



# BILDER UND GESCHICHTEN

AUS UNSEREM LEBEN 09.2020



Wir helfen weiter!

## 36

## In seinem heutigen Rundschreiben zeigt Ernst Prost die Bedeutung von Vertrauen, Respekt und Freundschaft für den Unternehmenserfolg auf

**Liebe Mitunternehmer, sehr geehrte Damen und Herren, hallo Freunde!**

Vertrauen, Respekt, Freundschaft. Wenn ich einem Redakteur von diesen drei Pfeilern unseres Erfolges erzähle, kann ich sogar durchs Telefon die gerunzelte Stirn meines Gesprächspartners erkennen... Zu idealistisch angehaucht? Dann auf, in die Realität: Seit Corona haben wir 36 Menschen eingestellt und damit neue Arbeitsplätze geschaffen. Für 4 Millionen Euro haben wir kostenlos Ware in Deutschland an Rettungsorganisationen verteilt. 18 Millionen Euro haben wir zusätzlich in Werbung für unsere Marke und unsere Produkte, zum Wohle unserer verschiedenen Kunden im Handel und in der Werkstatt, investiert. Und das alles mitten in einer der größten Krisen aller Zeiten.... Wir sind eben keine Arbeitnehmer und keine Manager, sondern Unternehmer, 1.000 Mitunternehmer, die mit Mut, Fleiß und Sachverstand etwas unternehmen!!! Ach ja – und Idealisten sind wir auch.... Unser Halbjahres-Umsatz? 2 Prozent über Vorjahr! Noch Fragen, Hauser?

Vertrauen, Respekt, Freundschaft. Drei Pfeiler unseres Erfolges und die wichtigsten Zutaten für unser Miteinander. „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser.“ Blödsinn. Einen Freund, dem ich vertraue, brauche ich nicht kontrollieren. Wir arbeiten mit flachen Hierarchien, kurzen Entscheidungswegen und eingespielten Teams in Freundschaft zusammen. Egomane und Karrieristen haben keine Chance bei uns. Die Marke, das sind wir selbst und wo vielleicht manchmal Talent fehlt, gleichen wir dies mit

Kampfgeist und Moral aus – wie im Sport. Bei uns braucht es auch nicht viel Anweisung, weil wir alle dasselbe wollen. Man muss erwachsenen Leuten doch nicht sagen, um was es geht. Abstimmen, informieren, coachen. In einer Gemeinschaft von Menschen, die mit Hingabe und Freude an einer Herausforderung arbeiten, reicht dies völlig. 1.000 Mitunternehmer, die alle etwas unternehmen, um Ziele zu erreichen, Aufgaben zu erfüllen, Erfolge zu erzeugen und auch noch Spaß dabei haben. Da braucht es weder Zuckerbrot noch Peitsche und auch keine aufgesetzte Motivation. Die Motivation steckt in jedem von uns schon drin!!! Bei uns fuhrwerken auch keine Motivations-trainer, „Tschakka, du schaffst es-Gurus“ und auch keine Beratungsfirmen rum. Das, was zu tun ist, wissen wir schon selbst. Und wir tun es auch!! Machen & tun, anstatt reden & diskutieren entspricht ohnehin und ganz eindeutig 1.000-mal mehr unserer Unternehmens-DNA und unserem Charakter als alles andere.

Manchmal habe ich den Eindruck, dass es ein sehr lukratives Geschäftsmodell ist, einfache Dinge zu verkomplizieren um anschließend als heilbringender Berater große Rechnungen schreiben zu können.... Es ist einfach, etwas schwieriger zu machen als es ist. Aber es ist schwierig, etwas einfacher zu machen.... Je größer die Komplexität einer Angelegenheit, umso mehr setzen wir auf Einfachheit und auf den gesunden Menschenverstand.

Ich vertraue auf unsere Stärke, auf unser Wissen und auf unsere Tatkraft. Wir leben von 1.000 kleinen und unterschiedlichen Quellen,



# 36

die alle dafür sorgen, dass der große Fluss immer genügend Wasser führt. Und so machen wir uns auch jeden Tag gegenseitig besser, schneller und auch klüger. Weil wir einander zuhören und weil wir voneinander lernen. Wir sind eine eingespielte Mannschaft und besitzen alle eine ausgeprägte Siegermentalität. So, wie wir auf uns selbst hören, hören wir auch auf unsere Kunden. Schließlich machen wir den ganzen „Zauber“ ja für unsere Partner und Geschäftsfreunde, für Werkstätten, Händler und Autofahrer. Anstatt theoretisierende Unternehmensberater frage ich dann lieber Schrauber, Mechaniker und Meister, Außendienstmitarbeiter und Thekenverkäufer, was wir tun sollen und was sie von uns erwarten. Dieser Weg führt uns alle zu einem WIN WIN Resultat.

Die besten Geschäfte sind nämlich immer noch die, bei denen alle profitieren und es keine Verlierer gibt!! (Gilt im Übrigen auch für die Politik und unser gesellschaftliches Miteinander...) Und wenn Sie auch diesen Gedanken bis zu seinem Ursprung zurückverfolgen, kommen Sie wieder zu Vertrauen, Respekt und Freundschaft....

In diesem Sinne

Ihr Ernst Prost

**ALARMSTUFE ROT**

**NIGHT OF LIGHT**

Magisch, mahnend – das rot illuminierte Leipheimer Schloss von Ernst Probst! Was wie hier in ganz Deutschland als leuchtendes Mahnmal und flammender Rettungsausschrei der Veranstaltungsbranche an die Politik gerichtet war, steht sinnbildlich für die wirtschaftlichen Folgen der seit Monaten andauernden Corona-Krise. Auswirkungen, gegen die auch wir Tag und Nacht mit vollem Einsatz kämpfen!



ALARMSTUFE ROT

NIGHT OF LIGHT



EDITORIAL

## Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

Spot on für einen echten Wow-Moment: das blutrot strahlende Schloss Leipheim! Doch so faszinierend die Corona-Trutzburg und Schaltzentrale unseres Chefs im Rahmen der Night of Light auch aussah – der Anlass war weitaus weniger erfreulich: Mit der deutschlandweiten Aktion wollte die Veranstaltungsbranche ein Licht auf ihre bedrohliche, der Pandemie geschuldeten Lage werfen.

Dieser Hilferuf eines ganzen Wirtschaftszweiges ist nur eines von vielen Beispielen, das uns vor Augen hält, dass die Krise trotz weitreichender Lockerungen längst noch nicht überwunden ist. Corona fordert uns noch immer heraus – uns als Unternehmen, aber auch unsere Familien, unsere Freunde, unsere Geschäftspartner, einfach alle. Umso wichtiger ist es, dass wir mehr denn je zusammenstehen, uns gegenseitig unterstützen und gemeinsam neue Wege gehen. Getreu der Devise: Nie war mehr Anfang als heute!

Jetzt, wo das reine Hörschnellerweiterer Pause hat, zeigt sich unsere Leistungsstärke auf vielerlei Ebenen. Angetrieben von sozialer Verantwortung und tief verwurzelter Menschlichkeit, helfen wir seit Wochen wo wir nur können – den Einsatzkräften und Rettungsdiensten auf der ganzen Welt genauso, wie unseren Kunden und Geschäftsfreunden. Und das mit derselben Leidenschaft, wie wir sie in den letzten Jahren bei der Jagd nach Umsatzrekorden an den Tag gelegt haben.

Nichtsdestotrotz sind wir darauf angewiesen, den Verkauf unserer Produkte und den Ausbau unserer Marktanteile zu forcieren. Nur so sichern wir unsere Zukunft, unsere Arbeitsplätze und das Wohlergehen all jener Menschen, die von und mit der Arbeit für LIQUI MOLY leben. Schließlich ist es der Dreiklang aus erfolgreich wirtschaften, der Gemeinschaft dienen und liebevoll helfen, der unsere LIQUI MOLY family worldwide auszeichnet. Und dieser Dreiklang ist der Grund, weshalb uns aus der ganzen Welt millionenfache Begeisterung begegnet. Begeisterung für unsere Unternehmensphilosophie, für unsere Spitzenqualität, für unser Engagement.

Freuen wir uns über unser sinnstiftendes Tun, die positive Wahrnehmung unserer Marke und über das, was wir insbesondere in dieser schwierigen Zeit der Gesellschaft zurückgeben: einen blau-rot-weiß strahlenden Hoffnungsschimmer!

Jörg Witopil  
(Texter)

Niklas Döhring  
(Grafiker)

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

# Mindestlohn und Altersarmut durch Wettbewerbsverzerrung mit Steuergeldern

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über Sozialdumping auf Kosten des Staates

## Liebe Kolleginnen und Kollegen.

Zurzeit bekomme ich wieder ohne Ende die Hucke voll, weil ich für die Erhöhung des Mindestlohns bin. Viele Unternehmen wären dann nicht mehr wirtschaftlich – heißt es – wenn sie höhere Löhne zahlen müssten.... Also lieber die Gewinnsituation einer Firma erhalten, als den Arbeitern den Lohn zu geben, den sie für Ihren Lebensunterhalt brauchen und den sie durch die Erzeugung des Unternehmensgewinnes ja wohl auch verdient haben? Das kann es jetzt ja auch nicht sein. Vor allem dann nicht, wenn der Staat mit unser aller Steuergelder diesen Beschäftigten und damit indirekt dieser Firma unter die Arme greift. Im Beschäftigtenverhältnis und später noch viel mehr, um die Altersarmut, die ursächlich mit zu geringen Einkommen zu tun hat, zu bekämpfen, werden Steuergelder eingesetzt, die an anderer Stelle ja erst erwirtschaftet werden müssen. So werden Unternehmen über Aufstocker-Geld und ähnliches subventioniert und die Profitabilität für das Unternehmen wird erhöht, indem man die zu niedrigen Einkommen für die Arbeiter mit Staatsgeldern aufpeppt.

Wie kann es sein, dass in ein und derselben Branche Unternehmen mit dieser Mindestlohn-Strategie immer noch rumwursteln, wohingegen andere in der Lage sind, ordentliche Gehälter, auch tariflich abgesichert und mit Gewerkschaften und Betriebsrat vereinbart, zu bezahlen? So finanzieren Unternehmen dann mit ihren Steuerzahlungen direkt und indirekt die Subventionierung von Firmen, die derartige Standards nicht pflegen und sich dann sogar noch über billige Preise am Markt definieren. Ist ja keine Kunst, billig zu sein, wenn ich meine Arbeiter nicht anständig bezahle, Tarife missachte und Mindestlöhne zum Maßstab der Kalkulation mache. Das ist marktwirtschaftlich völlig daneben, ein Missbrauch der Sozialsysteme und eine Wettbewerbsverzerrung dazu. Wettbewerb sollte über die bessere Leistung ausgetragen werden und nicht über das findige Ausnutzen sozialstaatlicher Leistungen und schon gar nicht über das Missachten von Standards der Arbeitssicherheit, des Umweltschutzes und der Entlohnung.

Fazit: Menschen müssen von ihrer Arbeit leben können und dies sollte mit nur einem einzigen



Foto: Holger Karkheck

Arbeitsplatz gegeben sein. Unternehmen, die ihrer sozial-gesellschaftlichen Verantwortung durch die faire und ausreichende Entlohnung nicht nachkommen wollen oder können, sollten sich ein anderes Geschäftsmodell einfallen lassen oder ihre Preise erhöhen – aber auf gar keinen Fall dauerhaft in die Lage versetzt werden, mit Dumping-Preisen auch noch gesunden Unternehmen das Wasser abzugraben, indem sie für sich und ihre Belegschaft allerlei Zuschüsse oder Subventionen direkt erlangen oder ihre Mannschaft zur Bundesagentur für Arbeit schicken um spärliche Einkommen aufzustoocken.

Ihr Ernst Prost



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

**Oder Sie schauen einfach in die letzten Ausgaben von BILDER UND GESCHICHTEN:**  
[www.liqui-moly.de/unternehmen/monatsmagazin](http://www.liqui-moly.de/unternehmen/monatsmagazin)



Foto: Holger Karkheck

# Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über Wirtschaft jenseits des Wirtschaftens

## Liebe Weggefährten.

Auch ein heißes Eisen.... Mancher denkt, er hat eine Firma um möglichst viel Geld damit zu verdienen - und basta. Egal wie, egal mit was und egal mit wem. Wird so in einer aufgeklärten Gesellschaft nicht gut funktionieren. (Hoffentlich.) Solche Einstellung und solches Gebaren wird darüber hinaus dem ehrbaren Kaufmann, dem soliden Unternehmertum und den Prinzipien der freien und sozialen Marktwirtschaft hinten und vorne nicht gerecht. Unternehmen haben eine gesellschaftliche und eine soziale Verantwortung zu erfüllen, sonst taugen sie nichts! Marken sind oftmals die sichtbaren Aushängeschilder der Unternehmen. Marken spiegeln wider, was die Unternehmensführung denkt, wie sie handelt und nach welchen Prinzipien sie das Unternehmen führt. Wenn in diesem Spiegel von Ethik, Moral, Anstand, sozialer Verantwortung und gesellschaftlichem Nutzen nichts zu sehen ist, geht der Kunde weiter und lässt Marke, Firma und Produkte links liegen – auch wenn sie noch so billig sind.

Das ganze Spektrum eines Unternehmens hat viel mit Vertrauen zu tun, weil nicht alles, was wichtig ist, ist auch sichtbar.... Auch in unserer Zeit der internetbasierten Transparenz braucht es Vertrauen – nicht nur zu Institutionen und Firmen, sondern in erster Linie zu den Menschen, die dahinter stehen und die die Firma, die Marke, die Unternehmensphilosophie, die Werte und Prinzipien verkörpern und vorleben. Gerade in Krisen schauen die Menschen hinter die Fassade und wollen wissen, welches Unternehmen, welche Menschen hinter Dienstleistungen und Warenangeboten stecken. Dann ist es gut, wenn man nicht nur semantische Leerformeln aus dem Marketing-Baukasten gedroschen hat, sondern die Marke wahrhaftig lebt und liebt, seinen Prinzipien treu bleibt und seine Verantwortung wahrnimmt. Die Menschen erkennen sehr schnell, ob der Text von einer Werbeagentur aufgesetzt wurde oder authentisch aus dem Hirn, dem

Herzen und der Seele einer Mannschaft entspringt, die für den Produktnutzen genauso steht, wie für den Markenkern, die Unternehmenswerte und die gesellschaftspolitische Verantwortung einer Firma.

