicht schlecht reden!

Was ist Ihr persönlicher Antrieb?

Jeder Mensch erlebt Kränkungen. Und daraus entsteht Motivation. Ich war Flüchtlingskind, hatte früher schlimme Akne, habe Zurückweisung erlebt. Manche verharren in ihren Traumata, für mich war es ein Antrieb.

Sie sind ein Workaholic und werden in knapp zwei Jahren 65. Denken Sie ans Aufhören?

Kann ich mir nicht vorstellen. Drei Faktoren könnten eine Rolle spielen. Erstens der Würth. Dem gehört der Laden, wenn der mich nicht mehr mag, kann er mich entlassen. Zweitens: Wenn ich nicht mehr kann. Und drittens: Wenn ich nicht mehr mag.

Sie vertreten für Unternehmer ungewöhnliche Positionen: Mindestlohn rauf, gern Steuern zahlen...

Es geht um Sozialverhalten. Beispiel Mindestlohn: 10 Euro pro Stunde mal 160, da bist du bei 1600 Euro brutto, also kriegt man 1100 oder 1200 raus. Und davon soll einer leben? Konsumieren und gar noch eine Familie ernähren? Das geht doch nicht. Deswegen brauchen wir auch immer Leute von anderswo, wir können nicht einmal unseren Spargel selber stechen und Gurken ernten in diesem Land. Da müssen wir Bulgaren einfliegen lassen, das macht bei uns keiner, weil wir nicht anständig zahlen. Also: Mindestlohn rauf auf 15 Euro! Wie sollen die Leute ein Auto kaufen oder ihr Schnitzel? Und dann der Soli: Ja, der soll für die unteren Gehaltsklassen wegfallen, aber doch nicht für die Reichen!

Was gönnen Sie sich selbst?

Hier im Garten sitzen und an den Rosen riechen, wunderschön. Mit 63 hat man das Wildeste hinter sich. Motorrad gefahren, Ski gefahren, und ich war doch schon überall. Gegessen hab ich auch schon alles Mögliche. Das Asketische gefällt mir heute mehr, da genügt mir meine Hühnerherzensuppe oder ein Schnittlauchbrot.

Was ist Ihr persönlicher Antrieb?

Jeder Mensch erlebt Kränkungen. Und daraus entsteht Motivation. Ich war Flüchtlingskind, hatte früher schlimme Akne, habe Zurückweisung erlebt. Manche verharren in ihren Traumata, für mich war es ein Antrieb.

Sie sind ein Workaholic und werden in knapp zwei Jahren 65. Denken Sie ans Aufhören?

Kann ich mir nicht vorstellen. Drei Faktoren könnten eine Rolle spielen. Erstens der Würth. Dem gehört der Laden, wenn der mich nicht mehr mag, kann er mich entlassen. Zweitens: Wenn ich nicht mehr kann. Und drittens: Wenn ich nicht mehr mag.

Was muss passieren, dass Sie nicht mehr mögen?

Okay, ich schließe Dritstens aus.



Kühler Kopf in der Krise: Ernst Prost. Der Glaspavillon im Garten seines Schlosses in Leipheim zählt zu den Lieblingsplätzen des Unternehmers.

Foto: Bernhard Weizenegger

Der Ölkönig

Interview Liqui-Moly-Geschäftsführer Ernst Prost lebt im Leipheimer Schloss. Ein Gespräch über Arbeiten als künstlerisches Tätigsein, einen Doppelpass der Verbalfouls, Hilfsbereitschaft und Ideale, Stilmittel der Unternehmensleitung, Chancen in der Corona-Krise und seinen Wunsch, 102 Jahre alt zu werden

Günzburger Zeitung, 2. Juni 2020 (Ausgabe 125)

Es heißt, der Corona-Pandemie seien Sie von Beginn an durch exzessives Homeoffice begegnet. Auch wenn Sie es hier im Leipheimer Schloss einigermaßen geräumig haben: Kann das wirklich stimmen, Herr Prost?

Prost: Ich bin seit drei Monaten hier nicht raus gegangen. Doch, ein Mal, zum Zahnreißer.

Arbeitet der Unternehmer/Schlossherr von einem Lieblingsplatz aus oder wechseln Sie Ihren Standort je nach Lust und Laune?

Prost: Ich sause den ganzen Tag und teilweise auch in der Nacht rum mit dem Handy am Ohr und dem iPhone in der Hand. Wir sind ja international tätig, machen inzwischen zwei Drittel unseres Umsatzes außerhalb Deutschlands. Da spielt auch die Zeitverschiebung eine Rolle. Ich kann um Mitternacht mit meinen Amerikanern telefonieren und auch schon wieder mit meinen Chinesen. Ich arbeite rund um die Uhr – und in der Krise ist mehr als in allen anderen Phasen gefragt, dass ich als Kapitän auf der Brücke bin.

Vornweg gehen, im Wortsinn Vorbild sein wollen: Diese Eigenschaften begleiten Sie durch Ihr ganzes Unter-

nehmer-Dasein. Doch selbst Liqui Moly ist ja vor Rückschlägen nicht gefeit. So litt die Firma im vergangenen Jahr unter erheblichen Problemen mit

„In der Krise ist gefragt, dass ich als Kapitän auf der Brücke bin.“

Ernst Prost

einer neuen Software. Nun die Corona-Pandemie. Das Ihnen so angenehme Brummen der Motoren: Zwischenzeitlich war es von den Straßen dieser Welt kaum noch zu vernehmen. Das muss Liqui Moly doch bis ins Mark erschüttern. Oder kommt die Firma auch

Ernst Prost und Liqui Moly: Notizen einer außergewöhnlichen Unternehmensgeschichte

● **Der Mann** Ernst Prost, geboren am Valentinstag 1957, ist trotz seines urbayerischen Geburtsorts Altötting von klein auf schwäbisch geprägt. Die Schule besuchte er in Kissing, Friedberg und Wertingen, seine Berufsausbildung zum Kfz-Mechaniker absolvierte er in Donauwörth, danach arbeitete er in Neuburg/Donau und somit immerhin in Nachbarschaft zu Schwaben. 1990 wechselte Prost als Vertriebschef zu Liqui Moly. Schrittweise kaufte er der Gründerfamilie Henle bis 1998 alle

Unternehmensanteile ab. Anschließend war er Alleineigentümer und geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens – bis er Liqui Moly 2018 an die Würth-Gruppe (Weltmarktführer in Sachen Schrauben) verkaufte. Seither leitet der heute 63-Jährige die Firma als Geschäftsführer. Beruflich hat sich Prost inzwischen ein zusätzliches Betätigungsfeld ausgesucht: Er erwarb ein Hotel in Eichstätt und, auf Initiative seines Sohnes Benjamin, ein weiteres in Neu-Ulm.

● **Die Anfänge der Firma** Gegründet wurde Liqui Moly 1957 vom Ulmer Unternehmer Hans Henle. Der besaß das Patent und die Lizenz zur Verarbeitung von Molybdändisulfid (aus dieser chemischen Bezeichnung leitet sich der Firmenname ab), das ein ideales Schmiermittel ist und deshalb traumhaft zur Geschäftsidee Motoröle und Additive passt.

● **Liqui Moly heute** Der Unternehmensverbund besteht aus dem Stammhaus in Ulm und dem 2006

übernommenen früheren Zulieferer Meguin mit Firmensitz in Saarouis. Ende 2019 standen 933 Mitarbeiter und 569 Millionen Euro Jahresumsatz in den Büchern. Heute bietet Liqui Moly mehr als 4000 Artikel wie Motoren- und Getriebeöle, Additive sowie Pflege- und Serviceprodukte für praktisch alles an, was Räder und Motoren besitzt. Aktuell exportiert Liqui Moly seine Produkte in mehr als 150 Länder. Wichtigste Auslandsmärkte sind die USA, China und Russland. (ica)

durch diese Krise einigermaßen unbeschadet?

Prost: Das geht tatsächlich nur, wenn ich die Produktion aufrecht erhalte. Wir kämpfen derzeit buchstäblich um jeden Liter Öl.

Mit Erfolg, wie's scheint. Jedenfalls haben Sie mitten in der Corona-Hochphase eine groß angelegte, sündhaft teure und viel beachtete Werbekampagne gestartet.

Prost: Wann denn sonst, wenn nicht jetzt? Diese zwölf Millionen Euro werden irgendwann im Rückblick gut investiertes Geld gewesen sein.

Direkte Mitbewerber, aber auch viele Unternehmer aus anderen Branchen flüchten sich derzeit ins Gesundsparen um jeden Preis, in Stilmittel wie Entlassungen oder Kurzarbeit. Sie dagegen haben jedem Beschäftigten, Pardon, bei Ihnen heißen die Angestellten ja Mitunternehmer, unlängst 1500 Euro „Erschwernis-Zulage“ spendiert und in Verbindung damit erklärt, Sie würden auf Ihr Geschäftsführer-Gehalt verzichten. Warum tun Sie das?

Prost: Was ist denn besser: Einer, der mit-arbeitet, oder einer, der mit-unternimmt? Und in der Konsequenz dieses philosophischen Gedankens ist es doch normal, wenn man einen Teil des Erwirtschafteten wieder abgibt. Wenn dann die Leute, weil sie gut mit-unternehmen, weil sie Gas geben, weil sie ihr Unternehmen pflegen, eine Prämie erhalten. Ich verstehe gar nicht, wie man das anders machen kann.

Aufgrund solcher Aktionen gelten Sie als der Selfmade-Multimillionär, der einfach anders tickt oder, ebenfalls schön, als Roter Kapitalist. Im Moment sind wir ja unter uns, da dürfen Sie es ruhig sagen: Welchen Spitznamen würden Sie sich denn selbst geben?

Prost: Ich mag diese Etiketten und Schubladen nicht, weil das einem Menschen nicht gerecht wird. Ich

„Ich bin kein Schauspieler und auch kein Politiker. Ich brauche keine Klicks.“

Ernst Prost

denke, dass ich ein sehr vielfältiger Mensch bin und verschiedene Seiten habe.

Die offenkundig nicht jedem gefallen. Der Ulmer Backmittel-Produzent Walter Feucht hat Sie nun in einem Stadtmagazin als „kleinen Selbstdarsteller“ bezeichnet, Ihnen Minderwertigkeitskomplexe unterstellt und bemerkt, man dürfe Sie nicht ernst nehmen, müsse stattdessen eher Mitleid mit Ihnen haben. Sie haben daraufhin in einer breit gestreuten Antwort-Mail Herrn Feucht ein „Querschlägerlein“ genannt und ihm „dümmliche und ehrabschneidende Schwachsinn-Sätze“ vorgeworfen. Was war denn der Tropfen, der diesen Doppelpass der Verbalfouls auslöste?

Prost: Ich kenne den Mann gar nicht, ganz ehrlich. Ich habe ihn noch kein einziges Mal gesehen, gesprochen oder sonst irgendwas. Wir haben auch keinen Streit. Einen Streit hätte man ja um ein Thema oder eine Meinung. Wenn er gesagt hätte, mein Öl sei nichts wert, okay.

Und wenn Sie es einfach unkommentiert gelassen hätten? Die Feucht-Kolumne besitzt immerhin schon lange den zweifelhaften Ruf der Giftspritzer-Ecke.

Prost: In einer winzigen Ausprägung haben Sie Recht: Ich habe wirklich was anderes zu tun, der Herr Feucht steht normalerweise nicht auf meiner langen Problemliste. Das heißt andererseits aber nicht, dass ich mich von ihm anseihen lassen muss. Man kann einem solchen Menschen doch nicht das Tor für Beleidigungen übelster Art öffnen. Da kann man auch nicht verharmlo-

send sagen, das sei eine Spielerei unter Alpha-Tierchen. Herr Feucht ist schamlos und rücksichtslos. Er kommt aus der Hecke heraus und schießt mir verbal in die Fresse. Nein, das ist ein schrecklicher Mensch, den man offenbar nie in die Schranken gewiesen hat. Aber ich bin weder feige noch taue ich zum Opfer.

Vor ungefähr zehn Jahren waren Sie ein viel gesehener Gast im Fernsehen, bezogen immer wieder arbeitnehmerfreundliche Positionen. Dann machten Sie sich plötzlich rar. Waren Sie zu häufig angeeckt oder wollte Sie niemand mehr in seiner Talkshow haben?

Prost: Ich wollte das nicht mehr, weil man sehr viele Nebengeräusche zu hören bekommt, wenn man sich naekig macht und aus dem Fenster lehnt. Dann kriegt man auch Reaktionen, die einem Kopfweh und Herzschmerzen machen. Natürlich verletzt einen das, und es ist durch das Internet noch viel extremer geworden. Die Grenzen des Erträglichen haben sich ja total verschoben. Ich habe damals für mich entschieden: statt Ruhm und Ehre lieber Ruhe und Frieden. Ich bin ja kein Schauspieler und auch kein Politiker. Ich brauche keine Klicks.

Aber jetzt sind Sie plötzlich wieder da.

Prost: Jetzt bin ich wieder da, denn in einer Krise brauchst du einen Anführer. Um Sicherheit herzustellen, nicht nur, um sie auszustrahlen. Das ist doch mein Selbstverständnis als Chef. Ich würde mich schämen, wenn ich mich verstecken würde oder untertauchen. Das ist auch kein Marketing, das kommt aus mir raus.

Liqui Moly ist Namenssponsor der Handball-Bundesliga, das Unternehmen unterstützt die Ulmer Basketballer, nahe liegender Weise den Motorsport in allen Facetten und viele andere Sportarten mehr. Sind Sie ein wahrer Sportfreund oder mehrt dieses Engagement einfach den Bekanntheitsgrad des Unternehmens?

Prost: Die Top-Veranstaltungen, das ist reines Business, da geht's darum, unseren Markennamen zu transportieren, Kunden zu gewinnen, Umsatz zu machen. Sie müssten sehen, wie die Fans beim Motorradrennen in Malaysia auf unser Zeug abgehen. Das ist geil, das kriegst du mit Fernsehwerbung nicht hin. Darüber hinaus aber besitze ich eine Vorstellung davon, wie das Ganze pyramidal runtergebrochen werden muss. Dann kann ich meine Kunden dort abholen, wo sie leben und arbeiten. In ihrer Heimat. Der Mechaniker in Günzburg freut sich natürlich, wenn er den Liqui Moly-Schriftzug im Fernsehen sieht und dann ein Liqui Moly-Taferl in seiner Werkstatt hat. Das ist seine Identifikationsbrücke zu einer Weltmarke.

Losgelöst vom Werbeerfolg: Für welchen Sport oder für welche Sportler schlägt denn Ihr Herz?

Prost: Den Aufstieg der Günzburger Handballer in die dritte Liga habe ich verfolgt. Das freut mich und dazu gratuliere ich. Aber ich bin echt kein großer Sport-Begeisterter. Meine Liebe gehört der Familie und der Firma.

Ihre Zuwendungen an leidende Menschen sind stets überaus großzügig. Im Lauf der Jahre haben Sie zudem drei Stiftungen gegründet und üppig mit Kapital ausgestattet. Wo liegt bei Ihnen der tiefere Antrieb für derartige Dienste an der Gesellschaft?

Prost: Zunächst einmal kenne ich als Sohn einer Flüchtlingsfamilie den Geschmack der Not aus eigener Erfahrung. Nach dem Krieg, auch 1957 noch, war längst nicht alles so wie heute. Mein Vater war Maurer, meine Mutter Fabrikarbeiterin. Da ist man nicht auf Rosen gebettet, da

„Wenn man viel hat, kann man viel geben. Das ist eine Form von Erziehung.“

Ernst Prost

bekommt man eher mal den „Hurenflüchtling“ nachgerufen. Heute sage ich, ich möchte nicht als Arschloch sterben. Und wenn man viel hat, kann man viel geben. Das ist eine Form von Erziehung, Bürgersinn, Nächstenliebe und Religion.

Es fällt Ihnen also leichter, vom Geld zu lassen als von der Arbeit?

Prost: Mitnehmen kannst du ja nichts. Mein Bub und die Familie sind versorgt, die Firma habe ich bei Würth untergebracht. In meinem Testament steht, wer was kriegt. Das ist ein gutes Gefühl. Arbeit ist etwas anderes. Ich bin einfach süchtig nach Neuem und der Abwechslung, nach Bewegung, nach Erschaffen, nach sinnvollem Aufbauen, nach Ideen umsetzen, nach Erfolg und Perfektion. Manchmal ist es wie ein Rausch, ein gesunder Rausch. Hauptsache, mein Spieltrieb wird befriedigt und stiftet, praktisch als Nebenprodukt der guten Tat, Sinn und Nutzen für andere Menschen. Mittlerweile erlaube ich mir auch den Luxus, nur noch das zu machen, was mir Spaß macht.

Arbeiten zum Beispiel, wenn ich Sie richtig verstanden habe. Nur fallen mir jetzt ganz schnell ganz viele Zeitgenossen ein, die das vollkommen anders sehen. Was sagen Sie denen?

Prost: „Carpe diem“, sagten die alten Römer. „Nutze den Tag.“ Doch womit? Das muss sich doch jeder fragen. Ich arbeite gerne, zumal es für mich ja kein Arbeiten ist, sondern künstlerisches Tätigsein.

Über die Jahre haben Sie immer wieder betont, wie glücklich Sie sich schätzen, in Deutschland leben zu dürfen. Gilt das auch im Angesicht der Corona-Pandemie?

Prost: Wo wollen Sie denn jetzt gerade sein? In den USA? Wie wär's mit Brasilien? Frankreich? Indien? Nein, danke. Deutschland ist klasse. Das kann ich sagen, weil ich viel unterwegs bin. Ich habe überall vor Ort Kontakt zu den Leuten, die erzählen mir, was Sache ist. Es gibt kein Gesundheitswesen wie das unsere. Und keine Rechtsstaatlichkeit wie hier. Vielleicht in fünf weiteren Ländern auf dieser Welt. Damit sage ich nicht, dass alles perfekt ist.

„Ich bin einfach süchtig nach Abwechslung, sinnvollem Aufbauen und Perfektion.“

Ernst Prost

Hätten Sie sich für den Augenblick zum Beispiel ein anderes Krisenbewältigungsmodell gewünscht als die von Deutschland und den meisten anderen Staaten gewählte Formel „Alles dichtmachen – koste es, was es wolle“?

