



PICTURES AND STORIES

FROM OUR LIVES 07.2020



Photo: Bernhard Huber

Hard work - our key to success



Liebe LIQUI MOLY-Freunde,

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

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

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

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

Gemeinsam schaffen wir das!

Jörg Witopil

Jörg Witopil
(Copywriter)

Niklas Döhning

Niklas Döhning
(Graphic Artist)



Photo: Holger Karkheck

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

"Lame lemmings?"

LIQUI MOLY managing director Ernst Prost on herd instinct and revolutionary

Ladies and gentlemen!

A thing does not become right or wrong because many or few people do it one way or another - or the other way around when evaluating right or wrong, herd instinct, public opinion and a prevailing world view are not necessarily helpful. Often enough the "lonely callers in the desert" were heard and honored - but only after they were laughed at before... By the way, the same applies to inventors. Humans have difficulties with new things, preserving what we are used to and just not changing anything - that is what we humans prefer. "We've never done it this way before!", "It didn't work before!", "Nobody else does it!" - These are the usual killer phrases with which one likes to strangle the new and different with references to the past, opinions and majorities. When everyone is doing the same thing, variety and diversity suffer from a lack of imagination and monotony. Necessary change / renewal / improvement also does not take place without a spirit of optimism and courage, so rather variety than monotony! There is no such thing as a simple-mindedness! And long discussions are also foolish.

The lonely caller in the desert is a beautiful picture. Just like the fish that swims against the current. They say only dead fish swim with the current. Trying things out is part of a lively corporate culture and it is better to take a risk with the chance of failure than to dare nothing at all. The world is changing, and you have to go with it if you don't want to be left behind. Countless companies that have refused to progress are lying on the

dump heap of history. WE, too, have to keep reinventing ourselves. We have to go new ways, try new things. This is another way to remain predictable - 'as a company that always has new ideas'. Read our latest issue of pictures and stories then you know what I mean.

We don't have to act like revolutionaries every day (actually why not?) but a little less administration and more creativity would be fine with me. We are all responsible for this, not only the research and development department or our politicians and ministries. After all, it's also about our future, and if you are worried about your own future you should put your worries aside and instead develop thoughts and impulses on how we can shape this future together. As a company, a society and an economy. I don't like this worried frown with reference to the oh so uncertain future. Fear paralyzes and the lame do not move.

We will remain successful and we will take action!

Yours
Ernst Prost



Photo: Holger Karkheck

Money is available - work is missing. Bring investments forward!

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost on the obligation to invest

Ladies and gentlemen,

if everyone stops consuming and investing now than we can close the company... I'm a friend of saving but please not now! Now we have to invest and produce goods, so that we don't produce more unemployed people... I've written it before: Our infrastructure is dilapidated, just like our schools, bridges collapse, roads look like after an earthquake and digital highways can be found abroad - but not here. Work is available and more than enough. Money is also available, more than enough. Laying off people now and making cuts to save money will damage the entire economy. What and how should an unemployed person with no income buy? Whose products or services? The fear (and the reality) to lose a job is already big enough. This bad situation doesn't have to be aggravated by announcing & implementing job cuts and refraining from investments, this applies equally to companies and the public sector. Just as the state is now asked to award contracts, the same applies to every company in our country. Otherwise, a terrible downward spiral will get underway. It is the task of politicians and managers to move the spiral in the other direction - towards an upswing! Invest, place orders and produce so that everyone can consume, this is the only way to avoid unemployment and bankruptcies. Saving and omitting everything possible is poison for the economy and jobs. How should tax revenues

gush back, if not through productivity, income and consumption?

Anyone who rejects this thinking and refuses this task first of all damages the national economy and in the next step also himself, because at some point unemployment will also affect his own company - and at some point the whole country. WE, in our company, have decided to even bring forward investments now in order to make our modest contribution to this necessary development for our economy!

Our current investments are of course being carried out consistently and according to plan, everything else would be counterproductive. An investment stop harms other companies that live from orders as we all do, and because we all live in a cohesive system, selfish behavior such as investment stops and layoffs ultimately harm ourselves and each individual. Anyone who now steps on the brakes as a nitpicker or small minded person will cause a multiple crash. Whoever steps on the gas, gets the economy going, and that is what we urgently need now and what WE are doing.