Mir wird schlecht, wenn ich sehe, wie manche Unternehmensführer ihre gesellschaftliche und soziale Verantwortung mit Füßen treten, um ein paar Cent mehr Profit einzufahren. Da werden Leute entlassen oder in Kurzarbeit geschickt, auf sämtliche Standards gepfiffen, gejammert und beim Staat um Hilfe gebettelt und zugleich sauteure Übungen abgehalten, um das Image der Firma aufzubessern... Von üppigen Gewinn-Ausschüttungen unter Anwendung sämtlicher Steuer-Tricks bei gleichzeitigem heftigem Sozialdumping ganz zu schweigen. Vertrauensbildende, authentische und nachhaltige Unternehmensführung und Markenbildung geht anders. Die Wirtschaft muss den Menschen dienen und nicht umgekehrt! Solidarität mit der Gesellschaft, Loyalität zu Einzelnen, zur Gemeinschaft und zum Staat, sowie anständiges & rücksichtsvolles Wirtschaften erwarten die Menschen von einem Unternehmen, dessen Produkte sie kaufen sollen. Mehr denn je. Und mehr denn je bemühen WIR uns, diese Aufgabe tagtäglich zu meistern, das Vertrauen in uns zu rechtfertigen und unserer gesellschaftlichen, sozialen Verantwortung gerecht zu werden.

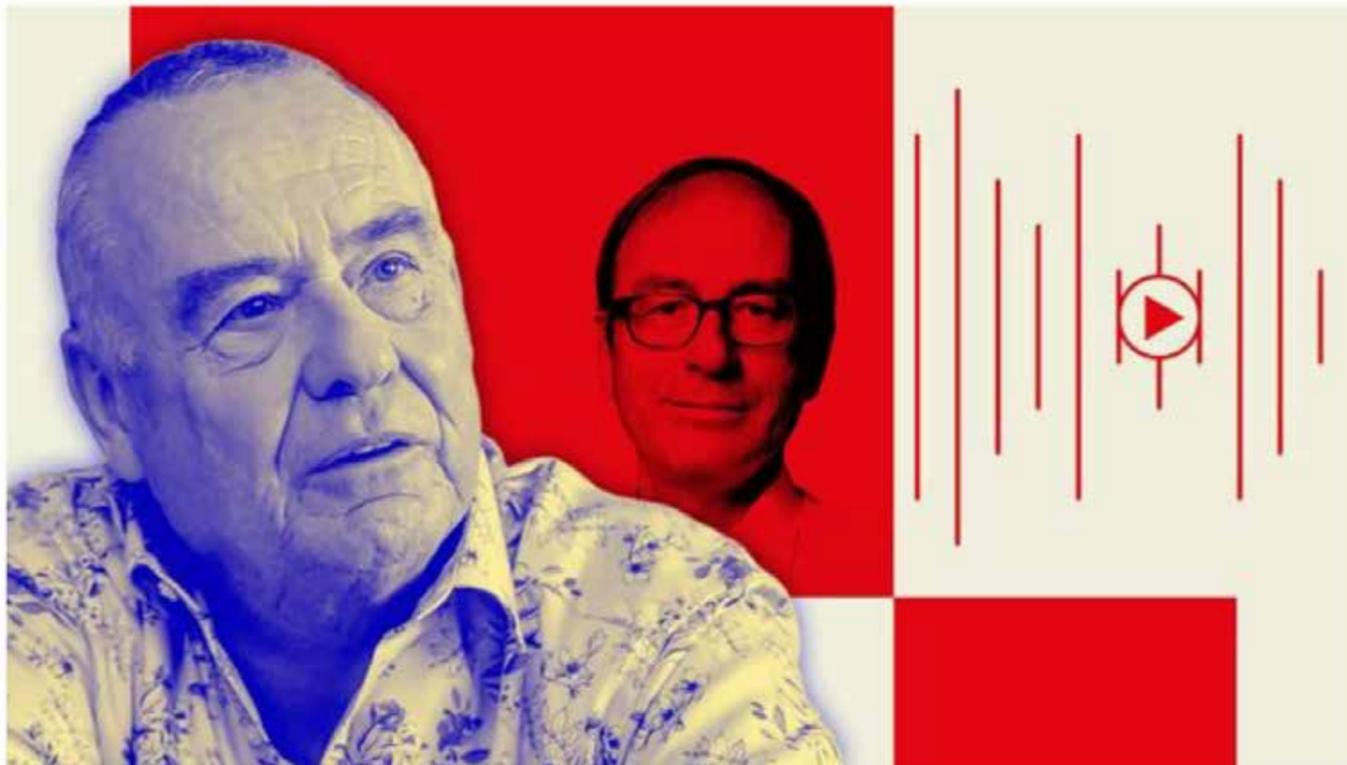
Ihr Ernst Prost

PODCAST – CHEFGESPRÄCH

# „Das ist ein gewaltiges Mitnahmeprogramm für die Schlaumeier dieser Welt“

von Beat Balzli

19. Juni 2020

Bild: [WirtschaftsWoche](#)

Chefredakteur Beat Balzli spricht im Podcast mit LIQUI MOLY-Chef Ernst Prost über eine verweichlichte Generation, die Vorteile der Krise und das „süße Gift“ der Staatshilfen.

Ernst Prost hält Peter Altmaiers industriepolitischen Kurs für Unsinn. Man wisse bei ihm nie, ob er nicht doch in der SPD sei. Der Freund des Mindestlohns und Chef des Motorenölmotors Liqui Moly hat zu vielem eine kernige und klare Meinung. Die einen halten ihn für einen roten Kapitalisten, die anderen für einen begnadeten Selbstdarsteller, der mit seiner Sozialmaske hausieren geht.

Für meinen Podcast „Chefgespräch“ war er jedenfalls der perfekte Gast. Ich habe viel gelernt über die mangelnde Widerstandskraft von Männern, das Affen-Theorem, skrupellose Konzerne, die angeblich verweichlichte Kaffee-Latte-Generation und Prosts beste Geldanlage – einmal abgesehen von seinem Schloss.

<https://www.wiwo.de/podcast/chefgesprach/podcast-chefgesprach-das-ist-ein-gewaltiges-mitnahmeprogramm-fuer-die-schlaumeier-dieser-welt/25928334.html>

WirtschaftsWoche  
**„Das ist ein gewaltiges Mitnahmeprogramm...“**  
 WirtschaftWoche Chefgespräch  
 00:00 1x  
 Abonnieren  
 Alle Episoden >

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](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.

PRESSE NATIONAL



Interview mit

# ERNST PROBST

## IM ULM TV INTERVIEW SPRICHT ERNST PROBST ÜBER DIE CORONA - KRISE, SIEGESPRÄMIEN UND SPONSORING

**Ulm TV - Redaktion:** Was sind Ihre Sorgen zur aktuellen Situation? Sehen Sie positiv in die Zukunft oder wird die Corona Krise langfristig Spuren hinterlassen?

**Ernst Probst:** Ich habe überhaupt keine Sorgen. Ich sehe nur Aufgaben und Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Natürlich ist es ein brutaler Schlag, den die ganze Welt zurzeit abbekommt. Aber mit Solidarität, intelligenten Konzepten und harter Arbeit werden wir es doch wohl gemeinsam schaffen, auch diese Krise zu überwinden. Da hat die Menschheit - und speziell auch Deutschland

- schon ganz andere Probleme gelöst. Natürlich sehe ich positiv in die Zukunft, warum denn nicht? Im Gegensatz zu einem Krieg wurde doch nichts zerstört. Häuser, Fabriken, Geschäfte – alles noch da. Wir müssen nur die Wirtschaft wieder ankurbeln. Investieren, produzieren und konsumieren. Auch das sollte gelingen, nachdem die öffentliche Hand jetzt sehr viel Geld in den Wirtschaftskreislauf pumpt.

**Ulm TV - Redaktion:** 2010 gründeten Sie mit einem Stiftungskapital von 500.000 Euro aus Ihrem Privatver-

mögen die Ernst Probst Stiftung. 2015 als weiteres gemeinnütziges Projekt, die Ernst Probst Foundation for Africa. 2016 und 2017 haben Sie 850 Mitarbeitern mit einer Siegesprämie von 11.000 Euro belohnt. Auch jetzt in der Corona Krise haben Sie der Belegschaft mit 1500 Euro für ihr Engagement gedankt und verzichtet auf Ihr Gehalt. Woher kommt diese soziale Ader?

**Ernst Probst:** Soll ich vielleicht lieber unsozial sein? Soll ich darauf hinarbeiten, dass ich irgendwann der reichste Mann auf dem Friedhof bin? Soll ich Geld zu meinem Fetisch erheben? Soll ich geldgierig und vielleicht sogar noch habsüchtig und geizig werden? Das macht doch alles keinen Sinn. Es ist doch schön, wenn ich anderen Menschen helfen kann. Menschen, die in Not geraten sind, weil ihnen das Schicksal wirklich übel mitspielt. Dafür habe ich meine Stiftung gegründet und sie mit ausreichend Finanzkraft ausgestattet. Seit zwei Jahren arbeite ich übrigens noch mit einer dritten Stiftung: Frieden für Menschen und Menschen für Frieden. Ich arbeite im Kuratorium der Stiftung Weltethos mit und versuche, zusammen mit meiner Frau Kerstin Thiele, die die Hauptarbeit leistet, einfach nur Gutes zu tun und Sinnvolles zu leisten. Das hat aber nichts mit den Prämien für meine mittlerweile 1.000 Kolleginnen und Kollegen in der Firma zu tun. Da geht es um Dankbarkeit meinerseits, um Respekt und auch um eine finanzielle Anerkennung für herausragende Leistung. Unsere Erfolge sind das Ergebnis einer grandiosen Teamleistung.



**Ulm TV - Redaktion:** Ihr Unternehmen ist in vielen Sportarten als Sponsor vertreten. Teams wie die Los Angeles Kings, Chicago Bulls, Eisbären Berlin und der TSV 1860 München tragen/trugen Ihr Logo auf der Brust. Sie waren Hauptsponsor der Vierschanzentournee, und unterstützen ratiopharm Ulm in der Basketball Bundesliga. Seit der Saison 2019 Namenssponsor der Handball Bundesliga. Woher kommt die Liebe zum Sport?

**Ernst Probst:** Wir sponsern nicht, weil ich eine Liebe zum Sport habe. Diese Liebe habe ich als junger Mann beim Fußball spielen in der C-Klasse verspürt. Wir unterstützen auch keine Sportveranstaltungen mit unserem Geld. Unsere Sponsoring-Aktivitäten sind, wie alle anderen Wer-

bemaßnahmen unseres Hauses, allesamt darauf ausgerichtet, unseren Bekanntheitsgrad zu erhöhen, auf dass wir mehr Menschen erreichen, die schlussendlich unsere Produkte kaufen. Deshalb Formel 1, MotoGP, Wintersport, Europameisterschaften, Weltmeisterschaften und nationale Veranstaltungen wie die Deutsche Handball Bundesliga oder in den USA Basketball. Wir machen 2/3 unseres Geschäftes außerhalb Deutschlands, in 150 Ländern dieser Erde. Deshalb arbeiten wir sehr gerne mit sogenannten local heroes zusammen, die in ihrem Land beliebt und bekannt sind. Oft genug machen wir auch gemeinsam mit Geschäftsfreunden von uns im nationalen, regionalen und lokalen Bereich Werbung durch Sponsoring. Wir wollen die Kunden da abholen, wo sie zu Hause sind, nämlich in der Heimat. Also: Von ganz oben, von weltweiten Veranstaltungen, bis ganz runter in die Stadt oder in das Dorf – möglichst in jedem Land der Welt – wollen wir mit unserer Marke präsent sein. Das ist Teil unseres globalen Marketingkonzeptes.

**Ulm TV - Redaktion:** Sind Sie mit Ihrem beruflichen Werdegang zufrieden oder würden Sie etwas anders machen?

**Ernst Probst:** Auch wenn ich was ändern wollen würde, könnte ich es nicht, weil es vorbei ist. Also ist diese Frage obsolet und solchen Gedanken gebe ich mich auch gar nicht hin. Ich schaue lieber nach vorne, auf meine to-do-Liste, auf mein Arbeitsprogramm, versuche nebenbei noch ein paar Visionen zu entwickeln und freue mich, dass ich noch lebe. Aber klar ist auch, dass ich allen Grund zu großer Dankbarkeit und Demut habe, dass mich das Schicksal und unser Herrgott auf solch einen Weg geschickt hat. Und diesem Umstand trage ich Rechnung durch meine nutzenstiftende Arbeit in der Firma und mit meinen Stiftungen.

**Ulm TV - Redaktion:** Abschließend ein paar Worte aus Ihrer Sicht zur aktuellen Lage.

**Ernst Probst:** Wenn ich die aktuelle Lage in Deutschland mit der aktuellen Lage in allen anderen Ländern dieser Welt vergleiche, komme ich zu dem Schluss, dass es uns in unserem Lande noch ganz passabel geht. Durch meinen Job habe ich sehr viel Kontakt zu Menschen in anderen Ländern. Alle beneiden uns. Um Demokratie, um Freiheit, um Rechtsstaatlichkeit und jetzt in dieser Zeit noch viel mehr um unser Gesundheitswesen, um unsere starke Wirtschaft, um unsere Gesellschafts-Strukturen, um unseren ausgeprägten Bürgersinn und um unsere stabile und soziale Gemeinschaft. Als ein Volk, das sich nicht nur in Krisen verantwortungsvoll, sozial und in großer Nächstenliebe um die Schwachen auf der Welt kümmert. Ich möchte in keinem anderen Land dieser Welt leben und arbeiten. Und ich empfinde es als eine Gnade, in dieser Zeit in unserem Lande leben zu dürfen. Schloss Leipheim, in dem ich wohne, erzählt mir da so manche Geschichte über die angeblich so „gute alte Zeit“, die definitiv überhaupt nicht so gut war. Ja, ich glaube sogar, dass aus dieser Krise Gutes und Sinnvolles erwächst. Risiko-Vorbeugung für die nächste Epidemie, zum Beispiel, aber vor allem eine weitere Stärkung unseres Gemeinschafts-Sinnes als eine zutiefst menschliche Gesellschaft mit Werten und Idealen!



# Achtung! Aufpassen!

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost  
über überbordende Bürokratie

## Liebe Mitunternehmer!

Jeden Morgen kam die fleißige Ameise fröhlich zur Arbeit. Sie liebte ihre Arbeit. Hier verbrachte sie die meiste Zeit des Tages schwer arbeitend, immer ein Liedchen summend. Und so arbeitete sie Tag für Tag fleißig vor sich hin. Der Generaldirektor, ein dicker fatter Käfer, stellte fest, dass es niemanden gab, der die Ameise beaufsichtigte. So konnte es nicht weitergehen!

