



BILDER UND GESCHICHTEN

AUS UNSEREM LEBEN 13.2020



30 Jahre gemeinsam für den Erfolg der Firma



In Vor-Corona-Zeiten wurden die Best Brand-Gewinner zu einer Preisverleihung eingeladen, um die Siegerurkunden entgegenzunehmen. Nun aber kamen Preisverleiher und Preis zu uns nach Ulm. Verlagsleiter Michael Roy (links) und Anzeigenleiter Stefan Granzer (rechts) von der Motor Presse Stuttgart überreichten Peter Baumann (LIQUI MOLY-Marketingleiter) die Best Brand-Auszeichnung der Leserwahlen von auto motor und sport, bei denen wir zum 10. Mal in Folge zur besten Marke in der Kategorie Schmierstoffe gewählt wurden. Zehnsationell!

Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

starke Produkte, starker Service, starke Leistung, starkes Team, starke Partner, starke Marke ... "Stärke" ist zweifelsohne eine Konstante in unserem Schaffen!

Doch was bedeutet "Stärke" überhaupt? Wie wird dieser Begriff definiert? Dies herauszufinden, ist heute glücklicherweise ganz leicht. Google sei Dank. Ganz oben in der Liste der mehr als 45.000.000 Treffer findet sich die Erklärung von Wikipedia. Dort heißt es: Stärke (lat. Amylum) ist eine organische Verbindung. Sie ist ein Polysaccharid mit der Formel (C₆H₁₀O₅)_n, das aus α-D-Glucose-Einheiten besteht. Das Makromolekül zählt daher zu den Kohlenhydraten. Stärke ist einer der wichtigsten Reservestoffe in pflanzlichen Zellen.

Alles klar? Nun besteht der menschliche Organismus nicht aus pflanzlichen Zellen. Trotzdem ist die Analogie zu unserer LIQUI MOLY family worldwide offensichtlich: Auch wir sind eine unschlagbare Verbindung und tragen noch Unmengen an Reservestoffen in uns. Diese müssen wir nur zum richtigen Zeitpunkt abrufen und einsetzen. Dieser Zeitpunkt ist jetzt! Denn jetzt haben wir die große Chance, mit unserem Vollsortiment, unserer Spitzenqualität, unserem Know-how, unserem Verkaufstalent, unseren Konzepten und unserer Kundenorientierung zu punkten!

Wenn jeder von uns in sich hinein hört und jedes noch so kleine Makromolekül an Stärke, welches in seinem Hirn, Herz und Muskeln steckt, zum Leben erweckt, werden wir trotz der weltweiten Corona-Krise einen kraftvollen Jahresendspurt hinlegen und so den Fortbestand unseres Unternehmens gemeinsam mit allen Kunden, Geschäftsfreunden sowie Mitunternehmerinnen und Mitunternehmern sichern.

Gemeinsam sind wir stark!

Jörg Witopil



Foto: Holger Karkheck

Kurzarbeit weil nichts geht, oder geht nichts wegen Kurzarbeit?

LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über den Umgang der Wirtschaft mit der Coronakrise

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

klar, hat Corona reingeschlagen. Wie ein Blitz, wie eine Kanonenkugel, wie eine Bombe. Was macht man in solch einem Fall? Ich predige Gegenwehr, Aufbäumen, Kämpfen, sich mit aller Kraft gegen diese Einschläge ins Kontor wehren. Was sehe ich – nicht überall – aber doch weit verbreitet? Genau das Gegenteil. Man nimmt billigend und teilweise fatalistisch hin, was so kommt, nimmt die staatlichen Fürsorgeprogramme in Anspruch und im Anschluss an die Kurzarbeit den Jahresurlaub.

Geht nichts mehr wegen Corona? Oder geht nichts mehr wegen Kurzarbeit? Auch klar: Wenn alle alles runterfahren und in Urlaub fahren, dann geht nichts mehr. Das hat aber nur bedingt mit Corona zu tun. Handwerker erzählen mir, dass sie keine Ware bekommen, weil Werke immer noch geschlossen haben oder Kurzarbeit betreiben und sie deshalb ihre Aufträge nicht erfüllen können. Verlage jammern mir vor, dass sie keine Anzeigenaufträge mehr bekommen, aber zu erreichen ist auch keiner. Lieferanten von uns liefern nicht, weil sowieso nichts geht – deshalb fehlen uns zum Teil Rohstoffe und Verpackungsmaterialien. Da stimmt doch was nicht. Natürlich, wenn es billiger ist, die Mannschaft in Kurzarbeit zu schicken, dadurch die Lohnkosten zu drücken und auf diesem Wege trotzdem noch halbwegs profitabel – nein, nicht zu arbeiten, sondern zu existieren – dann ist schon klar, dass man Corona als Feigenblatt benutzen muss, um die eigene Untätigkeit zu kaschieren. Wie viele Jahre und Jahrzehnte ging es jetzt gut mit unserer Wirtschaft? Stetig bergauf, geprägt von Wachstum, Lohnzuwachs und fast schon automatisch sprudelnden Gewinnen? „Nichts ist schwerer zu ertragen, als eine Reihe von guten Tagen“ heißt es. Und noch schwerer ist es, von Erfolgen, Wohlstand und Bequemlichkeit, an die man sich sehr schnell gewöhnt, wieder auf Kämpfen, Malochen und „kleinere Brötchen backen“ umzustellen. Bei vielen Unternehmen und ihren Mannschaften hat die Bombe eingeschlagen und alles zerfetzt. Dort wird auch gekämpft, so wie man

eben kämpfen muss, um zu überleben. In anderen Branchen und Firmen hat man Kurzarbeit und Home-Office eher als zusätzlichen Urlaub oder Sabbatical Jahr verstanden, je nachdem, wie gut der Staat mit unseren Sozialsystemen das Wasser, das manchen bis zum Hals steht, abgepumpt und Steuergelder rein gepumpt hat. Wann kann ich wieder in Urlaub fahren und wann beginnt die Bundesliga wieder? Sorgen der einen, während die anderen zum Insolvenzverwalter gehen müssen. Nun ziehen die Einschläge immer größere Kreise und erfassen mittlerweile auch diejenigen, die relativ kommod auf einer vermeintlich sicheren Insel ihren Tätigkeiten in gewohnt gelassener Manier nachgegangen sind. Erst waren es Friseure, Cafés und Hotels und jetzt trifft es die einstmals kraftstrotzenden Automobilhersteller und leider Gottes auch deren Zulieferer. Auf Kurzarbeit folgen Massenentlassungen. Die Banken schauen zu und kürzen Kredite. Auch für den Häuslebauer, der möglicherweise seinen Job verliert. Tja, Wirtschaft findet nicht in irgendeiner Blase statt. Nein. Wirtschaft, das sind wir alle – 83 Millionen Deutsche. Und einer hängt vom anderen ab.

Made in Germany. Ein Markenzeichen, gewissermaßen ein Orden für hervorragende Qualität und Innovationen. Für mich aber immer schon auch eine Garantie für Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, Ehrgeiz, Fleiß, Verantwortungsbewusstsein und die Fähigkeit, wenn es drauf ankommt, mehr zu leisten und härter zu arbeiten als im normalen Zeiten. Krisen bekämpft man nämlich nicht durch Kurzarbeit, sondern nur durch mehr Arbeit. Tugenden sind gefragt, will man nicht absaufen. Die Tugenden haben wir. Wir müssen sie nur aktivieren. Dann meistern wir auch diese Krise, und die nächste, und die nächste, die alle so sicher kommen werden wie das Amen in der Kirche.

Herzlichst
Ihr **Ernst Prost**



Foto: Liqui Moly

„Weiter Vollgas geben“ lautet das Liqui-Moly-Motto auch in der Corona-Pandemie.

EXKLUSIV-INTERVIEW

Mit Vollgas durch die Krise

Liqui Moly setzt auch mitten in der Corona-Pandemie auf antizyklische Strategien und punktet mit entschlossenem Handeln sowie einer umfangreichen Marketingoffensive.

Die aktuellen Umstände sind bekanntermaßen widrig: Der weltweite Kampf gegen Covid-19 hat eine globale Wirtschaftskrise ausgelöst, Lockdowns, Homeoffice und abgesagte Urlaubsreisen lassen den Treibstoffbedarf beträchtlich zurückgehen. Kfz-Werkstätten blieben wochenlang geschlossen, darüber hinaus ist die persönliche Betreuung der Kunden durch Außendienste 2020 deutlich schwieriger als normalerweise. Umso beachtlicher, dass die Motoröl- und Additivexperten von Liqui Moly der Pandemie mit schwäbischer Beharrlichkeit trotzen.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg der Umsatz um 2,9 Prozent. Doch damit nicht genug. Statt staatliche Hilfen

in Anspruch zu nehmen, vermeldet Ulm Neueinstellungen und Sonderzahlungen sowie einen Ausbau der Produktion, ist medial präsent wie nie zuvor. Wie das mittelständische Unternehmen mit seinen rund 1.000 Mitarbeitern dies geschultert hat, erläutert AUTOHAUS ein Triumvirat, das den Erfolg seit knapp 30 Jahren gemeinsam verkörpert: die Geschäftsführer Ernst Prost, Günter Hiermaier und Marketingleiter Peter Baumann.

Schmierstoffe sind systemrelevant

AH: Herr Prost, Ihr Unternehmen schreibt trotz der aktuellen Krisensituation weiterhin schwarze Zahlen. Wo liegen die Gründe für diesen Erfolg?

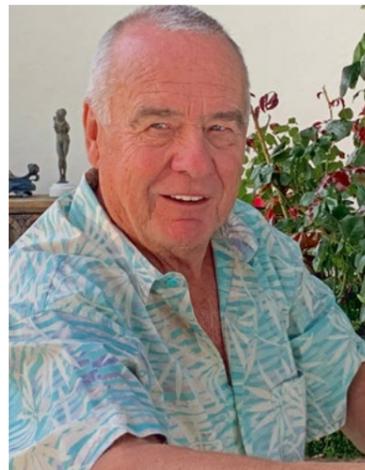


Foto: Presse + PR Pfantsch

» Unsere Kunden und Partner können auch in der Krise auf uns bauen. Wenn es sein muss, sind wir rund um die Uhr für Sie da. «

Ernst Prost, Geschäftsführer Liqui Moly



Foto: Liqui Moly

Das Sponsoringengagement der Ulmer Motoröl- und Additiv-Spezialisten geht weit über den reinen Motorsport hinaus und wurde 2020 noch einmal ausgebaut.



Foto: Presse + PR Pfantsch

» Die Marktpräsenz in 150 Ländern und unser breites Produktsortiment machen Liqui Moly als Unternehmen widerstandsfähig. «

Günter Hiermaier, Geschäftsführung Liqui Moly

E. Prost: Zunächst einmal sind unsere Produkte systemrelevant. Auch wenn das Verkehrsaufkommen durch die Corona-Maßnahmen monatelang deutlich zurückgegangen ist, sind Logistik, Landwirtschaft, Werkstätten, Rettungsdienste oder Industrie weiterhin auf Schmierstoffe angewiesen. In diesem Bewusstsein haben wir unsere Produktion hochgefahren, interne Abläufe umstrukturiert und in mehreren Schichten voll besetzt gearbeitet. Bei Liqui Moly gibt es keine Kurzarbeit, an den Mitarbeitern wird nicht gespart! Um das Wachstum stemmen zu können, wurden ganz im Gegenteil 36 neue Mitunternehmer eingestellt. Unsere Mannschaft hat diesen Kurs von Anfang an geschlossen unterstützt und sich da-

mit die Corona-Zulage in Höhe von 1.500 Euro mehr als verdient. Ich bin wirklich stolz auf dieses Team, das gemeinsam die Extrameile gegangen ist! Trotz einer kleinen Umsatzzelle in den Monaten Juli und August – auch dadurch bedingt, dass im Vergleichszeitraum des Vorjahres die Urlaubszeit 2019 Rekordergebnisse eingefahren hat – sind wir voll auf Kurs und optimistisch.

AH: Wie sieht es im internationalen Geschäft aus, Herr Hiermaier?

G. Hiermaier: Während wir hierzulande den Umsatz im ersten Halbjahr um gut fünf Prozent steigern konnten, mit hohen Wachstumsraten in den Kernbereichen Motoren- und Getriebeöle von 17,8 % respektive 16 %, liegen wir weltweit bei rund einem Prozent Plus. Einige wichtige Märkte, vor allem China, Russland, aber auch die USA, wurden besonders hart von der Pandemie getroffen, was sich auch auf unser Geschäft auswirkt – genau wie Kunden, die ihrerseits zahlungsunfähig werden. Dadurch, dass wir global in 150 Ländern vertreten sind und ein Sortiment von 4.000 Artikeln im Portfolio haben, ist Liqui Moly nicht nur besonders breit aufgestellt. Die große Risikostreuung macht uns als Unternehmen widerstandsfähig. Deswegen haben wir in Australien und Frankreich neue Niederlassungen gegründet, aus eigener Kraft mit eigenem Personal.

Bekanntheitsgrad der Marke steigern

AH: Herr Baumann, 2020 ist die Marke Liqui Moly am Markt so präsent wie vielleicht nie zuvor, ist neben TV-Werbung jetzt auch im Rundfunk sowie Sportpon-

soring extrem aktiv. Warum wurden die entsprechenden Budgets hochgefahren?

P. Baumann: Diese ganz bewusste Entscheidung ist einer der Schlüssel für den aktuellen Erfolg. Die Kundennähe, für die wir als Liqui Moly bekannt sind, war eine ganze Zeit nur bedingt möglich – auch wenn unsere Außendienste den Kontakt natürlich per Telefon, E-Mail oder Videokonferenzen gehalten haben, so gut es ging. Während in Deutschland



Foto: Presse + PR Pfantsch

» Wir zeigen ganz bewusst Flagge für Öle und Additive made in Germany – eine weltweite Marketingoffensive, die offensichtlich ankommt. «

Peter Baumann, Marketingleiter Liqui Moly

unser 120 Mann starker Außendienst wieder voll aktiv ist, ist das in anderen Märkten noch nicht möglich. Als Gegen-

maßnahme haben wir zusätzlich zum normalen Budget weitere 18 Millionen Euro in ein ganzes Bündel von Marketingaktivitäten investieren können, ohne unsere Rücklagen angreifen zu müssen. Davon profitieren unsere Vertriebspartner und Werkstätten enorm.

Darüber hinaus sind wir auch auf den digitalen Kanälen aktiv vertreten und nutzen dafür die Netzwerke von Google, Youtube, Facebook und Instagram. Ziel dieser Werbeoffensive in über 100 Ländern ist das Erreichen von einer Milliarde Kontakten – wie bereits 2018 erfolgreich umgesetzt. Unsere Liqui Moly Kunden können sich zudem aktiv in die Online-Kampagne einklinken und die Wirkung einer größeren Markenbekanntheit gezielt weiter erhöhen. Wir zeigen ganz bewusst gemeinsam Flagge auf der ganzen Welt für Öle und Additive made in Germany. Die Planungen und Vertragsgespräche für kommendes Jahr laufen bereits und in Sachen Neuabschlüsse sind wir gut unterwegs.

Gestärkt aus der Krise

AH: Was versprechen Sie sich mittelfristig von diesen Aktivitäten?

E. Prost: Unsere antizyklische Unternehmensstrategie hat sich in der Finanzkrise 2008/2009 schon einmal bewährt. Wer die Chancen nutzen möchte, die in jeder

Krise liegen, muss gezielt investieren. Glücklicherweise sind wir durch die harte Arbeit der letzten Jahre und den Fleiß unserer Mannschaft dazu in der Lage – während andere schwächeln und Stellen abbauen. Corona hat schonungslos Versäumnisse aufgezeigt und ich war erschrocken, dass einigen Firmen bereits nach vier Wochen die finanzielle Luft komplett ausgeht.

Unsere Eigenkapitalquote liegt bei 85 Prozent, wir zahlen keinen Cent an Zinsen bei irgendwelchen Banken ab und das bewährt sich im Moment natürlich. In den Jahren nach der letzten globalen Schwächephase konnte Liqui Moly sich als Marktführer etablieren, hat Vertrieb, Umsatz und Marktanteile ausgebaut. Für die kommende Zeit hoffen wir auf einen ähnlichen Effekt und setzen ganz bewusst positive Zeichen in einer schwierigen Zeit. Wir sind den großen Aufgaben gewachsen und wollen den stetigen Wachstumskurs der vergangenen Jahre weiter fortsetzen – auch wenn uns Corona voraussichtlich noch länger begleiten wird und Prognosen deswegen schwierig sind.