Prost: Es gibt keine anderen Ideen. Man hätte es im Detail vielleicht anders machen können, aber nicht im Großen und Ganzen. Nein, das hat Deutschland schon gut gemacht.

Sie sagen, das biblische Alter Ihrer gesammelten Mineralien lehrt Sie viel über die Vergänglichkeit des irdischen Lebens. Haben Sie eigentlich Angst vor dem Tod?

Prost: Nur Angst vor dem leidvollen Sterben. Das ist übel, davor habe ich Angst, das gebe ich zu. Aber die Friedhöfe sind doch voll von ehemals bedeutsamen, mächtigen und auch reichen Menschen. Also warum sich über den Tod aufregen? Warum Reichtümer der Reichtümer wegen anhäufen? Die Grabinschrift: „Hier liegt der reichste Mann auf dem Friedhof“ ist doch auch doof.

Und dennoch formulierten Sie unlängst den dringenden Wunsch, 102 Jahre alt werden zu wollen. Warum ausgerechnet 102?

Prost: 102 muss ich auf alle Fälle werden, denn 2059 feiert dieses Schloss, so wie es in seiner heutigen Form in Leipheim steht, seinen 500. Geburtstag.

Das Gespräch führte Jan Kubica

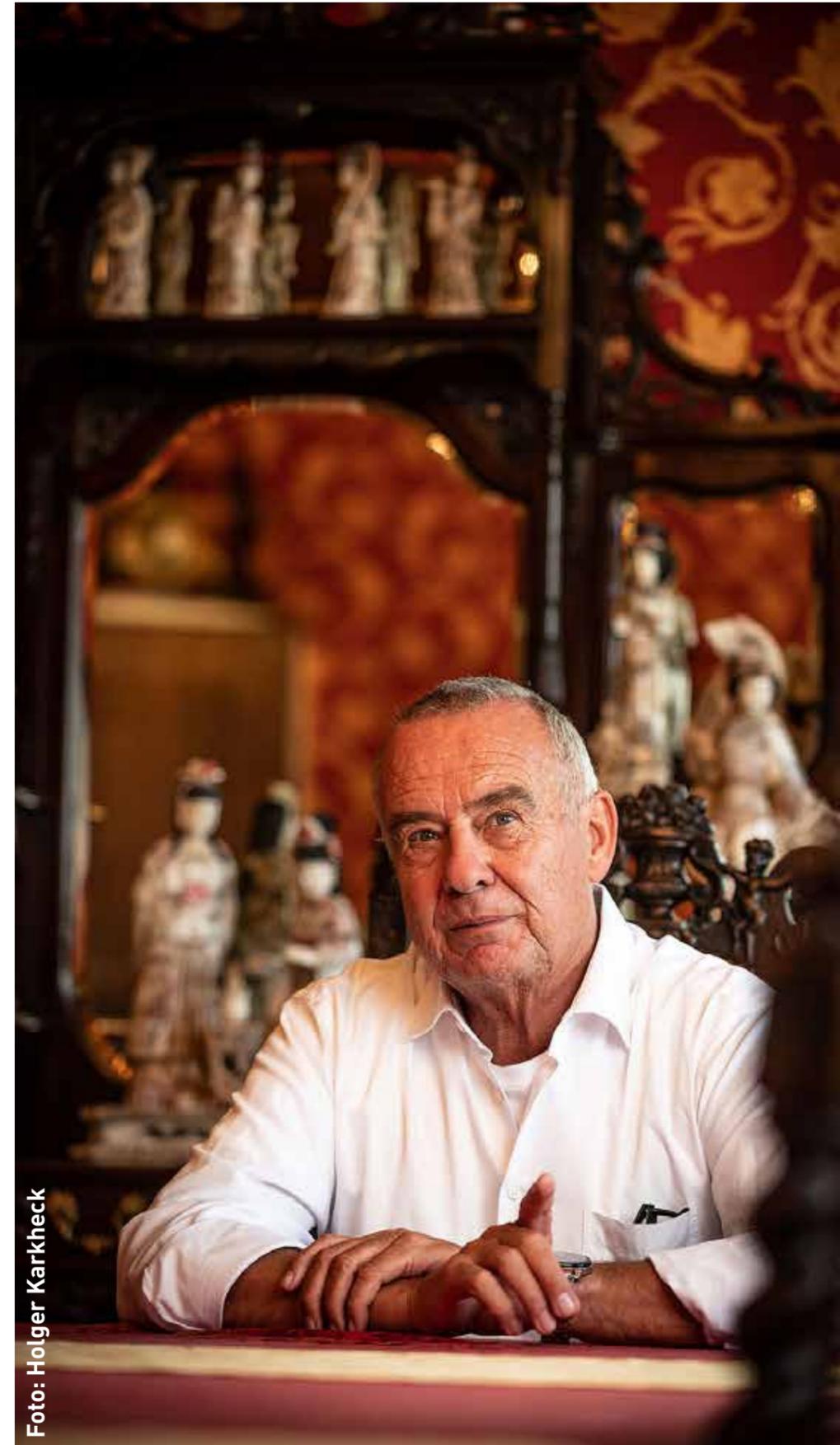


Foto: Holger Karkheck



Foto: Liqui Moly

Kommunikation in der Corona-Krise gefragt: Liqui-Moly-Chef Ernst Prost setzt auf Teamspirit und Optimismus.

ZUKUNFTSMÄRKTE

INVESTITIONEN, GEHALTSVERZICHT UND PRÄMIEN

Krisenmanagement: Wie Liqui-Moly mit der Corona-Krise umgeht

Die Corona-Krise hat den Mittelstand wirtschaftlich schwer getroffen. Liqui-Moly-Geschäftsführer Ernst Prost bleibt standhaft. Er schreibt seinen Mitarbeitern täglich Briefe und investiert auch in der Krise weiterhin. Wie schafft er das? Porträt eines Trotzigen

Ernst Prost kennt keine Angst. „Nichts“, lautet die Antwort des Liqui-Moly-Chefs auf die Frage, was ihm in der Corona-Krise Sorgen bereite: „Wenn bei uns der Umsatz um 50 Prozent einbricht, dann finde ich das spannend.“ Bevor die Pandemie über Deutschland hereinbrach, sei das Geschäft des Schmierstoffproduzenten wie von selbst gut gelaufen, berichtet er. Jetzt könne er sich „mit Haut und Haaren“ der Herausforderung stellen und versuchen, aus einer drohenden Niederlage einen Sieg zu machen.

Prost trägt die Verantwortung für fast 1.000 Mitarbeiter und eine Firma, die zuletzt gut 570 Millionen Euro Umsatz im Jahr eingefahren hat. Obwohl er das Liqui Moly im Jahr 2017 an die Würth-Gruppe verkauft hat, fühlt er sich dem Unternehmen weiterhin eng verbunden. Liqui Moly ist auf die Herstellung von Additiven, Schmierstoffen und Motorenölen spezialisiert, die der Mittelständler in seinen Werken in Ulm und Saarlouis produziert. Über fünf internationale Tochtergesellschaften werden die Produkte in mehr als 150 Länder weltweit verbreitet. Doch wie genau bringt der Unternehmer seine Mannschaft durch die Corona-Krise – reichen da markige Worte?

Mitarbeitern Sicherheit geben

„Ich habe mich für die Bazooka entschieden“, formuliert es Prost und zitiert damit Finanzminister Olaf Scholz. Übersetzt bedeutet das: Produktion laufen lassen. Prost produziert auf Halbe, geht aber fest davon aus, dass sich der aufgestaute Bedarf der Kunden Bahn brechen wird. Er hat bereits zusätzliche Lagerflächen angemietet: „Wenn die Kunden bestellen, will ich die Ware hier haben und sofort liefern.“ Außerdem hat jeder Mitarbeiter bereits im März 1.500 Euro Corona-Prämie erhalten – „für die anstehende Extrameile“. Er selbst **verzichtet seit April vollständig auf sein Gehalt**. „Kurzarbeit wäre einfach. Kosten sparen, Laden zusperren und warten, bis die Krise vorbei geht. Aber das ist nicht mein Ding“, sagt er.

Prost gibt gern das „Frontschwein“ (O-Ton). Dahinter steckt aber mehr als die Selbstinszenierung eines Mittelstandspatriarchen, zumindest in Sachen Krisenmanagement. Seit Beginn der Krise schreibt er jeden Tag einen Brief an die Mitarbeiter. „Bei uns geht keiner von Bord“ steht da drin und: „Seid ihr noch eng bei mir?“ Der Liqui-Moly-Chef ist sich sicher: „Zuversicht, Optimismus und Selbstvertrauen nehmen den Menschen die Angst.“ Er habe schon etliche Krisen hinter sich gebracht. Immer sei die Aufregung anfangs groß gewesen, und auch beim Coronavirus glaubt er, dass die Erregung schlimmer sei als der Erreger.

Flucht nach vorn

„Kämpfen um jede Dose, um jeden Kanister, um jeden Euro und um jeden Auftrag“ schrieb er Mitte Mai an seine Belegschaft. Deshalb investiert er derzeit kräftig, vor allem in den Vertrieb. Kurz nach dem Lockdown Ende März hat er zusätzlich zehn Millionen Euro in sein Marketingbudget gepumpt, das jetzt 32 Millionen Euro groß ist. So will er seinem Unternehmen maximale Sichtbarkeit verschaffen in einer Zeit, in der viele unsichtbar werden. „Nur wenige meiner Konkurrenten machen weiter, die meisten haben sich dem Shutdown hingegeben“, sagt er. Er nutze diese Wettbewerbsschwäche nun, um sich einen Vorteil zu verschaffen – auch gegenüber Konzerngrößen wie Shell, Aral, Mobil oder BP. „Wir bekommen gerade Aufträge von Kunden, die vorher nicht bei uns waren, sondern bei der Konkurrenz“, erzählt Prost.

Als ihm etwa sein Produktionsleiter berichtet, dass die Fassabfüllung beim Öl nicht ausgelastet sei, setzt sich der 63-Jährige sofort an den Rechner. Er schreibt E-Mails an seine engsten Kunden, fordert sie zur Bestellung auf, bietet im Gegenzug Rabatte. „Märkte lassen sich stimulieren“, sagt er, „man muss seine Kunden nur kitzeln. Dann ziehen sie mit.“

Prost spricht gern vom „Kampf in kleinen Etappen“, um „mehr Siege“ zu erreichen. „Indem ich anpacke, jeden Tag“ will er in seinem Unternehmen etwas Positives erzeugen – inmitten eines negativen Umfelds. Das sei seine Motivation – und die wachse, je mehr kleine Siege er einfahre. Die schwierigste Zeit war für ihn der April. „Da hatten wir ein Umsatzminus von 50 Prozent. Mittlerweile sind es nur noch 25. Dass wir das gemeinsam hinbekommen haben, darüber freue ich mich.“

Konsequentes Risikosplitting

Insgesamt könnte Liqui Moly noch glimpflich davonkommen. Autos fahren weiter, der Ölwechsel muss gemacht werden, kurzum: Die Kunden geben noch Geld aus für Mineralölprodukte. Zusätzlich versucht Prost, über Vertriebsinvestitionen den Nachfrageschock des Lockdowns abzufedern. Diesen Vorteil haben nicht alle Mittelständler. Prost weiß das. „Es gibt Unternehmen, die von der Krise vollkommen zerlegt werden. Da kann man nicht mehr viel tun, außer zu überleben zu versuchen“, sagt er. Er wisse sehr wohl zu schätzen, dass er mit seinem Geschäftsmodell besser, weil krisenfester aufgestellt sei.

Ein Teil der Zuversicht des Liqui-Moly-Chefs dürfte auf die Rücklagen des Unternehmens zurückzuführen sein. Der Mittelständler kann seine derzeitigen Verluste über seine dick gepolsterte Eigenkapitaldecke ausgleichen – laut Prost lag die Quote vor der Krise bei rund 80 Prozent. Und wenn die Einnahmen doch radikal einbrechen sollten? Dann wäre sogar er „bald fertig mit seiner Kunst“, da gibt sich Prost keinen Illusionen hin: „Durchhalten können ist immer relativ.“

Was den Mittelständler jedoch positiv in die Zukunft blicken lässt: „Wir haben kein Klumpenrisiko, nirgends.“ Dafür hat er gesorgt: Vor gut 20 Jahren hatte er ein Schlüsselerlebnis, seinen persönlichen Lockdown sozusagen. Damals wurde es für ihn richtig eng, als ein US-Konzern Liqui Moly aus dem Markt zu drängen versuchte. Zu diesem Zeitpunkt war Prost nur im Endkundensegment aktiv. „Von heute auf morgen brach unser Geschäft mit den deutschen Verbraucherketten weg.“ Just in dieser Misere kündigte ihm seine Bank dann auch noch den Kredit. „Das hat gesessen“, erinnert er sich.

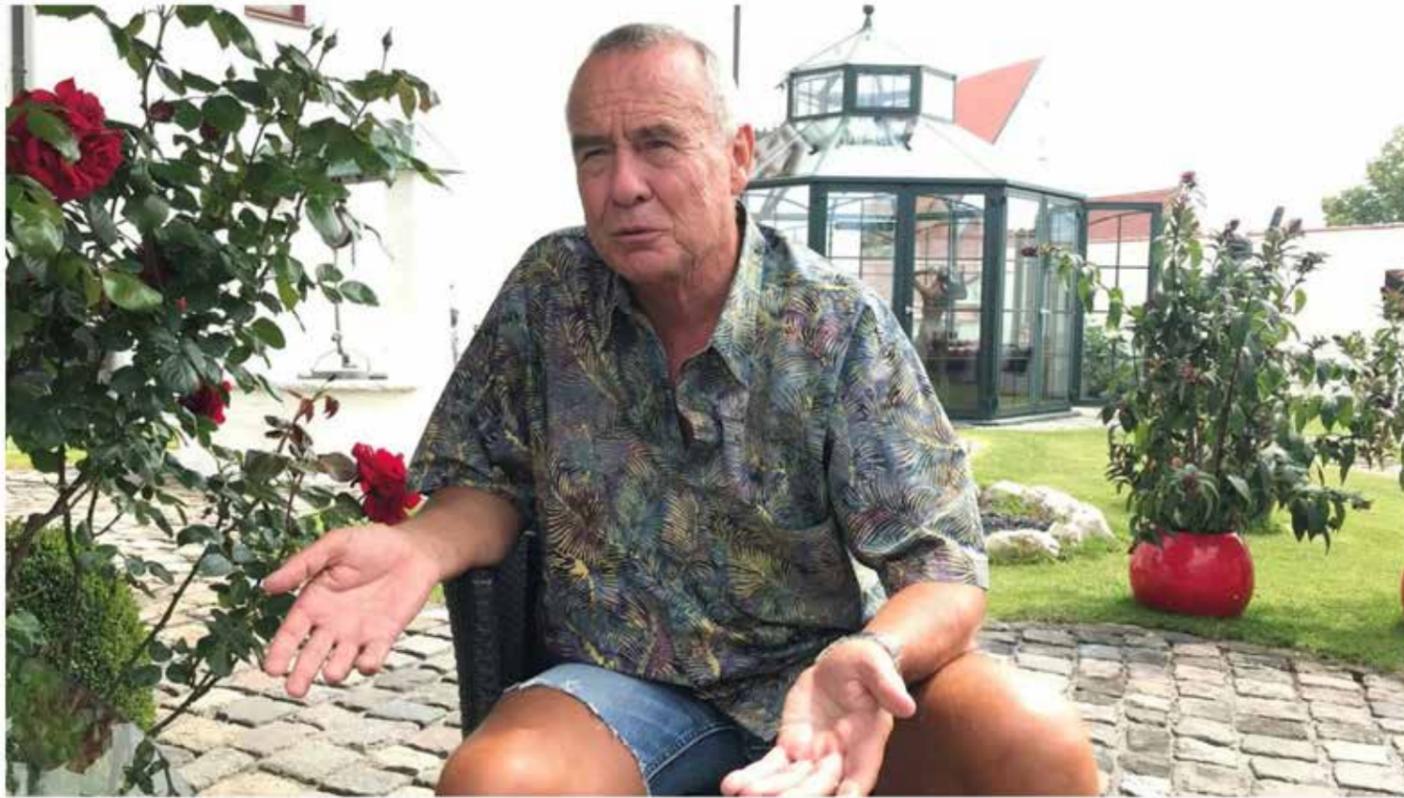
Das Risikosplitting steht seither auf der strategischen Prioritätenliste von Ernst Prost ganz oben. Penibel achtet er mittlerweile darauf, dass kein einzelner Artikel und kein einzelner Kunde mehr als fünf Prozent Anteil am Umsatz ausmacht. Außerdem hat er das Exportgeschäft massiv ausgebaut: Zwei Drittel seines Ertrags erwirtschaftet Liqui Moly außerhalb von Deutschland. Seit zehn Jahren macht Prost auch keine Schulden mehr, weil er keine Bankkredite mehr aufnimmt: „Folglich zahlen wir keine Zinsen, das kommt dem Ertrag zugute.“

Ernst Prost im Playboy

„Krisengewinner“: Darüber spricht der Liqui-Moly-Chef mit dem Magazin

Liqui-Moly-Chef Ernst Prost ist in der aktuellen Ausgabe des Playboy: Darin spricht er unter anderem über Führung in der Corona-Krise - und trifft auch eine Aussage, die zu seinem aktuellen Streit mit Walter Feucht passt.

04. Juni 2020, 15:55 Uhr · Ulm
Von Magdi Aboul-Kheir



Ernst Prost - hier im Hof seines Schlosses in Leipheim - ist mit einem vielseitigen Interview in der aktuellen Ausgabe des Playboys. © Foto: Matthias Stelzer

Vier Seiten im „Playboy“: Der Ulmer Unternehmer Ernst Prost wird in der aktuellen Ausgabe des Magazins als „Krisengewinner“ gefeiert. „Playboy“-Verleger Florian Boitin hatte den Geschäftsführer von Liqui Moly in seinem Schloss in Leipheim besucht und interviewt: als „erfolgreichen Unternehmer, großzügigen Gönner und Mann klarer Worte“.

https://www.swp.de/suedwesten/staedte/ulm/ernst-prost-im-playboy-das-sagt-der-liqui-moly-chef-im-interview-aussage-auch-zu-feucht-46798529.html

Für den „Playboy“-Fotografen posiert 63-jährige Harley-Fan Prost in Jeans, Hawaiiemhd und Cowboyboots mit seinem eigens angefertigten Nachbau des „Captain America“-Motorrads aus dem Kultfilm „Easy Rider“. Denn Prost sammelt nicht nur Kunst, sondern auch solche Maschinen - was bestens zu einem Mann passt, der sein Vermögen als Hersteller von Additiven, Schmierstoffen und Motorölen gemacht hat.