Er schuf einen Supervisor-Posten und stellte einen Mistkäfer mit viel Erfahrung ein. Die erste Sorge des Mistkäfers war, die Arbeitszeit zu standardisieren. Er erstellte hierzu verschiedene Reports. Bald darauf benötigte der Mistkäfer eine Sekretärin, die diese Reports vorbereitete. Man stellte eine Spinne ein, die ein Archiv einrichtete und Telefonanrufe entgegennahm. Und in der ganzen Zeit arbeitete die Ameise froh und munter weiter, denn ihre Arbeit gefiel ihr und von Zeit zu Zeit summte sie ein Liedchen.

Der Generaldirektor war begeistert von der Arbeit des Mistkäfers und fragte ihn nach grafischen Darstellungen und Zukunftsanalysen. So wurde es nötig, eine Fliege einzustellen als Helfer für den Supervisor. Sie kauften der Fliege ein Laptop, mit dem sie die Reports schön bunt gestalten konnte. Nun ... die fleißige Ameise summte schon bald kein Liedchen mehr, beschwerte sich, dass sie so viel Schreibkram auszufüllen hatte anstatt zu arbeiten.

Daraufhin beschloss der Generaldirektor, dass ein Administrator für die Abteilung, in der die Ameise arbeitete, her musste. Diese verantwortungsvolle Aufgabe wurde der Heuschrecke übertragen, die als erstes verlangte, dass man ihr einen speziellen Sessel kaufen sollte. Natürlich brauchte sie auch ein Auto, einen Laptop und einen Zugang zum Intranet. Und selbstverständlich brauchte sie auch einen persönlichen

Assistenten, die Kröte, die schon an ihrem alten Arbeitsplatz als Sekretärin für die Heuschrecke gearbeitet hatte. Die Ameise sang nicht mehr. Sie wurde immer unruhiger und nervöser.

„Wir müssen ein Gremium beauftragen, Daten für eine Studie über die arbeitende Gesellschafts-schicht zusammenzutragen und einen Bericht zu verfassen.“ Gesagt, getan. Die ausgesuchten Spezialisten machten sich gegen ein beträchtliches Entgelt sogleich monatelang an die Arbeit. In der Zwischenzeit stellte der Generaldirektor fest, dass die Abteilung, in der die fleißige Ameise munter vor sich hin arbeitete, nicht mehr den gleichen Profit wie früher erwirtschaftete. Er wandte sich an die Eule, eine Expertin in Sachen Betriebswirtschaft, die Tausende von Euro bekam. Sie sollte analysieren und diagnostizieren, was zu tun sei. Die Eule wirbelte drei Monate in allen Büros der Firma herum. Dann legte sie einen Abschlussbericht vor, der besagte: „Sie haben zu viel Personal, es sollten Stellen abgebaut werden.“

Dem Expertenbericht der Eule folgend, entließ der Generaldirektor die Ameise.

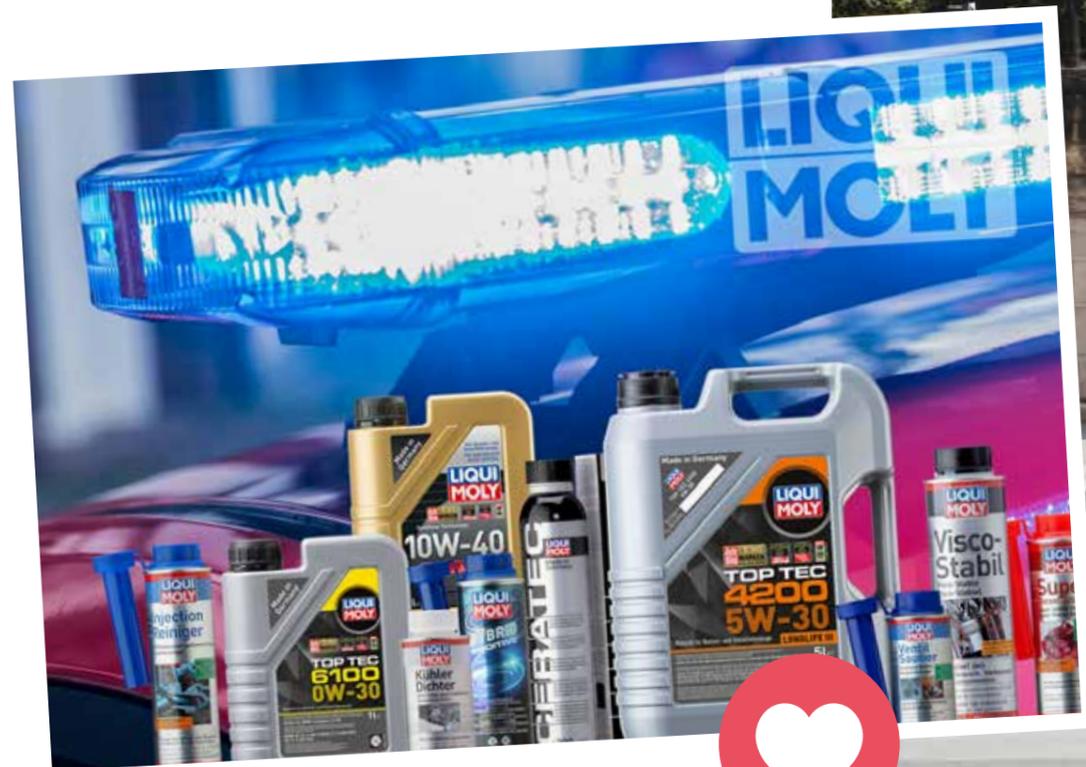
Begründung: „Leider hat die Ameise einen totalen Leistungseinbruch und arbeitet nicht mehr so fleißig wie am Beginn. Stattdessen jammert sie nur noch über die nervige Bürokratie und die ständigen Kontrollen. Fazit: Die Ameise muss weg, denn wir brauchen Mitarbeiter, die fröhlich an ihre Arbeit gehen und auch mal ein Liedchen summen!“

Ich hoffe, die Wahrheit, die in dieser Geschichte steckt, wird nie auf uns zutreffen!!!

Ihr Ernst Prost

**CORONA-KRISE**

**SPENDENAKTION**



# Wir stocken unsere Unterstützung ein weiteres Mal auf

Erst eine, dann drei und jetzt vier Millionen Euro Produktspende für alle Corona-Helden.

Außergewöhnliche Zeiten wie diese erfordern außergewöhnliches und unbürokratisches Handeln. Deshalb erhöhen wir unsere Unterstützung für Rettungsdienste und Feuerwehren kurzerhand ein weiteres Mal auf nun vier Millionen Euro Warenwert. Damit schaffen wir nochmal Kapazitäten für die wichtige finanzielle Entlastung zahlreicher Hilfsorganisationen.

War es Anfang April noch eine Millionen Euro, die wir zur Unterstützung aller Corona-Einsatzkräfte zur Verfügung stellten, wurde die Spendensumme nach der überwältigenden Resonanz erst auf drei und nun gar vier Millionen Euro aufgestockt, um weiterhin mit kostenlosen Ölen, Additiven, Pflege- und Serviceprodukten zu helfen. Denn noch immer erhalten wir täglich zahlreiche Bitten nach kostenloser Ware für Feuerwehrautos oder Krankenwagen, für Einsatzfahrzeuge, für mobile Pflege, Essen auf Rädern und und und. Da kann und darf unsere Hilfe nicht stoppen. Denn die soziale Verantwortung unserer LIQUI MOLY family worldwide ist ein höheres Gut als die Maximalrendite am Jahresende!

# SPENDENAKTION



► Startseite ► Aktuelles

Lindenberg, 22.06.2020

## Liqui Moly unterstützt Rettungsdienste - auch der THW Helferverein Lindenberg profitiert von der Aktion.

„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 Ernst Prost welcher Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter von Liqui Moly ist.



Spende von Liqui Moly an den THW Helferverein Lindenberg. Bild Sebastian Habersetzer

Die Helfer des THW Lindenberg haben sich über diese Spende an den THW Helferverein auf alle Fälle sehr gefreut. Schließlich sind sie, seit Beginn der Coronakrise bzw. seit dem Eintreten des Katastrophenfalls am 16. März unermüdlich im Einsatz. Die Einsatzkräfte des THW stellen seither nämlich die Verteilung von Schutzausstattung, Desinfektionsmittel und weiterer benötigter medizinischer Ausstattung für Krankenhäuser, Arztpraxen, Schulen und viele andere Einrichtungen im Auftrag des Freistaats sicher. Die Hilfsmittel werden über einen vom THW betriebenen zentralen Logistikstützpunkt in München verteilt und müssen dort von den jeweilig zuständigen Ortsverbänden abgeholt werden. Die Einsatzkräfte des THW liefern die Schutzausrüstung dann an den Landkreis Lindau und stellen somit die Versorgung im Landkreis sicher.

Durch diesen Einsatz wurden die Fahrzeuge des THW Lindenberg in den letzten Wochen stark gefordert und weisen einige Kilometer mehr auf. Die gespendeten Betriebs- und Pflegemittel landeten somit genau an der richtigen Stelle. Aus diesem Grund sagt der THW Helferverein Lindenberg an dieser Stelle noch einmal vielen Dank Herr Prost und somit vielen Dank Liqui Moly.

Durch diesen Einsatz wurden die Fahrzeuge des THW Lindenberg in den letzten Wochen stark gefordert und weisen einige Kilometer mehr auf. Die gespendeten Betriebs- und Pflegemittel landeten somit genau an der richtigen Stelle. Aus diesem Grund sagt der THW Helferverein Lindenberg an dieser Stelle noch einmal vielen Dank Herr Prost und somit vielen Dank Liqui Moly.

Bericht und Bilder:  
Sebastian Habersetzer



**SPENDENAKTION**



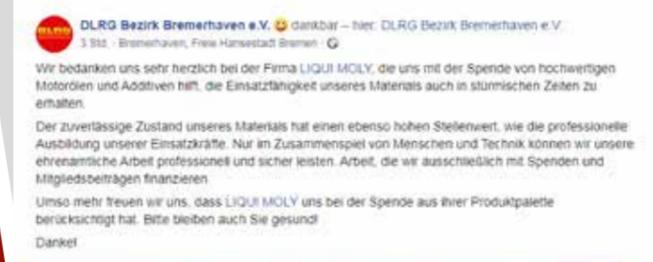
*... die Freiwillige  
Feuerwehr Mechernich  
haben uns sehr über  
Ihre Spende der  
Liqui Moly Produkte  
gefremt und möchten  
Ihnen auf diesem Wege  
recht herzlich danken.  
Es ist in der heutigen  
Zeit nicht selbst-  
verständlich das  
Unternehmen sich  
hinter das Ehrenamt  
stellen und wie Sie  
auch die freiwilligen  
Helfer unterstützen.*



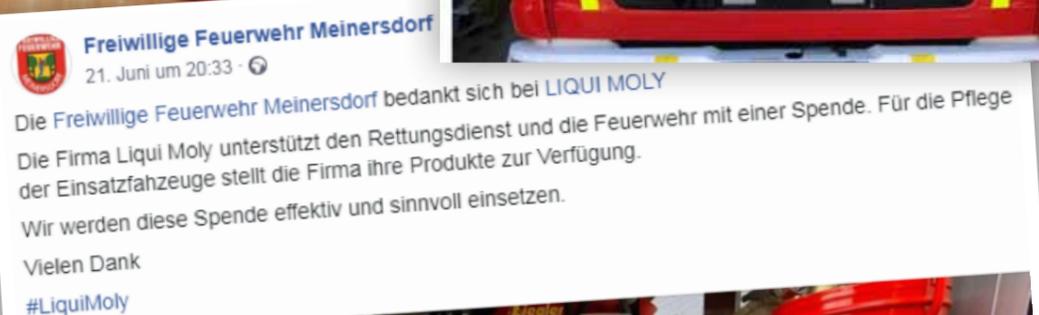
E-Mail vom 15. Juni 2020



Vielen Dank für die Spende...  
#Ehrenamt #LiquiMoly



# SPENDENAKTION



## Die Feuerwehr informiert



Blausteiner Wehren laufen wie geschmiert dank Liqui Moly (LM). LM-Geschäftsführer Ernst Prost hat auch in Corona-Zeiten seine Bereitschaft zur Unterstützung gezeigt. Im Rahmen einer großen Spendenaktion stellte der Öl- und Additivspezialist im April Materialien aus seinem Sortiment im Millionenwert für Rettungsdienste und Feuerwehren zur Verfügung. „Damit wollen wir den Einsatzkräften den Rücken freihalten“, sagte Ernst Prost zur Ausrichtung der Aktion. Und da LM keine Desinfektionsmittel oder andere benötigte Schutzmaterialien herstellt, wurden Öle, Additive und Autopflegemittel bereitgestellt. „Schließlich müssen die Fahrzeuge zuverlässig funktionieren.“, sagt der Initiator der Aktion dazu. Die Blausteiner Wehren bekamen im Zuge dieser besonderen Aktion mehrere Lieferungen mit hochwertigen Pro-

dukten aus dem LM-Sortiment. Dabei handelt es sich um Schmier-, Pflege und Wartungsartikel, die ansonsten aus eigenen Mitteln hätten besorgt werden müssen. Die hier eingesparten Geldmittel in Höhe von mehreren tausend Euro wurden dann ganz im Sinne der Aktion in Schutzausrüstung für die Mitglieder der Blausteiner Feuerwehr-Abteilungen investiert. Damit sorgt das Unternehmen Liqui Moly indirekt mit dafür, dass trotz der besonderen Situation die Einsatzfähigkeit der Wehren weiterhin erhalten bleibt. Die Stadt Blaustein und die Feuerwehr bedanken sich an dieser Stelle ganz herzlich für dieses außerordentliche Engagement!