Ausgefeilte Konzepte

AH: Welche konkreten Maßnahmen waren in Ihren Werken in Ulm und Saarlouis notwendig?

G. Hiermaier: Wir haben den Büromitarbeitern freigestellt, ob sie vor Ort oder von zu Hause aus arbeiten möchten. Das Homeoffice hat sich so gut bewährt, dass es zum Teil immer noch genutzt wird. Die Mitarbeiter in Produktion und Versand, die körperlich anwesend sein müssen, galt und gilt es natürlich besonders zu schützen. Ein durchs Gesundheitsamt erzwungenes Herunterfahren der Produktion wäre auch für Liqui Moly der absolute worst case. Um dies zu vermeiden, haben wir umfangreiche Konzepte entwickelt, Sozialräume, Duschen und Kantinen geschlossen. Durch eine zeitliche Entzerrung des Produktionsbetriebs konnten wir zudem verhindern, dass sich Mitarbeiter verschiedener Schichten unnötig begegnen. Für Urlaubsrückkehrer wurden Tests auf Firmenkosten organisiert, bevor die Mitunternehmer wieder an ihre Arbeitsplätze zurückgekehrt sind. So hatten wir bisher nur einen positiven Fall im Außendienst, glücklicherweise mit mildem Verlauf. Diese Maßnahmen bleiben so lange in Kraft, wie es notwendig ist.

AH: Herr Prost, Herr Baumann, Herr Hiermaier, vielen Dank für dieses Gespräch. *Karsten Thätner*

STARKES ZEICHEN SOZIALER VERANTWORTUNG

Dass Unterstützung in der Corona-Krise sich nicht auf das Spenden oder Herstellen von Desinfektionsmitteln oder Schutzkleidung beschränken muss, beweist ein Hilfspaket der anderen Art: Mit der im April gestarteten Aktion „Millionen für Blaulichter“ unterstützt Liqui Moly weltweit Feuerwehren, Krankentransporte und Pflegedienste, Technisches Hilfswerk und andere Einsatzkräfte mit Motoröl und weiteren Gratisprodukten aus der breiten Palette der Ulmer. Ansturm und Dankbarkeit waren so groß, dass das Budget mehrfach aufgestockt wurde, erläutert Geschäftsführer Ernst Prost: „Die Krise ist auch aktuell noch nicht vorbei und die Helfer in der ersten Reihe brauchen jede Unterstützung. Aus einer Million wie ursprünglich geplant, sind so inzwischen fünf geworden – ich bringe es nicht übers Herz, die Aktion einfach zu beenden.“ Mit der großzügigen Hilfe unterstreicht Liqui Moly die Systemrelevanz der eigenen Produkte: „Ohne Motoröl gelangen die Hilfsdienste erst gar nicht zum Einsatzort. Auf diese Weise können wir unseren Beitrag leisten und soziale Verantwortung übernehmen. Eine Krise wie die Corona-Pandemie können wir nur alle gemeinsam bewältigen“, bringt es der Liqui Moly-Chef auf den Punkt. Bis das Hilfsbudget erschöpft ist, werden fast 20.000 Pakete in alle Welt verschickt worden sein – Lieferung frei Haus ist dabei Ehrensache, so Ernst Prost: „Die Übernahme der Versandkosten ist für uns ebenso selbstverständlich wie der Verzicht auf Spendenbescheinigungen. Es geht uns nicht darum, unsere Steuerlast durch Sonderausgaben zu senken.“ Alle Einsatzkräfte, Vereine und Pflegedienste können weiterhin online auf www.liqui-moly.de Unterstützung anfordern.



Gratisprodukte im Wert von fünf Millionen Euro spendet Liqui Moly an Einsatzkräfte in aller Welt.

Foto: Liqui Moly



Er verkörpert die Marke Liqui Moly und ihre Werte seit über 30 Jahren: Ernst Prost.

MANAGERPORTRAIT

Unternehmer mit Herz

Bereits zum zweiten Mal wurde Ernst Prost vom Fachhandel als bester Automarkt-Manager ausgezeichnet. Neben Führungsqualitäten ist der Liqui Moly-Chef für sein großes soziales Engagement bekannt.

Die Gründe für Platz 1 in der Leserbefragung des Mittelstandsmagazins Markt intern sprechen eine deutliche Sprache: „Ernst Prost und sein Team pflegen seit Jahren eine sehr partnerschaftliche Partnerschaft mit den Händlern“, zudem überzeuge der Liqui Moly-Chef als „leidenschaftlicher und wortstarker Repräsentant der Autobranche.“ Nicht zuletzt hat auch das „vorbildliche Bekenntnis zum Produktionsstandort Deutschland“ den Ausschlag gegeben, dass der erfahrene Manager sich unter 50 Verantwortlichen bei Fahrzeugherstellern, Zulieferern, Versicherungen und Banken durchsetzen konnte. Im Gespräch mit

» Helfen ist nicht urteilen. Mit unserer Stiftungsarbeit geben wir Menschen etwas zurück, ohne die letzten Endes kein unternehmerischer Erfolg möglich wäre. «

Ernst Prost, Geschäftsführer Liqui Moly

AUTOHAUS zeigt sich Prost entsprechend stolz auf das Erreichte: „Diese Auszeichnung ist eine Zusatzmotivation für mich persönlich und meine ganze Mannschaft.“

Verdientes Lob in widrigen Zeiten

Beeindruckend ist die Kontinuität, mit der sich Ernst Prost unter den Spitzenkräften des Kfz-Mittelstandes hält: Seit 2010 erreichte er stets die Top 6, landete 2019 auf Rang 2 und schaffte es aktuell nach 2012 bereits zum zweiten Mal ganz nach oben aufs Treppchen: „Vor allem die dauerhaften Erfolge und die nachhaltigen Ergebnisse von Liqui Moly sind für mich wie Nahrung. Vor allem in diesen enorm harten Zeiten, in denen wir seit Wochen und Monaten gegen die großen Probleme durch ein kleines Virus kämpfen.“ Ein Ende der wirtschaftlichen Durststrecke sieht Prost noch in weiter Ferne: „Die Situation wird auch im zweiten Halbjahr 2020 und leider wohl auch darüber hinaus angespannt bleiben.“

Engagierte Stiftungsarbeit

Genauso ist sich der erfahrene Unternehmer bewusst, dass die Corona-Pandemie vor allem sozial Schwache und unverschuldet in Not geratene Menschen vor riesige Probleme stellt: „Es ist menschlich, sich hin und wieder über Kleinigkeiten aufzuregen, ob geschäftlich oder privat. Wer aber über den eigenen Tellerrand hinausblickt, wird sehr schnell geerdet und lernt, den eigenen Erfolg demütig und dankbar zu schätzen.“ Seit zehn Jahren engagiert sich Ernst Prost deshalb gemeinsam mit Lebensgefährtin Kerstin Thiele mit drei Stiftungen gegen menschliches Elend auf der ganzen Welt – inzwischen „ein echter Full-Time-Job“.

Jeder Einzelfall ist wichtig

Die Schwerpunkte der Stiftungsarbeit liegen in Deutschland und Afrika. „Das Gefühl, anderen Menschen nach Schicksalsschlägen helfen zu können, ist buchstäblich nicht in Gold aufzuwiegen. Egal, ob man widrige Umstände mit einer Sachspende wie Schlafsäcken für Obdachlose oder einem Treppenlift für behinderte Kinder erleichtert, durch Notoperationen Leben rettet oder in der Hospizarbeit Kindern das Sterben erleichtert“, beschreibt der Liqui Moly-Geschäftsführer seinen inneren Antrieb und fasst zusammen: „Geld zu erwirtschaften ist aller Ehren wert. Noch viel schöner ist es allerdings, mit den Erträgen Sinn zu stiften und etwas zum Gemeinwohl beizutragen.“

Karsten Thätner

Quelle: AUTOHAUS-Jahresmagazin Automobil-Branche 2020 / Springer Fachmedien München



© Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG. Alle Rechte vorbehalten. Zum Erwerb weitergehender Rechte wenden Sie sich bitte an nutzungsrechte@handelsblattgroup.com

25.9.2020 / WirtschaftsWoche 40

Homeoffice

**Ernst
Prost**

**Geschäftsführer des
Schmierstoffherstellers Liqui Moly**

Das 1957 in Ulm gegründete Unternehmen entwickelte sich in sechs Jahrzehnten zum Global Player. Arbeiten und beten gehört zur Philosophie des Burgherrn von Schloss Leipheim in Bayern.

Vom Büro ins Schloss. Die Coronakrise war sicherlich nicht der Anlass?

Klar war Corona der Auslöser für meinen Rückzug ins sichere Schloss. Normalerweise würde ich jetzt irgendwo in der Welt bei meinen Kunden aufschlagen, um neue Geschäfte einzutüten, oder ich wäre in der Firma in meinem Büro, damit der Laden läuft. Das geht aber auch ganz passabel von zu Hause aus.

Was ist die wichtigste Entscheidung, die hier fiel?

Diese Krise verlangt uns einerseits alles ab. Und sie ist andererseits für uns zu bedeutend, als dass wir sie ungenutzt verstreichen lassen wollen. Wenn dieses Krisenjahr vorbei ist, werden wir 100 neue Leute eingestellt haben und 20 Millionen Euro mehr für Vermarktung in Form von Werbung, Sponsoring und Verkaufsförderung ausgegeben haben.

Was hat hier eine besondere Bedeutung für Sie?

Das Erste und Letzte, was ich vor und nach meinem Tagwerk mache, ist beten. Nicht für mich, sondern für diese Welt und die Menschen, denen es nicht so gut geht wie mir. Deshalb ist das Kreuz mit Jesus für mich der wichtigste gegenständliche Anlaufpunkt in meinem Haus.

Wo schauen Sie hin, wenn Sie nachdenken müssen?

Ich betrachte zum Beispiel eine Hummel, wie sie von Blüte zu Blüte fliegt und ihren Job unermüdlich und zuverlässig verrichtet. Ich habe ein Wespennest im Garten. Das war am Anfang klein wie ein Tennisball. Mittlerweile hat es die Größe eines Fußballs. Solche Beobachtungen in der Natur sagen mir sehr viel über das, was ich zu tun habe. ■

FOTO: DIRK BRUNIECKI FÜR WIRTSCHAFTSWOCHE

Vom Büro ins Schloss. Die Corona-Krise war sicherlich nicht der Anlass?

1. klar war Corona der Auslöser für meinen Rückzug ins Sicherheitsschloss. Normalerweise würde ich jetzt irgendwo in der Welt bei meinen Kunden aufschlagen um neue Geschäfte ein zu tüten oder wäre in der Firma, in meinem Büro um dafür zu sorgen, dass der Laden läuft. Letzteres geht aber auch ganz passabel von zu Hause aus. Meine Kunden kann ich leider nicht sehen, aber dafür schreiben und telefonieren wir exzessiv.

Wie kommunizieren Sie nach außen? Und mit wem kommunizieren Sie regelmäßig?

2. bei uns geht es rund um die Uhr rund. In unserem Verkaufsgebiet geht die Sonne nie unter, da wir weltweit aktiv sind und in 150 Ländern unsere Produkte verkaufen. Da läuft mein Telefon und mein iPhone schon mal heiß. Alle möglichen Kunden mit ihren Wehwehchen, unsere eigenen Leute (davon haben wir 1000 Männer und Frauen an Bord) der eine oder andere Lieferant, Behörden, Presse -Vertreter, alle sonstigen Geschäftspartner –die üblichen Verdächtigen eben, mit den ich halt sonst auch kommuniziere - seit 30 Jahren.

Was ist die wichtigste Entscheidung, die in hier gefallen ist?

3. Wir treffen jeden Tag wichtige Entscheidungen. Auch in der Nacht. Auch am Wochenende. Krisenmanagement und pünktlicher Feierabend, ruhige Wochenenden oder Urlaub passen nicht zusammen. Diese Krise verlangt uns alles ab. Und sie ist andererseits für uns zu bedeuten als dass wir sie ungenutzt verstreichen lassen wollen. Deshalb tun wir zweierlei: wir versuchen die Schäden zu minimieren und geben zugleich Gas um Chancen zu nutzen. Wenn dieses Krisen Jahr vorbei ist werden wir 100 neue Leute eingestellt haben und 20 Millionen €mehr für Vermarktung in Form von Werbung, Sponsoring und Verkaufsförderung ausgegeben haben. Die Entscheidungen hierfür habe ich manches Mal im Stehen unter einem Baum gefällt.

Was tun Sie in diesem Raum morgens als Erstes und abends als Letztes?

4. ich arbeite nie in einem bestimmten Raum. Egal ob drinnen oder draußen, ob oben oder unten –im Garten oder im Haus. Da wo es mir gefällt und da wo mir die meisten Ideen zu fliegen oder die Umgebung die größte Inspiration für mich bereithält telefoniere oder schreibe ich. Ich muss doch ohnehin nur noch denken und entscheiden. Zuhören und verstehen. Das kann ich überall. Genauso wie Rechnen, Lesen und Schreiben. Habe ich aber früher auch nicht anders gehandhabt. Ständig mobil sein setzt voraus dass man auch ständig erreichbar ist und seinen Job immer und überall erledigt so wie es sich gehört. Unsere Leute machen das auch nicht anders. So sind wir und genau deshalb sind wir auch erfolgreich.

Welcher Gegenstand in diesem Raum hat eine besondere Bedeutung für Sie?

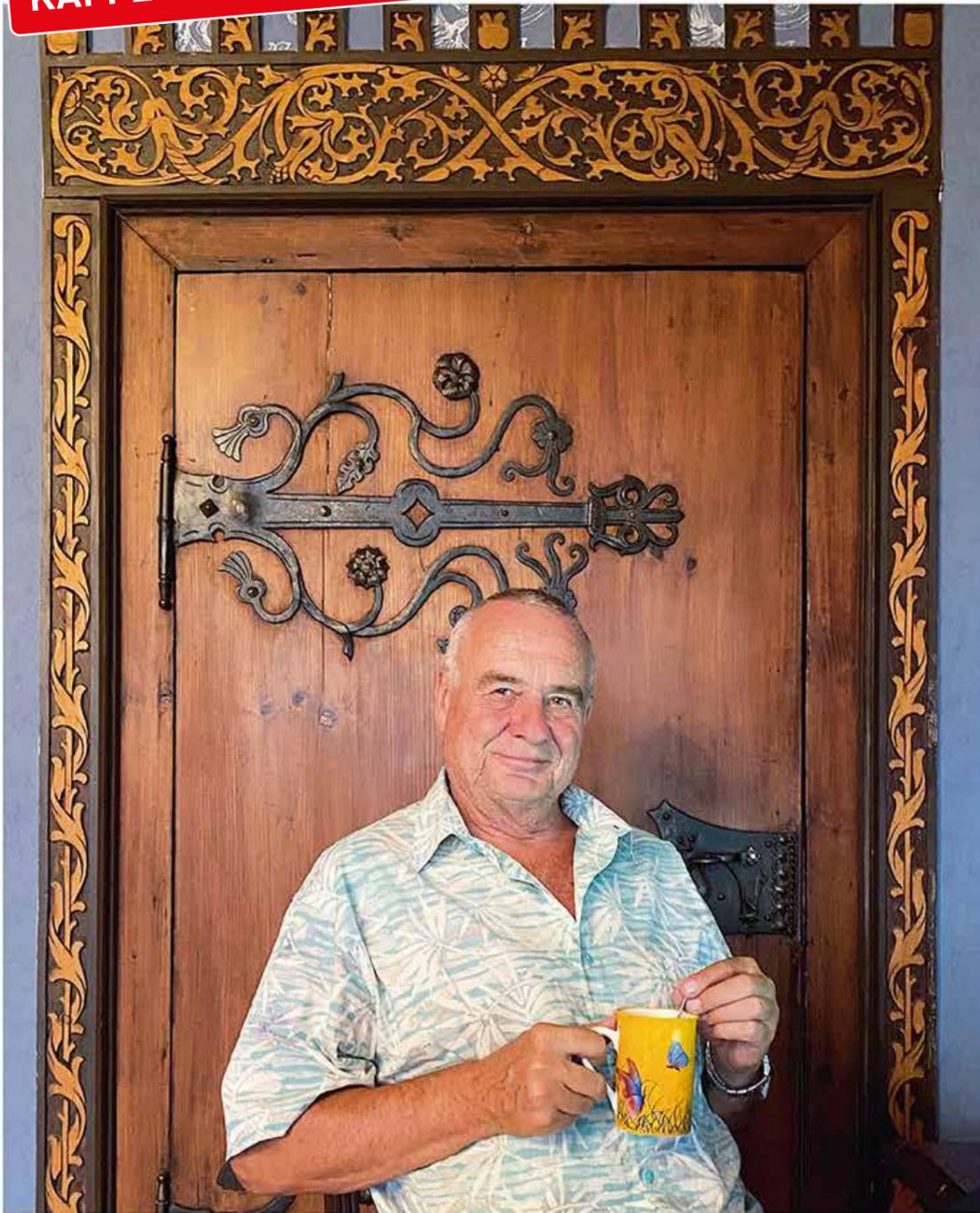
5. Das erste und letzte was ich vor und nach meinem Tag und Nacht Werk mache ist beten. Nicht für mich, sondern für diese Welt und die Menschen, denen es nicht so gut geht wie mir. Deshalb ist das Kreuz mit Jesus für mich der wichtigste gegenständliche Anlaufpunkt in meinem Haus.