Prost im Playboy über Corona: „Was soll man denn in so einer Krise anderes machen, als Gas zu geben?“

Im Interview spricht Prost markig darüber, wie er als Unternehmer in der Corona-Pandemie agiert und wie er in ihr vor allem eine Chance für sein Unternehmen sieht: „Was soll man denn in so einer Krise anderes machen, als Gas zu geben?“ Wenn man jetzt zurückziehe, verschlimmere man die Auswirkungen der Krise noch mehr. „Jetzt ist Gegenwehr gefragt. Ich muss mich doch jetzt mit aller Kraft in die Schlacht werfen.“

Prost: „Kann besser austeilen als einstecken“

Dem „Playboy“-Chef hat Prost ein Interview gegeben, weil es ihn beeindruckt, wie Boitin, der seit 2009 Chefredakteur des Magazins ist, es gewagt hat, nun zudem als Verleger Verantwortung zu übernehmen.



Walter Feucht gegen Ernst Prost

Jetzt äußern sich die Ulmer Unternehmer zu ihrem Streit

ULM

Im Interview erzählt Prost auch, dass er besser austeilen als einstecken kann. Darin sei er tausendmal besser. Das konnte die Öffentlichkeit zuletzt in Prosts Streit mit dem Ulmer Unternehmer Walter Feucht beobachten. Feucht (Uldo Backmittel) hatte Prost in einer Kolumne als Selbstdarsteller attackiert. Prost hatte in zwei Offenen Brief massiv zum verbalen Gegenschlag ausgeholt und Breitseiten gegen Feucht abgefeuert.





Foto: Holger Karkheck

...aber jetzt!

Liqui Moly schafft die Zehnsation –
 der Geschäftsführer Ernst Prost im Interview.

Es fällt auf, dass Liqui Moly – wie schon in der Wirtschaftskrise 2008/09 – auch in Zeiten von Corona sehr aktiv ist. Warum?

Ernst Prost: Weil wir nicht heulen, wie übel uns das Schicksal mitspielt. Ärmel hochkrepeln und anpacken lautet unsere Devise. Wir machen ein Stück weit unsere eigene Firmenkonzunktur, weil wir eben nicht in Angststarre verfallen. Unsere Werbeoffensive ist ja kein Selbstzweck. Den Vorsprung, den wir uns jetzt gerade herausarbeiten, holt die Konkurrenz in Jahren nicht mehr ein. Und wir unterstützen so Handel und Werkstätten, damit sie gut durch diese schwierigen Zeiten kommen. Damit sind unsere Partner bestens gerüstet, wenn die Wirtschaft wieder anzieht.

Wie hat sich der Absatz seither entwickelt?

Prost: Bisher sind wir mit einem blauen Auge davongekommen. Wir hatten ein starkes erstes Quartal. Erst im April hat sich die Flaute so richtig in unseren Umsätzen bemerkbar gemacht. Trotzdem liegen wir aktuell 11 Prozent über dem Vorjahr. So eine Nummer hinterlässt überall ihre Spuren. Die sind in dem einen Land vielleicht etwas tiefer und kommen in dem anderen Land etwas später. Aber die Auswirkungen auf die Weltwirtschaft sind so brutal, dass es jedes Land erwischt. Unsere Bilanzen? Na ja, die werden heuer ausschauen wie Deutschland nach dem Krieg. Ist eh klar. Natürlich hat die Corona-Krise auch viele unserer Pläne zerhagelt. So sind wir traditionell stark im Motorsport präsent und haben in diesem Jahr unser Engagement in der Formel 1 sogar ausgebaut. Davon hatten wir freilich bisher nicht allzu viel. Dafür haben wir an anderer Stelle die dicke Berta rausgeholt und unsere Werbung kräftig aufgestockt.

Gab es im Werk eine Produktionsunterbrechung?

Prost: Nein, unsere Produktion läuft und unsere Lieferketten halten. Darüber bin ich am meisten froh. Wir tun alles dafür, ohne Kurzarbeit und ohne Entlassungen diese Krise zu meistern. Solange wir verkaufen, haben wir was zu produzieren. Deshalb die groß angelegte Anzeigenkampagne und Rundfunkwerbung in ganz Österreich.

Kampf um jede Dose

Der Mittelstand ist schwer getroffen, doch Unternehmer Ernst Prost bleibt standhaft. Wie schafft er das? Porträt eines Trotzigen

Von Eva Nau

ERNST PROST KENNT KEINE ANGST.

„Nichts“, lautet die Antwort des Liqui-Moly-Chefs auf die Frage, was ihm in der Corona-Krise Sorgen bereite: „Wenn bei uns der Umsatz um 50 Prozent einbricht, dann finde ich das spannend.“ Bevor die Pandemie über Deutschland hereinbrach, sei das Geschäft des Schmierstoffproduzenten wie von selbst gut gelaufen, berichtet er. Jetzt könne er sich „mit Haut und Haaren“ der Herausforderung stellen und versuchen, aus einer drohenden Niederlage einen Sieg zu machen.

Prost trägt die Verantwortung für fast 1.000 Mitarbeiter und eine Firma, die zuletzt gut 570 Millionen Euro Umsatz im Jahr eingefahren hat. Obwohl er das Liqui Moly im Jahr 2017 an die Würth-Gruppe verkauft hat, fühlt er sich dem Unternehmen weiterhin eng verbunden. Liqui Moly ist auf die Herstellung von Additiven, Schmierstoffen und Motorenölen spezialisiert, die der Mittelständler in seinen Werken in Ulm und Saarlouis produziert. Über fünf internationale Tochtergesellschaften werden die Produkte in mehr als 150 Länder weltweit verbreitet. Doch wie genau bringt der Unternehmer seine Mannschaft durch die Corona-Krise – reichen da markige Worte?

Mitarbeitern Sicherheit geben // „Ich habe mich für die Bazooka entschieden“, formuliert es Prost und zitiert damit Finanzminister Olaf Scholz. Übersetzt bedeutet das: Produktion laufen lassen. Prost produziert auf Halde, geht aber fest davon aus, dass sich der aufgestaute Bedarf der Kunden Bahn brechen wird. Er hat bereits zusätzliche Lagerflächen angemietet: „Wenn die Kunden bestellen, will ich die Ware hier haben und sofort liefern.“ Außerdem hat jeder Mitarbeiter bereits im März 1.500 Euro Corona-Prämie erhalten – „für die anstehende Extrameile“. Er selbst verzichtet seit April vollständig auf sein Gehalt. „Kurzarbeit wäre einfach. Kosten sparen, Laden zusperren und warten, bis die Krise vorbei geht. Aber das ist nicht mein Ding“, sagt er.

Prost gibt gern das „Frontschwein“ (O-Ton). Dahinter steckt aber mehr als die Selbstinszenierung eines Mittelstandspatriarchen, zumindest in Sachen Krisenmanagement. Seit Beginn der Krise schreibt er

Von wegen „lonesome rider“: **Liqui-Moly-Chef Ernst Prost** setzt auf Teamspirit und Optimismus.

jeden Tag einen Brief an die Mitarbeiter. „Bei uns geht keiner von Bord“ steht da drin und: „Seid ihr noch eng bei mir?“ Der Liqui-Moly-Chef ist sich sicher: „Zuversicht, Optimismus und Selbstvertrauen nehmen den Menschen die Angst.“ Er habe schon etliche Krisen hinter sich gebracht. Immer sei die Aufregung anfangs groß gewesen, und auch beim Coronavirus glaubt er, dass die Erregung schlimmer sei als der Erreger.

Flucht nach vorn // „Kämpfen um jede Dose, um jeden Kanister, um jeden Euro und um jeden Auftrag“ schrieb er Mitte Mai an seine Belegschaft. Deshalb investiert er derzeit kräftig, vor allem in den Vertrieb. Kurz nach dem Lockdown Ende März hat er zusätzlich zehn Millionen Euro in sein Mar-

ketingbudget gepumpt, das jetzt 32 Millionen Euro groß ist. So will er seinem Unternehmen maximale Sichtbarkeit verschaffen in einer Zeit, in der viele unsichtbar werden. „Nur wenige meiner Konkurrenten machen weiter, die meisten haben sich dem Shutdown hingegeben“, sagt er. Er nutze diese Wettbewerbsschwäche nun, um sich einen Vorteil zu verschaffen – auch gegenüber Konzerngrößen wie Shell, Aral, Mobil oder BP. „Wir bekommen gerade Aufträge von Kunden, die vorher nicht bei uns waren, sondern bei der Konkurrenz“, erzählt Prost.

Als ihm etwa sein Produktionsleiter berichtet, dass die Fassabfüllung beim Öl nicht ausgelastet sei, setzt sich der 63-Jährige sofort an den Rechner. Er schreibt E-Mails an seine engsten Kunden, fordert sie zur Bestellung auf, bietet im Gegenzug Rabatte. „Märkte lassen sich stimulieren“, sagt er, „man muss seine Kunden nur kitzeln. Dann ziehen sie mit.“

Prost spricht gern vom „Kampf in kleinen Etappen“, um „mehr Siege“ zu erreichen. „Indem ich anpacke, jeden Tag“ will er in seinem Unternehmen etwas Positives erzeugen – inmitten eines negativen Umfelds. Das sei seine Motivation – und die wachse, je mehr kleine Siege er einfahre. Die schwierigste Zeit war für ihn der April. „Da hatten wir ein Umsatzminus von 50 Prozent. Mittlerweile sind es nur noch 25. Dass wir das gemeinsam hinbekommen haben, darüber freue ich mich.“

Konsequentes Risikosplitting // Insgesamt könnte Liqui Moly noch glimpflich davonkommen. Autos fahren weiter, der Ölwechsel muss gemacht werden, kurzum: Die Kunden geben noch Geld aus für Mineralölprodukte. Zusätzlich versucht Prost, über Vertriebsinvestitionen den Nachfrageschock des Lockdowns abzufedern. Diesen Vorteil haben nicht alle Mittelständler. Prost weiß das. „Es gibt Unternehmen, die von der Krise vollkommen zerlegt werden. Da kann man nicht mehr viel tun, außer zu überleben zu versuchen“, sagt er. Er wisse sehr wohl zu schätzen, dass er mit seinem Geschäftsmodell besser, weil krisenfester aufgestellt sei.

Ein Teil der Zuversicht des Liqui-Moly-Chefs dürfte auf die Rücklagen des Unternehmens zurückzuführen sein. Der Mittelständler kann seine derzeitigen Verluste über seine dick gepolsterte Eigenkapitaldecke ausgleichen – laut Prost lag die Quote vor der Krise bei rund 80 Prozent. Und wenn die Einnahmen doch radikal einbrechen sollten? Dann wäre sogar er „bald fertig mit seiner Kunst“, da gibt sich Prost keinen Illusionen hin: „Durchhalten können ist immer relativ.“

Was den Mittelständler jedoch positiv in die Zukunft blicken lässt: „Wir haben kein Klumpenrisiko, nirgends.“ Dafür hat er gesorgt: Vor gut >>



20 Jahren hatte er ein Schlüsselerlebnis, seinen persönlichen Lockdown sozusagen. Damals wurde es für ihn richtig eng, als ein US-Konzern Liqui Moly aus dem Markt zu drängen versuchte. Zu diesem Zeitpunkt war Prost nur im Endkundensegment aktiv. „Von heute auf morgen brach unser Geschäft mit den deutschen Verbrauchermarktketten weg.“ Just in dieser Misere kündigte ihm seine Bank dann auch noch den Kredit. „Das hat gesessen“, erinnert er sich.

Das Risikosplitting steht seither auf der strategischen Prioritätenliste von Ernst Prost ganz oben.

Penibel achtet er mittlerweile darauf, dass kein einzelner Artikel und kein einzelner Kunde mehr als fünf Prozent Anteil am Umsatz ausmacht. Außerdem hat er das Exportgeschäft massiv ausgebaut: Zwei Drittel seines Ertrags erwirtschaftet Liqui Moly außerhalb von Deutschland. Seit zehn Jahren macht Prost auch keine Schulden mehr, weil er keine Bankkredite mehr aufnimmt: „Folglich zahlen wir keine Zinsen, das kommt dem Ertrag zugute.“ <<

eva.nau@marktmittelstand.de



WIRTSCHAFT

Querdenker
Ernst Prost, 63, steht seit 1998 an der Spitze von Liqui Moly. Der Unternehmer befürwortet mehr Staatsschulden und einen deutlich höheren Mindestlohn

„Dividende trotz Kurzarbeit ist unverschämt“

Der Chef des Schmieröherstellers Liqui Moly, **Ernst Prost**, über die Gier in Konzernen, milliarden-schwere Konjunkturprogramme und die Frage, warum er den Alltag lieber ohne seine Frau verbringt

So viel Höflichkeit ist nicht selbstverständlich. Wer in diesen Wochen einen Termin mit Ernst Prost, 63, vereinbaren möchte, erhält eine E-Mail mit Zeitangabe und Handynummer – und dazu eine Entschuldigung. Es tue ihm leid, dass er einfach einen Termin festgelegt habe und dass man jetzt nur am Telefon spreche, sagt Prost. Der Unternehmer, das merkt man sofort, legt Wert auf Manieren und einen fairen Umgang miteinander, nicht nur mit Journalisten, sondern auch mit seinen Mitarbeitern. Prost ist Geschäftsführer des Schmieröherstellers Liqui Moly mit Sitz in Ulm. Jedem der knapp 1000 Beschäftigten überwies er in der Corona-Pandemie 1500 Euro Zuschlag – als Anerkennung für ihre Arbeit.

Herr Prost, wir führen das Gespräch wegen der Corona-Pandemie telefonisch. Wie geht es Ihnen?

Gut, auch wenn hier manchmal Hektik herrscht. Warten Sie, ich hole eben das andere Telefon für unser Gespräch.

Mit wie vielen Telefonen arbeiten Sie denn?

Mit drei. Das eine ist ein zwanzig Jahre alter Nokia-Knochen. Das nutze ich zum Telefonieren. Ich habe außerdem ein iPhone, um Mails zu verschicken, und ein Huawei, um Fotos und Dokumente zu übertragen. Sie sehen, ich bin bestens ausgerüstet, das ist für einen alten Sack wie mich doch ein Erfolgserlebnis!

So alt sind Sie nun auch wieder nicht.

Na ja, 63 Jahre. Ich versuche, am technischen Zeitgeist dranzubleiben. Aber ich

bin so einer, der am liebsten Autos fährt, in denen man das Fenster noch per Hand hochkurbelt.

Sie arbeiten von zu Hause aus. Ist das besser, als im Büro zu sein?

Es ist anders. Ich lebe und arbeite bei mir zu Hause im Schloss Leipheim. Von dort bin ich seit drei Monaten nicht rausgekommen – bis auf ein Mal, als ich für zwei Stunden zum Zahnarzt ging, weil ein eitriger Backenzahn gezogen werden musste.

Wie schade, wo das Wetter so schön ist.

Warum? Ich habe einen wunderschönen Schlossgarten. Der ist umgeben von einer hohen Burgmauer, sodass ich nackig herumspazieren und dem Vogelgezwitscher lauschen könnte, wenn ich Lust darauf

#Aufbruch Zukunft >>>

hätte. Nur einen Hut müsste ich aufsetzen, damit ich keinen Sonnenbrand auf der Glatze bekomme.

Sie bleiben bewusst im Homeoffice?

Ja. Raus aus meinem Schloss gehe ich nicht, dafür fürchte ich mich zu sehr vor dem Virus und den gesellschaftlichen Veränderungen, die damit zusammenhängen. Alle Menschen laufen jetzt mit Maske herum, das muss ich mir nicht geben.

Wie führt man eine Firma von zu Hause aus? Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?

Ich gebe alles, um in der Krise zu retten, was zu retten ist. Wir bei Liqui Moly arbeiten nicht kurz, sondern geben Gas, um die Vollbeschäftigung in der Fabrik aufrechtzuerhalten. Zwei Drittel unserer Produktion gehen in den Export in die ganze Welt. Das bedeutet für mich, dass ich wegen der Zeitverschiebung praktisch rund um die Uhr im Einsatz bin. Mal telefoniere ich mit Mitarbeitern in den USA, mal mit Kunden in Indonesien oder Taiwan. Lassen Sie mich nachsehen: Die letzte Mail, die ich heute Nacht verschickt habe, ging um 1.17 Uhr raus, die erste heute Morgen um 4.57 Uhr.

Ziemlich anstrengend!

Ach was, das tue ich gerne. Mir macht die Arbeit riesigen Spaß. Sie ist für mich wie ein großes Kunstwerk, das ich bei Tag und bei Nacht erschaffe, ähnlich wie die vielen Kunstwerke, die ich auf Schloss Leipheim sammle.

Was sagt Ihre Partnerin dazu?

Die schicke ich die Woche über nach Eisenhüttenstadt, wo sie arbeitet. Wochenendbeziehungen halten ja oft am längsten, weil das Paar den Alltag nicht zusammen bewältigen muss. Für mich ist es am besten, wenn mich niemand zum Mittagessen ruft oder mir reinredet und ich meinen Tag so gestalten kann, wie es für mich passt.

Wie ist Liqui Moly bisher durch die Corona-Krise gekommen?

Wir haben natürlich alle Mitarbeiter, bei denen dies möglich war, sofort ins Homeoffice geschickt, die Produktion von drei auf zwei Schichten umgestellt und dafür gesorgt, dass alle Hygienevorschriften eingehalten werden. Unser Ziel ist, dass wir kein Kurzarbeitergeld und keine anderen staatlichen Hilfen abrufen, dass wir weiterarbeiten – und zwar welt-

3

Telefone nutzt Ernst Prost: einen 20 Jahre alten „Nokia-Knochen“, ein iPhone und ein Huawei-Smartphone

weit, also auch bei unseren Tochterfirmen, beispielsweise in Spanien, in den USA oder Portugal.