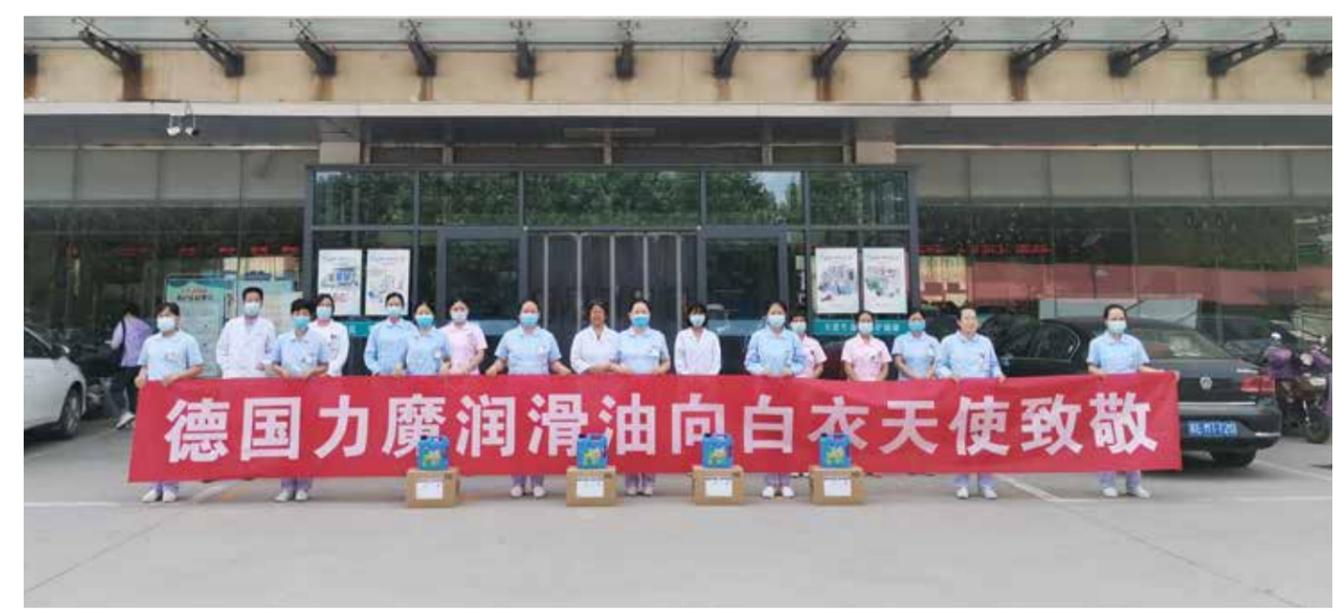
Alt, aber noch längst kein altes Eisen: die Drehleiter Magirus DL26, Baujahr 1939 der Freiwilligen Feuerwehr Waldheim/Richzenhain! Und damit das noch möglichst lange so bleibt, nutzen die Floriansjünger unsere Produktpende zur derzeitigen Restaurierung des wehrhaften, mittlerweile 81 Jahre alten Schmuckstücks. Toller Werterhalt eines mobilen Schatzes mit Unterstützung von LIQUI MOLY!

SPENDENAKTION

CHINA



Das macht unsere LIQUI MOLY family worldwide so besonders: Auch unser Händler Womeng Qipei schloss sich unserer Millionenspende an und hat in Shijiazhuang (Hauptstadt der Provinz Hebei) Ärzte und Krankenschwestern von drei Krankenhäusern kostenlos mit unseren Ölen ausgestattet. Die Corona-Helden des Baixing County Central Hospital, des Ningjin County Hospital und des Ningjin Chinese and Western Medicine Integrated Hospital bedankten sich mit jeweils einem Gruppenfoto für die hilfreiche Spende.



**SPENDENAKTION**

**MAURITIUS**



Gelebte Solidarität auf Mauritius: Auch unser dortiger Vertriebspartner Axess hat sich unserer weltweiten Corona-Spendenaktion angeschlossen und Gratis-Motoröl an unseren Kunden "Crams Co Ltd." überreicht. Für die Werkstatt, die unter anderem Services für Ambulanzfahrzeuge privater Krankenhäuser durchführt, eine große und sehr willkommene Hilfe. Für zusätzliche Identifikation mit unserer Marke sorgt der LIQUI MOLY-Overall, über den sich alle Mechaniker freuen durften.

# damals

## Nostalgische Prachtexemplare

War damals das wartungsintensive Abschmieren der einzelnen Schmierstellen mittels Fettpresse die Regel, übernehmen diese Aufgabe heute Zentral-schmieranlagen während der Fahrt mit unserem speziell dafür ausgelegten Fließfett ZS K00K-40.



# wie

# heute

## Hochmoderne Frachtexemplare



Erforderten damals zähe Einbereichsgetriebeöle kraftaufwändige mechanische Schaltvorgänge, unterstützen heute unsere Zentralhydrauliköle die hydraulische Ansteuerung der Schaltvorgänge und sorgen in Verbindung mit unseren leistungsstarken, niedrigviskosen Truck-Getriebeöle für mühelose Schalten auch unter Last.

Waren damals überforderte, kühlwasserverlierende und dampfende Kühlsysteme nahezu an der Tagesordnung, optimiert heute unser Pro-Line Kühlerreiniger den Wärmetausch, beugt unser Pro-Line Kühlerdichter K Leckagen vor oder eliminiert diese durch Zugabe zur passenden LIQUI MOLY-Kühlflüssigkeit.

War damals zum Lenken noch erhebliche Muskelkraft notwendig, sorgen heute unser Lenkgetriebe-Öl 3100 und die Top Tec ATF-Öle in den Servolenksystemen für spielerisches Handling beim Rangieren und Manövrieren auf kurvenreichen Strecken.

Waren damals qualmende Motoren nach einer gewissen Laufleistung und entsprechendem Verschleiß eher üblich, verhelfen heute unsere Öl- und Kraftstoffadditive zu hoher Betriebssicherheit, großem Öl- und Kraftstoffeinsparpotenzial und vor allem auch zur deutlichen Verbesserung der Abgaswerte.



# KASACHSTAN



Verbrieft LIQUI MOLY- und Meguin-Kompetenz holte sich das Team der MIA Group (Vertriebspartner von LIQUI MOLY Eurasia) aus Aktobe bei einer mehrtägigen Produktschulung in Almaty. Mit dabei (oben v. l. n. r.): Baurzhan Schamschidenov, Dmitriy Skorosuev, Ilya Brovko, Dauren Sansyzbai (Geschäftsführer MIA Group) und Ildar Kassymov (Techniker LIQUI MOLY Eurasia).



# VENEZUELA



Bestens geschmiert und gestärkt durch faszinierende Landschaften: Bei einer gemeinsamen Ausfahrt mit unserem Kunden Scorpions 4x4 nach Península de Paraguna (ca. 500 km von Caracas entfernt) sorgten unsere Freunde in Venezuela sowohl bei Offroad-Fahrzeugen als auch den hungrigen Teilnehmern für optimale "Nahrung".





Make some noise for LIQUI MOLY! Mit dem bekannten Offroader Anusorn Ubonsuk sicherte sich unser Team LIQUI MOLY Thailand einen in Asien äußerst bekannten und erfolgreichen Spezialisten für alle Zweirad-Herausforderungen, die abseits geteuerter Straßen liegen. Als Markenbotschafter und Yamaha-Ténéré-Fahrer wird er uns helfen, dass unser MOTORBIKE-Sortiment in der asiatischen Offroadszene bald schon der Inbegriff für beste Schmierstoffe und Pflegeprodukte sein wird.





SCHWEIZ

Ein Gerät, zwei Anwendungen – auf dieses simple, aber wirkungsvolle Konzept bauen auch in der Schweiz immer mehr Werkstätten: Unser JetClean Tronic II beseitigt in Verbindung mit unseren Pro-Line Additiven Probleme an Kraftstoff- und Ansaugsystem schnell und zuverlässig.



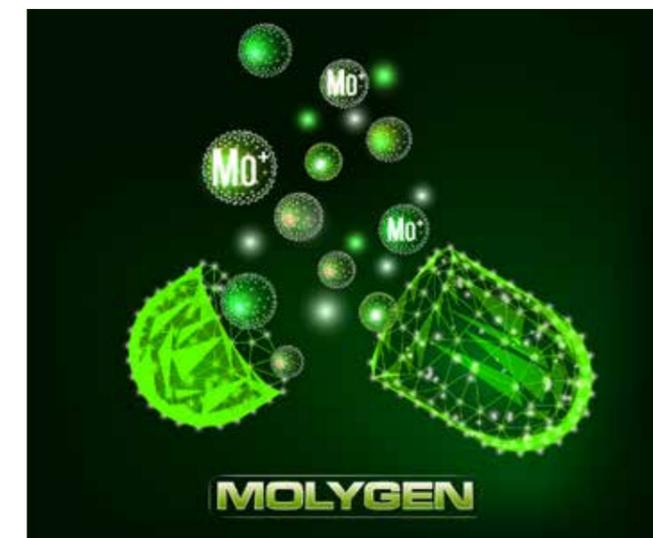
ISLAND

Ein vielbeachtetes Hilfspaket hat unser Kunde Stilling in Island geschnürt: Diesel-Fahrzeuge wie Reisebusse und Mitwagen, die aufgrund der Corona-Krise seit Monaten still stehen, erhielten kostenlos unser Anti-Bakterien-Dieseladditive, um Bakterienbefall während der langen Standzeit zu verhindern. In direkter Nachbarschaft, bei der Firma Arctic Trucks, zeigte Stilling zudem beim Tag der offenen Tür Flagge für LIQUI MOLY.



KASACHSTAN

Viel Herzblut in Form von Schulungen und Werbeaktionen investieren auch in dieser schwierigen Zeit unsere Freunde von LIQUI MOLY Eurasia. So haben zwei Techniker zuletzt acht Trainings mit 27 Teilnehmern direkt bei den Kunden vor Ort mit den jeweiligen Verkäufern durchgeführt, z. B. im Porsche-Zentrum Almaty, bei Car City Automotive Basar sowie in den Servicewerkstätten CTO.



FANPOST



TÜRKEI

Über eine Sternstunde beim Ölwechsel freut sich dieses deutsche Autofabrikat in der Türkei, wo unsere Partner derzeit hochmotiviert und engagiert gegen die Auswirkungen der Corona-Krise kämpfen.

ONLINE-GEWINNSPIEL

Bleiben Sie am Gas:  
Der Große Preis von  
LIQUI MOLY läuft  
auf vollen Touren!



Unser Hauptpreis:  
Hyundai i30 N

LIQUI MOLY ist seit zehn Jahren Deutschlands Schmierstoffmarke Nr. 1. Diesen Erfolg feiern wir gemeinsam mit unseren weltweiten Fans mit einem großen Gewinnspiel, das sich über das gesamte Jahr in drei Gewinnphasen erstreckt.

Der Klick zum Glück!  
Hier geht's zur Aktionsseite:



my-liqui-moly.de



KROATIEN

Saubere Motoren laufen zuverlässiger, wirtschaftlicher und kraftvoller! Dies weiß auch einer unserer Kunden zu schätzen, der seinem Boot wie hier beim Cruisen entlang der kroatischen Küste unseren MARINE-Benzinsystemreiniger gönnt.

Mit über 4.000 Artikeln sind wir einer der wenigen Vollsortimenter weltweit! Ob für Autos, Motorräder, Nutzfahrzeuge, Boote, Fahrräder, Gartengeräte, Industrie, Handwerk oder Haushalt: Wenn es um den technischen und optischen Werterhalt von Fahrzeugen, Geräten und Maschinen geht, bietet LIQUI MOLY immer die passenden Produkte!

LIQUI MOLY | MEGUIN | 09 | 2020



# damals

Kleines Sortiment mit einer Handvoll Produkten.

wie

# heute

Riesiges Sortiment mit über 4.000 Artikeln.



Unsere Produkte halten mobil und sorgen weltweit für Bewegung.



### LIQUI MOLY-Additive

Ob als Öladditiv für Motor und Getriebe, als Kraftstoffadditiv für Benzin und Diesel oder als Kühleradditiv: Unsere „Zugaben“ pflegen, schützen, regenerieren und helfen, nachhaltiges Geld zu sparen.

### LIQUI MOLY-Fahrzeugpflege

Ein gepflegtes Fahrzeug poliert das Ego. Aber noch viel wichtiger: Ein gepflegtes Fahrzeug erhält länger seinen Wert. Mit unseren Produkten für die innere und äußere Pflege bieten wir immer eine glänzende Lösung.

### LIQUI MOLY-Serviceprodukte

Ob kleines Wehwehchen oder große Reparatur: Unsere Serviceprodukte bieten bei jeder Beschwerde die richtige Medizin: vom Multifunktionspray über Rostlöser, Kettenspray, Dichtstoffe, Fette und Pasten, Klebern bis hin zum Klimaanlagecleaner.

Alles aus einer Hand: das LIQUI MOLY-Vollsortiment! Immer die richtige Lösung. Zu jeder Zeit. Für jeden Einsatzzweck. Verkaufen Sie deshalb alles was wir haben! In allen Ländern der Welt!

### LIQUI MOLY-Motoröle

Ob für Auto oder Lkw, Motorrad oder Moped, Roller oder Quad, Bus oder Oldtimer, Boot oder Gartengerät. Ob für Benzin- oder Dieselmotor. Ob vollsynthetisch, teilsynthetisch oder mineralisch: Wir haben für jedes Fahrzeuge auf der Welt das passende Öl.

TIPPS UND THEMEN

URLAUBSZEIT

# Ein Stück Freiheit kehrt zurück ...

... aber nur, wenn bei der Reise mit dem eigenen Fahrzeug folgende Tipps beherzigt werden!



Wer hier liegen bleibt, kann lange warten, bis Hilfe naht.



Soviel steht fest: Das Reisejahr 2020 wird ein anderes als je zuvor. Statt Fernreisen mit Flugzeug oder Schiff, werden die meisten Urlauber näher gelegene Ziele bevorzugen und die Fahrt mit dem Auto oder Wohnmobil antreten. Das Auto ist ohnehin das beliebteste Reisemittel der Deutschen. Damit die Reise nicht vorzeitig auf dem Pannestreifen endet, sollte vor jeder Urlaubsfahrt ein Check durchgeführt werden. Mit nachfolgenden Tipps und LIQUI MOLY-Produkten können unerwünschte Zwischenstopps und teure Reparaturen verhindert werden.





Immer zur Hand, wenn man es braucht: Unser Nachfüllöl gehört in jeden Kofferraum

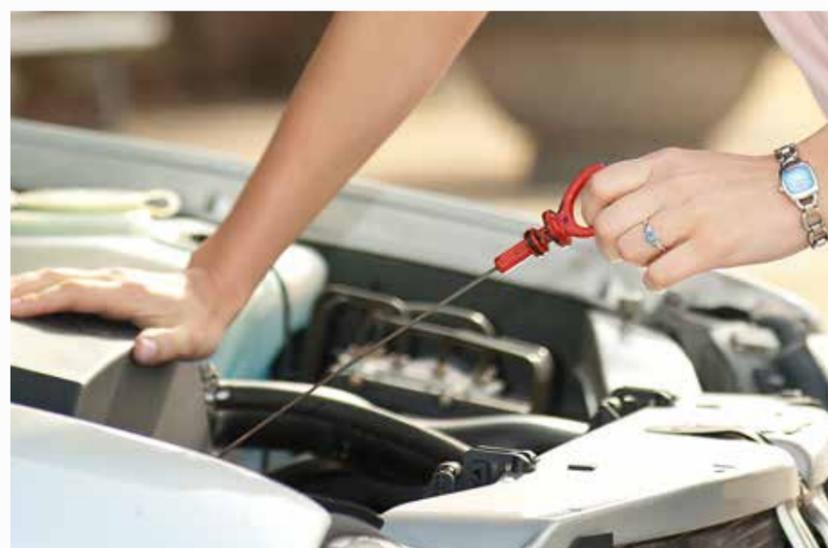


### Nachfüll-Öl

Unser 5W-30 Nachfüll-Öl im handlichen 1 l-Gebinde ist ideal für Urlaubsreisen mit dem Pkw. Denn sollte das Öllämpchen unerwartet aufleuchten, ist das Ganzjahresöl für Benzin- und Dieselmotoren einschließlich Common-Rail- und Pumpe-Düse-Technologie der perfekte Begleiter.