Was läuft hier besser als im Büro?

6. es läuft weder besser noch schlechter als im Büro - oder im Hotel oder auf Messen oder auf dem Flugplatz. Es läuft unabhängig vom Ort immer dann gut wenn man die richtige Einstellung zur Arbeit mitbringt. Ich liebe meine Arbeit und ich liebe was ich mache. Von daher ist es mir egal wo und wann ich es mache.

Wo schauen Sie hin, wenn Sie nachdenken müssen/wollen?

7. Wenn mir nichts einfällt oder ich ein Problem lösen darf dann betrachte ich zum Beispiel eine Hummel wie sie von Blüte zu Blüte fliegt und ihren Job unermüdlich und zuverlässig verrichtet. Ich habe ein Wespen Nest im Garten. Das war am Anfang klein wie ein Tennisball. Mittlerweile hat es die Größe eines Fußballs.... Solche Beobachtungen in der Natur sagen mir sehr viel über das was ich zu tun habe.



Selten so stilvoll gevideocallt. Tja, das Homeoffice meines Gesprächspartners **Ernst Prost** ist ja auch ein echtes Schloss. Dabei ist der Liqui-Moly-Chef alles andere als ein Feudalherr. Im Gespräch zeigt er nicht nur außergewöhnlich starke soziale Tatkraft. Er äußert sogar linke politische Ansichten.

Text Rolf Schröter

Werben & Verkaufen, Ausgabe 09/2020

Foto: privat

Seine Werbung ist hart, sachlich, kompromisslos. In der Best Minute vor der *Tagesschau* zoomt das schmucklose Logo heran, dazu ein E-Gitarrenriff. Mehr nicht. Typisch Liqui-Moly-Stil? ♦ *Eher mein Stil*, ♦ sagt Ernst Prost, der die 1957 gegründete Schmiermittelfirma seit 1998 führt. Prost bekennt sich, in unverkennbar schwäbischem Tonfall, als Fan zur Hardrock-Band AC/DC. Er liebt zum Beispiel „Highway to Hell“.

Hart, aber herzlich.

Seit Beginn der Corona-Krise hat Ernst Prost den Rettungskräften hierzulande Öle, Additive und Pflegemittel im Wert von vier Millionen Euro geschenkt – um die ♦ *Blaulichtszene* ♦ zu unterstützen, wie er sagt. Und jeder der 933 Mitarbeiter im Unternehmen erhielt eine Corona-Zulage von 1500 Euro brutto. Ernst Prost nennt sie übrigens ♦ *Mitunternehmer*, ♦ nicht Mitarbeiter.

♦ *An meinen Leuten spare ich nicht*, ♦ sagt der Sohn einer bayerischen Fabrikarbeiterin und eines Maurers. Im Gegenteil. Staatliche Maßnahmen wie Kurzarbeitergeld hat das Unternehmen nicht beantragt. Stattdessen hat Prost während der Corona-Zeit 36 neue Mitunternehmer eingestellt.

In einem Brief an seine Leute schrieb er: ♦ *Ich will niemanden verlieren und keinen zurücklassen, niemandem kündigen und auch keine Kurzarbeit anmelden*. ♦ Und er endet den Brief mit ungewöhnlichen Worten: ♦ *In Demut und Dankbarkeit*. ♦

Ich spreche ihn auf diese Wortwahl an. Demut und Dankbarkeit sind in der Betriebswirtschaft schließlich keine gesuchten Skills. Schnell gerät der 63-jährige Firmenpatriarch in Rage.

♦ *Mir hat man damals den ehrbaren Kaufmann ins Stammbuch geschrieben. Gewisse Dinge tut man einfach nicht*, ♦ sagt Prost und verweist auf das eigene Gewissen und den gesunden Menschenverstand. Seine Kritik richtet sich an verantwortungsloses Managerverhalten in Konzernen. ♦ *Die Wertmaßstäbe haben sich verschoben, einiges ist in Schiefelage geraten*, ♦ kritisiert Prost.

Es bildet einen interessanten Kontrast, wie Ernst Prost, vor einer schönen, alten massiven Holztür mit schmiedeeisernen Beschlägen in seinem eigenen 800 Jahre alten Schloss bei Leipheim sitzend, mit Herzblut und Verve die Interessen der einfachen Arbeiterinnen und Arbeiter vertritt.

♦ *Wenn die Marktwirtschaft rein kapitalistische Züge bekommt, gefällt mir das nicht. Wenn man auf dem Rücken von Menschen Profit scheffelt, ist was faul*, ♦ wettet Prost. ♦ *Ein Unternehmen, das keine sozialen Leistungen vollbringt und auf dem Rücken anderer Menschen Gewinne macht, ist unsozial und hat keinen Nutzen für die Gesellschaft*. ♦

Ernst Prost ist kein Träumer und kein Idealist, sondern Arbeiter. Er plädiert einfach nur für ein gesundes, menschliches Unternehmertum. Prost

geißelt die Schicksalsergebenheit mancher Protagonisten. Prognosen über die vermeintliche Dauer der Corona-Krise findet er überhaupt nicht hilfreich. ♦ *Wirtschaft ist das, was man tut, nicht das, was passiert*, ♦ wettet der Unternehmer, der sich während des Gesprächs als „bayerischen Urmenschen“ bezeichnet. ♦ *Dafür muss man den Arsch hochkriegen, runter vom Sofa, Geld in die Hand nehmen, sich gute Sachen einfallen lassen und die mit aller Kraft, sieben Tage die Woche, umsetzen*. ♦

Volle Kraft voraus. Deshalb hat Ernst Prost im Krisenjahr das Werbebudget um 18 Millionen Euro erhöht. Die ♦ *Gefechtslage* ♦ entscheide über die Höhe der Werbegelder. Normalerweise investiert Liqui Moly um die 22 Millionen Euro pro Jahr in Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring. Für dieses Jahr hat der Firmenchef rund 40 Millionen Euro bereitgestellt. ♦ *Bei dieser Halleluja-Story muss man allerdings auch die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen sehen*, ♦ sagt Prost. Denn: ♦ *Natürlich geht dadurch der Ertrag in die Knie. Das Geld holen wir uns ja nicht von der Bundesanstalt für Arbeit, sondern wir nehmen es aus unserem Cashflow, unserer Kriegskasse. Dementsprechend fehlen uns die 18 Millionen im Vergleich zum Vorjahr beim Ertrag*. ♦ Aber, zuckt Prost mit den Schultern, ♦ *das ist halt so. In einer Krise kann man alles opfern, aber nicht die Menschen, die Investitionen und die Budgets. Der Gewinn ist dann die einzig opferbare Größe*. ♦

Ernst Prost hat einen eigenen Kompass. Dessen Nadel zittert kein bisschen. Der Kurs ist klar.

♦ *In einem Konzern mit Managern, Dividenden und Boni würde man über mich wohl sagen: Hau den Typen weg! Aber wir sind Mittelständler. Wir sind, wie wir sind*. ♦ Der Kurs scheint richtig zu sein. Der Umsatz der Firma Liqui Moly, die seit 2018 Teil der ebenfalls mittelständisch geprägten Würth-Gruppe ist, stieg zur Jahresmitte um 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Liqui Moly schafft es, gegen den negativen Branchentrend eine positive Firmenkonjunktur zu entfalten.

Sehr viel von dem Werbebudget geht in Sponsoring. Liqui Moly mischt bei weltberühmten Events wie der Formel 1 oder dem Hahnenkammrennen mit, aber unterstützt auch Drittligen wie den TSV Günzburg. Warum denn das?

Sponsoring funktioniert nur dann gut, wenn man es wie eine Pyramide aufbaue, sagt Prost. Manchmal bringe es mehr, den VfL Günzburg zu sponsern als einen internationalen Top-Verein. Umgekehrt will aber auch der VfL Günzburg nur dann das Logo tragen, wenn die Marke international bekannt ist. ♦ *Wir müssen unseren Kunden, den Käufer der Liqui-Moly-Produkte, da abholen, wo er zu Hause ist*, ♦ erklärt Ernst Prost. ♦ *Das ist Heimat!* ♣



Werbung, das ist für Ernst Prost vor allem das Inszenieren des Firmenlogos. Es sei wie ein Abzeichen, wie manche halt das Wappen des FC Bayern München tragen. Der Firmengründer ist stolz auf seine Marke.



Corona-Wut: erst Kurzarbeit, dann Jahresurlaub? — 22.09.2020

Die Corona-Wut des deutschen Öl-Millionärs

Liqui Moly-Chef Ernst Prost rechnet mit dem Verhalten einiger Arbeitgeber und Arbeitnehmer während der Corona-Pandemie ab – und verrät, wie wir die Krise hinter uns lassen können.

Ernst Prost ist der Chef des Schmiermittel-Herstellers **Liqui Moly**. In der Volksschule wurde er wegen seiner Akne gehänselt, aus seinem ersten großen Job ist er rausgeflogen – aber er gab niemals auf. Mit viel Fleiß arbeitete er sich vom Kfz-Mechaniker zum Multimillionär hoch. Aus einem kleinen Ulmer Unternehmen machte er den wichtigsten deutschen Öl-Hersteller, setzt auf "Made in Germany". **Jetzt rechnet Prost mit dem Verhalten einiger Arbeitgeber und Arbeitnehmer während der Corona-Pandemie ab und verrät, wie wir die Krise hinter uns lassen können. Ein offener Wut-Brief:**

"Klar hat Corona eingeschlagen. Wie ein Blitz, wie eine Kanonenkugel, wie eine Bombe. Was macht man in solch einem Fall? Ich predige Gegenwehr, Aufbäumen, Kämpfen, sich mit aller Kraft gegen diese Einschläge ins Kontor wehren. Was sehe ich – nicht überall – aber doch weit verbreitet? Genau das Gegenteil. Man nimmt billigend und teilweise fatalistisch hin, was so kommt, nimmt die staatlichen Fürsorgeprogramme in Anspruch und im Anschluss an die Kurzarbeit den Jahresurlaub. Geht nichts mehr wegen Corona? Oder geht nichts mehr wegen Kurzarbeit? Auch klar: Wenn alle alles runterfahren und in Urlaub fahren, dann geht nichts mehr. Das hat aber nur bedingt mit Corona zu tun.

Corona als Feigenblatt, um die Untätigkeit zu kaschieren

Handwerker erzählen mir, dass sie keine Ware bekommen, weil Werke immer noch geschlossen haben oder Kurzarbeit betreiben – und sie deshalb ihre Aufträge nicht erfüllen können. Verlage jammern mir vor, dass sie keine Anzeigen-Aufträge mehr bekommen, aber zu erreichen ist auch keiner. Lieferanten von uns liefern nicht, weil sowieso nichts geht – deshalb fehlen uns zum Teil Rohstoffe und Verpackungsmaterialien.

Da stimmt doch was nicht. Natürlich, wenn es billiger ist, die Mannschaft in Kurzarbeit zu schicken, dadurch die Lohnkosten zu drücken und auf diesem Wege trotzdem noch

halbwegs profitabel – nein, nicht zu arbeiten, sondern zu existieren – dann ist schon klar, dass man Corona als Feigenblatt benutzen muss, um die eigene Untätigkeit zu kaschieren.

Urlaub? Bundesliga? Plötzlich egal, wenn die Insolvenz droht

Wie viele Jahre und Jahrzehnte ging es jetzt gut mit unserer Wirtschaft? Stetig bergauf, geprägt von Wachstum, Lohnzuwachs und fast schon automatisch sprudelnden Gewinnen? 'Nichts ist schwerer zu ertragen, als eine Reihe von guten Tagen', heißt es. Und noch schwerer ist es, von Erfolgen, Wohlstand und Bequemlichkeit, an die man sich sehr schnell gewöhnt, wieder auf Kämpfen, Malochen und "kleinere Brötchen backen" umzustellen.

Bei vielen Unternehmen und ihren Mannschaften hat die Bombe eingeschlagen und alles zerfetzt. Dort wird auch gekämpft, so wie man eben kämpfen muss, um zu überleben. In anderen Branchen und Firmen hat man Kurzarbeit und Homeoffice eher als zusätzlichen Urlaub oder als Sabbatical-Jahr verstanden. Je nachdem, wie gut der Staat mit unseren Sozialsystemen das Wasser, das manchen bis zum Hals steht, abgepumpt und Steuergelder reingepumpt hat. Wann kann ich wieder in Urlaub fahren, und wann beginnt die Bundesliga wieder? Sorgen der einen, während die anderen zum Insolvenzverwalter gehen müssen.

Nun ziehen die Einschläge immer größere Kreise und erfassen mittlerweile auch diejenigen, die relativ kommod auf einer vermeintlich sicheren Insel ihren Tätigkeiten in gewohnt gelassener Manier nachgegangen sind. Erst waren es Friseure, Cafés und Hotels. Und jetzt trifft es die einstmals kraftstrotzenden Automobilhersteller – und leider Gottes auch deren Zulieferer. Auf Kurzarbeit folgen Massenentlassungen. Die Banken schauen zu und kürzen Kredite. Auch für den Häuslebauer, der möglicherweise seinen Job verliert.

Krisen bekämpft man mit mehr Arbeit, nicht mit Kurzarbeit

Tja, Wirtschaft findet nicht in irgendeiner Blase statt. Nein. Wirtschaft, das sind wir alle – 83 Millionen Deutsche. Und einer hängt vom anderen ab. Made in Germany. Ein Markenzeichen, gewissermaßen ein Orden für hervorragende Qualität und Innovationen. Für mich aber immer schon auch eine Garantie für Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, Ehrgeiz, Fleiß, Verantwortungsbewusstsein und die Fähigkeit, wenn es drauf ankommt, mehr zu leisten und härter zu arbeiten als in normalen Zeiten.

Krisen bekämpft man nämlich nicht durch Kurzarbeit, sondern nur durch mehr Arbeit. Tugenden sind gefragt, will man nicht absaufen. Die Tugenden haben wir. Wir müssen sie nur aktivieren. Dann meistern wir auch diese Krise, und die nächste und die nächste, die alle so sicher kommen werden wie das Amen in der Kirche."

SPENDENAKTION

CORONA-KRISE

Wir lassen die „Blaulichtszene“ nicht im Regen stehen

Der Kampf gegen Corona geht weiter – unsere Spendenaktion auch. Mittlerweile wiegt unser Hilfspaket für Hilfskräfte 5 Mio. Euro schwer.



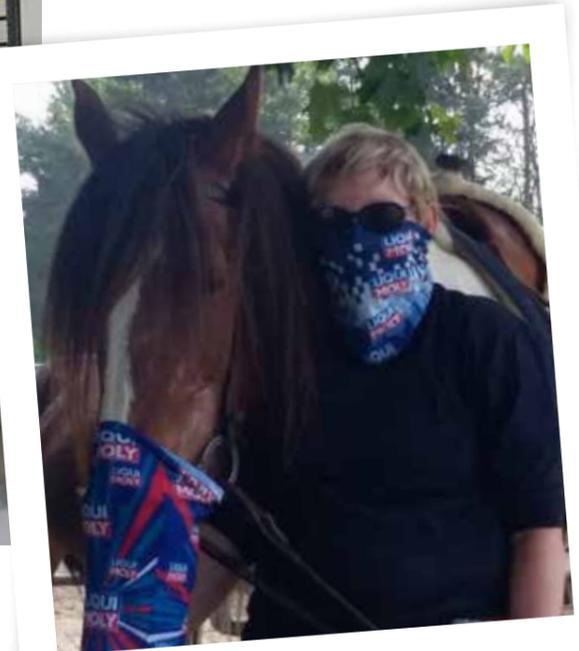
Wo Bürgerinnen und Bürger oftmals das (trügerische) Gefühl haben, das Coronavirus sei mittlerweile weit weg, kämpfen Rettungsdienste, Feuerwehren, Polizei, mobile Hilfsdienste und viele mehr noch immer an vorderster Front und mit vollem Einsatz gegen die Auswirkungen der Pandemie. Und die bevorstehende, krankheitslastige Herbst- und Winterzeit wird für eine weitere Verschärfung der Situation sorgen. Da ist es für uns selbstverständlich, ihnen mit unseren Gratis-Produktspenden weiterhin zur Seite zu stehen, um ihre seit Monaten außerordentlich beanspruchten Einsatzfahrzeuge weiterhin zuverlässig mobil zu halten.