I wish us all a wonderful week.
Sincerely,

Yours
Ernst Prost

CIRCULAR FROM ERNST PROST

"Pulling (yourself) together"

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost on getting down to work instead of waiting out the problem

Dear co-entrepreneurs,

It's really complicated enough as it is. Nowadays, nothing is simple and problem-free anymore. Our business and our work are increasingly hampered by all kinds of bureaucratic and regulatory hurdles. So we don't have to complicate things ourselves, make a huge fuss about nothing, or get excited about things that are really don't get us anywhere. Concentration on the essentials, on our business, on our customers and on our brand – and thus on our livelihood and survival – that is what I expect from us in general, not just during the corona crisis. Please do not be distracted from this straight and narrow path!

The greatest chance of success for a winning strategy lies in its vigorous implementation ... The best plan is of no use if its realization is only half-hearted. It is essential to think AND act. A certain amount of perseverance, and even a healthy amount of tenacity, is beneficial. Don't give up – never, even if difficulties present themselves! Especially not when problems crop up. Stay on track and keep fighting! This in turn requires that you are convinced of your own ideas and visions, of your task and mission. You have to believe in what you're doing ... and, even better, also in yourself. Our house is well ordered and to keep it that way, we have to work, build and slave away. Hoping and waiting, or indulging in clever talk, are definitely not enough. We must parry the upheavals and transformations in our surroundings. Ducking for cover and hoping that everything stays the way it has always been (or simply gets better by itself) is childish. It is better to analyze relentlessly what is going on (or is going wrong) and then optimize, act, and tackle the job energetically. Errors should be faced head-on and eliminated thoroughly. It should

never be a blame game, but always about continuous improvement.

Our overall economic and entrepreneurial development exhibits not only strengths, but also all kinds of weaknesses and dangers too – these are exactly the points we must tackle and improve! Problems do not go away by waiting them out. And you can't impress anyone with the "old junk" of yesterday and yesteryear. Life is constant change – whether we like it or not. And if you don't keep up with the times, you get left behind ... In this regard, we have a healthy mixture of "old hands" and "spring chickens". Routine and new beginnings. Experience and fresh ideas. I love this healthy mixture in our team.

If we want to do ourselves some good as well – which is not a bad thing – we must first do what is necessary: Generate sales, expand earnings, control costs, and develop sustainable concepts and strategies. We must never forget, because of all the bureaucracy imposed on us from outside, and because of similar strivings that arise within ourselves, that the company only thrives if we do our work prudently and energetically every day.

If we only deal with the Economic Affairs Committee, Compliance Officer, General Data Protection Regulation and the like and, in addition, invent all kinds of self-serving busybody programs, we will not have time for the important work with products, customers, production processes, suppliers and competitors. So before we dedicate ourselves to any voluntary "fun and games" and set off on new "heroic missions", we always first have to order our affairs in the best possible way and radically improve things that are not going well, in order to master our core business. That gives us work



enough. And that is what we are measured by and not by the volume of hot air and background noise that we can produce but that does not get us one inch farther. We are not a huge conglomerate or a government body, but a hard-hitting horde!

If you read the newspaper, you will (even in non-crisis situations) always come across headlines like: "Headcount reductions – for greater profit" or "Job cuts due to structural change". In truth, here one has dozed through developments or basked in the success of past times, instead of changing course soon enough and pulling (oneself) together at the same time. We don't want all this to happen to us, so I say "Beware of beginnings"! Please – especially in times of problems and even more in times of success – do not let up in our efforts and our performance! It is easier to win a competition with hardened muscles than if you are on your last legs. Fit and crisis-proof – that's how I see us.

I can only quote the following thoughts on securing the future of our company: There are things we know we know. Then there are things we know we don't know. And third, there are things we don't even know we don't know ... Surprise!

Or, in other words: You only see what you know. Not only possibly but certainly, there are things that we do not know and of which we are not aware. So how are you supposed to prepare for that? The answer: Stay wide awake every day, concentrate on the essentials, get the job done, and don't get distracted by unnecessary gimmicks. Stay modest and recognize what is within your grasp. Look where the journey is going, react consistently to changes, and don't be afraid of change, but see it as an opportunity. And never make the same mistake as the donkey who went out to dance on the ice because he felt he was doing so well ...