## Ölstand prüfen

Wenn die Lampe aufleuchtet, ist es leider zu spät. Besser vorher einen Blick in unseren Ölwegweiser werfen und zielsicher das passende Öl finden. Wer vor dem Urlaub an die Ölreserve denkt, der spart. Denn unterwegs ist Öl oftmals deutlich teurer.



## Vitamine für den Motor

Wer mit dem Auto verreist, legt oft lange Strecken zurück. Darum ist ein zuverlässiger Motor unerlässlich. Additive können dabei helfen, die Laufeigenschaften zu verbessern und sind die beste Vorbeugung gegen eine Motorpanne. Injection Reiniger (für Benzin) oder Super Diesel Additiv (für Diesel) eignen sich hierfür optimal.

### Kühlwasser prüfen

Bei fehlender Kühlflüssigkeit und Hitze brennt gerne mal die Zylinderkopfdichtung durch. Sollte Flüssigkeit fehlen, einfach mit unserem Kühlerfrostschutz universal auffüllen. Und damit der Kühler dicht bleibt, vorbeugend unseren Kühlerdichter einfüllen.



### Scheibenwischwasserstand prüfen

Unser Scheibenreiniger sorgt stets für klare Sicht. Doch Achtung: Nur nicht den Wischwasserbehälter mit dem Behälter für Kühlflüssigkeit verwechseln.



## Klimaanlage checken

Auf langen Fahrten ist die Aufmerksamkeit des Fahrers besonders gefordert. Doch hohe Temperaturen mindern die Konzentrationsfähigkeit. Umso wichtiger ist eine funktionierende Klimaanlage. Nur eine saubere Klimaanlage schafft behagliches Klima und ist keine Keimschleuder. Gegen unangenehme Gerüche hilft unser Klima Refresh. Und Werkstätten können mit LIQUI MOLY-EQUIPMENT die Anlage professionell reinigen.



Eine Panne und schnell ist die ganze Urlaubslaune dahin! LIQUI MOLY ist immer zur Stelle – bevor ein Schaden eintritt.

## Reifendruck, Licht und Wartungstermin prüfen

Unbedingt vor der Abreise prüfen und beachten, dass sich die Herstellervorgaben auf kalte Reifen beziehen. Der Wert kann nach schneller Fahrt deutlich höher sein. Reifen unter drei Millimeter Restprofil sollten vor der Fahrt getauscht werden. Alle Lichter, auch Blinker und Bremslicht, auf Funktion prüfen. Das Mitführen von Ersatzsicherungen und -glühlampen ist empfehlenswert. Fällt der nächste Termin in die Reisezeit, empfiehlt es sich, den Service vorzuziehen.

## Bremsen checken

Wenn Bremsflüssigkeit fehlt, kann das an verschlissenen Bremsbelägen liegen. Fehlersuche bzw. Reparatur sind ein Fall für die Werkstatt. Die richtige Bremsflüssigkeit findet man in unserem Ölwegweiser.



## Für den Pannenfall

Stets auf Verfallsdatum des Verbandkastens achten. Warndreieck und -weste sowie zumindest ein Reifenpannenset sollten im Kofferraum sein. Besser ist ein Ersatz- oder wenigstens ein Notrad. Denn bei großen Rissen oder Löchern im Reifen ist das Pannenset nutzlos. Zur Erstpannenhilfe für alle gängigen Pkw- und Caravanreifengrößen eignet sich das Reifenreparaturspray. Es dichtet platte Reifen und pumpt sie wieder auf und ist geeignet für alle Reifentypen mit und ohne Schlauch.



# POLEN



Blau-rot-weiße Fahrzeugbeklebung, Fahnen und vieles mehr: Schon die erste Runde des LIQUI MOLY Classicauto Cups in Polen überzeugte mit tollen Klassikern und jeder Menge LIQUI MOLY-Präsenz. Das perfekte Umfeld, um allen Oldtimer-Enthusiasten unsere einzigartige Classic-Produktlinie näher zu bringen.



# KIRGISISTAN



Was gepflegte Nägel für die aktive Frau, sind unsere BIKE-Pflegeprodukte für beanspruchte Fahrräder! Unter dieser Prämisse startete Mountainbikerin Ulyana Fartushnaya bei einem lokalen Radsportevent. Eine gelungene, werbewirksame Aktion unseres Partners LIQUI MOLY Central Asia.



ÖSTERREICH

LIQUI  
MOLY

MOTORÖLE  
& ADDITIVE  
Made in Germany

LIQUI  
MOLY

vollsortiment

Unser MOTORBIKE-Vollsortiment gilt als wichtige Stütze, um optimal geschmiert und gepflegt auf Rennpisten zu bestehen!

vollprofi

Der elfjährige Elias aus dem Burgenland gilt als eines der größten Motocross-Nachwuchstalente Österreichs!

voll gut!

Unsere MOTORBIKE-Öle und -Schmierstoffe gelten auch für die Leser renommierter Fachmagazine als die Besten!



BEST BRAND 2020  
Kategorie: Öle/Schmierstoffe



Kategorie: Öle/Schmiermittel

## PORTUGAL



Endlich back on track: Beim ersten Rennen der National Speed Championship legte das von LIQUI MOLY Iberia unterstützte Team Target mit Rennpilot Rodrigo auf der legendären Strecke von Estoril nach langer, coronabedingter Rennpause ein beachtliches Debüt hin – natürlich powered by LIQUI MOLY!



## TSCHECHIEN



Klein, fein, fies: Sobald die Bergrennsaison 2020 fortgeführt wird, wird unser Freund Marek Rybníček (Geschäftsführer LIQUI MOLY Tschechien) mit diesem neuen, 685 PS starken Skoda Fabia R5 auf Kurvenjagd gehen. Gebrandet und geschmiert mit LIQUI MOLY!





Nutrend und LIQUI MOLY – eine rasante Verbindung! Beim langersehnten Saisonstart des internationalen Carbonia-Cups im Autodrom von Most, durfte Václav Janík vom Nutrend Racing Team in seinem LIQUI MOLY-geschmierten Norma M20FC endlich wieder Rennluft schnuppern.



Volle LIQUI MOLY-Markenpower heißt es auch in der tschechischen Motocross-Szene: Mit dem Sponsoring des Teams Orion mit Fahrer Temam-Petr Rathouský, lenkt LIQUI MOLY Tschechien nicht nur auf vier, sondern auch auf zwei Rädern alle Aufmerksamkeit auf unsere blau-rot-weißen Farben. So wie hier beim ersten Rennen des MMČR Junior-Cups auf der Strecke von Jinín bei Strakonice.

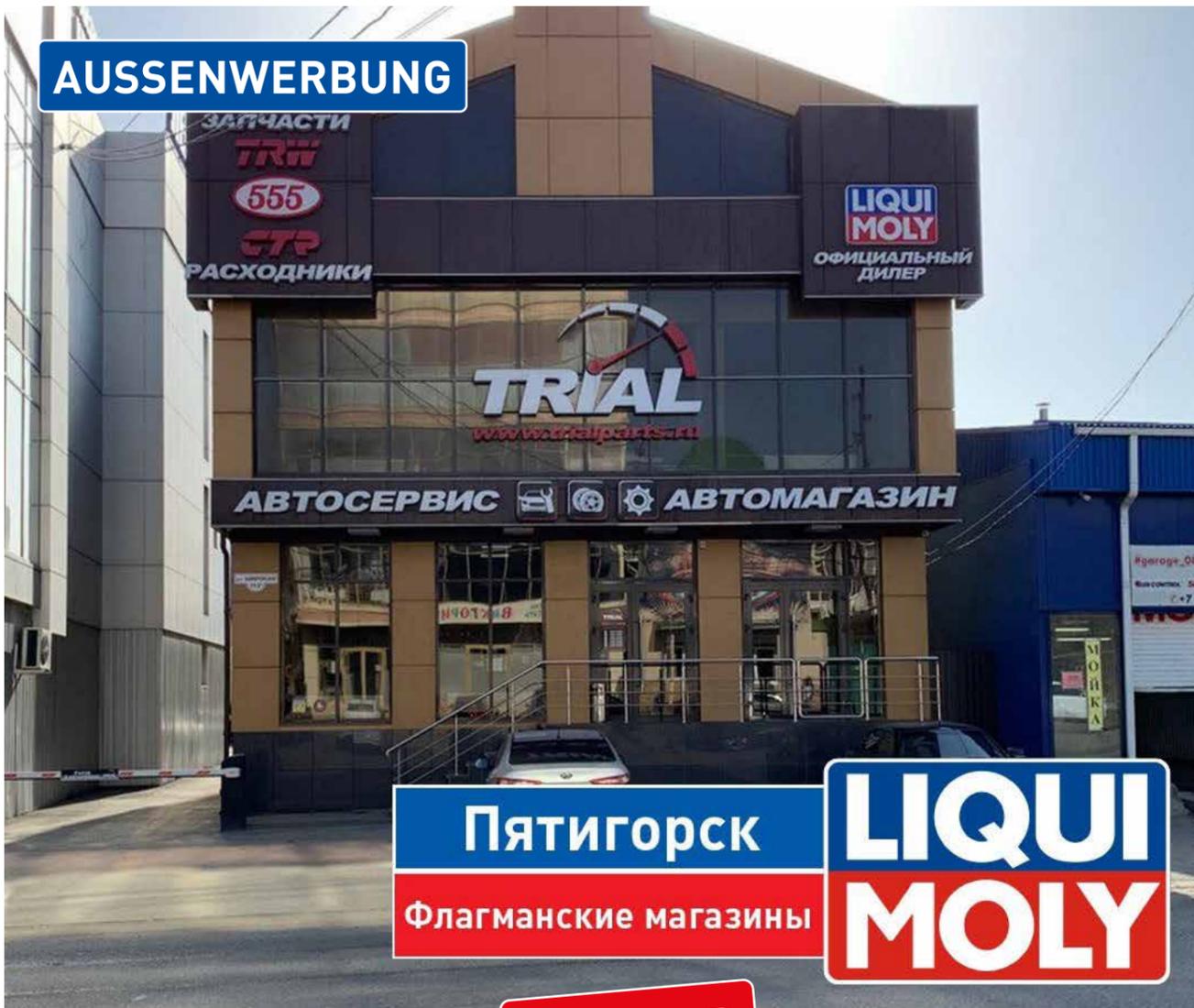




Mit unseren Schmierstoffen an Bord und unserem Logo auf der Karosserie lenken die Piloten von MB Motorsport in der britischen Rennserie BTCC beim Fight um Hundertstelsekunden die Aufmerksamkeit erfolgreich auf unsere Weltmarke.



## AUSSENWERBUNG



Пятигорск  
Флагманские магазины

**LIQUI  
MOLY**

## PORTUGAL



## Markenzeichen für Topqualität

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

## RUSSLAND



Пятигорск  
Флагманские магазины

**LIQUI  
MOLY**



Пятигорск  
Флагманские магазины

**LIQUI  
MOLY**

## DEUTSCHLAND



WERTERHALT

MOBILE SCHÄTZE



Modell	Opel Kadett B
Baujahr	1965
Motor	1.1 Liter
Leistung	45 PS



**Klasse Klassiker:**

Diese LIQUI MOLY-Liebblingsprodukte sind im Opel Kadett B im Dauereinsatz:

- Motoröl** Touring High Tech 20W-50 (Art.-Nr. 1255)

---

- Additiv** Blei-Ersatz (Art.-Nr. 1010)

---

- Pflege** Chromglanzcreme (Art.-Nr. 1529)

---

- Unterbodenschutz Schwarz (Spray) (Art.-Nr. 6113)

---




**Made in Germany durch und durch**

Seit diesem Jahr ist unser Mitunternehmer Stefan Loderbauer (Versand) stolzer Besitzer dieses mittlerweile selten gewordenen Opel Kadett B Baujahr 1965. Nachdem das Modell 100 % made in Germany ist, bekommt der Oldtimer natürlich auch nur feinste Schmierstoffe und behutsame Pflegeprodukte made in Germany von LIQUI MOLY. Das hält den mobilen Schatz noch lange jung und unseren Kollegen glücklich ;-)



WERBEKAMPAGNE 2020

UNSER AKTUELLER TV- UND RADIO-SPOT



**LIQUI  
MOLY**

MOTORÖLE  
ADDITIVE  
FAHRZEUGPFLEGE

# LIQUI MOLY SCHAFFT DIE ZEHNSATION

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

Bleiben Sie gesund!  
Ihr Ernst Probst

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



10 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von auto motor und sport. (Ausgabe 7/2020)  
10 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern der Auto Zeitung. (Ausgabe 5/2020)  
2 Jahre in Folge Platz 2 in der Kategorie Pflegemittel. (Ausgabe 5/2020)



9 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von Motor Klassik. (Ausgabe 6/2020)  
9 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern der Auto Bild. (Ausgabe 13/2020)



3 Jahre in Folge die Nr. 1 bei Motorsport Aktuell in der Kategorie Automobil. (Ausgabe 16/2020)  
2 Jahre in Folge die Nr. 1 bei Motorsport Aktuell in der Kategorie Motorrad. (Ausgabe 16/2020)  
2 Jahre in Folge die Nr. 1 bei den Lesern von Motorrad. (Ausgabe 9/2020)



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

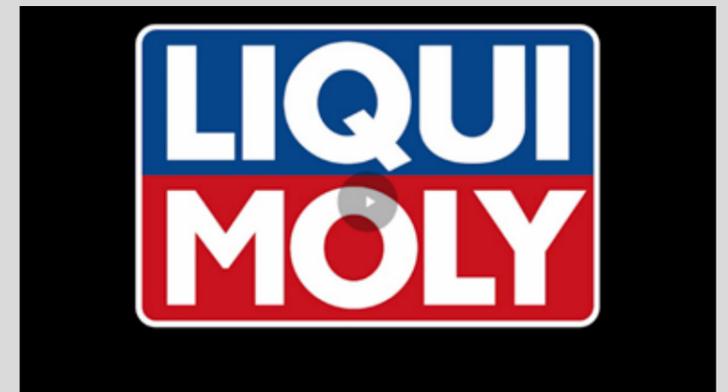
www.my-liqui-moly.de

## LIQUI MOLY auf allen Kanälen

Sommer, Sonne, Sendeplan – und LIQUI MOLY mittendrin! Jeden Tag. Auf allen relevanten Fernseh- und Radiosendern Deutschlands. Auch im Juli und August 2020. Das bedeutet volle Aufmerksamkeit für Motorenöle made in Germany. Nutzen Sie die geballte Werbepower unserer Marke und kurbeln Sie damit Abverkauf und Umsätze an!