Produktanfragen können weiter über unsere Aktionsseite gestellt werden:
<https://liqui-moly.to/Millionenspende>



SPENDENAKTION

CORONA-KRISE



LIQUI MOLY schützt nicht nur PS-starke Einsatzfahrzeuge, sondern auch 1 PS-Lebewesen. Das Pferd unserer Kollegin Simone Jung (Vertrieb SB) ist der lebende Beweis ;-)



In Form eines symbolischen Schecks überreichte Kerstin Thiele (Stiftungsvorstand ERNST PROST STIFTUNG, links) erneut eine Spende an Eileen Samol vom Kinderhospizdienst Nora in Eisenhüttenstadt. Diesmal durfte sich das von der Johanniter Unfallhilfe geführte Hospiz über 20.000,- Euro als Unterstützung für Familien in Not und Trauer freuen.

Gerade in diesen schwierigen Zeiten ist es wichtig, die Ärmsten und Schwachen in der Gesellschaft nicht alleine zu lassen! Umso mehr freute sich Kerstin Thiele, bei einem Besuch im Kinder- und Jugendhaus Bolle im Namen der ERNST PROST STIFTUNG den Spendenscheck in Höhe von 50.000,- Euro an Eckhard Baumann (links) vom Berliner Verein Straßenkinder e. V. zu überreichen.



Mit dem Kinderhospiz St. Nikolaus, dem einzigen stationären Kinderhospiz in Bayern, freute sich ein weiteres Hospiz über Unterstützung durch die ERNST PROST STIFTUNG. Die Spende in Höhe von 7.800,- Euro, die Simone Pschorn (links) vom Kinderhospiz im Allgäu e. V. entgegen nahm, kommt der Betreuung und Begleitung von Familien unheilbar und lebensverkürzend erkrankter Kinder während der gesamten Krankheits-, Sterbe- und Trauerphase zugute.

Mehr als eine Geste, nämlich Dankbarkeit und praktizierte Nächstenliebe! Anlässlich des 30-jährigen Bestehens von Limorom S.R.L. und damit der 30-jährigen Präsenz unserer Marke in Rumänien, überreichten unsere Partner und Freunde um Inhaber Andreas Huber sen. im Firmensitz in Sibiu eine großzügige Spende in Höhe von insgesamt 100.000 Lei zugunsten des Vereins der Brukenthalschule, des Dr.-Carl-Wolff-Vereins sowie des Jugendwerks der Evangelischen Kirche A.B. in Rumänien.



Gruppenbild mit Spendern und Empfängern (v. l. n. r.): Andreas Huber jun. (Juniorpartner Limorom), Pfarrer Wolfgang Arvay, Christine Manta-Klemens, Andreas Huber sen. (Gründer und Inhaber Limorom), Monika Hay, Radu Crețulescu, Ortrun Rhein und Nicolae Veza (Generaldirektor Limorom). Foto: Beatrice Ungar

MARKETINGSTRATEGIE

ALLES FÜR UNSERE PARTNER

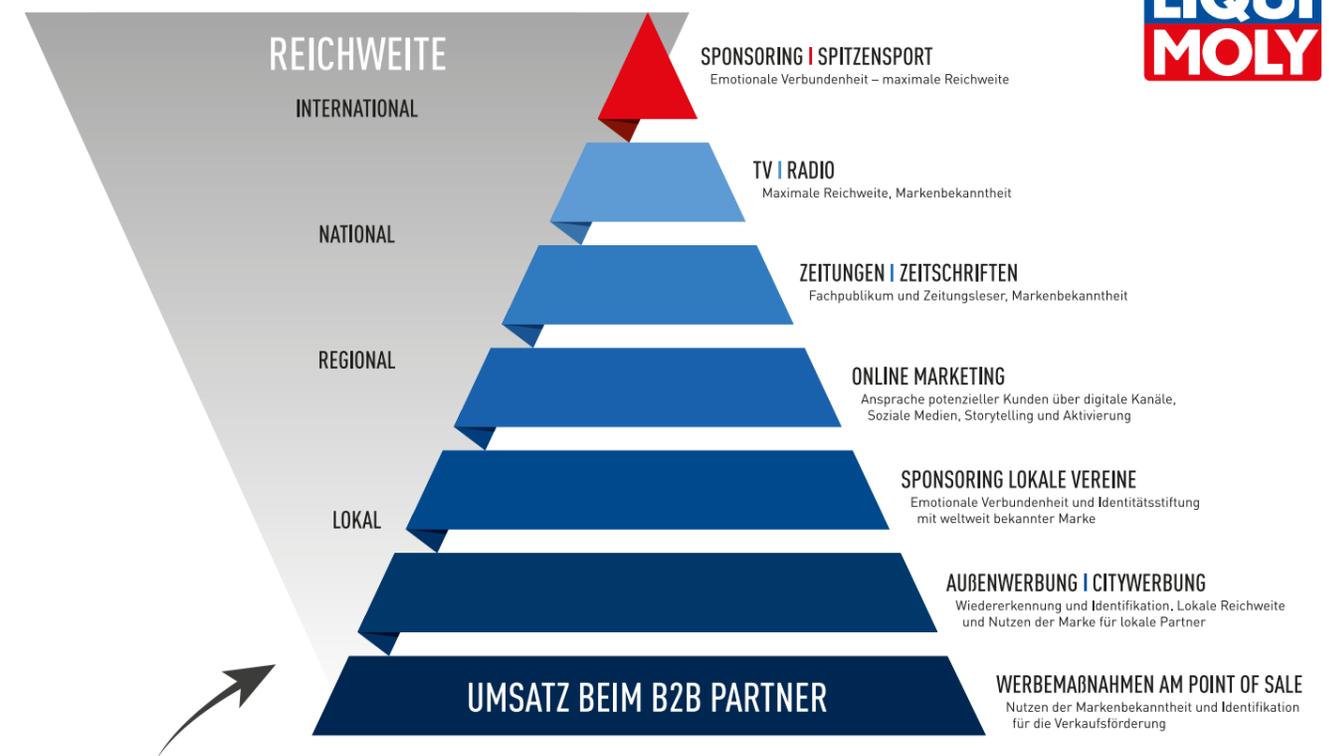
Genialer Schachzug: Markenbekanntheit als Umsatzgarant

Dass der Markenname LIQUI MOLY weltweit bekannt ist, liegt vor allem an unserer offensiven Marketingstrategie. Und dieses Marketing ist kein Selbstzweck, sondern hat ein klares Ziel: Umsatzsteigerung bei unseren Partnern. Dies erreichen wir durch die kontinuierliche Steigerung unserer Bekanntheit und somit Steigerung der Nachfrage nach unseren Produkten und Services. Deshalb stehen unsere Kunden bei allem was wir tun, im Mittelpunkt,

um deren Absatz und Umsatz zu steigern. Unsere Wettbewerbsvorteile sind Schnelligkeit, Entscheidungsfreude, persönlicher Service und kompromisslose Kundenorientierung. Das hebt uns von den großen multinationalen Ölkonzernen ab.

Als Erfolgsgarant dient dabei unsere Marketingstrategie, die wie ein Pyramide aufgebaut ist: Oben erzeugen wir globale Aufmerksam-

Marketingstrategie – Ziel: Weltweite Markenbekanntheit



Jede Stufe der Pyramide trägt zur Markenbekanntheit und zur Umsatzsteigerung bei unseren Geschäftspartnern bei!

keit und in der Basis nutzen wir genau diese internationale Bekanntheit und die emotionale Verbundenheit für den lokalen Verkauf unserer Produkte. Jede Stufe der Pyramide trägt so zur Markenbekanntheit und zur Umsatzsteigerung unserer Kunden bei. Das Instrument mit der höchsten Aufmerksamkeit ist unser Sponsoring im Spitzensport. Hier generieren wir eine Reichweite in dreistelliger Millionenhöhe. Dabei glänzen wir als mittelständisches Unternehmen eindrucksvoll neben vielen ausgewählten großen Marken. Durch dieses Engagement erzeugen wir Emotionen, egal ob mit Formel 1, MotoGP oder alpinen Skirennen. Menschen verbinden etwas Faszinierendes mit der Marke LIQUI MOLY. Genau diese Verbundenheit generiert maximale Wiedererkennung!

Auf den internationalen Märkten heißt es für uns auffallen so gut es geht. Speziell auf dem riesigen Automobilmarkt bestehen wir nur mit einer weltweit bekannten und identitätsstiftenden Marke. Deshalb ist es unser Ziel, dass

unser Logo überall dort auftaucht, wo potentielle Kunden sind. Angefangen im Spitzensport, über TV- und Radiospots, über Printwerbung, Online-Marketing in Suchmaschinen und sozialen Medien bis hin zur Förderung lokaler Vereine. All das zahlt letztlich auf den Umsatz am Point of Sale, also bei unseren Kunden ein. Und um die Verbraucher explizit dorthin zu führen, bieten wir das Instrument der verkaufsfördernden Maßnahmen an, beispielsweise die Möglichkeit der kostenlosen Außenwerbung, der Citywerbung und Verkaufsdysplays. Zusätzlich können unsere Werkstattkunden unsere eigens entwickelten Werkstattkonzepte nutzen.

Diese durchdachte Marketingstrategie bietet also einen großartigen, bunten Strauß an Maßnahmen, um Endkunden weltweit für unsere Marke zu begeistern und den Umsatz bei unseren lokalen Geschäftspartnern zu steigern!

NEUE VERTRIEBSLINIE



Christian Schwer
(Nationaler Verkaufsleiter)

Sarah Glauner
(Account Managerin
Tankstellen)

TANKSTELLENGESCHÄFT

Wir tanken auf: mit dem Tankstellengeschäft als eigenständige Vertriebslinie

In Anbetracht der Größe und wachsenden Bedeutung des Vertriebszweigs Tankstellen, ordnen wir diesen Bereich zum Jahreswechsel neu und installieren hierfür eine eigenständige Vertriebslinie. Binnen weniger Jahre hat sich unser Tankstellengeschäft innerhalb des Vertriebsbereichs Fachhandel zu einem autarken Standbein entwickelt. Schließlich kann sich unser umfangreiches Leistungsspektrum mehr als sehen lassen. Dazu gehört auch die Vor-Ort-Betreuung durch unseren Außendienst – ein Service, den Tankstellenbetreiber und -pächter sehr schätzen, da dies in dieser Qualität und Quantität eine Ausnahme in der Branche darstellt. Und wir bauen den direkten Kontakt durch unsere Fachberater weiter aus. Deshalb stellen wir sechs zusätzliche Verkäufer ein, die deutschlandweit ausschließlich das Geschäft mit Tankstellenkunden betreuen.

Weiterer Baustein unserer Erfolgsstrategie: ein übersichtliches, speziell auf Tankstellen zugeschnittenes Ölsortiment, das zusammen mit einer eigens konzipierten Ölschnellübersicht den Tankstellenmitarbeitern und Kunden bei der Wahl des richtigen Schmierstoffes hilft. Und gemäß unserer partnerschaftlichen Philosophie, erhalten Tankstellenbetreiber nicht nur unsere Produkte, sondern zielgruppengerechte Marketingkonzepte und attraktive Verkaufsmaßnahmen. Damit sind unsere Kunden und wir bestens für weiteres Wachstum in diesem Markt gerüstet.

NEUE AUSZEICHNUNG

BESTE MARKE 2020



Vier gewinnt – LIQUI MOLY bleibt erste Wahl für Nfz-Profis

„4 gewinnt“ heißt das zweite Album der deutschen Hip-Hop-Formation „Die Fantastischen Vier“. Fantastisch ist auch unser Ergebnis bei der Leserwahl der Fachzeitschrift „Profi Werkstatt“: In der 4. Auflage der Leserbefragung wurden wir in der Kategorie Öle und Schmierstoffe zum 4. Mal mit dem Titel „Beste Profi Werkstatt Marke“ ausgezeichnet. Dass wir unseren Spitzenplatz erneut verteidigen konnten, zeugt von unserer beständigen Spitzenqualität und zeigt einmal mehr, dass es uns bestens gelungen ist, die im Autosektor erworbene Kompetenz auf die Nutzfahrzeug-

branche zu übertragen. Und der emotionale Zusatznutzen, den unsere blau-rot-weiße Weltmarke liefert, ist ebenfalls ein beachtliches Pfund, dass wir bei dieser Wahl in die Waagschale werfen konnten. Denn in einem Markt, der nicht von der Nachfrage, sondern vom Angebot dominiert wird, spielen Marken eine wichtige Rolle. Die Leser der „Profi Werkstatt“ kommen im Joballtag mit vielen Marken in Berührung und wissen ganz genau, welchen Marken und welchen Produkten sie vertrauen können. Auch deshalb freuen wir uns sehr über diese Auszeichnung!



DORTMUND

WM SE WERKSTATTMESSE



Zurück in die Zukunft

Zwar ein langsamer, aber trotz allem wichtiger Schritt zurück in die Normalität: Unsere Teilnahme auf der WM SE Werkstattmesse 2020 in der Dortmunder Westfalenhalle war unsere erste Leistungsschau seit Ausbruch der Coronapandemie in Deutschland. Unter strikter Einhaltung des eigens konzipierten Hygienekonzepts hatten wir endlich wieder die Gelegenheit, auf 180 m² Standfläche den Besuchern unser 4.000 Artikel umfassendes Vollsortiment und unsere Werkstattkonzepte zu präsentieren.

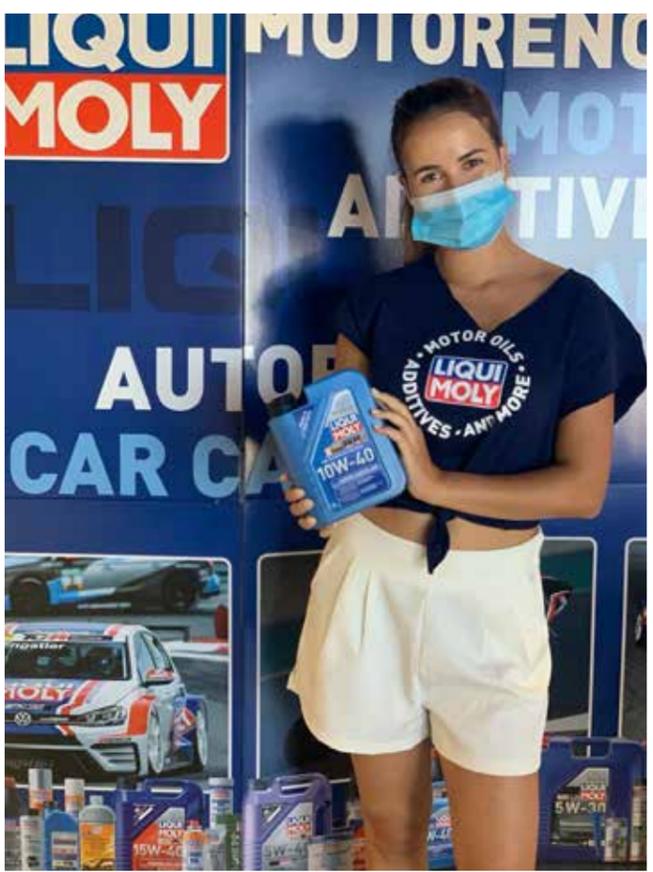




PORTUGAL

LIQUI MOLY-DAYS

Der August war für unsere Freunde von LIQUI MOLY Iberia ein höchst erfolgreicher Monat! Einer der Gründe waren sicherlich die LIQUI MOLY-Days bei unserem Partner Feu Vert. Hier hatten wir in 14 Niederlassungen verteilt über ganz Portugal die Gelegenheit, unsere einzigartige Produktvielfalt und -qualität zu präsentieren und das Bewusstsein für unsere Marke weiter zu schärfen – auch dank einem unübersehbaren, attraktiven Auftritt!