Yours,
Ernst Prost

CIRCULAR FROM ERNST PROST

"Anything that can go wrong will go wrong ..."

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost on how to handle a crisis

Dear colleagues,

Something stupid or bad always happens ... Anything that can go wrong, will go wrong ...

But first for something completely different: You have probably noticed that every day at lunchtime I have a plane with our advertising banner in tow flying over Ulm and especially over our company. A little greeting to our hometown and a big thank you to all of you!! And great fun for only € 250 a pop :-)) :-)) But let's get down to the topic for today:

A company is like a human body. There are strengths and weaknesses. And sometimes diseases ... Some characteristics of the body lead to high performance and other characteristics lead to discomfort, pain or even death. Our task is to build up the strengths and eliminate the weaknesses. Just doing one thing and not doing the other doesn't really help – no matter which side you turn to. It is important to continue to emphasize the strengths while eliminating the weaknesses. I think we do this well, because we are also very honest and ruthless with ourselves when we analyze our strengths and weaknesses. There's no point in sugarcoating a problem.

From time to time, there are also illnesses, then neither the body nor the company is as it should be and as you would like it to be – and sometimes everything just comes thick and fast. But diseases are also part of life and the development of a company. And as with any good, responsible doctor, the diagnosis should be before the treatment. Is the disease a pimple on the buttocks, which is not nice and also quite annoying, but does not need further treatment because it is not life-threatening, or is the clinical picture a dangerous change in the whole organism,

the whole company? Then of course you have to approach the matter differently. And this is exactly where we are now! Corona is giving us an extremely hard time.

Some diseases can be lived with, some must be treated, others must be eradicated root and branch, so that they do not cause even greater damage. Nothing should be taken lightly. Many a pimple has developed into a tumor. Therefore, always keep a close watch and intervene in good time! "Prevention is better than drilling" – you all know that old dentist motto. And "Beware of beginnings" – one of my favorite guiding principles – you also know.

As with any illness of the body, the soul and also the spirit, it is also important for the company to always remain optimistic, to hope for the best, not to give up, and to do everything to get well again. Illnesses are part of life and crises are part of business. As far back as I can remember, there was always something that you didn't necessarily want, couldn't use, but that happened nevertheless. My strategy: Don't panic, complete your tasks in a calm and objective manner, and solve the problems energetically. Get the job done with perseverance and confidence, diligently and highly motivated every day – if possible, also cheerfully and with a sense of humor. Inform yourself, learn, look ahead, and then tackle the task vigorously. And that is what I recommend we all do.

Murphy's Law, as stated in the headline, will thus lose its terror. If you are aware of the situation, you can adjust to it and you will not be disappointed or surprised. It's all a question of your attitude to life and work and, of course, a question of your mindset. The way I see it, what with corona and lockdown,



we're not very healthy right now. That's why we have absolutely no time to rest, no reason for satisfaction, and certainly no justification for amusing ourselves with fine fretsaw work – we need to get out the chainsaw, dear colleagues! I like things to be perfect, friends, and not half-hearted ... What's more, I am a very bad loser :-)) – I always want to win, together with you and our business FRIENDS all over the world!

And therefore I ask you to always think projects and activities through from the end as well as from the beginning. In other words, in terms of the result, in terms of the effects of our decisions for all those involved. Of what happens as a consequence when you start something. (Or don't do something). Please think carefully about what it means for us in the long term before everyone runs off. (Or stands still.) What will a project cost in total? How long will something like this take? What is to be done? What does the decision mean for us and for our customers? And the crucial question: Is it even necessary and sensible? Planning horizons are usually too short-term. If things then go wrong or we are surprised by something unplanned, this will be a case of "if you fail to prepare, you are preparing to fail" ... Please think three times before you start with anything: what is the issue, what could happen, what the whole thing means, what it benefits us, and what has to be done to reach the goal! Even our resources are finite ... Time is money, and every form of waste is a sin.

At the moment, we are tormented by all kinds of unpleasant constraints. Essentially, all the upheavals can be traced back to the corona virus and the decisions and reactions of global politics that went along with it. The fear of fear itself ... the panic over panic, and the all-too-human but sometimes even irrational behavior: The disease, the economy and psychology ... We now have another fine mess in the form of an economic crisis. There's no denying it: Collapsing profit in almost all industries, at thousands of companies. Losses, bankruptcies, short-time work, redundancies. Individuals, companies and whole countries are being sucked into a terrible downward spiral.