Um wie viel Prozent ist die Nachfrage nach Ihren Produkten zurückgegangen?

Im April betrug das Minus 25, im Mai noch einmal 35 Prozent. Auto und Motorrad gefahren wird ja zum Glück immer noch, sodass die Einbrüche nicht so schlimm waren wie in anderen Branchen. Außerdem liefen die ersten Monate des Jahres sehr gut, sodass wir Stand heute immer noch ein leichtes Plus gegenüber dem Vorjahr verzeichnen.

Wo, glauben Sie, wird Liqui Moly Ende des Jahres stehen?

Wir pflegen den Kontakt zu Bestandskunden und gewinnen neue Kunden, während Anfragen bei unseren Wettbewerbern, die ihren Betrieb heruntergefahren haben, auf dem Anrufbeantworter landen. Vor Kurzem haben wir eine Werbekampagne mit einem Budget von elf Millionen Euro zusätzlich zu den bisherigen Ausgaben gestartet. Deswegen werden wir unseren

„Früher war ich ein großer Gegner der Staatsverschuldung. Heute habe ich kein Problem damit, dass Deutschland zwei Billionen Euro Schulden hat“

Marktanteil von jetzt 20 Prozent bis zum Jahresende auf 25 Prozent steigern.

Nicht jede Firma kommt nur aus eigener Kraft durch die Krise. Die Industrie hat viel Geld aus Steuermitteln und den Sozialkassen mobilisiert. Ist das gerechtfertigt?

Es ist einfach unverschämt, wenn Konzerne nach Hilfe schreien und Kurzarbeitergeld beanspruchen, aber trotzdem Dividenden ausschütten. Aus der Perspektive der Manager mag es spaßig sein, die Lohnkosten auf die Allgemeinheit abzuwälzen. Volkswirtschaftlich gesehen ist es schädlich, denn wir haben ja genügend Firmen, die das Geld dringender bräuchten.

Würden Sie das auch Susanne Klatten ins Gesicht sagen, die zusammen mit ihrem Bruder Stefan Quandt 800 Millionen Euro Dividende von BMW kassiert?

Natürlich würde ich das. Dieses Spiel spielen ja nicht nur Frau Klatten, sondern

auch andere Aktionäre, die Vorstände und Aufsichtsräte, Investmentfonds und Private-Equity-Firmen. Der Finanzmarkt will Kohle sehen! So funktioniert das nun mal, ob es Sinn ergibt für die gesamte Wirtschaft oder nicht.

Sind die Milliarden-Staatshilfen für Unternehmen, die an der Krise leiden, dann überhaupt zu rechtfertigen?

Der Staat macht es im Prinzip schon richtig. Das Konjunkturprogramm ist kein hinausgeschmissenes Geld. Es kann auch nicht schaden, wenn die Pkw-Industrie in Form einer Kaufprämie für Autos etwas abbekommt. Aber Peter Altmaier und Olaf Scholz müssen schon dafür sorgen, dass auch die Hotellerie, die Gastronomie und die vielen Selbstständigen gerettet werden. Es nutzt nichts, wenn wir nur die Autokonzerne verhätscheln, aber unzählige Menschen aus anderen Branchen ihre Jobs verlieren und sich keine Autos kaufen können.

Machen Ihnen die Schuldenberge, die Deutschland und die EU für die Bekämpfung der Corona-Folgen aufürmen, keine Angst?

Im Gegenteil. Früher war ich ein großer Gegner der Staatsverschuldung. Heute habe ich kein Problem damit, dass Deutsch-

land zwei Billionen Euro Schulden hat. Von mir aus können wir diese Summe gerne auf vier Billionen verdoppeln, wenn es hilft, die Wirtschaft wieder in Gang zu bringen. Das Schlimme an Schulden sind Zinsen, und Zinsen müssen wir im Moment keine zahlen. Wenn irgendwann aufgrund der Schuldenpolitik die Inflation steigt, dann umso besser. Denn dann schrumpft der Wert unserer Schulden im Verhältnis zur Wirtschaftsleistung.

Derzeit wird kontrovers über den Lockdown diskutiert. War er aus Ihrer Sicht unumgänglich?

Ich denke schon. Deutschland verzeichnet im Vergleich mit allen anderen Ländern viel weniger Todesfälle. Überlegen Sie nur: Über 100 000 in den USA, aber nur rund 8500 in Deutschland. Fast 4500 in Schweden, dabei hat das Land nur gut zehn Millionen Einwohner! ▶



Gewinnbringer Mit Schmierölen erzielte Liqui Moly in den vergangenen zwei Jahren je rund 50 Millionen Euro Gewinn. Im Labor werden die Öle getestet und weiterentwickelt (o.), ein Packroboter lädt die Kanister in Kartons (l.)

Ihre persönliche Stiftung engagiert sich für benachteiligte Menschen unter anderem in Afrika. Was sollte passieren, damit in Lateinamerika, Afrika oder Asien nicht Hunderttausende oder Millionen Menschen Corona zum Opfer fallen?

Afrika erlebt ein stilles Sterben, weil es die Medien nicht so interessiert. Die Menschen sind Malaria, Typhus und Cholera gewohnt – jetzt kommt halt noch Corona dazu. Was sollte passieren? Möglicherweise sollten wir ärmeren Ländern zei-

Dann werden wir zwischen Russland, China und den USA zerrieben. **Vielen Bürgern und Politikern ist bei dem Gedanken unwohl, dass wir Italien oder Spanien finanzieren.**

Die wirtschaftliche Schieflage im südlichen Europa hat damit zu tun, dass Deutschland seit Jahren einen Exportüberschuss verzeichnet. Das heißt, wir verkaufen mehr ins Ausland, als wir aus dem Ausland einkaufen. So etwas kann auf Dauer nicht gut gehen. Ich kann doch

tausende Menschen aus dem Ausland kommen lassen, ist etwas faul im Staate Deutschland. Auch jemand, der in einem Pflegeberuf arbeitet, andere Menschen wäscht, Kanülen legt oder ihnen Essen ans Krankenbett bringt, muss ordentlich verdienen. Sonst brauchen wir uns nicht zu wundern, wenn sich niemand für diese Jobs interessiert. Profitmaximierung ist eben nicht alles.

Wie hoch sollte der Mindestlohn aus Ihrer Sicht sein?

Man muss davon gut leben können. Deswegen sollten es schon 13 oder 14 Euro die Stunde oder von mir aus auch 15 Euro sein. Generell brauchen wir in der Gesellschaft mehr Konsens. Wenn Unternehmer die Welt nur aus ihrer eigenen Perspektive betrachten und ihre Mitarbeiter ausnützen, funktioniert das ganze System nicht.

Wie verwirklichen Sie diesen Anspruch im eigenen Unternehmen mit Ihren Beschäftigten?

Wir bei Liqui Moly sprechen nicht von Beschäftigten, sondern von rund 1000 Mitunternehmern. Anstatt sie in Kurzarbeit zu schicken, habe ich ihnen zu Beginn des Lockdown je 1500 Euro Corona-Prämie überweisen lassen. Die gute Bezahlung und die hohe Wertschätzung des ganzen Teams spiegeln sich in unserem Ergebnis wider. Unser Ergebnis – jeweils rund 50 Millionen Euro in den Jahren 2018 und 2019 – weisen wir als richtigen Gewinn vor Steuern aus, nicht als Ebit oder Ebitda (bei dem Zinsen, Steuern und Abschreibungen herausgerechnet werden). Wir sind mit 80 Prozent Eigenkapital so solide finanziert, dass wir alle Investitionen aus dem Cash heraus finanzieren und keinen Cent Zinsen bezahlen müssen. ■

INTERVIEW: SUSANNE STEPHAN

PRESS NATIONAL

Schmierige Zeiten

Während Gastronomen, Hotellerie und die meisten Handelsunternehmen gerade ums blanke Überleben kämpfen, dürfen die Werkstätten immerhin einen Notbetrieb aufrechterhalten. Das bedeutet auch: Das Öl fließt noch. Denn auch wenn es absurd klingen mag, genau jetzt ist die Ölversorgung maßgeblich, um die Logistikketten aufrechtzuhalten. Würde die Transportwirtschaft jetzt zum Stehen kommen, dann würde alsbald Panik ausbrechen: leere Regale in Supermärkten, schwindende Medikamente in Apotheken. Ein furchtbares Bild. Dabei kämpft die Ölindustrie mit einem akuten Preisverfall. Wer also vorher – bei deutlich höheren Preisen – produziert hat, sitzt jetzt auf teurer Lagerware. Die dann bei deutlich niedrigeren Preisen unter die Leute zu bekommen, ohne großen Verlust, ist herausfordernd. Zumal viele Lager voll sind, denn mit einem so akuten Industrie- und Ausgangsstopp hat ja niemand rechnen können. Fakt ist: Selbst jetzt lässt sich Öl an Kunden verkaufen. Und da das Motoröl noch immer einer der Ertragsbringer in den Werkstätten ist, ist es zwar nur ein sehr schwacher Trost, aber besser als nix. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen allen gutes Gelingen und viele treue Kunden, die bei gelockerten Beschränkungen bald wieder Ihre Werkstätten aufsuchen.

Philipp Bednar



„Notfalls verzichte ich auf mein Gehalt“



Ernst Prost, Geschäftsführer Liqui Moly

ERNST PROST, Liqui Moly-Geschäftsführer, spricht im Exklusiv-Interview mit der KFZ Wirtschaft über die Corona-Krise und warum man Mitarbeiter jetzt Jobgarantien geben sollte.

VON PHILIPP BEDNAR

KFZ Wirtschaft: Herr Prost, wie ernst ist die Lage bei Liqui Moly aufgrund der Corona-Krise?

Ernst Prost: Wir kämpfen Tag und Nacht um den Erhalt der Firma. Derzeit läuft unsere Produktion noch im Dreischichtbetrieb. Das ist wichtig, weil wir damit unsere Kundenversorgung sicherstellen. Wir tun alles, um unseren Betrieb und die Produktion coronafrei zu halten. Wenn wir schließen müssten, wäre der Teufel los, denn unsere Kunden – die Werkstätten weltweit – sind auf unsere Produkte angewiesen.

Liqui Moly zahlt seinen Mitarbeitern einmalig 1.000 Euro mehr Bruttolohn aus – als Trostpflaster für die herausfordernden Zeiten. Warum?

Ganz einfach: Meine Mitunternehmer brauchen jetzt Geld in der Tasche. Die Krise, die auf uns zukommt, wird äußerst herausfordernd. Jetzt ist jeder Mitunternehmer gefragt, sich mit vollem Einsatz und Ideenreichtum einzubringen. Ich habe schon ein paar Krisen miterlebt, aber das ist sicher die größte.

Notfalls kündigten Sie auch an, auf Ihr Gehalt zu verzichten. Eine tolle Geste oder doch mehr ein Marketing-Schmäh?

Es ist viel trivialer (*lacht*). Das 1.000-Euro-Trostpflaster entstand, weil mir von zwei Mitunternehmern zu Ohren kam, dass es aufgrund der Krise bei ihnen im Haushaltseinkommen zu Ausfällen gekommen ist. Also habe ich beschlossen zu helfen. Dann haben wir die Hilfe auf alle rund 1.000 Mitunternehmer ausgeweitet. In schweren Zeiten zählt jeder Euro. Da muss ich als Chef Vorbild sein und ebenfalls meinen Beitrag leisten. Es kann ja nicht sein, dass ich meine Leute darben lasse und ihnen keine Jobgarantie gebe. Nach der Krise werden wir wieder Vollgas geben müssen. Dann brauch ich wieder jeden Einzelnen vollmotiviert an der Arbeit. Also ist es nur richtig, in schwierigen Zeiten jenen Mitunternehmern auch das zu geben, was sie in guten Zeiten erwirtschaftet haben.

Hut ab, diese Einstellung ist bemerkenswert. Warum machen das nicht andere Unternehmer?

Das müssen Sie bitte die fragen. Ich kann nur sagen, dass ich es unverantwortlich finde, wenn Unternehmensgewinne privatisiert und Unternehmensverluste sozialisiert werden. Natürlich kommt es Liqui Moly zugute, dass wir ein kerngesundes Unternehmen sind: Wir verfügen über 85 Prozent Eigenkapitalquote und haben keine Schulden. Aber das haben wir uns erarbeitet, darauf bin ich stolz, das sollen meine Mitunternehmer genau jetzt spüren. Darum ist mein Gehaltsverzicht – sofern nötig – kein Marketing-Gag, sondern vollkommen ernst gemeint. Meine Leute brauchen jetzt Mut und eine positive Perspektive. Wenn zu wenig zu tun ist, dann putzen wir die Produktionshallen halt zweimal – haben wir früher auch so gemacht.

Sie sagten vorher, dass jetzt jeder Euro zähle. Wie schaut das bei Liqui Moly derzeit aus?

Wir schauen, dass wir überall dort, wo es wenig weh tut, einsparen: Wir haben unseren Kalender gestrichen, die Plastiktüten, die Kugelschreiber, manche Messeauftritte. Wir bitten bei jedem Verlag um Sonderrabatte bei Anzeigen, um keine Stornierungen vornehmen zu müssen. Dazu möchte ich aber sagen, dass wir grundsätzlich kein Sponsoring und keine Werbemaßnahme fallen lassen wollen. Denn in Krisenzeiten hat man auch die Chance, sich klarer vom Mitbewerber abzusetzen. Wir werden weiterhin präsent sein, uns klar positionieren, offensiv sein. Andererseits kümmern wir uns um Einnahmen. Ich habe gleich zu Beginn der Krise alle Kunden weltweit angeschrieben, dass sie sich doch bitte die Lager auffüllen sollen, da nicht sicher ist, wie lange wir produzieren dürfen. Denn weltweit sind Motoröle wichtig,

um die Versorgungsketten aufrechtzuerhalten. Und wenn erst einmal die Lieferketten (Medikamente, Krankentransporte, Nahrungsmittel) reißen, dann wird es richtig finster.

Wie schätzen Sie die Corona-Krise im Vergleich zur Finanzkrise 2008/2009 ein?

Das ist die schlimmste Krise, die ich bis jetzt in meinem Berufsleben erfahre. Aber: Die Wirtschaftsleistung war bis zur Krise gut. Ich glaube, dass wir, wenn wir den Coronavirus medizinisch in den Griff bekommen, die wirtschaftliche Trendwende binnen einem halben Jahr schaffen. Einige Firmen wird es danach nicht mehr geben – in schwierigen Zeiten wird aussortiert. Ich hoffe, dass wir alle etwas daraus lernen.

Vor der Corona-Krise war das Klimathema omnipräsent. Ist das jetzt vorbei?

Nein, nach der Krise werden wir uns dieser Thematik wieder stellen müssen.

Wie stehen Sie dazu, als Schmierstoffhersteller, der sein Geld überwiegend durch den Verkauf von Motoröl verdient?

Das ist mein Dilemma, in dem ich als Mensch stecke. Ich bin fest davon überzeugt, dass, wenn wir als Menschheit nicht umdenken und uns nachhaltiger, naturbewusster verhalten, die Folgen des Klimawandels viel dramatischer sein werden als die Corona-Krise. Wir müssen uns dem stellen. Das schaffen wir aber nicht, wenn wir in Deutschland und Österreich Plastikstrohhalm verbieten. Da müssen alle großen Industrienationen mitziehen. Wir bei Liqui Moly versuchen, in unserem Rahmen nachhaltiger und umweltfreundlicher zu werden.



ZUR PERSON



Ernst Prost absolvierte eine Ausbildung zum Kfz-Techniker. 1978 begann er im Vertrieb von Sonax, 1990 wechselte er als Vertriebschef zu Liqui Moly. Schrittweise übernahm er die Firma von der Gründerfamilie Henle. 1998 kaufte Prost die letzten Firmenanteile. 2017 verkaufte er das Unternehmen an die Würth-Gruppe. Er ist weiterhin Geschäftsführer.

ÜBER LIQUI MOLY

Mit rund 4.000 Artikeln bietet Liqui Moly ein breites Sortiment an Automotiv-Chemie: Motorenöle und Additive, Fette und Pasten, Sprays und Autopflege, Klebe- und Dichtstoffe. Gegründet 1957, entwickelt und produziert Liqui Moly ausschließlich in Deutschland (Firmensitz in Ulm). Dort ist es unangefochtener Marktführer bei Additiven und wird immer wieder zur besten Ölmarke gewählt. Das Unternehmen verkauft seine Produkte in 120 Ländern, der Umsatz 2019 belief sich auf 569 Mio. Euro.

101 Köpfe, Folge 128

Ernst Prost: „Geldgeilheit macht mich zornig“



Name: Ernst Prost
Alter: 63
Position: Geschäftsführer
Unternehmen: Liqui Moly
Hobbies: Liqui Moly

Der Chef von Liqui Moly Ernst Prost in seinem Zuhause, dem Schloss Leipheim. Foto: Liqui Moly

Ernst Prost hat den Ulmer Motorenöhersteller Liqui Moly zu einem global agierenden Unternehmen geführt. Bekannt geworden ist er durch seine klaren Ansagen. Im 101-Köpfe Interview verrät er, wieso seine Mitarbeiter seine Familie sind und wieso ihn sein Zuhause, das Schloss Leipheim, inspiriert.

https://www.b4bschwaben.de/b4b-profile/101-koepfe_artikel,-ernst-prost-geldgeilheit-macht-mich-zornig-arid,261261.html

B4B WIRTSCHAFTSLEBEN SCHWABEN: Sie wurden durch Ihre TV-Werbespots und Ihre zahlreichen Auftritte bei TV-Talkrunden einem großen Publikum bekannt. Es haben Sie daraufhin viele Bittbriefe und Hilferufe erreicht. Gab es einen Brief, der Sie besonders berührt hat?

Jeder einzelne Brief berührt mich. Jedes einzelne Schicksal ergreift mich. Uns erreichen Hunderte von Hilferufen – jeden Monat. Immer dann, wenn es um Leben oder Tod geht, wenn Menschen aufgrund von Krankheiten keine Chance auf ein Leben haben, wird es brutal. Ganz brutal wird es, wenn es um das Schicksal von Kindern, zum Beispiel im Kinderhospiz, geht. Ich bin froh, dass meine Frau Kerstin Thiele die Stabilität aufgrund ihrer langjährigen Arbeit im Krankenhaus in Eisenhüttenstadt mitbringt, um diese Arbeit erledigen zu können. Alleine würde ich daran zerbrechen.