SPANIEN

KUNDENSCHULUNG

Wissenstransfer für weiteres Wachstum: Als wichtigen Baustein der Markeneinführung schulte unser Kollege Secundino Delgado in Badajoz das Salesteam unseres noch jungen Kunden Recalvi rund um unsere Produkte und Verkaufskonzepte.



PARAGUAY

SPONSORING

Vorfahrt für Spitzenprodukte made in Germany! Im Rahmen einer Trainingsausfahrt präsentierte der Radsportverein Emboscada sein neues, von LIQUI MOLY Paraguay gesponsertes Bikeoutfit. In ihrem auffälligen Dress sind sie künftig bei jeder Tour wichtiger Botschafter für unser BIKE-Sortiment.



Im Rahmen unserer Best Brand-Kampagne 2020 verlostn wir unter anderem fünf iPhones. Hierfür riefen wir unsere Fans auf, ihren LIQUI MOLY-Moment zu fotografieren und einzusenden. Schließlich erreichten uns über 4.000 Bilder aus der ganzen Welt aus denen eine Jury die 150 besten Bilder wählte und schließlich Fortuna die Gewinner ausloste. Eine der Glücklichen war diese russische Gewinnerin, die sich bei unseren Freunden von LIQUI MOLY Russland persönlich ihr neues Smartphone abholen durfte. Wir gratulieren herzlich!



Cash für Chrom, LIQUI MOLY für die Autos: Profis wie Klaus Borrmann von Route 66 aus Hamburg, empfehlen unser Fahrzeugpflege-Sortiment, um mobile Schätze auch optisch wieder flott zu machen. Schließlich weiß er als Protagonist der beliebten DMAX-Sendung "Cash für Chrom", dass bei außergewöhnlichen Autos nicht nur die inneren, sondern auch die äußeren Werte zählen.



WINTERGESCHÄFT

SORTIMENTS AUSSCHÖPFUNG

Schlechtes Wetter = gute Umsätze

LIQUI MOLY-Produkte wappnen Werkstatt und Handel bestens für die kalte Jahreszeit.

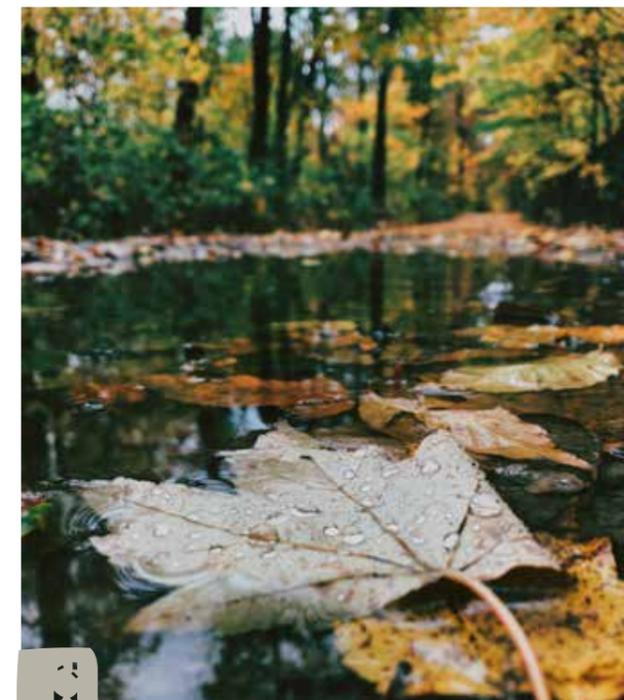
Spätestens wenn die ersten Blätter fallen, wird es Zeit, die Einwinterung von Oldtimern, Cabrios, Booten, Motorrädern und Rasentraktoren vorzubereiten. Für den fachgerechten Dornröschenschlaf der Maschinen bieten wir die passenden Produkte. Das gilt natürlich auch für die Zeit, in der Väterchen Frost das Zepter in der Hand hält. Dabei sollten Sie nicht nur auf Herbst- und Winterstürme vorbereitet sein, sondern auch auf den Kundenansturm. Versorgen Sie sich also rechtzeitig mit unserer Ware, um dieser Nachfrage gerecht zu werden.

Einige Produkttipps unseres Vollsortiments finden Sie auf den nächsten Seiten.

Hilfreiche Produkte für die kalte Jahreszeit



Auch in schwarz erhältlich (21345)



Die Zeit ist reif für Reifenwechsel

Als Saisongeschäft muss das Wechseln von Rädern und Reifen schnell und sauber vonstatten gehen. Dann ist viel Umsatz garantiert. Wer mit hoher Schlagzahl arbeitet, muss sich ganz besonders auf sein Werkzeug verlassen können. Viele zuverlässige Helfer gibt es von LIQUI MOLY, damit Arbeitsleistung und Umsätze gesichert sind.

- 1. **Felgenreiniger Spezial** (Art.-Nr. 1597) Entfernt vor der Einlagerung hartnäckige Verschmutzungen und Bremsabrieb.
- 2. **Reifenglanzschaum** (Art.-Nr. 1609) Verleiht Reifen intensiven Glanz.
- 3. **Reifenreparaturspray** (Art.-Nr. 3343) Die schnelle Hilfe bei Reifenschäden.
- 4. **Reifen-Montage-Spray** (Art.-Nr. 1658) Zur schnellen und leichten Montage und Demontage von Reifen.
- 5. **Radnabepaste (Pinseldose)** (Art.-Nr. 4058) Verhindert Festschweißen bzw. Festrostern der Felgen auf der Radnabe und vereinfacht den Radwechsel nach dem Winter.
- 6. **Reifenmontierpaste weiß** (Art.-Nr. 3021) Gewährleistet den einwandfreien Sitz des Reifens auf der Felge und erleichtert die spätere Demontage der Reifen..

WINTERGESCHÄFT

Klimawandel

Es ist der jährliche Klimawandel: Bei hochsommerlichen Temperaturen denken Autofahrer eher an die Klimaanlage als in den Herbst- und Wintermonaten. Deshalb sollten Werkstätten ihre Kunden noch mehr für dieses Thema sensibilisieren. Denn eine einwandfrei funktionierende Klimaanlage ist auch in der kalten Jahreszeit wichtig. LIQUI MOLY bietet die schnelle Klimaanlagenerfrischung für „Zwischendurch“ und natürlich auch den professionellen Klimageservice.



1. Klima Fresh (Art.-Nr. 4065) Zur Reinigung von Kfz-Klimaanlagen und Fahrzeuginnenräumen. 2. Klimaanlage reiniger (Spray) (Art.-Nr. 4087) Spezialreiniger, um Klimaanlagen ohne Demontage einfach und wirkungsvoll von Pilzen und Bakterien zu befreien. Hinterlässt nach der Reinigung einen angenehm frischen Duft. 3. Klima ReFresh (Art.-Nr. 20000) Befreit die Klimaanlage einfach und ohne Demontage des Pollen- oder Staubfilters von unangenehmen Gerüchen. 4. Batterie-Pol-Fett (Art.-Nr. 3139) Sorgt für sicheres Starten und helle Beleuchtung in der dunklen Jahreszeit. 5. Start Fix (Art.-Nr. 1085) Die sichere Starthilfe bei Kälte, Feuchtigkeit, nassen Zündkerzen und schwacher Batterie.

Volle Ladung

Pannursache Nr. 1 im Winter ist eine defekte oder schwach geladene Batterie. Dabei ist die Autobatterie oft schon durch Hitzeeinfluss aus den Sommermonaten vorgeschädigt worden, quittiert ihren Dienst jedoch erst in der kühlen Jahreszeit. Aber nicht jede schwächelnde Batterie ist gleich ein Kandidat für den Schrott. Mit etwas Pflege von LIQUI MOLY ist schon viel getan. Generell empfehlen wir, die Batterie regelmäßig beim Service zu prüfen. Ihre Kunden werden es Ihnen danken.



SORTIMENTS-AUSSCHÖPFUNG



Beleuchtung prüfen

Schlecht eingestellte Scheinwerfer oder eine defekte Beleuchtung sind in den Herbst- und Wintermonaten eine große Gefahrenquelle. Sie beeinträchtigen nicht nur die Sicht des Fahrers, sondern durch falsch eingestellte Scheinwerfer werden auch andere Verkehrsteilnehmer geblendet. Für saubere, eisfreie Scheinwerfer sorgen der Scheiben-Enteiser und das Scheibenfrostschutz Konzentrat -60 °C von LIQUI MOLY.

Mit einem Wisch ist die Sicht weg

Eine der wichtigsten Sicherheitseinrichtungen des Kfz sind Scheibenwischer für eine klare Sicht. Damit der Durchblick stets gewährt bleibt, bietet LIQUI MOLY mit Scheibenreiniger, Scheibenreinigerschaum, Glas-Reiniger und Fix-Klar Regenabweiser die optimalen Helfer, um die Windschutzscheibe innen und außen frei von Schlieren zu halten.





Flüssiges gegen Frost

Für den Wintercheck obligatorisch: Wischwasser der Scheibenwaschanlage sowie Kühlerflüssigkeit prüfen und wo nötig mit Frostschutzmitteln versehen. Deshalb gilt: Jetzt den Verkaufsraum mit den passenden Produkten bestücken und so die Kunden unübersehbar darauf hinweisen. Wer möchte schon eine von Eis lahmegelegte Scheibenwaschanlage oder einen geplatzten Kühler?



7. Schloss mit lustig

Wer seine Türschlösser nicht pflegt, für den könnten sie schnell zur Verschlussache werden. Im „Idealfall“ ist das Schloss dann eingefroren und die Funkfernbedienung funktioniert gerade dann nicht, wenn man es eilig hat. Stress, der sich vermeiden lässt. Dazu muss man lediglich die Türschlösser hegen und pflegen. Unsere Türschlosspflege ist da ein ganz heißer Tipp. Und ist das Kind bereits im Brunnen festgefroren, hilft das Enteiserspray von LIQUI MOLY.



Löst vereiste Probleme

Eiskratzer, Gummipflegestift und Enteiserspray gehören zum Winter wie Eis und Schnee. Und deshalb auch in jedes Sortiment.

- Scheibenteiser** (Art.-Nr. 6902) Entfernt schnell und schonend Eis und Raureif und verhindert ein schnelles Wiedervereisen.
- Scheibenfrostschutz Konzentrat -60 °C** (Art.-Nr. 6926) Verhindert das Einfrieren der Scheibenwaschanlage und sorgt für saubere Scheiben.
- Türschlosspflege** (Art.-Nr. 1528) Hält die beweglichen Teile im Türschloss auch bei Kälte leichtgängig oder enteist bereits eingefrorene Schlösser.
- Fix-Klar Regenabweiser** (Art.-Nr. 1590) Sorgt für bessere Sicht und somit mehr Sicherheit bei Regen und Schneematsch.
- Kühlerfrostschutz KFS 11, 12+, 12++, 13, 33** (Art.-Nr. 21149, 21145, 21134, 21130) Für Motoren aus Gusseisen, Aluminium oder deren Kombination sowie Kühlsysteme mit Aluminium und/oder Kupferlegierungen. Für Pkw, Nfz, Busse, Landmaschinen sowie stationäre Motoren und Geräte, die einen Kühlerfrostschutz dieser Qualität fordern.
- Marine Diesel Schutz** (Art.-Nr. 25000) Zum vorbeugenden Einsatz und zur Entkeimung kontaminierter Tanksysteme auf Booten und in Lagertanks.
- Marine Antifreeze** (Art.-Nr. 25082) Für alle äußeren Kühlwassersysteme des Bootmotors und die Toilettenanlage (Schmutzwasseranlage). Kühlerfrostschutz mit allen Materialien verträglich.
- Frostschutz für Druckluftbremsen** (Art.-Nr. 1828) Verhindert das Einfrieren von Kondenswasser in der Druckluftbremsanlage. Schützt die Bremsanlage vor Korrosion und verbessert die Schmierung der Ventile.

Vitaminkur für den Motor

Was dem menschlichen Immunsystem im Herbst und Winter zusätzliche Vitamine sind, sind dem Motor seine Additive. Denn Nässe und Kälte verlangen nicht nur dem Menschen mehr ab, auch der Motor steht unter größerer Belastung. LIQUI MOLY-Additive sorgen dafür, dass der Motor auch unter widrigen Bedingungen anspringt und zuverlässig schnurrt. Außerdem schützen die Zusätze vor Verschleiß. Das wiederum trägt zum Werterhalt des Fahrzeugs bei.



BENZIN

- 1. Benzinstabilisator** (Art.-Nr. 5107) Konserviert und schützt den Kraftstoff vor Alterung und Oxidation während der Überwinterung.
- 2. mtX Vergaserreiniger** (Art.-Nr. 5100) Schützt die Kraftstoffanlage vor Korrosion und verhindert Vergaservereisung.
- 3. Injectionreiniger** (Art.-Nr. 5110) Hält das Benzineinspritzsystem sauber und sorgt so für einen guten Kaltstart und runden Motorlauf.
- 4. Motorbike 4T Shooter** (Art.-Nr. 3824) Steigert die Leistungsfähigkeit des Motors. Entfernt Ablagerungen im Kraftstoffsystem, an Ventilen, Zündkerzen sowie im Brennraum und verhindert deren Neubildung.
- 5. Dieselspülung** (Art.-Nr. 5170) Hält das Dieseleinspritzsystem sauber und sorgt so für einen guten Kaltstart und runden Motorlauf.
- 6. Diesel Fließ Fit** (Art.-Nr. 21317) Gewährleistet die Betriebssicherheit aller Dieselmotoren bei tiefen Temperaturen.
- 7. Anti-Bakterien-Diesel-Additiv** (Art.-Nr. 5150) Gibt Bakterien, Hefen und Schimmelpilzen während der Winterpause keine Chance.

9



DIESEL

Vollsortiment + Winter = Extrachance auf Extraumsatz!

10.

Öladditive und Nachfüllöl

Die Menschen bibbern und die Motoren orgeln. Während sich die Menschen mit warmer Kleidung vor Kälte schützen, schützt LIQUI MOLY Motoren mit seinen Öladditiven. Mag es noch so eisig sein – das Aggregat schnurrt wie eine Eins und zeigt dem Verschleiß die kalte Schulter. Besonders vor langen Fahrten, z. B. in den Winterurlaub, ist unser Nachfüllöl im Gepäck der Tipp schlechthin. Also, warm anziehen und unbedingt den Kanister in den Kofferraum packen!



- 8. Oil Additiv** (Art.-Nr. 1011) Vermindert die Reibung und sichert einen leichteren Motorlauf in der kalten Jahreszeit.
- 9. 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 der perfekte Begleiter.
- 10. Cera Tec** (Art.-Nr. 3721) Reduziert dank guter Schmierleistung beim Kaltstart die Reibung und den Verschleiß im Motor.
- 11. HydroStößel Additiv** (Art.-Nr. 1009) Speziell im Winter als Schutz oder Vorsorge – insbesondere bei älteren Fahrzeugen.
- 12. Getriebeöl Additiv** (Art.-Nr. 1040) Zum Einsatz in Schalt- und Differentialgetrieben. Vermindert den Verschleiß und baut Temperaturspitzen ab. Sorgt für leiseren Lauf und weicheres Schalten.
- 13. Motorclean** (Art.-Nr. 1019) Für einen schnelleren und sichereren Kaltstart dank sauberem Motor – immer in Kombination mit dem richtigen LIQUI MOLY-Motoröl.
- 14. GearProtect** (Art.-Nr. 1007) Reduziert Reibung und Verschleiß im Getriebe und sorgt für weichere Schaltvorgänge.



Damit Sie auch im Winter sicher in der Erfolgsspur bleiben!

11

Schutz für die Außenhaut

Sie wird rot und rissig bei Nässe und Kälte: die menschliche Haut. Deshalb empfehlen Dermatologen im Winter stark fettende Cremes. Die LIQUI MOLY-Experten raten unter diesen Wetterbedingungen auch zur besonderen Pflege der Fahrzeug-Außenhaut. Deshalb: vorhandene Schäden ausbessern (lassen) und zur Prophylaxe regelmäßig den Lack reinigen und auffrischen. Das konserviert nicht nur die Schönheit des Fahrzeugs, sondern auch dessen Wert.