Kein "Sammeln Sie Punkte! Kassieren Sie Rabatte! Kaufen Sie!", sondern eine klare, einfache Botschaft. Unser Logo spricht für sich und die Musik zeigt, dass LIQUI MOLY-Motorenöle in jedem Fahrzeug rocken!

<https://www.youtube.com/watch?v=-QZMCg6t3sLM&feature=youtu.be>



Hier gibt's ordentlich was auf die Ohren: Begleitend zu unseren Anzeigen in Zeitungen und Magazinen sowie hunderte TV-Spot-Schaltungen rocken wir auch auf allen Radiostationen des Landes!

[https://pim.liqui-moly.de/media/documents/M024205/200416\\_Liqui\\_Moly\\_TVC\\_15s\\_Audio\\_Variante\\_2\\_mixdown\\_updated\\_1587124111240\\_ctx-1.mp3](https://pim.liqui-moly.de/media/documents/M024205/200416_Liqui_Moly_TVC_15s_Audio_Variante_2_mixdown_updated_1587124111240_ctx-1.mp3)





SAISONSTART FORMEL 1

TERMINE 2020 (TEIL 1)



LIQUI MOLY ist Official Sponsor der Formel 1.

### Ready, set, go: Startschuss für die Formel 1-Saison 2020!

Als Official Sponsor der Formel 1 flimmert unser Logo ab Juli wieder weltweit über die Bildschirme. Denn endlich kehrt die Formel 1 zurück auf die spektakulärsten Rennstrecken rund um den Globus. Rechts sehen Sie den ersten Teil des neuen Rennkalenders. Bei allen rot markierten Terminen wird unser Logo auf den Werbebanden zu sehen sein. Ein medienwirksames Sponsoring, dessen einzigartige Reichweite die Markenbekanntheit von LIQUI MOLY auf der ganzen Welt erhöht. Durch Milliarden von Zuschauern via TV, Online-Übertragungen, vor Ort und den Nachberichterstattungen. Seien auch Sie dabei und merken Sie sich nebenstehende Renntermine heute schon vor!



Official Sponsor

# TERMINE 2020

TEIL 1

## F1®-KALENDER

Termine mit LIQUI MOLY-Markenpräsenz sind rot markiert!

05. 07.	Österreich	Spielberg
12. 07.	Österreich	Spielberg
19. 07.	Ungarn	Budapest
02. 08.	Großbritannien	Silverstone
09. 08.	Großbritannien	Silverstone
16. 08.	Spanien	Barcelona
30. 08.	Belgien	Spa
06. 09.	Italien	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.

SAISONSTART MOTO GP

TERMINE 2020



Vom monatelangen Vorbereitungsmodus zurück zum Rennfieber: Marcel Schrötter (links) und Tom Lüthi (rechts) gehen mit unseren Hochleistungsschmierstoffen endlich wieder auf Podiums Jagd!

## 2020 MotoGP™ CALENDAR

Qatar* <small>(Moto2 &amp; Moto3 only)</small>	Losail International Circuit	08 MAR	France	Le Mans	INCLUDING <i>Moto2</i>	11 OCT
Spain	Circuito de Jerez <small>Angel Nieto</small>	INCLUDING <i>Moto2</i>	19 JUL	Aragón	MotorLand Aragón	18 OCT
Andalucía	Circuito de Jerez <small>Angel Nieto</small>	INCLUDING <i>Moto2</i>	26 JUL	Teruel	MotorLand Aragón	25 OCT
Czech Republic	Automotodrom Brno	09 AUG	Europe	Comunitat Valenciana <small>Ricardo Tormo</small>	08 NOV	
Austria	Red Bull Ring - Spielberg	16 AUG	Comunitat Valenciana	Comunitat Valenciana <small>Ricardo Tormo</small>	15 NOV	
Styria	Red Bull Ring - Spielberg	23 AUG	Americas	Circuit of The Americas	**	
San Marino e Della Riviera di Rimini	Misano World Circuit <small>Marco Simoncelli</small>	INCLUDING <i>Moto2</i>	13 SEPT	Argentina	Termas de Rio Hondo	**
Emilia Romagna e Della Riviera di Rimini	Misano World Circuit <small>Marco Simoncelli</small>	INCLUDING <i>Moto2</i>	20 SEPT	Thailand	Chang International Circuit	**
Catalunya	Barcelona - Catalunya	27 SEPT	Malaysia	Sepang International Circuit	**	

\* Evening Race.

\*\* Events and dates to be confirmed before the 31st of July.



Auch auf zwei Rädern kehren unsere Farben ab Juli im Spitzenmotorsport zurück! Mit dem LIQUI MOLY IntactGP-Team werden wir jeweils in der Moto2- und Moto3-Klasse erstmals vom 17.-19. Juli auf dem Circuito de Jerez in Spanien für ordentlich Spannung und den lang ersehnten Adrenalinkick bei allen Motorradenthusiasten sorgen. Neben dem Teamequipment zielt Blau-rot-weiß natürlich auch wieder die Banden entlang der Rennstrecke. Also dabei sein und mitfiebern!

DEUTSCHLAND

BASKETBALL-BUNDESLIGA

# Danke für die Gänsehaut

## Glückwunsch zu einem mitreißenden Finalturnier!



#weareone



**Echte Gänsehaut-Atmosphäre der Uuuulmer**

Was die Jungs von ratiopharm ulm beim Finalturnier der Basketball-Bundesliga auf den Court zauberten, sorgte zweieinhalb Wochen lang für Spannung pur! Obwohl das Saisonfinale coronabedingt nicht wie gewohnt in ausverkauften Arenen stattfand, sondern in Form eines isolierten Turniers in München, fieberten tausende Zuschauer zuhause im TV, im Internet und in Autokinos mit. Und was sie zu sehen bekamen, war ein großartiger Kampf von ratiopharm ulm. Nach überragenden Games in der Gruppenphase und den ersten Play-offs, war erst im „Do or die“-Halbfinalespiel Endstation. In der nächsten Saison holen wir uns den Titel! ;-)

**UMSATZ SICHERN**

**ZWEITPLATZIERUNGEN**



# Mehr Verkaufsfläche = mehr Umsatz!

An LIQUI MOLY gibt es kein Vorbeikommen. Zweitplatzierungen sind erste Wahl in Sachen Aufmerksamkeit und gerade in schwierigen Zeiten wichtig für den Abverkauf unserer Produkte.

Mit Verkaufsdisplays im hochfrequentierten Kassensbereich fällt LIQUI MOLY allen Kunden sofort ins Auge!

**UMSATZ SICHERN**

**ZWEITPLATZIERUNGEN**



**Passt: Sichern Sie sich ausreichende Zweitplatzierungsflächen bei all Ihren Handelspartnern!**



**Passt: Ölwechseln mit der Nr. 1!**



**Passt: Umsatzbringer in Reih und Glied!**

## Mit Palettenstraßen palettenweise Umsatz machen

Die Flächen für Zweitplatzierungen in Bau- und Fachmärkten sind unter Lieferanten heiß umkämpft. Schließlich versprechen diese zusätzlichen Umsatz. Deshalb setzen wir auf Palettenstraßen und spezielle On-Pack-Aktionen, mit denen wir Kaufanreize schaffen und den Abverkauf fördern.

Neben den laufend bestückten Regalen sind Zweitplatzierungen wichtig für unser Geschäft. Kombiniert mit attraktiven Angeboten sind sie entscheidender Impulsgeber für Endverbraucher. Aufmerksamkeitsstark platziert und mit unterstützender Werbung – beispielsweise auf Plakaten oder in Tageszeitungen – forcieren sie den Abverkauf enorm. Damit unterstützen wir unsere Kunden und befeuern sowohl deren als auch unseren Umsatz.

Regelmäßige Aktionen auf den Palettenstraßen sind ein elementares Instrument der Kundenbindung und stärken die Beziehung zwischen uns als Lieferant und dem Markt. Produkte von hoher Qualität auf ähnlichem Preisniveau bietet auch manch anderer Hersteller. LIQUI MOLY jedoch setzt sich deutlich von der Masse ab: Promotionangebote oder Ölfachberatungen sind solche Instrumente, mit denen wir Endverbraucher ansprechen und bei der Wahl des passenden Öls helfen. Das fördert die Bekanntheit unserer Marke und den Umsatz. Und das unterscheidet uns von den Wettbewerbern – weil wir mehr für den Erfolg unserer Kunden tun!



**Passt: Sonderplatzierungen für saisonale Warenpräsentation am POS!**

# Jetzt erst recht: unsere Werbepower für Ihr Geschäft!

Einmal auf dem Podest ganz oben zu stehen, ist bereits eine großartige Leistung. Jedoch gleich 10 Mal hintereinander den Sieg einzufahren, schaffen nur wahre Champions. So wie LIQUI MOLY – für die fachkundigen Leser von Auto Motor und Sport sowie Auto-Zeitung seit einem Jahrzehnt die beste Schmierstoffmarke Deutschlands. Für diese Wahl bedanken wir uns bei allen Fans mit einer breit angelegten Werbekampagne. Und all unsere Partner können davon profitieren.

**Sorgen Sie deshalb jetzt vor – diese Checkliste zeigt Ihnen, wie Sie mit LIQUI MOLY auch in schwierigen Zeiten Geld verdienen!**



## Sichtbarkeit

Lenken Sie die Kunden in Ihr Geschäft: Zeigen Sie durch Fassadengestaltung, Außendeko, Fahnen und Banner, dass es bei Ihnen LIQUI MOLY-Produkte gibt.



## Vollsortiment

Viel verkauft viel: Füllen Sie Ihre Regale auf und präsentieren Sie die ganze LIQUI MOLY-Sortimentsvielfalt.



## Verfügbarkeit

Sichern Sie die Warenverfügbarkeit: Bestellen Sie rechtzeitig und bevorraten Sie ausreichend LIQUI MOLY-Produkte.



UMSATZ SICHERN

UNSERE WERBEOFFENSIVE

## Reichweite

Nutzen Sie die digitale Reichweite: Kommunizieren und streuen Sie Ihr LIQUI MOLY-Angebot auch über Soziale Medien.



## Pole-Position

Forcieren Sie den Abverkauf: Platzieren Sie Verkaufsdysplays in hochfrequentierten Kassen- oder Zweitplatzierungszonen.



## Hervorstechend

Nur wer auffällt, gewinnt: Sorgen Sie durch Faltwände, Banner, Deckenhänger etc. für einen attraktiven Markenauftritt am Point of Sale.



## Kaufanreiz

Schaffen Sie zusätzliche Kaufanreize: Stellen Sie Thekendisplays auf den Verkaufstresen.



## Fachkompetenz

Zeigen Sie Ihre Fachkompetenz und Kundennähe: Beraten und verkaufen Sie aktiv LIQUI MOLY-Produkte.

ZEITREISE

MOTORÖLE

# damals

Nur ein paar Öle für alle Fahrzeuge.



Früher war es fast egal, welches Öl man in den Motor füllte. Es gab kaum unterschiedliche Ölsorten und das Auto vertrug nahezu alles. Später kamen etwas mehr Ölsorten hinzu, aber da boten die unterschiedlichen Viskositäten wie 10W-40 oder 15W-40 immerhin ausreichend Orientierung.

# wie heute

Vielzählige Öle für völlig unterschiedliche Motorkonzepte.



Heute gibt eine breite Palette verschiedener Öle mit unterschiedlichen Eigenschaften. Denn jeder Motor ist unterschiedlich konzipiert und hat dadurch ganz spezielle Anforderungen an das Öl. Verwendet man das falsche Motoröl ohne die entsprechende Herstellerfreigabe, droht im schlimmsten Fall ein Motorschaden. In solchen Fällen hat man keinerlei Anspruch auf Garantie oder Kulanz des Kfz-Herstellers. Unser Ölwegweiser verhindert solche Worst-Case-Szenarien und hilft Kunden, schnell und einfach das exakt passende Öl für ihr Fahrzeug zu finden.

Hier geht's zu unserem Online-Ölwegweiser: [liqui-moly.de/oelwegweiser](https://liqui-moly.de/oelwegweiser)

Aus dem allgemeinen Schmiermittel früherer Jahrzehnte ist mittlerweile eine hochspezialisierte Flüssigkeit geworden. Deshalb gibt es heute kein Universalöl mehr, das für alle Fahrzeuge passt. Wir bieten das richtige Öl für praktisch jedes Auto und produzieren alle Motoröle ausschließlich in Deutschland.

Home > Nachrichten > Autobranche > Motoröl-Klassifikationen: Neuer API-Standard in Kraft

# Motoröl-Klassifikationen: Neuer API-Standard in Kraft

Welche Bedeutung der neue API-Standard für Motoröle hat, erklärt Oliver Kuhn, stellvertretender Leiter des Öllabors bei Liqui Moly, im Interview.

Seit Mai 2020 ist ein neuer API-Standard für Motorenöle in Kraft. asp AUTO SERVICE Praxis sprach mit Oliver Kuhn, stellvertretender Leiter des Öllabors bei Liqui Moly, über die Bedeutung der neuen Vorgaben für den europäischen Markt.

**asp: Welche Bedeutung haben die internationalen Standards wie API oder ILSAC?**

**Oliver Kuhn:** Das American Petroleum Institute (API) ist seit den 50er Jahren maßgebliche Institution für die Definition von Standards im Bereich Motorenöle. Der letzte Standard API SN stammt aus 2010 und war jetzt schon in die Jahre gekommen. Updates kommen normalerweise im Abstand von vier bis sechs Jahren. Als Zwischenlösung gab es 2018 den weiter entwickelten Standard API SP Plus, der die LSPI-Problematik aufgegriffen hat. Zum Mai 2020 gilt jetzt der neue Standard API SP.

**asp: Und daran angelehnt gibt es einen neuen ILSAC-Standard – genauer gesagt gleich zwei neue ILSAC Standards.**

**O. Kuhn:** Im Bereich der Benzinmotoren haben sich die API in Amerika und die japanischen Automobilhersteller (JAMA) zusammengetan und den amerikanisch-japanischen Standard ILSAC definiert, der zunächst einmal parallel zum API Standard läuft und eng an diesen angelehnt ist, allerdings mit Schwerpunkt auf Kraftstoffersparnis. Beide Standards haben identische Kernfunktionen in der Prüfsequenz. Nur Schmierstoffe, die in punkto Energieeffizienz besonders gut abschneiden, erfüllen den ILSAC-Standard.