Über Sie gibt es unzählige Berichte. Was ist Ihre Lieblingsschlagzeile?

Liqui Moly Chef zahlt 11.000 Euro Prämie für jeden seiner Kolleginnen und Kollegen.

Seit einigen Jahren ist es ruhiger um Sie geworden. Wieso? Und welche Ihrer Lebensbereiche werden immer ganz privat bleiben?

Wenn der Laden läuft und die Firma in ruhigen Fahrwassern, erfolgreich wie ein Segelschiff auf spiegelglattem Meer dahingleitet, muss ich mich nicht in der gleichen Form exponieren wie in Krisenzeiten, wenn Führung und öffentliche Präsenz notwendig ist – so wie jetzt in diesen Monaten – um zu retten, was zu retten ist. Privat bleibt da nicht mehr viel unbeleuchtet. Das ist aber auch okay.

Sie nehmen kein Blatt vor den Mund und haben in der Vergangenheit des Öfteren deutlich gemacht, was Sie von der Mentalität anderer Wirtschaftsmanager halten. Welche Werte sollte ein Unternehmer Ihrer Meinung nach leben und was macht Sie zurzeit besonders wütend?

Es gibt immer solche und solche. Es gibt hervorragende und ehrbare Wirtschaftsführer genauso wie Egoisten, Schlingel und Schlaumeier. Das trifft sicherlich für jede Berufsgruppe und für die gesamte Gesellschaft zu. Nur sollten, meiner Meinung nach, Wirtschaftsführer ein besonders hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein leben, da von ihrer Arbeit und ihren Entscheidungen Arbeitsplätze abhängen, von denen wiederum Familien abhängig sind. Wenn ich sehe, dass dem reinen Gewinnstreben – oder noch härter formuliert – der Geld-Geilheit Arbeitsplätze und damit menschliche Schicksale geopfert werden, werde ich besonders zornig.



Sie nennen Ihre Mitarbeiter „Mitunternehmer“ und Ihr Unternehmen bezeichnen sie als „Familie“. Was steckt hinter dieser ganz besonderen Unternehmenskultur?

Dahinter steckt der ganz normale Umgang, den Menschen miteinander pflegen sollten. Und da für mich Familie mit das höchste Werte-System und auch eine der stabilsten und hilfreichsten Formen des Zusammenlebens ist, bezeichne ich uns und unsere Kunden als die Liqui Moly Family Worldwide. Wir unterstützen und helfen uns, wie eine richtige Familie. Das geht weit über eine normale Geschäftsbeziehung zwischen Kunden und Lieferanten hinaus. Warum mir Mitunternehmer tausendmal lieber sind als Mitarbeiter, ist doch auch klar: Mitarbeiten ist ja schön und gut, aber etwas gemeinsam unternehmen ist doch viel effizienter und effektiver für eine Firma. Wenn alle in einem Unternehmen, anstatt nur mitzuarbeiten etwas mitunternehmen, kommen auch tausendmal bessere Ergebnisse raus. Mich wundert immer wieder, dass ich diese – für mich so selbstverständliche – Unternehmens-Philosophie auch nach 20 Jahren immer wieder erklären muss.

Sie haben Ihr Unternehmen verkauft, sind aber noch als Geschäftsführer tätig. Denken Sie über einen Rückzug nach?

Rückzug kommt in meinem Instrumentenkasten nicht vor. Ich habe die Firma an Würth verkauft, damit ich in Ruhe sterben kann. Klingt extrem, ist aber nichts anderes als die Nachhaltigkeit, die Sicherheit – vor allem für mittlerweile 1.000 Arbeitsplätze und noch mal ein paar 10.000 Arbeitsplätze bei unseren Kunden – über meinen Tod hinaus abzusichern. Damit der Firma nichts passiert, wenn mir was passiert und damit weder Familie noch Kolleginnen und Kollegen am Grab stehen und dumm dreinschauen, weil sie nicht wissen, wie es weitergeht.

Liqui Moly ist Namenssponsor der Handball-Bundesliga, unterstützt die Ulmer Basketballer, den Motorsport und viele weitere Sportarten. Sind Sie selbst ein begeisterter Sportfan und wenn ja, für welchen Verein schlägt Ihr Herz?

Einspruch, euer Ehren, wir unterstützen als Sponsor keine Vereine und auch keine Sportveranstaltungen. Das ist reines Business. Wir geben Geld, das der Verein gut brauchen kann – logisch – und dafür bekommen wir als Gegenleistung Werbeflächen und Medien-Präsenz. Das hilft uns wiederum, den Bekanntheitsgrad unserer Marke zu stärken, auf dass wir mehr Umsatz machen und neue Kunden gewinnen. Das ist ‚the name of the game‘ im Sponsoring. Mein Herz schlug für den TSV Lauterbach. Dort habe ich als junger Kerl in der C-Klasse Fußball gespielt. Den Fußball-Verein gibt es nicht mehr und ich bin mittlerweile froh, wenn ich eine Halbzeit, also 45 Minuten fehlerfrei spazieren gehen kann, ohne aus der Puste zu kommen (lacht).

Sie haben drei Stiftungen gegründet und großzügig mit Kapital ausgestattet. Wo liegt Ihr tieferer Antrieb für Ihr soziales Engagement?

Der Herrgott hat es gut mit mir gemeint. Ich habe in meinem Leben viel Glück gehabt und in Verbindung mit Fleiß und Ehrgeiz auch gutes Geld verdient. Der reichste Mann auf dem Friedhof zu sein, ist für mich nicht erstrebenswert. Deshalb setze ich mein Geld dort ein, wo es Nutzen stiftet. Und das ist in einer meiner drei Stiftungen. Ich helfe gerne, wo Not gelindert werden kann, wo wir Menschen durch Kerstin oder meinen Sohn, der in der Stiftung mitarbeitet, helfen können. Ich denke, es zeichnet uns Menschen aus, dass wir nicht kaltherzig oder egoistisch die Not anderer Menschen ausblenden, sondern tatkräftig und mit Nächstenliebe helfen, wo Hilfe gebraucht wird.

Sie haben das baufällige Schloss Leipheim vor 15 Jahren ersteigert und umfangreich renoviert. Was gefällt Ihnen an Ihrem Zuhause besonders? Was ist Ihr Lieblingsstück im Schloss und welche Geschichte verbirgt sich dahinter?

Das ganze Schloss ist ein einziges Museum geworden, eine Art Installation, wie die Künstler sagen würden. Ich habe Amethyst Drusen, die 200 Millionen Jahre alt sind, mit modernen Werken komponiert. Und in allem sehe ich die Schöpfung, das Werk Gottes. Ich erkenne sehr demütig und dankbar, dass unser Leben ein Geschenk ist, obgleich unser Leben auch nur ein Wimpernschlag in der Erdgeschichte darstellt. Schloss Leipheim inspiriert mich. Bei Tag und Nacht. Für meine Arbeit, für mein Leben und auch für die Zeit nach meinem Leben.

Sie sind ein Valentinskind. Würden Sie sich als romantisch beschreiben?

Klar bin ich romantisch. Und liebevoll. Aber ich kann auch zornig und wütend sein, wie ein Rumpelstilzchen. Schließlich bin ich ein Mensch. Und Menschen haben vielerlei Facetten. Mir ist nur wichtig, dass ich mir selbst treu bleibe und ich mich nicht verbiege, weil es opportun ist. Ich habe meine Werte, ich habe meine Weltanschauungen und ich habe natürlich auch meine Erfahrungen auf dieser Welt und mit den Menschen gesammelt. Emotionen sind ein Teil unserer Natur. Und wenn wir es jetzt schaffen die Liebe mehr zu betonen als den Hass, hat die Menschheit auch eine Zukunft.

Sie waren schon in einigen Sternerestaurants auf der ganzen Welt essen. Was ist Ihr absolutes Lieblingsgericht?

Spätzle mit Soße.

CORONA CRISIS

DONATIONS



Radiant example for solidarity: the LIQUI MOLY donation campaign

Our donation campaign has been rolling for weeks through the entire world and is keeping the corona helpers mobile.

At the beginning of the corona crisis, Ernst Prost announced that LIQUI MOLY would be supporting the country's relief workers with free products worth EUR 1 million. Due to the huge demand, this sum was increased to EUR 3 million without further ado after only a few days, in order to meet all requests as well as possible.

But the wave of support is still in full swing, not only in Germany. In quick succession, our business friends all over the world have joined the donation drive to provide free lubricants, additives, service and care products to ensure the continuous mobility of the first responders. Because only together can we succeed!

We continue to accept product inquiries from emergency services on our campaign page:



<https://liqui-moly.to/Millionenspende>

DONATIONS



Schatzmeisterin Christina Haimerl (v.li.), 2. Kommandant Jochen Blüml, Vorsitzender Hans Wühr und Kommandant Jan Peter freuen sich über die Spende. Foto: Wühr

Helfen macht Freude

Feuerwehr Blossersberg erhält Spende

Blossersberg. (wüh) Eine ganze Palette mit Produkten der Firma Liqui Moly hat Christina Haimerl, die Schatzmeisterin der Freiwilligen Feuerwehr Blossersberg, vergangene Woche als Spende für die Wehr bekommen. Der Hersteller von Motoröl und mehr, wollte so in der Corona-Krise ein Zeichen setzen. „Wir würden ja gerne mit Desinfektionsmitteln, Gesichtsmasken und anderen dringend benötigten Materialien helfen, aber dafür sind wir in der falschen Branche. Deshalb helfen wir mit dem, was wir am besten können: Öle, Additive und andere Autopflegemittel“, so Geschäftsführer Ernst Prost. Auf die Aktion war Christina Haimerl aufmerksam geworden.

Kostenlose Lieferung

Sie hatte einfach eine Bestellung aufgegeben und wurde prompt kostenlos beliefert. Die Waren vom Motoröl bis zum Ölbinder haben einen Marktwert von über 1000 Euro.

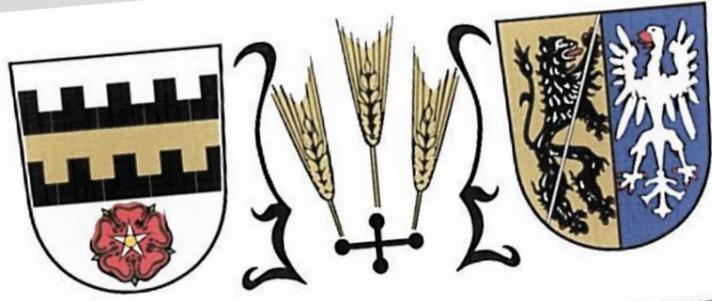


DRK OV Speicher dankbar. 2 Std. · 🌐

Wir bedanken uns ganz herzlich bei der Firma Liqui Moly, die uns und anderen Ortsvereinen eine Sachspende ihrer Produktpalette zur Fahrzeugpflege hat...

Feuerwehr Wolfring Gestern um 08:17 · 🌐
Das Unternehmen LIQUI MOLY unterstützt Rettungsdienste und Feuerwehren in der Corona-Krise mit einer Millionenspende. Für die Einsatzfahrzeuge steht über 1 Million Euro zur Verfügung. Wir bedanken uns für die großzügige Materialspende für unsere Einsatzfahrzeuge. #feuerwehr #feuerwehrwolfing #wolfing #fensterbach #ehrenamt #ziegler_group #liquimoly #spende #danke #IT20





DER BÜRGERMEISTER DER GEMEINDE AUFSEß

Aufseß, den 25. Mai 2020

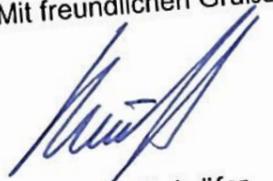
Liqui Moly GmbH
 Herrn Geschäftsführer
 Ernst Prost – persönlich -
 Jerg-Wieland-Straße 4
 89081 Ulm



Sachspende für die Freiwilligen Feuerwehren in der Gemeinde Aufseß

Sehr geehrter Herr Prost,
 über Ihre großzügige Sachspende für unsere Freiwilligen Feuerwehren in der Gemeinde Aufseß habe ich mich sehr gefreut.
 Im Namen aller Feuerwehren, aber auch persönlich, möchte ich mich ganz herzlich für Ihre Unterstützung bedanken.
 Falls Sie sich mal in der Fränkischen Schweiz aufhalten, würde ich Sie gerne in unsere Weltrekordgemeinde Aufseß einladen, um Sie persönlich kennenzulernen und nochmals meinen Dank auszusprechen.

Mit freundlichen Grüßen


 Alexander Schrüfer
 Erster Bürgermeister



Wir sagen: „Danke Liqui Moly!“

26.05.2020



Corona hält uns derzeit alle in Atem; so auch die haupt- und ehrenamtlichen Einsatzkräfte der Malteser Wuppertal.

Hygiene ist ein wesentlicher Bestandteil in unseren Diensten und ist aktuell noch wichtiger denn je. Dies gilt selbstverständlich auch für unsere Einsatzfahrzeuge.

Der Verbrauch an Schmierstoffen, Reinigungs- und Pflegeprodukten ist derzeit enorm hoch. Da kam die Spende von LIQUI MOLY genau zur richtigen Zeit und vor Ort direkt zum Einsatz.



Für das tolle Engagement, Pflege- und Reinigungsprodukte sowie Schmierstoffe für Einsatzfahrzeuge zu spenden, sagen wir ganz herzlich „DANKE LIQUI MOLY“!



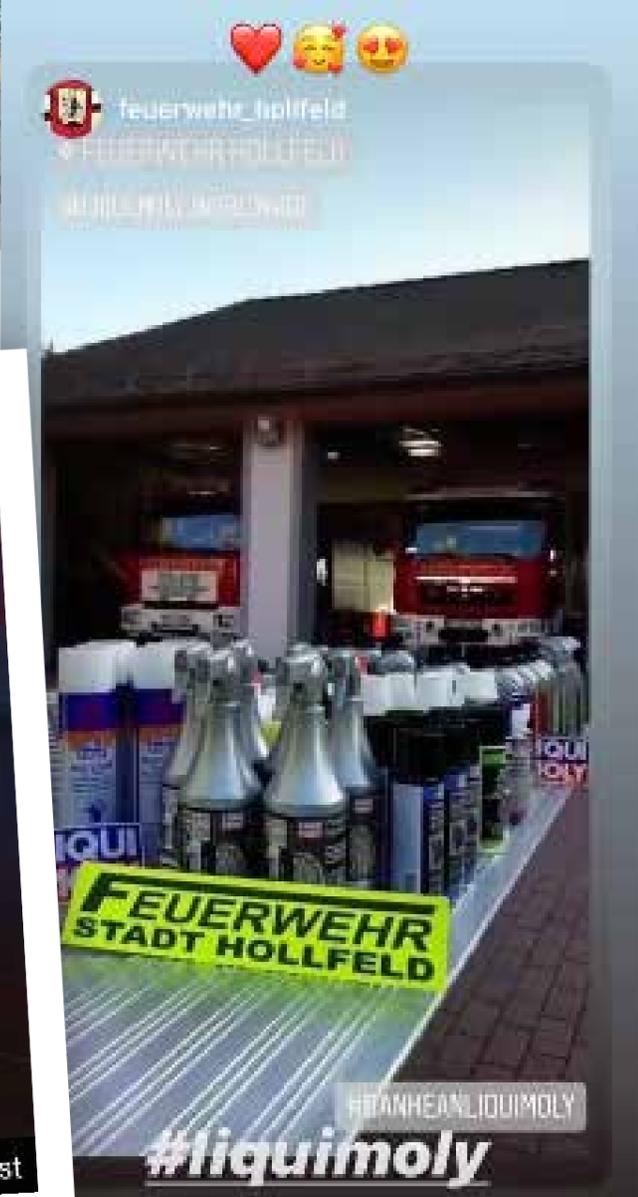
DLF dlrng.erlangen • Folgen ...

DLF dlrng.erlangen Um die #Finanzkrise zu bewältigen, auch während der #Coronakrise, gewährleisten wir zu können, hat die Firma #Liqui-moly worldwide eine Menge Geld bereitgestellt, damit die #Hilfsorganisationen Schmierstoffe, Öle und sonstige Produkte kostenlos bestellen können.

Auch wir haben bestellt und möchten uns ganz herzlich für die großzügige Lieferung und #Spende bedanken!

#WirFürErlangen #StädtFürErlangen #Gemein-am-A-Im-Gewachsen

#Wax-errettunginErlangen



ÖLE UND ADDITIVE IM KAMPF GEGEN CORONA

Publiziert 27. Mai 2020 | Von Andre Kaiser



Die Stadtfeuerwehr Annaberg-Buchholz durfte sich kürzlich über eine Sachspende in Form von Produkten im Wert von 2.200 Euro freuen.
Foto: Paul Reuter

Annaberg-Buchholz. Der bekannte Schmierstoffhersteller LIQUI MOLY unterstützt Rettungsdienste und Feuerwehren mit einer Millionenspende in Form von eigenen Produkten. „Damit wollen wir den Einsatzkräften den Rücken freihalten“, erklärt hierzu Ernst Prost.

Der Geschäftsführer des Unternehmens: „Wir würden ja gerne mit Desinfektionsmitteln, Gesichtsmasken und anderen dringend benötigten Materialien helfen, aber dafür sind wir in der falschen Branche. Deshalb helfen wir mit dem, was wir am besten können: Öle, Additive und andere Autopflegemittel. Schließlich müssen die Fahrzeuge zuverlässig funktionieren. Man stelle sich nur vor, ein Rettungswagen bliebe unterwegs mit Motorproblemen liegen. Deswegen sind unsere Produkte, so sehr sie auch im Verborgenen wirken, wichtig für das Funktionieren unseres Gesundheitssystems.“

Auch die Stadtfeuerwehr Annaberg-Buchholz hatte sich im Rahmen der Aktion beworben und erhielt kürzlich Produkte im Wert von 2.200 Euro. Dankend nahmen Stadtwehrleiter Peter Schlosser und Schirrmeister Olaf Bernd die Spende entgegen.