LIQUI MOLY | MEGUIN | 13 | 2020



12

Offensichtlich gut gepflegt

Für die Open-air-Freunde unter den Autofahrern birgt der Winter besondere Gefahren. Wichtig: Auf keinen Fall gefrorene Verdecke öffnen! Hier drohen kapitale Schäden an Bezugsstoff und Mechanik. Machen Sie Cabriofahrer deshalb darauf aufmerksam, das Verdeck im Vorfeld gründlich zu reinigen und zu imprägnieren. Auch den Gummidichtungen des Verdeckes sollte mit speziellen Mitteln Pflege zukommen.

1. Lack-Glanz-Creme (Art.-Nr. 1532) Reinigt, poliert und schützt.
2. Universalpolitur (Art.-Nr. 1679) Gibt leicht verwitterten und verkratzten Autolacken ihr ursprüngliches Aussehen zurück.
3. Lackreiniger (Art.-Nr. 1486) Entfernt Teer-, Schmutz-, Fettflecken und Flugrost. Reinigt und poliert.
4. Microfasertuch (Art.-Nr. 1651) Spezialreinigungstuch zur Entfernung von Verschmutzungen auf nahezu allen Oberflächen.
5. Auto-Wasch-Shampoo (Art.-Nr. 1545) Für eine gründliche Autowäsche. Schont den Lack und gibt Glanz.
6. Hartwachs (Art.-Nr. 1422) Flüssiges Hartwachs zur Hochglanzversiegelung.
7. Gummipflege (Art.-Nr. 1538) Pflegt und verschönert Tür-, Fenster- und Kofferraumdichtungen.
8. Cabrio-verdeck-reiniger (Art.-Nr. 1593) Entfernt schnell, gründlich und schonend Verschmutzungen wie Öl- und Fettrückstände, Ruß, Vogelkot, Insektenrückstände, Straßenschmutz etc. von Cabrio-verdecken.
9. Autoinnenraum-reiniger (Art.-Nr. 1547) Reinigungsflüssigkeit, um intensiv, schonend und schnell Kunststoffteile-, -gewebe und -verkleidungen im Fahrzeuginnenraum zu reinigen.

Wie bei der menschlichen Haut, gleicht auch beim Auto kein Lack dem anderen. Je nach Zustand des Lacks bietet LIQUI MOLY daher unterschiedliche Pflegeprodukte.

LIQUI MOLY | MEGUIN | 13 | 2020

Alles dicht dank Hohlraumversiegelung

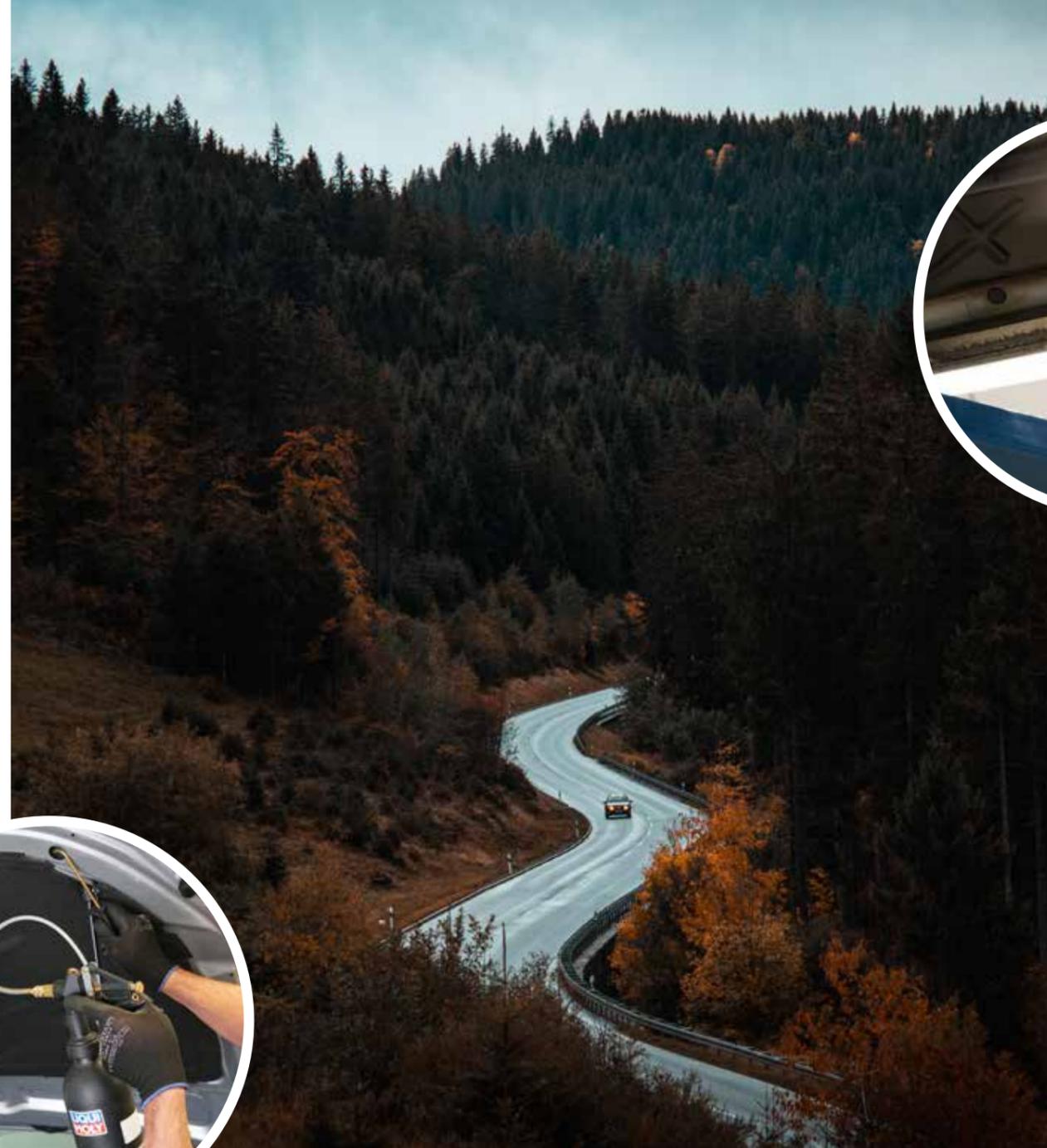
Gerade im Herbst und Winter setzen Kondenswasser, Pfützen, Matsch und Schnee Hohlräumen besonders zu und verursachen langfristig Rost am Fahrzeug. Hohlraumwachs von LIQUI MOLY kriecht in Fälze und Schweißnähte und unterwandert beziehungsweise verdrängt Feuchtigkeit. Nach der Durchtrocknung bildet sich ein sehr zäher, weichbleibender, wasserabstoßender, hellbrauner Film, der nahezu transparent ist. Die Gefahr der Durchrostung von Karosserieteilen wird durch die Behandlung verhindert. Das dient der höheren Lebensdauer und dem Werterhalt des Fahrzeugs.

13.



Eine vollständige Anleitung finden Sie unter Art.-Nr. 50866

1. Hohlraum-Versiegelung hellbraun (Spray) (Art.-Nr. 6107) Unterwandert und verdrängt Feuchtigkeit. 2. Hohlraum-Versiegelung hellbraun (Art.-Nr. 6108) Lösungsmittelhaltiges Korrosionsschutzmittel zur Hohlraumversiegelung. 3. Unterbodenschutz Bitumen schwarz (Spray) (Art.-Nr. 611) Zum Abdecken von Farbnebel im Radlauf sowie zur Ausbesserung oder Ergänzung vorhandener Beschichtungen von Fahrzeugunterböden. 4. Unterbodenschutz Bitumen schwarz (Art.-Nr. 6112) Gemisch aus Bitumen, synthetischen Harzen, Lösungsmitteln und speziellen Inhibitoren. 5. Unterbodenschutz streichbar schwarz (Art.-Nr. 6119) Zum Abdecken von Farbnebel im Radlauf sowie zur Ausbesserung oder Ergänzung vorhandener Beschichtungen von Fahrzeugunterböden. 6. DPF-Druckbecherpistole (Art.-Nr. 7946) Für eine optimale Zerstäubung des Sprühmaterials. 7. Unterbodenschutz schwarz (Spray) (Art.-Nr. 6113) Ergibt einen dauerelastischen, haftfesten Schutzbelag, der sehr abriebfest ist und zuverlässig vor Korrosion und Steinschlag schützt. 8. Unterbodenschutz schwarz (Art.-Nr. 6114) Bitumenfreies, abriebfestes und lösungsmittelhaltiges Beschichtungsmaterial auf Basis von Kautschuk und Harzen für einen dauerelastischen Korrosionsschutz von Unterböden, Steinschlagschutz sowie zur Entdröhnung.



14.

Eine vollständige Anleitung finden Sie unter Art.-Nr. 50865

Obenauf dank Unterbodenschutz

Der Fahrzeugunterboden unterliegt speziell im Herbst und Winter einer erhöhten Korrosionsgefahr durch Streugut, Steinschlag, Feuchtigkeit und Schmutz. Vor allem an blanken Stellen und Blechkanten beginnt die Karosserie dann leicht zu rosten. Die LIQUI MOLY-Unterbodenschutzprodukte verhindern die Gefahr der Durchrostung und die dadurch entstehende Schwächung der betroffenen Bauteile. Gut für die Lebensdauer und den Werterhalt des Fahrzeugs.



WINTERGESCHÄFT

SORTIMENTS AUSSCHÖPFUNG



So bunt wie die Bäume im Herbst, ist unser Sortiment für die nasskalten Monate.

15.

Lichttest, Winterservice usw. – es gibt viel, was Werkstätten im Spätsommer und in den Herbstmonaten tun können, damit der Kunde sein Fahrzeug durchchecken und mögliche Mängel noch vor dem Winter beheben lässt. Der Radwechsel ist eine willkommene Gelegenheit, den Kunden für derlei Zusatzservices zu gewinnen. Also werden Sie jetzt aktiv! LIQUI MOLY unterstützt Sie dabei mit nützlichen Produkten und Dienstleistungskonzepten. Immer passend zur Jahreszeit.



SPONSORING

EHF CHAMPIONS LEAGUE



Unser nächster Sponsoringcoup: Wir werden offizieller Partner der EHF Handball Champions League 2020/21



Als Namensgeber der LIQUI MOLY Handball-Bundesliga legen wir eine weitere Schippe drauf: Wir erweitern unser Engagement im Spitzenhandball und werden für die kommende Saison offizieller Partner der EHF Champions League der Herren. Unser Logo wird bei den Spielen sowohl auf dem Hallenboden als auch auf den Medienwänden für Millionen Zuschauer prägnant zu sehen sein.

Damit verfolgen wir konsequent unsere Strategie, um unsere Marke weltweit zu noch bekannter zu machen. Handball ist neben dem Motorsport unser größter Sponsoring-Baustein. Aus nachvollziehbaren Gründen: Diese Sportart erfreut sich aufgrund seiner Dynamik, seiner Bodenständigkeit und seiner Fairness steigender Beliebtheit. Eigenschaften, die hervorragend zu unserer Marke passen, denn wir sind eine deutsche Traditionsmarke, die wie keine andere der Branche für Partnerschaft, Vertrauen und Fairness steht. Zudem ist das Publikum näher am Geschehen als bei den meisten anderen Sportarten und fiebert enthusiastisch mit. Wir stehen mit unserer Marke für diese Emotionen und profitieren so vom positiven Image dieses faszinierenden Sports!



Routinierter Tourenwagenveteran aus den Niederlanden: **NICKY CATSBURG**



Startschuss des Tourenwagen-Weltcups WTCR mit LIQUI MOLY

Endlich wieder echtes Racing für das Engstler Hyundai N LIQUI MOLY Racing Team.

Lange mussten sich Tourenwagenfans in Geduld üben, bis in Belgien nun endlich der WTCR-Welcup begann. Mit dabei: das Engstler Hyundai N LIQUI MOLY Racing Team. Es ist das erste Engagement, bei dem wir im Rennsport mit einem Werksteam zusammenarbeiten. Gemeinsam mit dem Engstler-Rennstall sind wir bereits seit Jahren in den nationalen und internationalen Ablegern der Tourenwagenmeisterschaft TCR unterwegs. Auch einzelne Auftritte im WTCR-Welcup gab es schon. Doch dieses Jahr bestreiten wir zum ersten Mal eine komplette WTCR-Saison zusammen, die aufgrund der Corona-Pandemie erst jetzt starten konnte. Dafür können sich Tourenwagenfans nun auf einen eng getakteten Rennkalender mit 16 Rennläufe in zwei Monaten freuen.

Die Zusammenarbeit zwischen Hyundai und LIQUI MOLY zeigt sich in der deutlich sichtbaren Präsenz auf den Fahrzeugen und darin, dass beide Hyundai i30 N TCR mit unserem Synthoil Racetech GT1 10W-60 fahren, einem vollsynthetischen Öl, das speziell für den Renneinsatz entwickelt wurde. LIQUI MOLY unterstützt jedoch nicht nur das Engstler Hyundai N LIQUI MOLY Racing Team, sondern ist zudem offizieller Partner der Rennserie WTCR. Daher wird unser Logo nicht nur auf den Hyundai i30 N TCR zu sehen sein, sondern auch entlang der Rennstrecken.



Vielversprechender WTCR-Neuling aus Deutschland: **LUCA ENGSTLER**



RUSSLAND

FORMEL 1



Lewis Hamilton verpasst Michael Schumachers Sieges-Rekord, manch einer kriegt die Kurve nicht ganz und am Ende freut sich der Finne Valtteri Bottas am meisten... es war ein ganz besonderer großer Preis von Russland, powered by LIQUI MOLY!

ITALIEN

FORMEL 1



Official Sponsor

© 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.

SPONSORING

RALLYE-SAISONSTART



**Streifenfrei fährt sich's
sichtlich besser – unserem
Scheibenreinigerschaum
sei Dank!**

Einen strahlenden Gesamtsieg fuhr Julius Tannert bei der Rallye Bad Schmiedeberg im ŠKODA FABIA Rally2 evo ein! Es war die erste Rallye nach der Corona-Zwangspause und gleichzeitig verspäteter Saisonstart für viele Teams. Für Julius Tannert war es zudem das Schotter-Debüt im 300 PS starken ŠKODA FABIA Rally2 evo mit Jan Enderle auf dem Beifahrersitz und natürlich LIQUI MOLY im und auf dem Auto. Herzlichen Glückwunsch!

LETTLAND

DRIFT KING OF RIGA 2020



Viel Rauch um viel Markenbekanntheit in Lettland! Als diesjähriger Hauptsponsor der Drift Master European Championship, sorgten unsere Freunde aus Lettland auf und neben der Bikernieki-Rennstrecke von Riga für ein blau-rot-weißes Actonspektakel. Abseits der Kurvenjagd konnten sich Fans von unserer Marke, unseren Produkten und unseren Merchandising-Artikeln im LIQUI MOLY-Zelt überzeugen. Und nicht zuletzt sorgte die LIQUI MOLY-Tribüne bei unseren geladenen Kunden und Gästen für beste Aussichten auf dieses gelungene Sponsoring.





NEUKALEDONIEN

BIKEEVENT

Harte Fights auf Bikes? Wir haben die richtigen Produkte und den richtigen Service, um die Fahrräder perfekt darauf vorzubereiten! Diese Kompetenz rund um unser BIKE-Sortiment präsentierten und neukaledonischen Freunde beim zweitägigen Event "SHELL PACIFIC MEGA RANDO 2020" in der Region Deva, bei dem über 1.800 Erwachsene und Kinder in acht unterschiedlichen Disziplinen an den Start gingen.



TSCHECHIEN

BERGRENNEN

Bestes Rennwetter und Deutschlands beste Schmierstoffmarke im Motor beim vorletzten Rennen der Tschechischen Bergrennen-Meisterschaften im süd-mährischen Diváky – die besten Voraussetzungen für das von unseren tschechischen Freunden unterstützte Nutrend Racing Team mit Václav Janík im Norma M20 FC Turbo, Jiří Svoboda im Lola B0351 und Marek Rybniček im Škoda Fábía R5.



SLOWAKEI

BERGRENNEN



Erfolgreicher Rennfahrer und gefragter Interviewpartner: Alles andere als slow ging Igor Drotar beim Bergrennen im slowenischen Zvolen ans Werk – powered by LIQUI MOLY!



IRAK



Auch wenn das Geschäft im Irak aufgrund vielschichtiger Probleme weiterhin schleppend läuft, gibt es hin und wieder auch Erfreuliches zu melden. So wie vom LIQUI MOLY-gesponserten Fußballclub Al Adhamiya, der bei einem lokalen Turnier mit 13 Vereinen aus dem Großraum Bagdad den ersten Platz belegte!