What to do in a crisis? Absolute concentration on the essentials! No unnecessary little games. No wasting of time and money. And no time to chase white elephants or build castles in the sky. We now need the pragmatists, the workers, the makers and shakers. "All hands on deck" is the term used when a crisis means that every single worker is urgently needed – precisely to solve that crisis. I'd like to make this very clear: If we don't deliver 100% peak performance over the next few months, then we're scrap ... So please carry on fighting together with me as splendidly and passionately as you have done since the outbreak of this crisis! For this, you have my heartfelt gratitude!

Yours,
Ernst Prost

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'E. Prost', written over a white background.

„Jobgarantie, Radio und Gitarre“

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

Verehrte Kolleginnen und Kollegen!

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

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

Weil wir Deutschen in diesem Frühling brav zu Hause sitzen, hören und sehen unsere Werbung auch mehr Menschen/Kunden als zu anderen Zeiten. Und: Weil viele andere Unternehmen nichts oder nicht viel machen, stechen wir auch signifikant aus dem Kreis der Werbetreibenden (und aktiven Firmen) hervor. Drei gute Gründe für die dreifache Werbepower von Liqui Moly! Bei der derzeitigen desolaten wirtschaftlichen Lage ist dies aber auch notwendig – damit überhaupt noch etwas geht! Gehen muss bei uns keiner. Das habe ich Ihnen versprochen. Meine Jobgarantie für Sie ist unumstößlich. Genauso unumstößlich wie unser Bekenntnis zum

Standort Deutschland und zu unserer Verantwortung für Arbeitsplätze – in unseren Firmen in Ulm und Saarlouis, in unseren Auslandsgesellschaften genauso wie bei unseren Kunden in der ganzen Welt. Jobgarantie, Radio und Gitarre - welch ein schönes & funktionierendes Gesamtkonzept. Ich liebe es!

Ich wünsche Ihnen einen schönen Feiertag!
Ernst Prost




Photo: Holger Karkheck

Aufbruch Zukunft / Ein Preis für Pioniere / Ideen die bewegen

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

Liebe Mitunternehmer!

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

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

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

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

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

Ihr
Ernst Prost




Find the complete Focus article on the next page for reading.

Ein Preis für Pioniere

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

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

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

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

Die Regeln des Wettbewerbs

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

Bewerben kann sich jedes Unternehmen (egal, ob Start-up, Mittelständler oder großer Konzern), das seinen Sitz oder eine Niederlassung in Deutschland hat – und dort seine jeweilige Innovation, mit der es sich bewirbt, entwickelt hat. Die

Teilnahme an dem Wettbewerb um den FOCUS-Innovationspreis ist kostenlos. Für Bewerbungen steht online ein Portal bereit unter: www.focus-magazin.de/ideendiebewegen.

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

Preis im Wert von einer Million Euro

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

#Aufbruch Zukunft

Die Jury

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



Jens Spahn

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



Monika Schnitzer

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



Ernst Prost

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



Ina Remmers

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



Victoria Ossadnik

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



Wolfgang Jenewein

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



Matthias Mey

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



Valentin Stalf

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

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



KRISENGEWINNER

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

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

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

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

Crisis? What Crisis?

Ihr

Florian Boitin, Chefredakteur
boitin@playboy.de

WIE GEFÄLLT IHNEN DIE AKTUELLE AUSGABE?

Schreiben Sie mir Ihre Meinung unter boitin@playboy.de. Und bestellen Sie Ihr wöchentliches Update unter www.playboy.de/newsletter



SCHLOSSHERR UND HARLEY-FAN

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

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



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

 INTERVIEW

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

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

ZWEI UNIKATE

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

D

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

Herr Prost, Sie wurden schon als „Robin Hood der Wirtschaft“ betitelt oder als edler Ölprinz ...

... im „Handelsblatt“ stand gerade „der rote Kapitalist“.

Welches Etikett passt denn am besten auf Sie?