Ernst Prost abschließend: „Unsere Spende ist nur eine kleine Geste gegenüber all jenen Menschen, die jeden Tag so unermüdlich dafür kämpfen, dass die Corona-Krise nicht noch schlimmer wird. Wir wollen unsere Hilfe schnell und unbürokratisch leisten und bitten daher interessierte Rettungsdienste, Feuerwehren und Krankenhäuser, sich mit ihrem Bedarf über [liqui-moly.to/Millionenspende](https://www.liqui-moly.to/Millionenspende) an uns zu wenden.“

Quelle: LIQUI MOLY/Paul Reuter <https://www.wochenendspiegel.de/oel-und-additive-im-kampf-gegen-corona/>

DONATIONS



Spende im Wert von knapp 1000 Euro von Liqui Moly für die Schonunger Feuerwehr

mh 7. Juni 2020

Facebook Twitter

ANZEIGE
 Beständig Autohaus GmbH
 Industriestraße 43
 87437 Hadert

SCHONUNGEN –
 Besonders die Gerätewarte der Schonunger Feuerwehr durften sich in den vergangenen Tagen über eine Sachspende im Wert von knapp 1000€ Euro der Liqui Moly GmbH freuen.

„Wir wollen unseren Beitrag dazu leisten, dass Einsatzkräfte während der Corona-Krise zuverlässig ihre Arbeit machen können, und stellen dafür Öle, Additive und Autopflegeprodukte im Wert von drei Millionen Euro zur Verfügung“, heißt es in einer Pressemitteilung des Ulmer Unternehmens.

Die Schonunger Floriansjünger fackelten nicht lange und meldeten ihren Bedarf, schnell und unbürokratisch über die Webseite des Spezialisten für die Herstellung von Additiven, Schmierstoffen und Motorenölen. Wenige Tage später trafen die Produkte wie zum Beispiel Rostlöser, Bremsen- und Teilreiniger, Mehrzweckfett und Ölfleckenferner per Spedition ein.



Vielen Dank: Ihre Spende an unseren Rettungsdienst

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Spende Ihrer Produkte an unseren Rettungsdienst bedanken.
 Gerade in Zeiten, in denen Zuliefermärkte geschlossen werden mussten und die Bestellung von Verbrauchsmaterialien uns vor große Herausforderungen stellt hilft uns Ihre Spende für die Wartung und Pflege unserer Einsatzmittel sehr.

Wir möchten uns für Ihr großes Engagement bedanken und senden Ihnen ein Bild von der Spendenübergabe für Ihre Öffentlichkeitsarbeit zu. Auf dem Bild ist auf der rechten Seite Notfallsanitäter Christian Thie zu sehen, welcher sich für uns um die Spende beworben hat. Auf linken Seite sehen Sie Herrn Lars Peschel unseren Rettungsdienstleiter vor unserem Notarzteinsatzfahrzeug.

Mit freundlichen Grüßen

Ilka Pohl

Ilka Pohl
 Vorstand
 DRK-Kreisverband Pirna e. V.



In dieser Feuerwehr-Raumschaft läuft es wie geschmiert

LESEDAUER: 4 MIN



Vom Schwamm bis zum Hydraulik-Öl: Die Feuerwehren der Raumschaft Blaual erhielten eine Spende von Liqui Moly. Andreas Steinbach (links) als Kommandant der Feuerwehr Blaustein und Thomas Mayer (Kommandant der Feuerwehr Berghülen) sagen stellvertretend „Dankeschön“.
 (Foto: Scholz)

Berghülen
 SCHWÄBISCHE ZEITUNG

Liqui Moly mit Geschäftsführer **Ernst Probst** möchte über den Tellerrand schauen und handeln – gerade auch zu Zeiten der Corona-Krise. Für Rettungsdienste und Feuerwehren stellte der Öl- und Additivspezialist Materialien aus seinem Sortiment im Wert von – laut eigenen Aussagen – drei Millionen Euro zur Verfügung. Davon profitiert auch die Raumschaft Blaual mit den Freiwilligen Feuerwehren Berghülen, Blaubeuren, Blaustein und Schelklingen.



https://www.schwaebische.de/landkreis/alb-donau-kreis/nellingen_artikel,-in-dieser-feuerwehr-raumschaft-laeuft-es-wie-geschmiert-arid,11232554.html

DONATIONS



Sehr geehrte Damen und Herren,

Vielen Dank für Ihre Spende an die Feuerwehrleute in Romrod. Der Förderverein der Freiwilligen Feuerwehr der Stadt Romrod ist über die Geste gegenüber den Feuerwehrfrauen und Feuerwehrmännern sehr erfreut. Mit ihren Betriebsmitteln werden drei Einsatzfahrzeuge für die Brandbekämpfung und Menschenrettung gewartet.

Mit kameradschaftlichen Grüßen

R. Weitzel

Reinhold Weitzel

1. Vorsitzender



修 医 德 强 医 能 铸 医 魂

无烟医院



亚峰911汽车维修俱乐部向曲周县白衣天使致

With generous oil and additive donations, our friends of DU-HOPE (LIQUI MOLY importer China) are taking care of the maintenance of fire engines and ambulances in the steel and coal city of Handan (9 million inhabitants), to uphold the mobility of the public health system during the corona crisis. This picture shows the symbolic product handover to the doctors and nurses at the Second Hospital of Hebei Medical University. As a gesture of gratitude, a group photo was taken with our Leichtlauf HC7 5W-40 motor oil.





Our friends from LIQUI MOLY Kuwait have joined our worldwide corona donation campaign and have in turn distributed product donations. Here our partners from Ali Alghanim & Sons present our wide range of motor oils at the reopening of their Coop Station.



As part of our sales team, Cristiano Fumega wanted to personally thank the Vizela Volunteer Fire Brigade for their dedicated work during this difficult time. At the same time, he insisted on training the emergency services in the correct use of our product package, with which we supported 450 fire brigades nationwide.

#HÉROESLIQUIMOLY

¡MUCHAS GRACIAS POR DEJAR HUELLA!

Por ser un trabajador de la salud, recompensamos tu labor con un beneficio exclusivo en nuestra red nacional de servitecas.

30% Dto.
En nuestros productos y servicios.

LIQUI MOLY
LUBRICANTES Y ADITIVOS ALEMANES

DEJA TU HUELLA

*Aplican condiciones y restricciones.

COLOMBIA

With heart and mind: With this appeal, LIQUI MOLY Colombia is promoting its donation campaign for the corona heroes in all social media.



CORONA DONATIONS

BENELUX



Our free products are also a great help for our neighbors in Belgium in making sure that the emergency vehicles, which have been in continuous operation for weeks, are always reliably mobile while at the same time saving costs.

JORDAN

CORONA DONATIONS



In Jordan, the struggle for survival is particularly tough, as there is no dedicated social welfare support. The lockdown caused hardship and hunger even among people who can cope well with their lives under normal circumstances, for example taxi drivers, mechanics and craftsmen. For this reason, our partner organized a food donation, which is being handled through our local workshop customers and dealers.





**CORONA DONATIONS
THAILAND & LAOS**

After Roland Braun and his team from LIQUI MOLY Thailand had already supplied more than 80 provincial hospitals with our products, this was followed by the official press conference at the National Institute of Emergency Medicine (picture above). Among other things, the possibility was discussed of continuing to support the 11,500 emergency ambulances throughout the country.

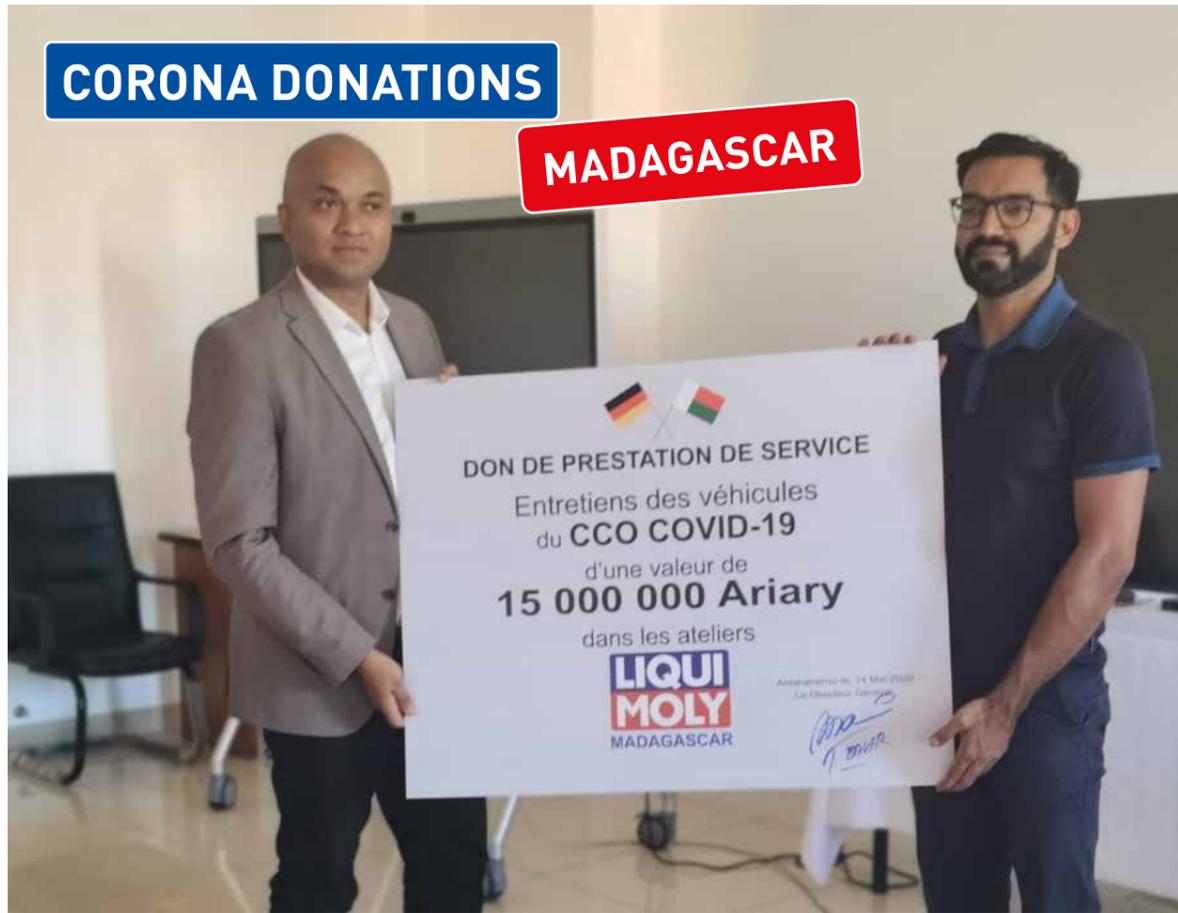
Our friends in Laos also joined the donation campaign and provided goods worth about 1,000 euro to the Ministry of Health in Vientiane (pictures top right).



With this motif, among other things, we are generating maximum media attention in Thailand for our "We care" campaign.

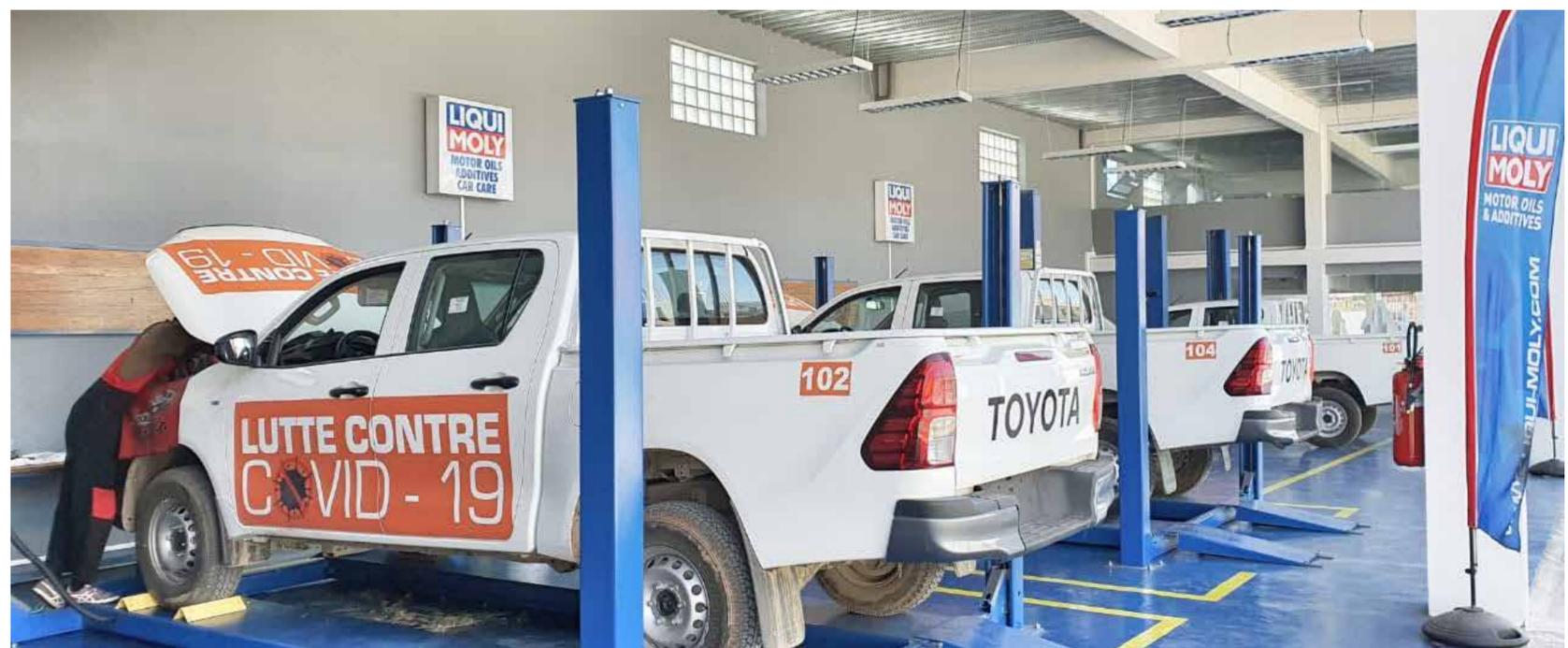
CORONA DONATIONS

MADAGASCAR



Together against Covid-19

The donation from our partner LIQUI MOLY Madagascar also met with great gratitude and attention. Firstly, our friend Mounir Bakar handed over a symbolic donation check to the Minister of the Interior of Madagascar (picture above). Secondly, work has begun on expanding the fleet of vehicles of the special unit "CCO Covid-19", which, under a government mandate to combat the virus, is responsible for providing free oil changes in its own LIQUI MOLY workshop.





In Italy, which has been particularly hard hit by corona, the emergency services have been showing heroic commitment for months. LIQUI MOLY Italia supported the project to the best of its ability from the very beginning and was now able to hand over products to Croce Verde di Adria as part of our donation campaign.



Neighboring help that comes from the heart: Our aid packages containing motor oils, additives and care products were welcomed with open arms at the Dutch Red Cross logistics center and prepared for direct distribution to the emergency services throughout the country.



CORONA DONATIONS

UKRAINE



With his product donation, our Ukrainian partner ensured that the vehicles at the outpatient clinic in the Kiev metropolitan region continue to function optimally.

In order to keep business going in these difficult times, our partner has initiated two sales campaigns for our Top Tec motor oil and our Climate Refresh, among other things.

LIQUI MOLY

КУПУЙТЕ БУДЬ-ЯКУ ОЛИВУ СЕРІЇ TOP TEC АБО SPECIAL TEC (4л. А60 5л.)

та отримуйте очищувач для кондиціонерів KLIMA REFRESH У ПОДАРУНОК Арт. 7629

Діяти буде на території України та країнах Європи. Акція проводиться з 25.05.2020 р. до 25.06.2020 р. при покупці будь-якої оливи на складі. Якщо проводиться на території України, підсвідомий український влад (ДІП) — Територія проведення акції. Якщо проводиться на території Європи, на території будь-якої держави Європи. Акція проводиться, якщо територія, в якій проводиться акція, є територією, що розташована на території України.

LIQUI MOLY АКЦІЯ 5л за ціною 4л

25.05.2020 - 25.06.2020

НАДІЙНИЙ ЗАХИСТ ВИГІДНА ЦІНА

Підприємство виробляє оливи TOP TEC, SPECIAL TEC, KLIMA REFRESH, LIQUI MOLY, LIQUI MOLY 2T, LIQUI MOLY 4T, LIQUI MOLY 5T, LIQUI MOLY 6T, LIQUI MOLY 7T, LIQUI MOLY 8T, LIQUI MOLY 9T, LIQUI MOLY 10T, LIQUI MOLY 11T, LIQUI MOLY 12T, LIQUI MOLY 13T, LIQUI MOLY 14T, LIQUI MOLY 15T, LIQUI MOLY 16T, LIQUI MOLY 17T, LIQUI MOLY 18T, LIQUI MOLY 19T, LIQUI MOLY 20T, LIQUI MOLY 21T, LIQUI MOLY 22T, LIQUI MOLY 23T, LIQUI MOLY 24T, LIQUI MOLY 25T, LIQUI MOLY 26T, LIQUI MOLY 27T, LIQUI MOLY 28T, LIQUI MOLY 29T, LIQUI MOLY 30T, LIQUI MOLY 31T, LIQUI MOLY 32T, LIQUI MOLY 33T, LIQUI MOLY 34T, LIQUI MOLY 35T, LIQUI MOLY 36T, LIQUI MOLY 37T, LIQUI MOLY 38T, LIQUI MOLY 39T, LIQUI MOLY 40T, LIQUI MOLY 41T, LIQUI MOLY 42T, LIQUI MOLY 43T, LIQUI MOLY 44T, LIQUI MOLY 45T, LIQUI MOLY 46T, LIQUI MOLY 47T, LIQUI MOLY 48T, LIQUI MOLY 49T, LIQUI MOLY 50T, LIQUI MOLY 51T, LIQUI MOLY 52T, LIQUI MOLY 53T, LIQUI MOLY 54T, LIQUI MOLY 55T, LIQUI MOLY 56T, LIQUI MOLY 57T, LIQUI MOLY 58T, LIQUI MOLY 59T, LIQUI MOLY 60T, LIQUI MOLY 61T, LIQUI MOLY 62T, LIQUI MOLY 63T, LIQUI MOLY 64T, LIQUI MOLY 65T, LIQUI MOLY 66T, LIQUI MOLY 67T, LIQUI MOLY 68T, LIQUI MOLY 69T, LIQUI MOLY 70T, LIQUI MOLY 71T, LIQUI MOLY 72T, LIQUI MOLY 73T, LIQUI MOLY 74T, LIQUI MOLY 75T, LIQUI MOLY 76T, LIQUI MOLY 77T, LIQUI MOLY 78T, LIQUI MOLY 79T, LIQUI MOLY 80T, LIQUI MOLY 81T, LIQUI MOLY 82T, LIQUI MOLY 83T, LIQUI MOLY 84T, LIQUI MOLY 85T, LIQUI MOLY 86T, LIQUI MOLY 87T, LIQUI MOLY 88T, LIQUI MOLY 89T, LIQUI MOLY 90T, LIQUI MOLY 91T, LIQUI MOLY 92T, LIQUI MOLY 93T, LIQUI MOLY 94T, LIQUI MOLY 95T, LIQUI MOLY 96T, LIQUI MOLY 97T, LIQUI MOLY 98T, LIQUI MOLY 99T, LIQUI MOLY 100T.