**asp: Was hat es mit der Aufteilung ILSAC GF-6A und ILSAC GF-6B auf sich?**

**O. Kuhn:** Mit API SP und ILSAC GF-6 kommt man in eine Dimension der Viskosität, die bei älteren Benzinern zu Problemen führen könnte. Deshalb hat man sich entschieden, auch bei der API zweigleisig zu fahren und besonders dünnflüssige Öle entsprechend zu kennzeichnen. API-SP-Öle, die dem Standard ILSAC GF-6A entsprechen, erhalten weiterhin das Symbol "Starburst" auf den Gebinden. Das zeigt an, dass es hier keine Probleme mit der Rückwärtskompatibilität gibt. Sehr dünnflüssige Öle der Kategorie ILSAC GF-6B, beispielsweise 0W-16 Öle oder dünner, erhalten in den USA ein neues Symbol ("Shield-Symbol"). Das zeigt an: Vorsicht, hier handelt es sich um ein besonders dünnes Öl, das nicht in älteren Fahrzeugen eingesetzt werden kann.

**asp: Es ist bei diesen Ölen also keine Rückwärtskompatibilität mehr gegeben?**

**O. Kuhn:** Richtig. In den USA waren schon vor zehn Jahren 5W-20 oder sogar 0W-20 Öle völlig normal für Benzinern. Hier wie auch in Japan hatte man den Viskositätsabfall schon umgesetzt. Die Rückwärtskompatibilität bis maximal 0W-20 war also kein Problem. Durch die neue 0W-16-Öle, die eben noch dünner sind, nimmt man nun eine extra Kennzeichnung vor, um ältere Fahrzeuge zu schützen.

**asp: Welche Bedeutung haben diese für den US-amerikanischen und japanischen Markt entwickelten Standards für den europäischen Markt?**

**O. Kuhn:** Die regionalen Normen wie der europäische ACEA-Standard oder der japanische JASO-Standard, die sich in den 90er Jahren herausgebildet haben, werden zunehmend auch außerhalb der Stammregion interessant, einfach, weil der Automobilmarkt so globalisiert funktioniert.

Es gibt eben auch in Europa viele Importmodelle aus dem amerikanischen Markt – deshalb wird API immer interessanter auch außerhalb der USA. Für rund zehn Prozent der neuen Fahrzeuge aus den USA und Japan in Europa ist die neue API/ILSAC Norm relevant.

**asp: Die in Europa dominanten Hersteller-Spezifikationen greifen die LSPI Problematik längst auf, gibt es schon eine entsprechende ACEA Norm?**

**O. Kuhn:** Eine neue ACEA-Norm, die die LSPI-Problematik abbildet, ist lange geplant und kommt voraussichtlich im dritten Quartal 2020. Das LSPI-Problem als solches ist ja schon seit 10-15 Jahren bekannt bei kleinen, turboaufgeladenen Benzinmotoren mit Direkteinspritzung. Mit der Veränderung des Fuhrparks und der Motorisierung wurde daraus ein Massenproblem. Man hat schon 2010 mit der kommenden API SP-Norm begonnen, das Problem in den Griff zu kriegen und mit Tests einzugrenzen. Einige Jahre später haben auch die europäischen Hersteller gemerkt, dass sie die gleichen Probleme bekommen. Mittlerweile ist bei allen Herstellernormen die LSPI Thematik berücksichtigt.

**asp: Es wird für den Anwender immer komplexer, den Überblick zu behalten.**

**O. Kuhn:** Ja, wir stellen schon seit Jahren fest, dass die Materie komplexer wird und Anwender oftmals mit Fragen auf uns zukommen. Und die Differenzierung bei den Schmierstoffen wird weiter steigen. Schon jetzt haben wir 60 bis 70 Motorölnormen nur in Europa, und das wird in den nächsten Jahren eher noch mehr werden. (asp)

Vielen Dank für das Gespräch!



Oliver Kuhn, stellvertretender Leiter des Öllabors von Liqui Moly  
© Foto: Liqui Moly

[www.autoservicepraxis.de/nachrichten/autobranche/motoroel-klassifikationen-neuer-api-standard-in-kraft-2633060](http://www.autoservicepraxis.de/nachrichten/autobranche/motoroel-klassifikationen-neuer-api-standard-in-kraft-2633060)

# Liqui Moly: Gewinneinbruch, aber schwarze Zahlen

Der Ölhersteller verzeichnet 50 Prozent weniger Gewinn, obwohl der Umsatz der Coronakrise zum Trotz gestiegen ist.

Die Coronakrise hinterlässt beim Öl- und Additivspezialisten Liqui Moly deutliche Spuren. Zwar stieg der Umsatz nach Unternehmensangaben in den ersten vier Monaten 2020 um elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr, aber der Gewinn ist im gleichen Zeitraum um 50 Prozent eingebrochen. Für Geschäftsführer Ernst Prost ist das kein Grund zur Sorge: „Das kann man noch locker aufholen“, schrieb er in einem Rundschreiben an die Belegschaft. Der Gewinneinbruch hänge auch mit der Krisenbewältigungsstrategie des Unternehmens zusammen. Anstatt den Geldhahn zuzudrehen, erhöhte Liqui Moly seine In-

vestitionen kräftig. „Gut 10 Millionen Euro mehr als ursprünglich geplant haben wir an Werbegeldern ausgegeben, um die Krise zu bewältigen“, so Ernst Prost. Dazu kamen noch millionenschwere Hilfspakete für Organisationen, die im Kampf gegen die Ausbreitung des Corona-Virus stehen. „Unser Ertrag ist – wen wundert es – eingebrochen, aber in einem durchaus noch beherrschbaren Umfang und für uns zu verkraften. Hätte schlimmer kommen können“, schreibt Ernst Prost und verbreitet Zuversicht: „Wir schreiben keine Verluste, sondern nach wie vor schwarze Zahlen.“



Liqui-Moly-Chef Ernst Prost.

World of Bike aktuell, Ausgabe 06/20

# Liqui-Moly-Markenführung in Corona-Zeiten: "Investitionen in Werbung massiv erhöht"



Peter Baumann ist Marketingleiter von Liqui Moly (Foto: Annika Dollner/Liqui Moly)

Wie verändert die Corona-Krise die Markenführung? Wie reagieren Unternehmen – kommunikativ und mit konkreten Maßnahmen? Welche Bedeutung haben Marken in Zeiten wie diesen? Und wie wird es in Zukunft sein? Diese Fragen stellen wir für Ausgabe 5 des markenartikel Markenverantwortlichen aus unterschiedlichsten Branchen. Hier sind die Antworten von Peter Baumann, Marketingleiter von Liqui Moly:

"Grundsätzlich gar nicht, denn die Lehre von guter Markenführung ist ja nicht plötzlich ungültig geworden. Aber die dynamische Entwicklung und die gravierenden Auswirkungen verändern den Entscheidungsprozess. Jetzt ist nicht die Zeit für fein ausdifferenzierte Marketingkonzepte, die wochen- und monatelang ausgearbeitet werden. Jetzt müssen Entscheidungen von großer Tragweite in kürzester Zeit getroffen werden. Hier zählt sich aus, auf lange Erfahrung zurückgreifen zu können. Und Liqui Moly ist als flexibler Mittelständler klar im Vorteil gegenüber schwerfälligen Konzernen."

## Mehr Werbung für mehr Aufmerksamkeit

Viele Unternehmen treten voller Angst auf die Kostenbremse und kürzen ihre Werbebudgets. Liqui Moly macht das Gegenteil. Wir haben unsere Investitionen in Werbung massiv erhöht. Diese antizyklische Vorgehen hat zwei wesentliche Vorteile: Zum einen ist die Aufmerksamkeit für die eigene Marke größer, wenn Wettbewerber nicht mehr in Erscheinung treten. Und zum anderen haben sich die Preise aufgrund der umfangreichen Stornierungen zu unseren Gunsten entwickelt.

Dazu kommt, dass wir unserer sozialen Verantwortung gerecht werden. Allein in Deutschland haben wir Produkte im Wert von drei Millionen Euro für Blaulichtorganisationen gespendet. Von Aktionen im Ausland ganz zu schweigen. Das signalisiert der Bevölkerung: Liqui Moly macht nicht nur Werbung, sondern hilft den Helfern ganz konkret.

## Marken werden eine stärkere soziale Komponente haben

Marken bieten Orientierung. Dies gilt in Krisen noch mehr als in normalen Zeiten. In Zukunft werden große Marken auch daran gemessen werden, wie sie sich in der Krise verhalten haben und was sie selber der Gesellschaft zurückgegeben haben. Dadurch werden Marken in Zukunft eine stärkere soziale Komponente haben als heute."

Interview mit Marketingleiter Peter Baumann im Markenartikel vom 15.06.2020



**GLOBAL**  
**LIQUI MOLY Boosts Support For Emergency Services**

The oil and additive specialist increases its product donation to 4 million euro.

By **aftermarketNews Staff** on June 25, 2020

The oil and additive specialist LIQUI MOLY is once again expanding its support for rescue services and relief workers to products now worth 4 million euro (about \$4.5 million US).

“With the products we give away free of charge, we provide financial relief for numerous aid organizations so that they can procure other equally necessary equipment,” says Managing Director Ernst Prost.

To support rescue services, fire brigades and other first responders that are at the forefront of the fight against the coronavirus, LIQUI MOLY announced at the beginning of April that it would provide them with products worth 1 million euro. “We help with what we do best: oils, additives and other vehicle care products,” Ernst Prost said at the time.

Requests for help poured in from emergency forces not only in Germany, but from all over the world. The company says demand was so great it increased its aid package to 3 million euro.

“We have now shipped products worth these three million euro. Down to the last cent,” said Prost. “Every day, we still receive numerous requests for free goods for fire engines or ambulances, for emergency vehicles, for mobile care services, meals on wheels, and many more ... Should we really stop now? Should we not give the ‘late bloomers and stragglers’ anything more now?”

No, he decided. Social responsibility is more important than maximizing profit in the year-end financial statements, said Prost, “The good cause is worth another million euro to us and we are hereby increasing our 3-million-euro product donation to make it a 4-million-euro product donation. All to help the helpers!”

**In this article:** COVID-19, LIQUI MOLY, Philanthropy

**LIQUI MOLY renforce le soutien aux services d'urgence**

25 juin 2020 Shirley Brown



Directeur général LIQUI MOLY Ernst Prost. PHOTO LIQUI MOLY

**Le spécialiste des huiles et additifs LIQUI MOLY étend à nouveau son soutien aux services de secours et aux travailleurs humanitaires à des produits d'une valeur de quatre millions d'euros.**

«Avec les produits que nous distribuons gratuitement, nous apportons un soulagement financier à de nombreuses organisations d'aide afin qu'elles puissent se procurer d'autres équipements tout aussi nécessaires», déclare le directeur général Ernst Prost.

Pour soutenir les services de secours, les pompiers et autres premiers intervenants qui sont à la pointe de la lutte contre le coronavirus, LIQUI MOLY a annoncé début avril qu'elle leur fournirait des produits d'une valeur d'un million d'euros.

«Nous aidons avec ce que nous faisons le mieux : des huiles, des additifs et d'autres produits d'entretien pour véhicules», a déclaré M. Prost à l'époque.

**De nombreuses demandes**

Les demandes d'aide affluent des forces d'urgence non seulement en Allemagne, mais aussi dans le monde entier. La demande était si importante que l'entreprise a rapidement porté son aide à trois millions d'euros.

«Nous avons maintenant expédié des produits d'une valeur de ces trois millions d'euros. Jusqu'au dernier centime», dit Prost.

«Chaque jour, nous recevons encore de nombreuses demandes de marchandises gratuites pour les pompiers ou les ambulances, pour les véhicules d'urgence, pour les services de soins mobiles, les repas à domicile, et bien d'autres encore ...

Devrions-nous vraiment arrêter maintenant ? Ne devrions-nous pas donner aux « retardataires et aux trainards » quelque chose de plus maintenant», demande Prost.

Non, il a décidé. La responsabilité sociale est plus importante que la maximisation du profit dans les états financiers de fin d'année.

Ernst Prost : «La bonne cause vaut pour nous un million d'euros de plus et nous augmentons par la présente notre don de produits de 3 millions d'euros pour en faire un don de produits de 4 millions d'euros. Tout cela pour aider ceux qui nous aident ! »

**DÄNEMARK**



Καδέτσης hos auzparts, René Lang (tv.) og auzparts direktør, Niels K. Skak glæder sig til at introducere LongLife Center. (Foto: PR)

**Stærkt brand**

Niels K. Skak, direktør hos auzparts, siger om det nye koncept:

- Vi er i dette samarbejde i stand til at udnytte de store kompetencer, der er hos henholdsvis auzparts og Liqui Moly. auzparts har et funktionelt og bredt distributionsnetværk, en erfaren marketingafdeling med speciale i at supportere værksteder og ikke mindst værksteder til at omsætte dette. Liqui Moly har et meget stærkt brand og en unik teknisk support inden for områderne additiver, olier og bilplejeprodukter, som værkstederne og slutbrugere har stor glæde af.

Det er først fra 1. august, auzparts formelt overtager distributionen af Liqui Moly's additiver, olier og bilplejeprodukter. Tidligere var det Auto-G, der havde forhandlingen.

**Hjælp til markedsføring af olie**

Af Allan Bauer | Tip redaktionen om en historie  
5. juni 2020 09:00

Autogrossisten auzparts er klar med konceptet LongLife, der skal sætte gang i salget af produkter fra Liqui Moly.

**SMØRING** Tidligere i år overtog auzparts forhandlingen af oliemærket Liqui Moly. For at hjælpe værkstederne med at få gang i salget, tilbyder grossisten nu konceptet LongLife, hvor medlemmer får adgang til en række materialer med værkstedets eget navn og logo klar til brug.

Det drejer sig om materialer spændende fra alt lige fra annoncer, beachflag og bannere til klargjorte opslag til Facebook.

Læs også: [Bilfinansiering - tre gange indtjening.](#)

Desuden vil værkstederne blive markedsført på konceptets nye website [www.longlifecenter.dk](#), hvor der udover henvisning til nærmeste forhandler af produkterne fra Liqui Moly også gives information og viden samt tips og tricks til bilejeren.

I konceptet er også uddannelse inkluderet samt hjælp til udarbejdelse af Kemisk Risikovurdering.