SLOWAKEI

BERGRENNEN



Ob beim heißen Ritt über die Berge oder beim Warten auf den Start: LIQUI MOLY-gebrandete Rennfahrzeuge sind immer eine Augenweide und sorgen optisch wie leistungstechnisch weltweit für Furore – wie auch hier beim Bergrennen in der slowenischen Hauptstadt Bratislava.



LETTLAND

NEZ DRIFT RIGA



Drifting in the rain ... nicht nur das Wetter, sondern auch die besondere Atmosphäre entlang der einzigartigen und höchst anspruchsvollen Bikernieki-Rennstrecke bei Riga sorgten für ein spektakuläres Driftevent und dank unseren blau-rot-weißen Farben auf und neben dem Rennkurs für viel Aufmerksamkeit und gute Laune ;-)



SPONSORING

SCHAD JUNIOR RACING TEAM



Eindrucksvolle Leistung vor eindrucksvoller Kulisse: Ausgestattet mit fahrerischem Können, Wagemut und unseren MOTORBIKE-Produkten, fahren die kleinen Motocrosser vom Schad Junior Racing Team bereits heute großartige Ergebnisse ein!



SPONSORING

SAISONAUFTAKT



Verspäteter Saisonauftakt der FIA European Truck Racing Championship für das von uns unterstützte Team Hahn Racing um Titelverteidiger Jochen Hahn und Newcomer Lukas Hahn. Für „Die Bullen von Iveco“ war das erste von leider nur sechs Saisonrennen auf dem Autodrom Most in Tschechien ein erster, sehnlichst erwarteter Leistungsvergleich mit der europäischen Truckrennsport-Elite – begleitet von den notwendigen strengen Hygienemaßnahmen der FIA.



SPANIEN

MOTOGP



Beim neunten Saisonrennen 2020, dem Großen Preis von Katalonien in Barcelona, war unser blau-rot-weißes Logo für Millionen TV-Zuschauer weltweit nicht zu übersehen. Und auch Marcel Schrötter und Tom Lüthi vom LIQUI MOLY Intact GP-Team legten sich beim Kampf um WM-Punkte spektakulär ins Zeug.

EXCLUSIVE LUBRICANT

*moto2*TM

+

*moto3*TM

MotoGPTM WORLD CHAMPIONSHIP



RUSSLAND

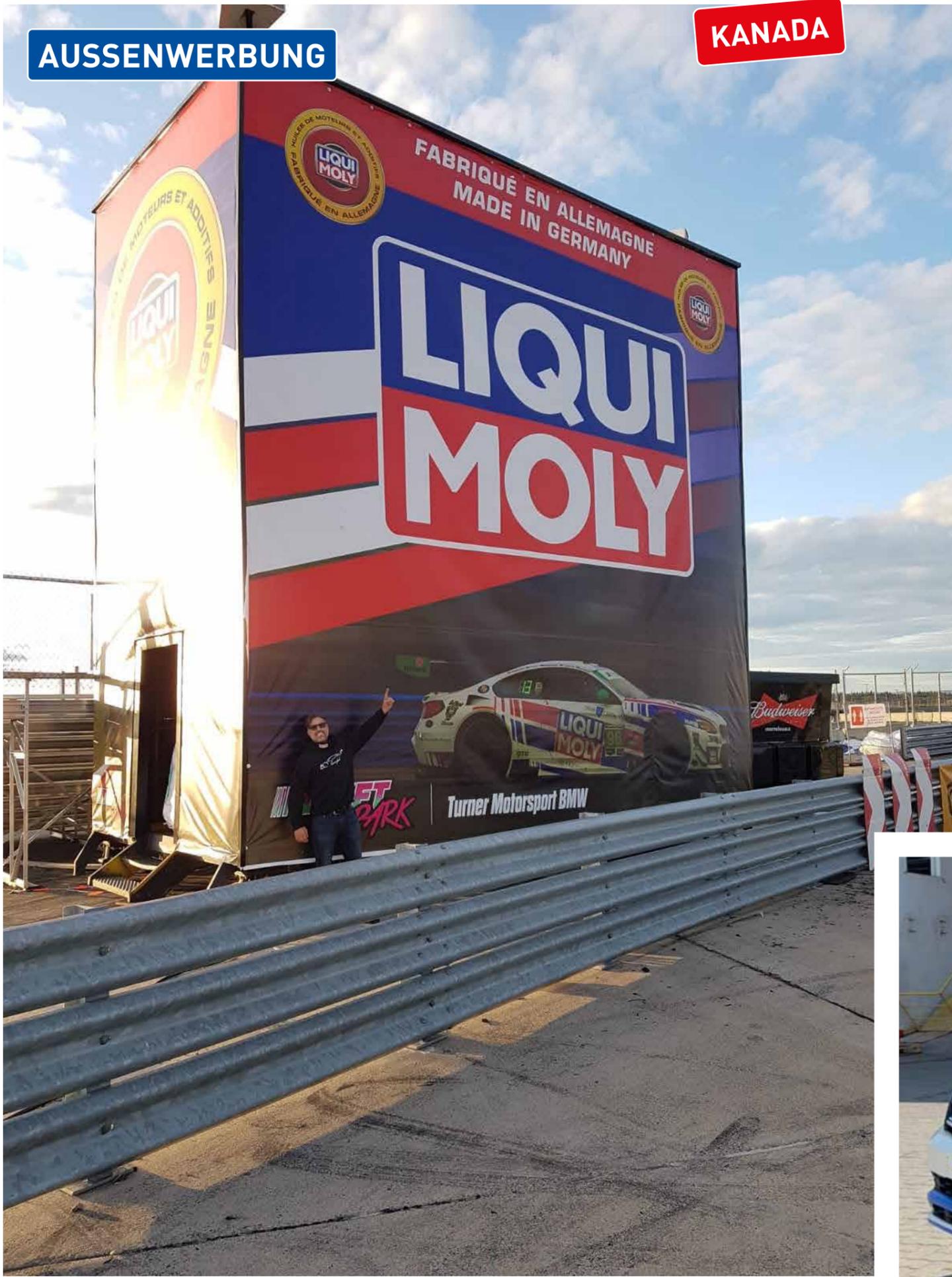


Weltweites Markenzeichen für Spitzenqualität

In vielen Ländern der Welt lagen oder liegen die Geschäfte aufgrund Corona brach. Doch die nach und nach gelockerten Beschränkungen bedeuten auch steigende Nachfrage nach unseren Produkten. Darauf müssen wir vorbereitet sein! Mit aufmerksamkeitstarker Außenwerbung zeigen wir den Kunden, wo sie unsere Schmierstoffe bekommen, um ihre mobilen Schätze wieder flott zu bekommen. Ob an der Werkstatfassade, vor und im Verkaufsladen oder mobil als Fahrzeugbeklebung: Profitieren Sie von der Bekanntheit unserer Weltmarke!

AUSSENWERBUNG

KANADA



UKRAINE



BRASIL IEN



ZEITREISE

SERVICEPRODUKTE

damals

Viel hilft viel(leicht).



Volle Kanne Öl oder Fett und die Sache wird schon laufen. Wo früher spezialisierte, hochentwickelte Schmierstoffe für die unterschiedlichen Einsatzzwecke fehlten, musste oftmals die entsprechend groß-zügige Dosierung Reibpartner vor sämtlichen mechanischen, thermischen und chemischen Einflüssen schützen – was leider nicht immer reibungslos funktionieren konnte. Hoher Verschleiß und hohe Instandhaltungs- bzw. Reparaturkosten waren die Folge.

wie heute

Erste Hilfe in
erstklassiger Qualität.

Ob an Fahrzeugen, Geräten, Maschinen, in der Werkstatt oder im Haushalt: Es kann immer Mal etwas kaputt gehen. Meistens dann, wenn es überhaupt nicht passt. Glück im Unglück: In Fällen wie diesen helfen unsere Service-sprays schnell und zuverlässig weiter. Übrigens: Viele unserer Problemlöser eignen sich hervorragend, um einen Schaden schon im Vorfeld abzuwenden. Das erspart bereits im Vorfeld unnötigen Ärger, Zeit und Kosten.



Ob kleines Wehwehchen oder großer Eingriff: Unsere LIQUI MOLY-Service-sprays sprühen vor Einsatzfreude und bieten bei jeder Beschwerde die richtige „Medizin“: angefangen bei unserem Testsieger Multi-Spray Plus 7 über Marderspray, Kältespray, Reifenreparatur-spray und PTFE Longlife Spray bis hin zum Kupferspray und unseren vielen anderen nützlichen Problemlösern aus der Dose!

TIPPS UND THEMEN

HERBSTURLAUB

Ein Stück Freiheit kehrt zurück ...

... aber nur, wenn bei der Fahrt in den Herbsturlaub folgende Tipps beherzigt werden!



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



Soviel steht fest: Auch die Herbstferien 2020 werden anders 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. Damit die Reise nicht vorzeitig auf dem Pannestreifen endet, sollte vor jeder Urlaubsfahrt ein Check durchgeführt werden. Mit nachfolgenden Tipps und den passenden LIQUI MOLY-Produkten können unerwünschte Zwischenstops und teure Reparaturen verhindert werden.



TIPPS UND THEMEN

HERBSTURLAUB



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.



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.



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.

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.



MEHR WOW
ALS SIE DENKEN:

UNSERE ERSTAUNLICHEN ALLTAGSHELDEN



HELDEN VERPASST?

Kein Problem! Hier finden Sie all unsere Alltagshelden zusammengefasst:
www.liqui-moly.de/produkte/alltagshelfer

Der Geheimtipp aus dem LIQUI MOLY-Vollsortiment z. B. gegen nervig knarrende Lattenroste im Bett: Unser PTFE-Pulverspray stellt die Nachtruhe (und somit manchmal auch den Familienfrieden) wieder her. Einfach in die Zwischenräume zwischen Latten, Bettrahmen und Lattenrost sowie Lattenrostträger aufsprühen, schon ist für schnelle Abhilfe gesorgt. Dabei hinterlässt die spezielle Trockenschmierstoff-Formulierung keinerlei öligen oder fettigen Rückstände. PTFE-Pulverspray ist nach dem Ablüften komplett geruchlos, unsichtbar sowie trocken und wirkt besonders lange an.

PTFE-PULVERSPRAY

Art.-Nr.: 3076

Universelles Gleitmittel für praktisch jeden Werkstoff, insbesondere in der Textil- und Holzverarbeitung bei Lagern, Gleitschienen, Rollen, Ketten und Gewinden. Gut geeignet als Trennmittel in der Kunststoffverarbeitung.

Superstark auch für:

- Rollladen- und Vorhangschienen
- schwergängige Schubladen bei Antikmöbeln ohne Laufschienen
- Textil- und Holzverarbeitung bei Lagern, Gleitschienen, Rollen, Ketten und Gewinden
- als Trennmittel in der Kunststoffverarbeitung



SCHLEIFPASTE

Art.-Nr.: 1556

Zur mühelosen Entfernung von verwitterten und blinden Lackschichten, groben Verunreinigungen, Lacksprühnebeln, Kratzern und Oberflächenrissen.

Superstark auch für:

- Säuberung und Restauration von Silbergegenständen



HANDPFLEGE-CREME

Art.-Nr.: 3358

Schützt und pflegt trockene, spröde und rissige Haut, speziell bei berufsbedingter Beanspruchung.

Superstark auch zum:

- regelmäßigen Eincremen im Alltag



FLÜSSIGE HANDWASCHPASTE

Art.-Nr.: 3355

Besonders mildes, hautschonendes Handreinigungsmittel für den berufsbedingten Einsatz.

Superstark auch zur:

- Reinigung stark verschmutzter Hände in Hobby und Haushalt



SUPER K CLEANER

Art.-Nr.: 1682

Reinigt Lacke, Metalle, Chrom, Kunststoffe und textile Materialien (Polster, Innenverkleidungen, Dachhimmel, Fuß- und Kofferraummatten) gründlich und schonend von Ruß, Staub, öl- und fetthaltigen Verschmutzungen sowie Bremsenabrieb, Insektenresten und Vogelkot.

Superstark auch zum:

- einfachen Abwischen von Whiteboards



PRODUKTSORTIMENT

ALLTAGSHELDEN



INSEKTENENTFERNER

Art.-Nr.: 1543

Zur schnellen und mühelosen Entfernung von Insektenrückständen auf Glas, Kunststoff, Lack und Chrom.

Superstark auch zur:

- Entfernung von Seifen- und Fettresten in Waschbecken und Badewannen



POLSTERSCHAUM-REINIGER

Art.-Nr.: 1539

Zur effizienten und gleichzeitig schonenden Reinigung und Pflege von Polstern, Velours, Autobezügen, Textilien usw. Enthält keine allergieauslösenden Stoffe und ist daher bedenkenlos im Haushalt einsetzbar.

Superstark auch für:

- Schuhe
- Teppiche



*Vor Verwendung bitte an unauffälliger Stelle prüfen.



LM 40 MULTI-FUNKTIONS-SPRAY

Art.-Nr.: 3390

Das Multitalent für Haus, Hobby, Werkstatt, Kfz und Industrie. Für Scharniere, Rollen, Schrauben, Schalter, Griffe, Bowdenzüge und vieles mehr.

Superstark auch für:

- Schlösser
- Autoantennen
- die Entfernung von Kleberresten



LACKREINIGER

Art.-Nr.: 1486

Entfernt Teer-, Schmutz-, Fettflecken und Flugrost. Reinigt, poliert und sorgt für ursprüngliche Farbtiefe. Gleicht leichte Kratzer aus.

Superstark auch zur:

- Grundreinigung an Edelstahl (bringt sogar matten Edelstahl wieder auf Glanz)

Liqui Moly mit schwarzen Zahlen in Coronakrise

Von der weltweiten Pandemie bleibt auch das deutsche Schmierstoffunternehmen Liqui Moly nicht verschont. Mit einer offensiven Strategie zur Krisenbewältigung ist der Umsatz zur Jahreshälfte trotzdem gewachsen – knapp drei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Ertrag ging zurück. Für Geschäftsführer Ernst Prost ist das kein Grund zur Sorge: „Wir haben uns durch unser entschlossenes Handeln und unsere hervorragenden Produkte am Markt behauptet und schreiben weiterhin schwarze Zahlen.“

Der Umsatz von Liqui Moly stieg zur Jahresmitte um 2,9% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Bedenkt man die globale Wirtschaftskrise und den weltweiten massiven Rückgang im Treibstoffverbrauch aufgrund des Lockdowns, ist das ein beachtlicher Erfolg im hart umkämpften Öl-Geschäft. „Unsere Produkte sind systemrelevant. Logistik, Landwirtschaft, Werkstätten, Rettungsdienste und Industrie sind auf Schmierstoffe angewiesen“, betont Geschäftsführer Ernst Prost. Den größten Effekt auf den außerordentlichen



(v.l.) Geschäftsführer Günter Hiermaier, Marketingleiter Peter Baumann, Geschäftsführer Ernst Prost sowie Alexandra Holzwarth, Assistentin der Geschäftsführung

Erfolg von Liqui Moly hatte die offensive Strategie des Unternehmens. So wurden zum Beispiel 18 Millionen Euro zusätzlich zum veranschlagten Jahresbudget in klassische Werbemaßnahmen, Print, TV und Radio, investiert. Zusätzlich wurden über 4 Millionen Euro für Rettungs- und mobile Pflegedienste in Form von Produkten gespendet.

Keine staatlichen Hilfsmaßnahmen und 36 Neueinstellungen während der Krise

„An meinen Leuten spare ich nicht!“. Zu dieser markigen Aussage steht Ernst Prost. Staatliche Maßnahmen, wie Kurzarbeitsgeld, hat das Unternehmen nicht beantragt – im Gegenteil. Jeder Mitunternehmer, so werden die Mitarbeiter bei Liqui Moly genannt, erhielt eine Corona-Zulage von 1.500 Euro. Zusätzlich wurden kurzfristig interne Abläufe umstrukturiert und die Produktion hochgefahren. Insgesamt wurden 36 neue Mitunternehmer eingestellt, um das Wachstum stemmen zu können. Das Unternehmen hat während der Krise weiterhin in mehreren Schichten gearbeitet. Wo andere Firmen ihre Mitarbeiter freistellten, war Liqui Moly voll besetzt. „Kunden und Partner können auf uns bauen. Wir sind für sie da.“

Wenn es sein muss, rund um die Uhr. Das unterscheidet uns natürlich von Konkurrenten und großen Konzernen, bei denen häufig nur die Mailbox rangeht“, bekräftigt Prost und lobt seine Mannschaft, die geschlossen hinter seinem Kurs steht. Gerade Vertriebspartner und Werkstätten profitieren enorm von den öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen des Unternehmens.