CORONA DONATIONS

ALGERIA



The corona pandemic caused a huge shortage of the all-important face masks. The donation from our partner in Algeria was therefore most welcome.



PROBLEM SOLVERS

then

Carried by wind and oar power.

Our MARINE greases eliminate the annoying creaking of the wooden steering wheels.



Our MARINE motor oils act like indestructible masts in a storm and stabilize engines for high operational reliability and a longer service life.

Our MARINE Multi-Spray lubricates with long-term effect and prevents those notorious squeaking noises.

Our MARINE fuel additives fire up boat engines and take the slack from the sails.

The LIQUI MOLY full range: the right products at the right time!

Our MARINE Storage Fogging Oil makes for easy starting after a long shore leave.

as now

Driven by high-performance engines.

Our MARINE Universal Cleaners simplify the laborious scrubbing of floors and help all surfaces shine again.

Our MARINE Gloss Spray Wax not only makes figureheads shine, but even brightens up entire boats.

Our MARINE Gear Oils reduce the friction and give the impression of a lower transmission ratio.



then

muscle-powered walkers



Our BIKE Tyre Fix eliminates the need to carry tools and the time required for wheel removal, patching, reassembly etc. for a flat tyre on the road.

Our BIKE Chain Spray leaves its competitors behind on the first hill climb and provides optimum care, even for the bicycle chains of high-torque e-bikes.

Our BIKE Brake and Chain Cleaner also cleans ultra-modern disk brake systems and removes old grease from bicycle chains and gears without damaging sensitive electric drives.

Our BIKE chain oils Dry Lube and Wet Lube are, in contrast to the used oil formerly taken for chain lubrication, optimally adjusted to dry or humid conditions.

Our BIKE Gloss Spray Wax gives bikes a good-as-new appearance, even after many years of use or tough tours, that is tempting for light-fingered people – don't forget to lock up ;-)

Our BIKE LM 40 Multi-Purpose Spray is the uncompromising whole-body care for all bicycles and e-bikes, from cleaning through care up to the lubrication of the parts and components.

as now

sophisticated precision bikes



Our BIKE Cleaner cleans up quickly – simply spray, allow to take effect and rinse off with a water jet – and replaces time-consuming cleaning with a cloth.

then

Gardening with strong arms and a lot of effort.



Our Treatment Spray for Garden Equipment is the all-rounder for all garden tools and is perfectly for the cleaning, maintenance and lubrication of the components and especially the drive chains

Our multi-range garden equipment oils offer a wide temperature range, which means that the tools can be operated reliably in summer and winter with the same oil.



as

now

Our 2-stroke oils for garden equipment are self-mixing and keep the mixture with the fuel stable. The annoying need for constant shaking before using the devices is now a thing of the past.

Garden care with technology and fun.



Our saw chain oils ensure that the chains of the chainsaws are maintained and lubricated in the best possible way, so that they run with less resistance, faster and above all with less effort than was possible with earlier tree saws and axes.

OUTDOOR ADVERTISING

PORTUGAL



Outdoor advertising with wow effect! Exemplary implementation – with a size of 7.80 x 2.80 m, this banner is unmissable.



LIQUI MOLY Iberia unveils another sensational billboard at one of the most privileged locations in the Setúbal region (Portugal). In this way, we are helping to further enhance the image of this Feu Vert business, but also leave no doubt about the strong presence of LIQUI MOLY in this and all other Feu Vert sales outlets! With striking outdoor advertising, vehicle wrapping and much more besides, we together with LIQUI MOLY Iberia are playing the entire gamut of a successful brand campaign. Very successful and completely in line with a clean brand presence. Many thanks to Matthias Bleicher (General Director LIQUI MOLY Iberia) and his team for their tireless efforts.





Worldwide trademark for top quality

Whether workshops or trade: Around the globe, business was or is idle. Despite this, the LIQUI MOLY family worldwide is preparing without pause for the time after corona. This also includes showing the customers where they can get our first-class lubricants. Whether on the outside facade, in the sales room or on the move as vehicle wrapping: Profit from the recognition of our global brand!



OUTDOOR ADVERTISING



AUSTRALIA



FRANCE



JAPAN

FORMULA 1 SPONSORSHIP

DATES 2020 (PART 1)



LIQUI MOLY is Official Sponsor of Formula 1.

The largest sponsorship in our company history is taking up speed again!

Formula 1 is finally coming back and so is LIQUI MOLY as Official Sponsor! The first part of the new racing calendar is shown on the right. At the race dates marked red, our logo will be displayed on the adboards. A media-effective sponsorship whose unique reach will increase LIQUI MOLY's brand awareness right around the world. Through billions of viewers via TV and online broadcasts, on location and through the post-event reporting. An elementary component of our marketing concept to support the retail sales of our products at our partners. The global impact of this sponsorship is central to LIQUI MOLY. There is still enormous potential lying dormant in international business that we want to exploit. Formula 1 is an important instrument for this!



Official Sponsor

SCHEDULE 2020

PART 1

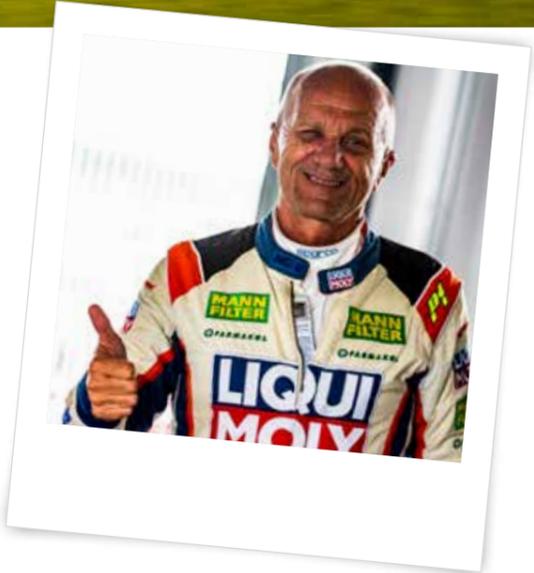
F1®-CALENDAR

Dates with LIQUI MOLY brand presence are marked in red!

07/05	Austria	Spielberg
07/12	Austria	Spielberg
07/19	Hungary	Budapest
08/02	Great Britain	Silverstone
08/09	Great Britain	Silverstone
08/16	Spain	Barcelona
08/30	Belgium	Spa
09/06	Italy	Monza

The F1 logo, FORMULA 1, F1, GRAND PRIX and related marks are trade marks of Formula One Licensing BV, a Formula 1 company. All rights reserved.

SPONSORSHIP

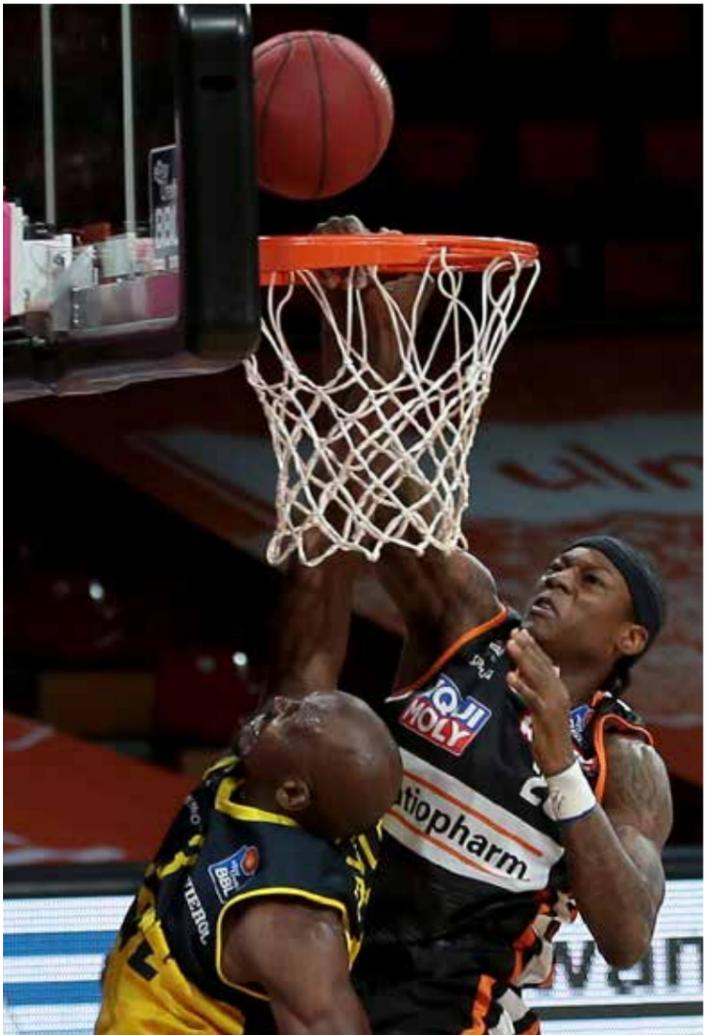


Our Windshield Cleaner Foam creates a clear view and ensures safety within seconds.

SLOWakia no way – the test drives for the coming season are in full swing. Igor Drotár took his Škoda Fabia R5 to the limit on the Slovakia Ring. Drivers, mechanics and our lubricants shone with absolute top performance and enormous stamina.

BASKETBALL

RATIOPHARM ULM



Photos: Harry Langer

Ratiopharm ulm starts confidently in the BBL (German Basketball League) Final Tournament

Following the interruption of the current season of the Basketball Bundesliga, the players from ratiopharm ulm are back on court in the easyCredit BBL Final Tournament 2020. A comprehensive hygiene and safety concept was developed for the event in Munich. MagentaSport will continue to broadcast all matches live through to the final on June 28. SPORT1 will also show selected matches in parallel on Free TV. LIQUI MOLY features prominently both in the arena and on the athletes' shirts. Of course we are keeping our fingers crossed for our team.

RUSSIA

RUSSIAN TROPHY RAID



The Russian quad fans are eagerly awaiting the start of the national championship (here are a few impressions from last year)! As early as 2019, our Russian friends, as official sponsor of the Russian Trophy Raid, ensured the visibility of our blue-red-white colors at several racing events throughout the country.



NORTHERN CYPRUS



Our products develop their full capabilities under the toughest conditions! Our customer "Toys for Big Boys" relies on our strong lubricants.





The fact that one of our Vietnamese customers is so enthusiastic about LIQUI MOLY that it literally more than skin-deep is proven not only by his lower-arm tattoo, but also by the very conspicuous and elaborate full wrapping of his Ford Everest. The vehicle can be admired now in the Binh Duong region.

SPONSORSHIP

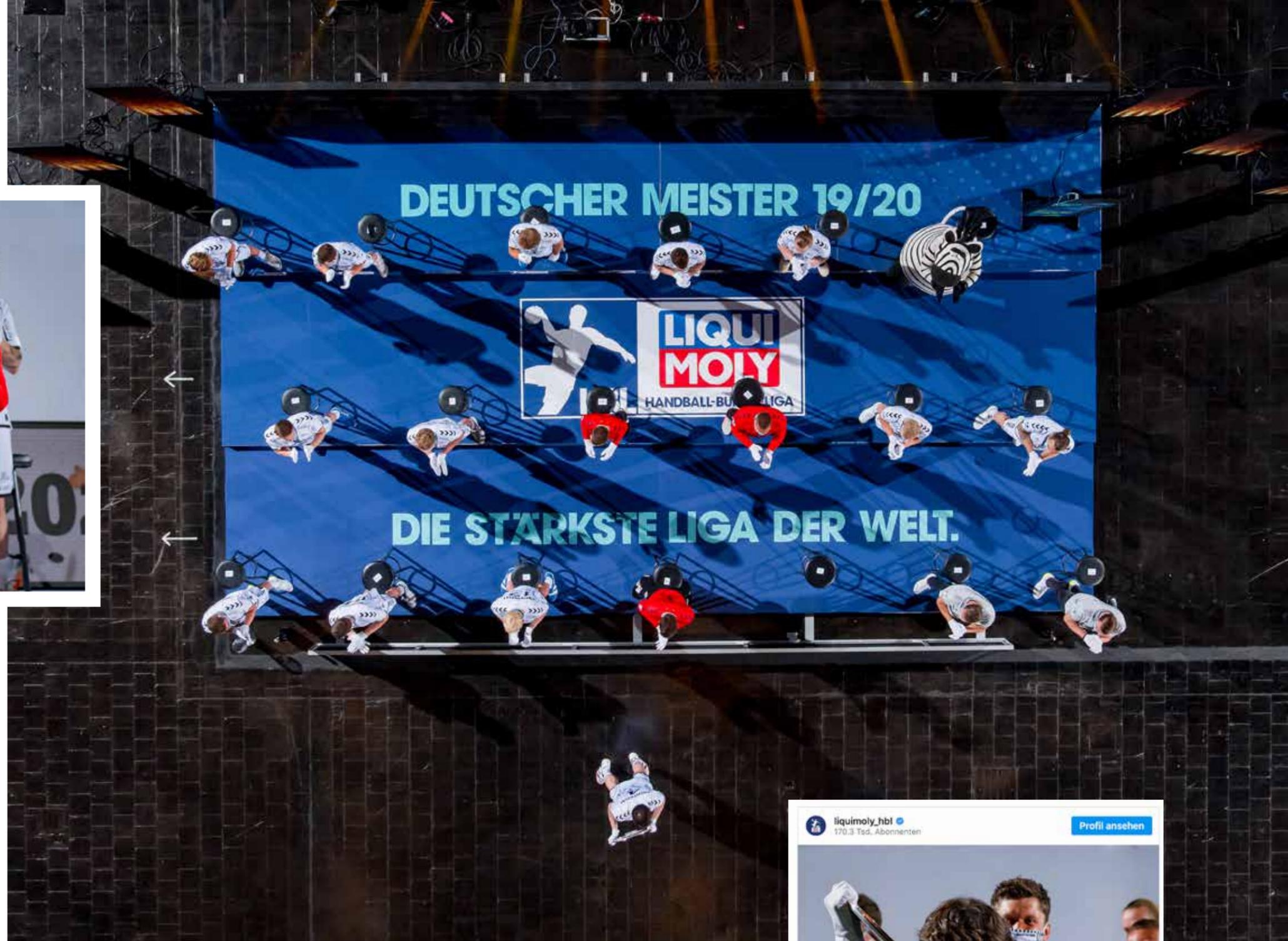
LIQUI MOLY HBL



Since July 2019, top handball in Germany has been played under the auspices of LIQUI MOLY. A strong and also bizarre photo of the championship award from the Sparkassen Arena in Kiel. Without an audience and therefore under unusual circumstances, THW Kiel was presented with the championship trophy on Thursday.

We congratulate THW Kiel on winning the championship in the LIQUI MOLY HBL!

Photos: HBL/Klahn



Liqui Moly geht auf die Brust der Günstzburger Handballer



Trikotpräsentation in pompösem Rahmen: Liqui Moly-Marketingleiter Peter Baumann, Handball-Abteilungsleiter Armin Spengler, Liqui Moly-Chef Ernst Prost und VfL-Marketingexperte Martin Frey besiegeln im Leipheimer Schloss eine zunächst auf drei Jahre angelegte Partnerschaft. Bild: Peter Wieser

Die Zusammenarbeit mit dem Drittliga-Aufsteiger VfL Günstzburg wird auf dem Leipheimer Schloss besiegelt. Unternehmer Ernst Prost deutet sogar einen Zuschlag an.

 **VON JAN KUBICA**

Die Günstzburger Handballer werden in der neuen Saison 2020/21 den Namen des Schmierstoff-Spezialisten Liqui Moly auf der Brust tragen. Über die Größenordnung der finanziellen Zuwendung an den Drittliga-Aufsteiger wurde

beiderseits Stillschweigen vereinbart. Die zunächst für drei Spielzeiten angelegte Zusammenarbeit besiegelten Handball-Abteilungsleiter Armin Spengler und Liqui Moly-Geschäftsführer Ernst Prost an diesem Dienstag, 9. Juni, im Leipheimer Schloss, dem Wohnort des Unternehmers.

Nach Spenglers Angaben schöpfen die VfL-Handballer deutlich mehr als nur finanziellen Nutzen aus der Liaison. Immerhin sei Liqui Moly Namenssponsor der Handball-Bundesliga und trete weltweit als Geldgeber bei sportlichen Großveranstaltungen in Erscheinung. Für Spengler ist es da „schon ein Ausrufezeichen für den Sport im Landkreis Günstzburg, wenn Ernst Prost bei uns einsteigt.“

VfL Günstzburg ist das Armenhaus der Liga

In Kontrast zum feudalen Rahmen bekräftigte Spengler, dass die Günstzburger rein finanziell betrachtet das Armenhaus der Liga sein werden. Der Euphorie schade das allerdings mitnichten, betonte der Funktionär. Die Mannschaft habe unter allen Umständen in die 3. Liga aufsteigen wollen. Alle Spieler hätten einvernehmlich auf Aufwandsentschädigungen verzichtet und seien grundsätzlich auch bereit, das im Notfall weiterhin zu tun. Dennoch sei die Zusammenarbeit mit Liqui Moly nur ein erster, wenngleich gewaltiger Schritt hin zu einem Saisonetat, der jenen der Bayernliga-Spielzeit deutlich toppen wird.