**GRIECHENLAND**

**LIQUI MOLY Στο πλευρό της Hyundai ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΚΥΠΕΛΛΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ WTCR**



Για πρώτη φορά, ο ειδικός στα λάδια και τα πρόσθετα γίνεται συνεργάτης μιας ομάδας μηχανικών εργοστασίου. Η εταιρεία συμμετέχει στο πλευρό της Hyundai Motorsports στο παγκόσμιο κύπελλο αυτοκινήτων τουρισμού WTCR.

Παρά τις πολλές δεκαετίες παρουσίας στον μηχανοκίνητο αθλητισμό, η εμφάνιση στο WTCR σημαίνει για τη LIQUI MOLY μια νέα δραστηριότητα. Τα δύο Hyundai i30 N TCR κινούνται με λάδια LIQUI MOLY Synthoil Racetech GT1 10W-60, ένα πλήρως συνθετικό λάδι το

οποίο αναπτύχθηκε ειδικά για χρήση στην αγωνιστική πίστα. Με τη συνεργασία αυτή, η LIQUI MOLY δεν αποσκοπεί μόνο στην αναγνωρισιμότητα του brand, αλλά και στην ανάπτυξη νέων πεδίων δραστηριότητας. Είναι γεγονός, ότι κατά παράδοση η επιχείρηση επικεντρώνεται

πρωτίστως στο aftermarket, και τη συντήρηση οχημάτων. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο απολαμβάνει μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα στα συνεργεία απ' ό,τι στην αυτοκινητοβιομηχανία. Με αυτήν την τελευταία ενέργεια, η LIQUI MOLY θέλει να επεκτείνει περαιτέρω τις δραστηριότητές της.

<https://infoservice.com.gr/publications/autoservice-may-2020/>

**LIQUI MOLY additives offer solutions to lockdown vehicle issues**

Home **Aftermarket**

Subscribe



Tuesday, June 23, 2020

With many vehicles lying idle or used very infrequently during the Covid-19 crisis, problems such as dirty fuel, engine sump sludge and clogging of injectors and DPFs can become major issues. German oil and additive specialist, LIQUI MOLY, says it can combat these problems with a very comprehensive range of additives and cleaners that can provide simple, effective and economical solutions to many common issues.

LIQUI MOLY says its advanced formulation additives work like vitamins and trace elements in various areas of the vehicle. For example, oil additives reduce friction and wear, while fuel additives keep the system clean and guarantee optimum combustion and compression. Keeping operating systems clean will help to maximize performance, lower fuel consumption and reduce emissions. The range also features many additive problem solvers which can address issues such as oil sludge, fuel system contamination, injection issues and DPF clogging, providing simple solutions which save time and money. There are also quick and effective cleaners and additives for diesel air in-takes, throttle valves, gears oils, transmissions, special stop leak and stop smoke products and much more.

The comprehensive range covers both diesel and petrol engines and also includes additives for hybrid engines. As well as cars, there also specialist products for 4x4s, commercial vehicles, motorcycles, vintage and classics cars and marine and agricultural applications.

The comprehensive range of LIQUI MOLY additives is available from stockists nationwide and a full product catalogue can be found at [www.liqui-moly.com](#)

## Servis: Zamjena ulja u automobilu – kod kuće!

M.R. // 09. 06. 2020. // Savjeti i servis



**Za ulje u automobilu često volimo reći kako je kao krv u ljudskom organizmu, a upravo zbog tolike važnosti koje ulje ima na „život“ našeg limenog ljubimca, ulju je potrebno dati itekako veliku pozornost**

Automobili su naša svakodnevica, a često možemo pročitati kako ih se oslovljava i kao limene ljubimce. I dok nerijetko vidimo kako ih vlasnici maze i paze, čiste i dotjeruju, ispod blještavog limenog pokrova često se može pronaći ne tako bajno stanje. Čak i ako se kao po zakonu držite servisnih intervala te redovito mijenjate motorno ulje, unutar motora često se nalazi „nered“ kakav teško možete i zamisliti. No, odabirom vrhunskog ulja, ali i uz pomoć aditiva automobilu možemo pružiti novi život. Ako ste vični samostalno uzeti posao u svoje ruke, servis zamjene ulja možete obaviti i samostalno kod kuće. Jasno, nešto alata vam je potrebno, no uz njega servis zamjene ulja može biti perolak posao.

### **Odabir pravog ulja**

Prije negoli krenete s postupkom promijene ulje potrebno je informirati se koje ulje treba vaš automobil. Nemali je broj vozača koji uopće nije svjestan koje ulje koristi, a značajan je broj i oni koji misle da je gradacijska oznaka jedino što vas treba zanimati. Tako veliki broj vozača radi greške kojima mogu znatno umanjiti performanse, pouzdanost i dugovječnost svog limenog ljubimca. Posebice je ovo izraženo kod vozača koji imaju vozila opremljena DPF-om i start-stop sustavima. U ovakva vozila ulijevanje ulja koje ne zadovoljava baš određenu normu vozila može biti pogubno. Kako biste odabrali pravo ulje, njemački Liqui Moly osmislio je vodič dostupan na: <https://www.liqui-moly.com/en/service/oil-guide>. Dovoljno je popuniti podatke o automobilu kojeg vozite i dobit će te ulja koja možete koristiti u vašem vozilu. Na ovaj način kupovina je olakšana jer će te prodavaču ulja moći reći koje točno ulje trebate. Nakon toga dovoljno je uputiti se u najbližu trgovinu i kupiti ulje. Liqui Moly ulja odličan su izbor jer nude vrhunske mogućnosti i prihvatljivu cijenu. Sva Liqui Moly ulja proizvode se u Njemačkoj, pa ako težite onoj „Made in Germany“ kvaliteti, ovo je ulje naša topla preporuka.

**KROATIEN**

### **Naslage rješava Engine Flush**

Međutim, servis zamjene ulja dopunit ćemo i primjenom aditiva. Liqui Moly je pored proizvodnje ulja, planetarno popularan i po svojim vrhunskim aditivima. Iako se mnogi pribojavaju uzeti aditiv za automobil, jednom kada vidite koje sve benefite Liqui Moly aditivi pružaju, oni će postati dio vašeg redovnog održavanja automobila. Ako se pitate zašto ih uopće koristiti, razloga je mnogo. Tijekom godina vožnje i tisuća prijeđenih kilometara unutar motora vozila stvaraju se brojni sedimenti u obliku ostataka ulja, koje se uslijed visoke temperature pretvorilo u svojevrsni talog koji se pak lijepi po unutarnjoj površini motora vozila. Osim taloga, postoji i neizbježna habanje motora pri njegovom radu. Iako su površine unutar motora vozila maksimalno precizno i glatko izbrušene, pod mikroskopom, na površini su vidljivi brojni razdori i nepravilnost koje uzrokuju habanje motora i nepravilnosti u radu. Kontaminirano ulje mora se sa vremena na vrijeme izmijeniti, pretežno svakih 15.000 kilometara, no, promjenom ulja i dalje se nećemo riješiti sedimentnih ostataka koji se nalaze posvuda unutar motora. Za ovu namjenu Liqui Moly je proizveo Engine Flush. Visoko koncentrirani aktivni sastojci ovog aditiva rastvoriti će sve naslage kao i postojeće ulje unutar motora. Engine Flush se dodaje u automobil, odnosno direktno u ulje neposredno prilikom njegove izmjene. Dovoljno je kompletan sadržaj uliti u motor i pustiti vozilo u stanju mirovanja na 10 minuta. Nakon toga, ulje se obavezno ispušta, a prostor unutar motora biti će u potpunosti očišćen i spreman za novo ulje. Rezultat? Tiši, ugađeniji i mirniji rad, a novo ulje sada može u potpunosti dati svoj doprinos.

### **Liqui Moly Ceratec – tehnologija na vrhuncu**

Nakon tretmana čišćenja motora i ulijevanja novog ulja, stvorili smo savršene uvjete za sljedeći korak – primjenu visokotehnološkog aditiva Liqui Moly Ceratec. Ovaj aditiv jedan je od najnaprednijih u području auto-moto svijeta. Po srijedi je svojevrsna tekuća keramika koja će se miješanjem u novom ulju i kolanjem unutar motora naljepiti na svaku metalnu površinu. Što ovo zapravo donosi? Direktni kontakt metala na metal i ranije nepravilnosti metala i habanje motora biti će svedeni na minimum. Dobra je stvar da ovaj aditiv ostaje aktivan i do 50.000 kilometara nakon njegove primjene, čak i nakon promjene ulja. Službeni podaci proizvođača govore o vrtoglavih 75% manje trenja te čak 35% manje sedimenta i taloga u ulju. Za korisnika ovo znači ugađen, tiši i mirniji rad, bolje performanse te nešto niža potrošnja uslijed nižeg faktora trenja. Imate li dakle vozilo s kojim ste već prešli nekoliko desetaka ili možda stotina tisuća kilometara, uz Liqui Moly Ceratec i Engine Flush ponuditi ćete mu novi život.

### **Liqui Moly posuda za ulje**

I za kraj, ako se odlučite promjenu ulja napraviti doma, obavezno si kupite Liqui Moly posudu za ulje. Riječ je o posudi za prikupljanje i skladištenje ulja. Posuda ima veliki integrirani lijevak sa sitom, a kapacitet posude je 10 litara. Ulje je nakon prikupljanja lako pospremiti i predati u predviđenom sabirnom centru. Liqui Moly posuda za promjenu ulja omogućava nam obaviti posao bez tragova promjene ulja.

# Interview: Ernst Prost of Liqui Moly



Words: Neil Briscoe - @neilbriscoe

Published on: June 30, 2020

## German oil maker Liqui Moly is defying convention and investing during the downturn.

Given that no-one's buying cars, no-one's buying petrol and no-one's investing in oil, you might expect a major oil and lubricants company to be essentially hiding behind cans of its own product right now. Retrenching. Cutting headcount. Laying as low as a major corporation can.

Liqui Moly isn't, though, and is not only pressing ahead with major investments, but is even paying its employees a 'hardship bonus' to help them through the lockdown. Based in the city of Ulm, in Germany, Liqui Moly supplies oils, additives and lubricants to motor factors and garages all over the world, but it is certainly a company that carves out its own distinctive furrow. As well as its recent announcements regarding how it's dealing with the current virus crisis, and looming financial crisis, the Liqui Moly is also one of the last hold-outs that produces and distributes a, shall we say, 'glamour' calendar to its clients and garages.

The company is led by its chief executive, Ernst Prost, who has a forthright way of putting things. "A common saying in boxing which, by the way, has been proven wrong several times, is: 'They never come back.' This does not matter to us because WE never went away. No layoffs, no short-time work, no 'duty by the book' mentality, no driving down, no answering machine as the sole contact for a customers, no standing still, no being lazy under the Corona cover, no flinching, no giving up, no surrendering, no whining and no sitting still. Who does not rest, does not rust... That's right. Meaningful work protects against apathy and phlegm. Even more true! The gods put the sweat before success and that's what we do..." he said in a recent company-wide letter to employees.

Prost has backed up such pronouncements with action. Even though Liqui Moly's profits for the first four months of 2020 fell by 50 per cent, Prost not only sent out a €1,000 'hardship bonus' to the company's salaried employees, but later increased that by an extra €500. The company has donated some €3 million to German hospitals and charities dealing with the pandemic, and has also bucked the current trends by embarking on a global advertising campaign. "Our earnings have collapsed - no wonder - but to a manageable extent and one we can still cope with. It could have been worse," said Prost. "We're not losing money. We're still in the black."

Speaking to CompleteCar.ie, Prost said: "I don't say we make it right and the others make it wrong. We stay and fight - together with my colleagues and my customers. We don't ask for help from the government. We are strong enough to survive. And this is our way how we manage this crisis."

"We are neither financiers nor stock market specialists but entrepreneurs, and the approach of swimming against the tide appeals to me. I've always liked it and we do it in all kinds of crises. When everyone else hits the brakes, we step on the gas pedal. It's not reckless and crazy, but thoughtful and well-calculated. Especially for the time after the crisis. People will make up for everything they've missed out on now. Hopefully including an oil change."

In January, Liqui Moly posted record turnover of €569 million for 2019. While that has unquestionably taken a hit since, Prost is determined that the company should keep investing in its future, rather than retreating in the face of crisis. "We're doing our best, we're going new ways, we're trying and experimenting. We continue to work diligently and unwavering! Following the last financial crisis we became the market leader in the German oil business. We have not relinquished this position to this day. And I say it out loud: without the crisis at that time, we would never have been able to overtake our competitors and we will emerge from this crisis as winners."

Prost is not even fazed by the plummet in the value of crude oil, telling CompleteCar.ie that "The price of crude oil has a very low impact to our ready-made products. Modern synthetic oils are tailor made high-tech products. It is a very expensive process to produce them. Ordinary mineral oil could not be used in modern engines."

He's also not concerned by the low esteem with which most major players in the petroleum industry are held by the public: "I have no idea about the image of oil companies. We always had a very positive image, for 60 years. You can't compare us with the big guys in the oil business. Our human approach is a part of our human being. It's our duty to help people. Not only in crisis. This is not a marketing gimmick. It's a question of humanity."

Quite how long such an attitude can hold out remains to be seen. Liqui Moly is still a relatively small company (just 1,000 employees) and, thanks to the nature of its industry, those employees can be kept working with decent social distancing and hygiene measures in place. Plus, while Prost has been quick to point out that he doesn't see his company as a front-line, vital service, he does point out that its products are needed in keeping essential services running - ambulances and fire engines need oil, but so too do such things as diesel-fuelled emergency generators for hospitals. Can Liqui Moly pull off the same trick it managed in the 2009 financial crisis, and rise to the top? If it does so, Prost will have proven himself right, and an awful lot of other chief executives wrong.

<https://www.completecar.ie/features/post/10216/Interview-Ernst-Prost-of-Liqui-Moly>

UNSERE INSPIRATIONSQUELLE.

# UNSER MONATSMAGAZIN.

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



Informieren.  
Weitersagen.  
Teilen.

Nächster  
Einsendeschluss:  
**14. 07. 2020**

[www.liqui-moly.de/unternehmen/monatsmagazin](http://www.liqui-moly.de/unternehmen/monatsmagazin)

## So kommt auch Ihr Beitrag in **BILDER UND GESCHICHTEN**:

Senden Sie Ihre Bilder inkl. der dazugehörigen Informationen sowie die unterschriebenen  
Einwilligungserklärungen aller fotografierten Personen an [bug@liqui-moly.de](mailto:bug@liqui-moly.de).



Fotos auswählen  
und benennen.  
Einwilligungserklärungen  
ausgefüllt zuschicken.



Eine E-Mail mit allen  
wichtigen Informationen  
an [bug@liqui-moly.de](mailto:bug@liqui-moly.de) senden.



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

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