Im Plus

In Deutschland stieg der Umsatz um gut 5%. Im internationalen Markt lag das Wachstum insgesamt bei gut einem Prozent. Einige Länder, darunter China und Russland, wurden besonders hart von der Krise getroffen, was auch der Schmierstoffspezialist spürt. Aber Liqui Moly ist sowohl mit seinem Sortiment – rund 4.000 verschiedene Artikel – als auch im internationalen Abnehmermarkt breit aufgestellt. „Wir erreichen so eine große Risikostreuung, was uns als Unternehmen widerstandsfähig macht“, erklärt Günter Hiermaier, zweiter Geschäftsführer Liqui Moly.

Starkes Wachstum im Ölsegment, Motorbike und Fahrrad

Hohe Wachstumsraten konnte das Unter-

nehmen aus Ulm im Bereich der Motorenöle erreichen. Im Inland liegt hier das Umsatzplus bei 17,8%. Getriebeöle legten um 16% zu. „Öle sind unsere Kernkompetenz. Unsere Kunden und Partner schätzen die Premiumqualität und unseren exzellenten Service. Made in Germany und unser soziales Engagement kommen sehr gut an. Das bestätigt uns in unserem Kurs“, erläutert Prost.

Aber auch andere Segmente, wie die Sparten Motorbike, Boot und Fahrrad, zeigen im ersten Halbjahr 2020 ein deut-

liches Umsatzplus. Prost sagt, dass sich der Lockdown hier von der anderen Seite zeigt: „Die Menschen haben gerade Zeit, sich ihren Hobbys zu widmen. Bei all den Entbehrungen durch die Pandemie ist das eine positive Seite. Wenn die Menschen ihre Hobbys wie Motorradfahren mit Liqui Moly verbinden, dann freut mich das besonders. Sie wollen nicht irgendein Öl, sie wollen Qualität.“

Zudem hat man mit seinen spezialisierten Ölen und Additiven ein Alleinstellungsmerkmal. „Wir haben für jede erdenklichen klimatischen Bedingungen und für extremste Anforderungen das passende Produkt. Darauf verlassen sich immer mehr Kunden, von Afghanistan bis Zypern“, bekräftigt Prost.

Durch extreme Anstrengungen, soziales Engagement und solide Unternehmensführung ist Liqui Moly somit gut durch die Krise gekommen. Das Umsatzplus von rund 3% im insgesamt schwächelnden Welt- und Ölmarkt gibt dem Kurs von Ernst Prost Recht: „Gerade in der Krise müssen wir investieren. Ich bin mir sicher, dass wir so gestärkt aus der Krise hervorgehen und unseren Wachstumskurs der letzten Jahre fortsetzen können.“ *ags* ◆

MOTORÖL: MINERALISCH, SYNTHETISCH, VOLLSYNTHETISCH?

Öl-Experte Oliver Kuhn von Liqui Moly im Interview



Foto: Liqui Moly GmbH

Motoröl hat sich vom einfachen Schmierstoff zu einer High-Tech-Flüssigkeit entwickelt. Gleichzeitig ist die Zahl der Ölsorten und -spezifikationen stark angestiegen. Oliver Kuhn, stellvertretender Leiter des Öllabors bei LIQUI MOLY, sorgt für mehr Durchblick und erklärt, worauf es wirklich ankommt.

Was für Öle gibt es?

Motoröle lassen sich grob in zwei Kategorien unterteilen: mineralische und synthetische Öle. Mineralische Öle verlieren immer mehr an Bedeutung für Motorräder und Autos, weil sie nicht so leistungstark sind. Moderne Motoren verlangen dem Öl viel mehr ab als alte Motoren. Diese Anforderungen schaffen nur synthetische Öle.

Also sind synthetische Öle die besseren Öle?

Ja, aber man kann auch ein mineralisches mit einem synthetischen Öl vermischen. Solche teilsynthetischen Öle spielen aber eine immer kleinere Rolle im Markt, weil auch hier die Leistung wegen des mineralischen Anteils nicht hoch genug ist.

Klingt kompliziert. Aber dann sind wenigstens alle synthetischen Öle ähnlich?

Leider auch nicht. Es gibt zwei verschiedene Arten, wie synthetische Öle hergestellt werden können. Bei der einen Art erhält man am Ende ein sogenanntes PAO-Öl. Das ist das klassische synthetische Öl, wie es in den 1970er-Jahren auf den Markt kam. Es ist chemisch sehr rein und damit sehr leistungstark, aber auch sehr teuer in der Herstellung. Bei der anderen Art wird das Öl durch Hydro-Cracking hergestellt, weswegen diese Öle im Fachjargon auch HC-Öle genannt werden. HC-Öle sind moderner und kamen in den 1990er-Jahren auf. Sie bieten heute die bestmögliche Leistung für alle modernen Motoren.

Soll ich besser ein PAO-Öl oder ein HC-Öl nehmen?

Diese Wahl gibt es oft gar nicht. Fast die gesamte Ölentwicklung findet heutzutage auf der Basis von HC-Ölen statt. Viele

Ölspezifikationen können nur mit HC-Ölen erfüllt werden.

Woran erkenne ich, um was für ein synthetisches Öl es sich handelt?

Das ist gar nicht so einfach, denn es gibt hier keine einheitlichen Begrifflichkeiten. In den USA beispielsweise dürfen sowohl PAO-Öle als auch HC-Öle als vollsynthetisch bezeichnet werden, bei uns in Deutschland aber nur PAO-Öle. Deswegen kennzeichnen wir unsere HC-Öle mit dem Begriff „Synthese Technology“. Andere Ölhersteller verwenden Begriffe wie „100% synthetic“ oder „synthetic mix“, wo nicht klar ist, was damit gemeint ist.

Das ist ganz schön verwirrend.

Stimmt. Aber die Frage, welches synthetische Öl es nun tatsächlich ist, ist für Motorradfahrer und Werkstätten im Grunde egal. Es geht nicht darum, welches Öl vermeintlich besser ist. Entscheidend ist, dass das Öl die Spezifikationen erfüllt, die der Motorradhersteller für sein Modell vorgibt. Das steht im Handbuch des Autos oder man nutzt unseren kostenlosen Ölwegweiser unter www.liqui-moly.com.

Wenn die Spezifikation stimmt, ist es also egal, ob es ein PAO-Öl oder ein HC-Öl ist?

Richtig. Ohnehin kommt den Additivpaketen eine immer größere Bedeutung zu. Sie sind heute der wichtigste Bestandteil eines Motoröls neben dem eigentlichen Öl. Sie sind es, die für einen großen Teil der Leistung des Motoröls sorgen. Bei einigen ganz modernen Motorölen ist das eigentliche Öl kaum mehr als nur noch die Trägerflüssigkeit für die Additivpakete.

Warum gibt es dann immer wieder Diskussionen darüber, welches synthetische Öl das bessere ist?

Das ist ein Echo aus der Vergangenheit. Als die ersten HC-Öle vor 30 Jahren aufkamen, war der Qualitätsunterschied zu PAO-Ölen noch größer. Aber das ist lange her. Kein Experte würde heutzutage eine solche Diskussion führen.



RALLYAUTO WDM MOTORSPORT IN KLEUREN LIQUI MOLY

Geplaatst op: 23 september 2020, 15:33 door: [Emil Peeters](#)

DOMEIN: ALGEMEEN

LEESTIJD: <1 MINUUT

Als blijk van erkenning voor de kwaliteit van de motoroliën en vloeistoffen van Liqui Moly heeft WDM Motorsport uit Assendelft een van zijn rallyauto's die uitkomen in de Peugeot 206 Rally Cup getooid in de kleuren van Liqui Moly.

"In de racerij is er geen plaats voor fouten. Wie dan niet met de beste olie rijdt, kan dan al een probleem krijgen", zegt Peter Wieringa, oprichter en eigenaar van WDM Motorsport, dat al jaren vertrouwt op de oliën en andere vloeistoffen van Liqui Moly. "We hebben er gewoon de beste ervaring mee."

Additief

In de motor gaat de Synthoil Race Tech GT1 10W-60 van Liqui Moly, "een echt betrouwbare olie die lang meegaat", aldus Peter Wieringa. Hij voegt ook het additief Cera Tec toe, dat de wrijving in de motor vermindert. Minder wrijving betekent niet alleen minder slijtage, het verlaagt ook de temperatuur. Om dezelfde reden voegt hij ook Cera Tec toe aan de transmissieolie. "Dat beschermt het materiaal ook bij extreme belasting."

Bevestiging

"We zijn erg blij dat we zo'n trouwe en overtuigde klant kunnen ondersteunen", zegt Sander Pelle, accountmanager Nederland bij Liqui Moly. "Dit is voor ons ook een mooie bevestiging van de kwaliteit van onze oliën en additieven en draagt enorm bij aan de naamsbekendheid van Liqui Moly in Nederland."



طلقة بدء سباق كأس العالم للسيارات WTCR بمشاركة شركة LIQUI MOLY

كان على عشاق سباق السيارات **Tourenwagen** التحلي بالصبر: أخيراً ستبدأ نهائيات كأس العالم لسباق السيارات **WTCR** في نهاية هذا الأسبوع. بمشاركة فريق إنجستلر هوانداي مع شركة ليكوي مولي للسباق **Engstler Hyundai N LIQUI MOLY Racing** هذه هي المرة الأولى التي يعمل فيها اختصاصي الزيوت والمواد المضافة شركة ليكوي مولي **LIQUI MOLY** مع فريق عمل في السباقات. جنباً إلى جنب بالتعاون مع فريق سباقات **Engstler**، شاركت **LIQUI MOLY** منذ سنوات في الفروع المحلية والدولية لبطولة السيارات السياحية **TCR** لسنوات. كانت هناك أيضاً مشاركات فردية في كأس العالم لسباق السيارات **WTCR**. هذا العام، ولأول مرة، سيتم التنافس على موسم كامل لسباق العالم للسيارات **WTCR**. بدأ هذا الآن بتأخير بسبب وباء كورونا كوفيد 19. في المقابل، يمكن لعشاق سباق السيارات التمتع أكثر بسبب جدول السباق المتتالي بوقت قصير بين السباقات: 16 سباقاً في شهرين.

سائق السيارة المخضرم نيكى كاتسبيرغ من هولندا ولوكا إنجستلر من ألمانيا يقودان لفريق سباق إنجستلر هوانداي- ليكوي مولي **Engstler Hyundai N LIQUI MOLY Racing Team**. على الرغم من كونه يبلغ من العمر 20 عاماً فقط، فقد حقق هذا الأخير بالفعل العديد من مراكز التتويج في مسابقة **TCR**. كلاهما سوف يخوض السباق في سيارة **Hyundai i30 N TCR**.

يتجلى التعاون بين **LIQUI MOLY** و **Hyundai** من ناحية في الظهور المرئي بوضوح على السيارات ومن ناحية أخرى في حقيقة أن وحدتي السيارات هوانداي **Hyundai i30 N TCRs** من **LIQUI MOLY** **Hyundai i30 N TCRs** إنه **Synthoil Racetech GT1 10W-60**، وهو زيت اصطناعي بالكامل تم تطويره خصيصاً للاستخدام في مضمار السباق.

شركة **LIQUI MOLY** لا تدعم فقط فريق سباق **Engstler Hyundai N LIQUI MOLY** فحسب، بل هي أيضاً الشريك الرسمي لسلسلة سباقات **WTCR**. لذلك، لن يتم رؤية الشعار باللونين الأزرق والأحمر على **Hyundai i30 N TCR** فحسب، ولكن أيضاً على مضمار السباق.

FRANKREICH

Actualités Additifs & lubrifiants

Liqui Moly frappe fort en Handball

17 septembre 2020

Par [La rédaction](#)



Déjà partenaire de ce sport populaire au travers de la Liqui Moly Handball Bundesliga, le spécialiste des lubrifiants et additifs devient partenaire de la Ligue des Champions de la Fédération Européenne de Handball (EHF).



À côté des sports mécanique, Liqui Moly s'implique encore plus dans le handball grâce à son partenariat avec EHF. La marque sera donc visible sur le sol des salles que sur les panneaux multimédia. La saison EHF a démarré le 16 septembre 2020 et se déroulera jusqu'au 13 juin 2021. Liqui Moly est aussi présent en Formule1 et MotoGP, mais aussi en athlétisme et dans le ski.

« Le handball devient de plus en plus populaire. C'est un sport difficile, enraciné localement et qui se joue avec fair-play. Ces caractéristiques correspondent parfaitement à notre marque, explique Peter Baumann, directeur marketing. Nous sommes une marque allemande traditionnelle, qui porte les valeurs de partenariat, de confiance et d'équité comme aucune autre dans notre branche. Le public est plus proche de l'action que dans la plupart des autres sports et il vibre avec les clubs. Nous voulons encourager ces émotions avec notre marque et bénéficier de l'image positive de ce sport. Tout comme l'EHF bénéficie de l'excellente réputation de notre marque made in Germany.»

Products

Glowing green motor oil



GROSSBRITANNIEN

Liqui Moly's Molygen motor oils help auto repair shops turn a normal oil change into a special service

These are motor oils that really stand out from the crowd – not only technically, but also in terms of colour. Liqui Moly Molygen motor oils are bright green. With them, auto repair shops can set themselves apart from the competition and impress its customers.

The green colour is related to the special wear protection technology of Molygen motor oils. Special "friction modifiers" are used. These are chemical ingredients that smooth the metal surfaces in the motor and even out microscopically small bumps. This reduces friction in the engine and therefore fuel consumption, too. They also provide protection from wear and tear. In fact, compared to conventional motor oil of the same quality, they reduce wear and tear by up to 30 percent.

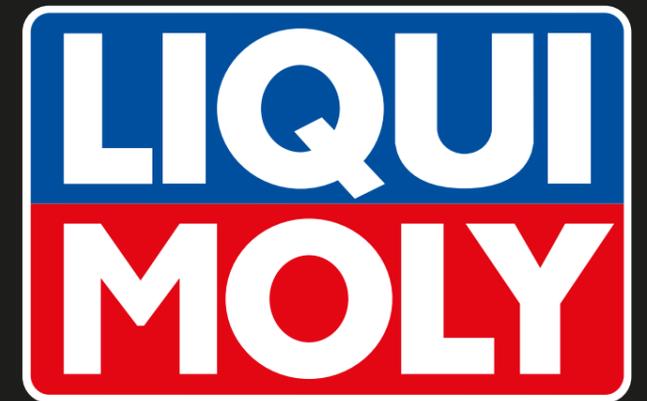
This is particularly important in urban traffic with its many start-stop phases. When the motor stops at the lights, the lubrication also stops. This means there is a risk of increased wear at the next start. This is where the extra protection by Molygen pays off. This protection increases the service life of the motor and reduces the risk of breakdowns and repairs.

Beyond their technical properties, Liqui Moly's Molygen oils are also a good marketing tool for auto repair shops. Many of their customers do not have a special relationship with oil. It is put into the engine, does its work there in secret, and has to be changed at some point. The unique green colour of the Molygen oils will surprise the drivers when they are allowed to watch the filling process. Together with the explanation that the green stands for special wear protection, the workshop can offer an oil change that turns the exchangeable service into something special. This reduces price pressure and strengthens customer loyalty.

The Molygen oils are available in a wide range of viscosities, from a thin 0W-20 to a thick 5W-50. To find out which oil is the right one, simply click on the oil guide of Liqui Moly. There you only have to enter the make, model and engine and you will get an overview of the suitable oils.

This is important, because nowadays oils are like liquid spare parts that have to fit the corresponding engine exactly. Using the wrong oil is like installing the wrong replacement part. In extreme cases, the engine may suffer total failure after only a few miles.

LIQUI MOLY SCHAFFT DIE ZEHNSATION



**MOTORÖLE
ADDITIVE
FAHRZEUGPFLEGE**



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

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!

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

Bleiben Sie gesund!

Ihr Ernst Prost



www.my-liqui-moly.de

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:
16. 10. 2020

www.liqui-moly.de/unternehmen/monatsmagazin

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

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



Fotos auswählen
und benennen.
Einwilligungserklärungen
ausgefüllt zuschicken.



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



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

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