Dabei wird die Drittliga-Spielzeit in Sachen Fahrtkosten möglicherweise sogar etwas günstiger als es die höchste bayerische Spielklasse war. „Alles andere wird aber teurer“, sagte der Spartenchef und zählte unter anderem steigende Kosten für Schiedsrichter und Kampfgericht auf. Zusätzlich fordert der Deutsche Handball-Bund (DHB) Bürgschaften. „Da werden dir schon ein paar Dinge auferlegt, die etwas gewichtiger und teurer sind als auf bayerischer Ebene“, stöhnte Spengler. Umso wichtiger ist es aus seiner Sicht, in den kommenden Wochen noch zwei, drei weitere großzügige Geldgeber an Land zu ziehen, die sich vom guten Ruf des VfL Günstzburg und vom großen Namen des neuen Hauptsponsors Liqui Moly locken lassen.

Neuzugänge müssen her

Ein dicker Brocken im Etat ist trotz aller Kooperationsbereitschaft der Spieler das Team. Zumal die Aufstiegshelden Hilfe von außen benötigen werden. Sie allein können die sportlichen Anforderungen in der 3. Liga nicht schultern, so viel ist klar. Und Spengler ist realistisch genug um zu formulieren: „Neuzugänge werden hier nicht für einen Euro fünfzig spielen.“

www.augsburger-allgemeine.de/guenzburg/Liqui-Moly-geht-auf-die-Brust-der-Guenzburger-Handballer-id57527911.html

SPONSORING

CONCLUSION OF CONTRACT



Heimspiel: Liqui Moly-Geschäftsführer Ernst Prost unterschreibt im Leipheimer Schloss den Vertrag zur Sponsorenvereinbarung mit den Handballern des VfL Günzburg. Bild: Jan Kubica

Andererseits kann und will sich der VfL keine Profis leisten. Zwei weitere Gebote stehen für den Spartenchef ebenfalls nicht zur Diskussion. Erstens: „Wir werden sparsam haushalten.“ Und zweitens: „Aus Aktionen oder Sponsorengeldern, die ausdrücklich für die Jugend oder für die Frauen bestimmt sind, werden wir keinen Cent für die 3. Liga abzweigen.“

Prost ließ unterdessen durchblicken, Liqui Moly könne in Sachen neue Spieler durchaus ein paar Kontakte zum DHB spielen lassen. Immerhin sieht er das wirtschaftliche Umfeld und auch die Lebensqualität im Raum Günzburg positiv; es könne starke Magnetwirkung auf Handballer ausüben. Direkt an Spengler gewandt, sagte der Unternehmer: „Falls es bei einem Spieler tatsächlich am Geld mangeln sollte, dann reden Sie halt noch mal mit uns. Wir müssen alle Chancen ergreifen, die Liga zu halten.“ Das Wort „mindestens“ vermied der 63-Jährige in diesem Zusammenhang. Gleichzeitig stellte Prost unmissverständlich klar, aus welcher Warte er auch im Sport Entscheidungen trifft, indem er sagte: „Wir steigen lieber auf als ab.“

Handball

Liqui Moly steigt bei Drittligist ein

swp Das Ulmer Unternehmen Liqui Moly steigt bei Drittliga-Aufsteiger Günzburg ein. Ein Handball-Klub aus der Region darf sich ebenfalls Hoffnung auf ein Engagement machen. Ein anderer Klub kassierte hingegen eine klare Absage.



Liqui-Moly-Marketingleiter Peter Baumann, VfL-Abteilungsleiter Armin Spengler, Liqui-Moly-Geschäftsführer Ernst Prost und VfL-Marketingexperte Martin Frey (v. l.) präsentieren das neue Günzburger Trikot. © Foto: Sebastian Schmid

www.swp.de/sport/handball/handball-liqui-moly-steigt-bei-drittligist-ein-46918959.html

Neben zahlreichen internationalen Sponsorenverträgen sticht der Ulmer Motorenöhersteller vor allem durch sein soziales und sportliches Engagement in der Region, aber auch lokal hervor.

Auch Prost ist vom „Günzburger Weg“ vollends überzeugt und ist sich sicher, dass sowohl Vereine, als auch Unternehmen nur funktionieren können, wenn die Leute „an die Sache glauben, mit Motivation am Erfolg arbeiten und das in einem perfekten Umfeld“. Besser hätten die Gründe für den Aufstieg des VfLs kaum beschrieben werden können. Mit dem zunächst bis 2023 laufendem Sponsoringvertrag werden aus den Brüdern im Geiste nun auch echte Partner.

<https://presse-augsburg.de/richtungsweisende-vereinbarung-liqui-moly-wird-hauptsponsor-des-vfl-guenzburg/559768/>

Richtungsweisende Vereinbarung | Liqui Moly wird Hauptsponsor des VfL Günzburg

Von **Presse Augsburg** - 11. Juni 2020

Der VfL **Günzburg** konnte mit LIQUI MOLY nicht nur ein erfolgreiches Unternehmen und den Namenssponsor der Handballbundesliga, sondern mit Ernst Prost auch einen sympathischen und sportaffinen Menschen für die Zusammenarbeit gewinnen konnten. Das Ulmer Unternehmen wird Hauptsponsor der 3.Liga-Handballer.

TECHNOLOGY TIP

GEAR TRONIC II



Simple, fast and safe: Automatic transmission fluid service with Gear Tronic II

An oil change for automatic transmissions is a tricky business and not to be compared to a motor oil change. All the better that our fully automatic Gear Tronic II is there to help. By making the ATF change as easy as pie, it is no longer reserved for specialized workshops. Gear Tronic II makes it possible to replace the entire transmission fluid. Simultaneous emptying and filling of the transmission is fully automatic and does not need to be supervised. The menu navigation via a touchscreen takes place with computer support and is particularly intuitive. In order to make the mechanic's work even easier, the device contains a vehicle database which shows which transmission fluid that particular vehicle requires and how much must be filled. This simplifies the work routine and protects against errors and expensive claims. But Gear Tronic II has not only mastered the oil change. It can also be used to integrate cleaning and care additives into the service package. This makes technical sense and means additional business for the garage.

See here what "medicine"
the car doctors prescribe for jerky
manual transmissions:
[https://liqui-moly.to/
AutoDoksGearTronic](https://liqui-moly.to/AutoDoksGearTronic)



Professional automatic transmission fluid service with Gear Tronic II



The use of modern automatic transmissions and semi-automatic transmissions in vehicles is becoming increasingly common. They ensure that the engine always runs within an ideal range of efficiency. However, the increasing complexity of the transmission control introduced by increasing the gear shifts from 5 to 9 and extending the transmission steps with Comfort, Sport, Winter and so on has also increased the performance demands made on the transmission. This in turn is noticeable due to the huge thermal and mechanical demands placed on the transmission fluid. The result is an increase in wear and tear and therefore an increase in maintenance requirements.

Positive effects of the automatic transmission fluid service:

- Optimized gear shifting**
 Eliminates any shifting delays and rough shifting operations right through to the loss of whole gears.
- Lower fuel consumption**
 Soft and early gear shifting has a positive impact on fuel consumption.
- Less wear**
 Flushing the transmission in combination with additives ensures quieter operation and less wear in the transmission.
- Increased service life**
 Most manufacturers recommend changing the transmission fluid every 60,000 km or 4 to 6 years.



Problem

If the transmission fluid is not changed in good time, the dirt and metallic abraded matter could cause costly mechanical damage in the gearbox. That's why manufacturers of transmission fluids – and increasingly vehicle manufacturers as well – recommend transmission fluid changes, depending on mileage and driving style. The same applies for so-called "lifetime fluids". Previously, it simply wasn't possible to effect a complete change in lubrication, since it was inevitable that the new fluid was contaminated with the remains of the old fluid.

Solution

The automatic transmission fluid service device allows the fluid to be replaced virtually 100 percent without the new fluid mixing with the old. It's the only way to ensure that the new fluid is able to work to its full performance. Gear Tronic II stops expensive mistakes from happening and prevents overfills or underfills. The device is therefore the perfect all-round solution for flushing, carrying out transmission fluid changes and adding additives – easily, quickly and reliably.

Plenty of good reasons to choose Gear Tronic II

- Color display incl. input and output pressure indication and temperature measurement of the transmission fluid.
- Cleaning additive can be connected straight from our 1 l can to the unit.
- Automatic flow direction detection (supply/return).
- All data are entered on the menu prior to application:
 - Total fill quantity of the automatic transmission.
 - Additional quantity of fluid required for flushing.
 - Quantity of cleaning additive to be added.
 - Specification of the cleaning time.
 - Selection whether a care additive is to be added.
- The following data can be obtained from a free integrated database:
 - Vehicle manufacturer
 - Vehicle type
 - Engine size

The database exports further data:

 - Total fill quantity of the automatic transmission.
 - Automatic transmission fluid type and density.
 - Tightening torques of the oil sump and the drain plug and checking screw.
- Data documentation using the integrated printer.
- The database is updated directly on the unit by USB stick.
- Remote maintenance of the unit by LIQUI MOLY application engineers. The remote access allows functional tests to be performed without great expense even when abroad.

Tried-and-tested features of our new unit:

- Transmission flushing and fluid change through dip stick guide tube, transmission or transmission fluid cooler.
- High accuracy of liquid exchange process thanks to 2 independent, high-precision scales in the unit.
- After the fluid type change less than 100 ml remain in unit.
- Very easy menu guidance in various languages and fully automatic system flushing operation.
- Universal and vehicle-specific adapters for simple connection to vehicle transmission fluid system.
- Patented bypass circuit for protection of vehicle in event of a power failure.
- All connections equipped with check valves.
- High pumping rate up to 10 l/min.



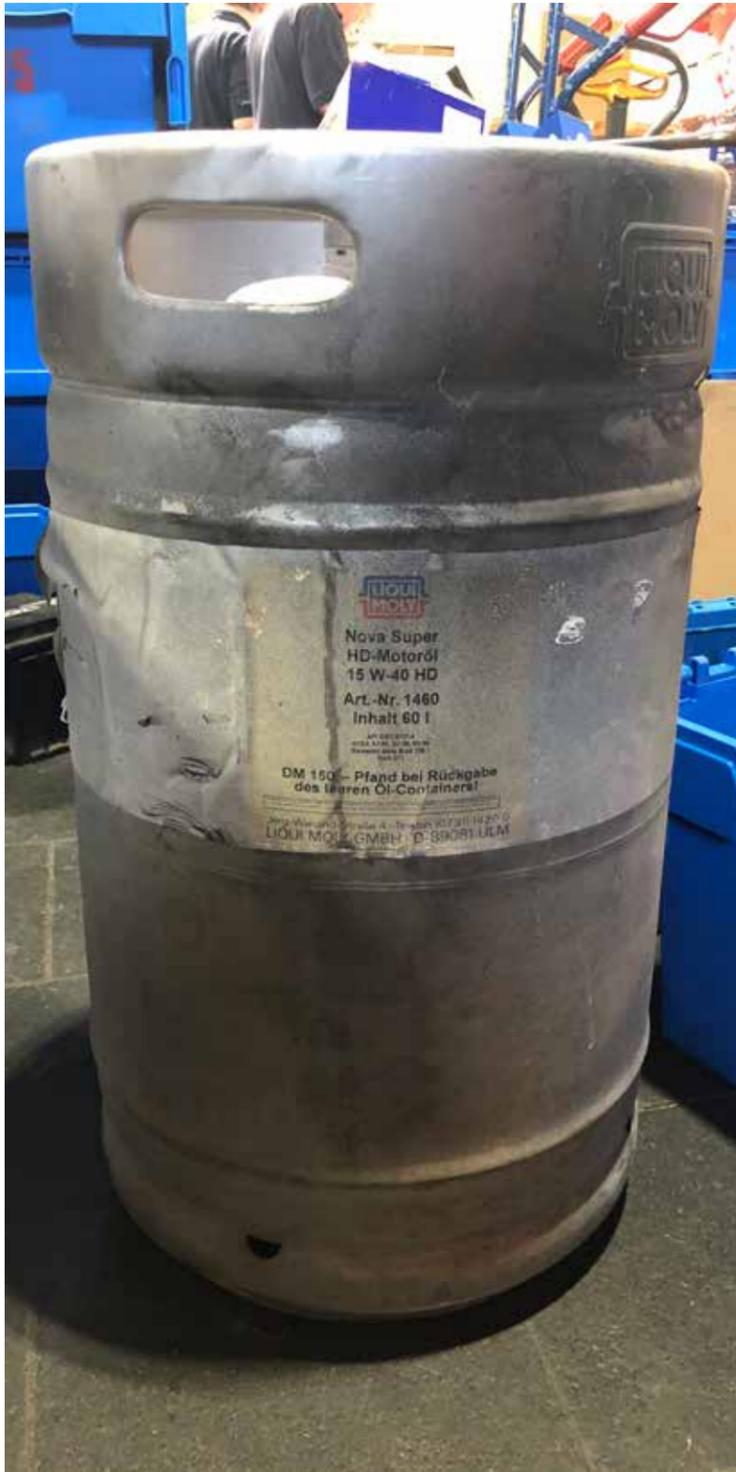
Illuminated sight glasses for monitoring the exchange of liquids



Easy operation thanks to the color display



FAN POST



The fact that our refillable multi-use container has been one of the many elements of our workshop concepts has proven its worth for a long time, is shown by this specimen, which still bears our former logo and the deposit value in DM. A new filling or deposit back is, as always, only possible upon return ;-)



Our workshop customer in Lorch has a knack not only for handling his vehicles. Mr. Kopp proudly presents his employee of the month. A very creative compilation of our transmission and motor oil range. A real eye-catcher!



When the ball is at rest, a little support is best! But as soon as training starts again after the corona lockdown, the men's football team of SV 08 Baalberge (Saxony-Anhalt) will also be well prepared in terms of their outfit. On a purely visual basis, the boys are already champions, thanks to the jerseys sponsored by us!



Due to the current situation, Stefan Walter and his team will unfortunately have to cancel the classic car motorsports season. As consolation, he sent us this beautiful picture of his legendary Porsche 914/6 GT from last year's "Hockenheim Historic" event, decorated with the Meguin logo. We are already looking forward to seeing this mobile treasure back in race action!

ONLINE COMPETITION

BILLION-EURO BABY

Starting light on green: The Grand Prix of LIQUI MOLY is on!



LIQUI MOLY has been Germany's No. 1 lubricant brand for ten years. We are celebrating this success together with our worldwide fans with a big competition that is spread over the whole year in three winning phases.

Phase 1 runs from 1 June to 13 July 2020. The main prize is a Hyundai i30 N. All fans who upload their LIQUI MOLY Moment to our campaign page during this period will take part in the competition. Those who also post the picture under the hashtag #MyLIQUIMOLY on Instagram have the additional chance of winning one of five iPhones SE2.

Encourage all your customers, friends and business partners to join in!

The main prize in phase 1 of the competition: the Hyundai i30 N in the exclusive LIQUI MOLY racing look of the WTCR!

Your click for luck! This way to the campaign site:



www.my-liqui-moly.com

Befragung des Auto-Fachhandels

Liqui Moly-Chef als bester Automarkt-Manager ausgezeichnet



Ernst Prost, Geschäftsführer von Liqui Moly. Foto: Liqui Moly

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.

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.

Deshalb wurde Ernst Prost ausgezeichnet

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“.

Ernst Prost seit 2010 unter den Top 6

„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.

Über Liqui Moly

Das Ulmer Unternehmen Liqui Moly ist Hersteller von rund 4000 Produkten im Bereich Automotiv-Chemie: Motorenöle und Additive, Fette und Pasten, Sprays und Autopflege, Klebe- und Dichtstoffe. Gegründet 1957 entwickelt und produziert LIQUI MOLY ausschließlich in Deutschland. Dort ist er Marktführer bei Additiven und wird immer wieder zur besten Ölmarke gewählt. Das Unternehmen verkauft seine Produkte in 120 Ländern und erwirtschaftete 2019 einen Umsatz von 569 Millionen Euro.

https://www.b4bschwaben.de/b4b-nachrichten/ulm-neu-ulm_artikel,-liqui-molychef-als-bester-automarktmanager-ausgezeichnet-_arid,261246.html

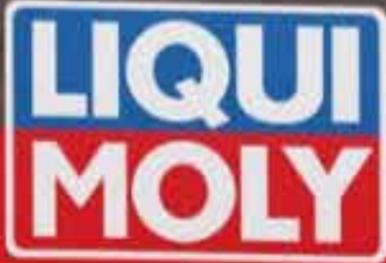
INTERNATIONAL PRESS

CHILE

MOTORBIKE

MOTORRAD
BEST BRAND 2020
Kategorie:
Öle/Schmiermittel

LIQUI MOLY EN LA CIMA, MEJOR MARCA EN ACEITES DE MOTOCICLETAS A NIVEL MUNDIAL



www.liqui-moly.cl

  [liquimolychile](https://www.facebook.com/liquimolychile)

Great leaps thanks to product range leverage: Our friends from LIQUI MOLY Chile show the readers of Hem Magazine who's a big player in matters of MOTORBIKE range!

OUR SOURCE OF INSPIRATION.

OUR MONTHLY MAGAZINE.

PICTURES AND STORIES is for all of us. By all of us. An exceptional reflection of an exceptional brand. Share your experiences, successes and emotions about the LIQUI MOLY family worldwide – with your contribution to the next edition of our company magazine.



Inform.
Spread the
word. Share.

Next
closing date:
22.06.2020

www.liqui-moly.com/en/company/monthly-magazine

This is how your contribution can also be included in PICTURES AND STORIES:

Send your pictures including the associated information as well as the declarations of consent for all persons pictured to bug@liqui-moly.de.



Select and name photos.
Send the completed
declarations of consent.



Write an e-mail with all
important information and
send it to bug@liqui-moly.de.



If all requirements
have been met, you will
find your article in the next
monthly magazine.

Note: The magazine appears on a monthly basis. We therefore ask you to submit content promptly. Photos and articles that are sent after the respective closing date always appear in the following issue.