Ich hasse Etiketten. Ich hasse Schubladen. Ich hasse Vorurteile. Ich hasse alles, was versucht, Menschen festzunageln. Ich bin ein Mensch mit vielen Seiten. Und darum mag ich überhaupt kein Etikett.

Welche Seite mögen Sie an sich am liebsten?

Die des verantwortungsvollen, empathischen Visionärs mit Träumen, aber auch mit klaren Zielen und einer klaren Strategie. Das ist, was ich am meisten an mir mag. Zu verbinden. Unternehmerische Aktivität mit gesellschaftlichem Nutzen. Geld verdienen ja, aber ohne es anderen Leuten wegzunehmen.

Würden Sie sich als Gutmenschen bezeichnen?

Als sehr guten Menschen sogar. Dennoch: Sie teilen verbal immer wieder mal deftig aus. Sind Sie auch gut im Einstecken?

Nein.

Das überrascht ...

Als junger Mensch war ich sportlich, habe Fußball gespielt, unterste Liga, Absteigen ging nicht. Ich bin auch Marathon gelaufen. Und ich habe geboxt. Und da habe ich zum ersten Mal in meinem Leben festgestellt, ich bin tausendmal besser im Austeilen als im Einstecken. Andererseits muss man beim Boxen aber auch einstecken können. Ich habe gelernt, dass Offensive und Defensiv zwei Seiten einer Münze sind. Man muss beides beherrschen.

Wie oft waren Sie im Berufsleben auf den Brettern und mussten dann wieder aufstehen?

Das ist genau der Punkt. Wenn man auf dem Boden ist, muss man wieder aufstehen. Das ist eine Lehre, die ich aus dem Boxen mitgenommen habe. Wir haben mit Liqui Moly bisher keinen einzigen Niederschlag erlebt, aber wir sind getaumelt, wir haben in den Seilen gehangen. Aber wir standen immer. Und ich persönlich auch. Also auch mal angeschlagen so wie zwölfte Runde gegen Klitschko (lacht). Aber nie aufgeben, nie Handtuch werfen, nie auf den Brettern liegen bleiben. Sondern sich wieder hochkämpfen und weitermachen.

Sie waren schon „Macher des Jahres“, „Automarkt-Manager des Jahres“ oder auch „Mutmacher der Nation“. Welche Auszeichnung bedeutet Ihnen am meisten?

Eigentlich keine. Ruhm und Ehre vergehen. So wie das Geld. Das sind alles Dinge, auf die ich nicht aus bin. Die wirklich entscheidenden Dinge eines Menschen sind nicht seine Titel und seine Auszeichnungen, sondern seine Taten.

Apropos Taten. Wie schon in der Finanzkrise agieren Sie auch diesmal antizyklisch. Während andere Kosten senken und nach staatlicher Hilfe rufen, zahlen Sie an Ihr Team eine sogenannte Erschwerniszulage von 1500 Euro je Mitarbeiter.

Richtig. Und wollen in diesem Jahr zehn Millionen Euro mehr für Werbung ausgeben als geplant ...

Kennen Sie die Musik des Radiospots? Gut, gell?

Äh, ja ...

Das sind ein bisschen AC/DC-Anleihen.

Klingt wie ein Biker-Soundtrack.

Das bin ich. Die klaren Gitarren-Riffs, das ist gut. Das ist mein Lieblingslied. Gleich nach „Highway To Hell“ (lacht).

Warum kann Ihnen die Krise nichts anhaben? Was machen Sie anders als die anderen?

Was in drei Teufels Namen soll man denn jetzt in so einer Krise anderes machen, als Gas zu geben und anzugreifen? Wenn ich jetzt hier nur zurückziehe, dann verschlimmere ich doch die Auswirkungen dieser Krise noch viel mehr. Jetzt ist Gegenwehr gefragt. Ich muss mich doch jetzt mit aller Kraft in die Schlacht werfen.

Angriff ist also die beste Verteidigung?

Da unten in der Schublade (zeigt auf den Couchtisch) ist meine Blaupause für Krisen. Es ist natürlich auch ein perfekter Zeitpunkt, um die Konkurrenten anzugreifen. Wir leben in einem wettbewerbsintensiven Umfeld. Und nachdem es jetzt meine lieben Wettbewerber vorziehen, zu Hause zu bleiben, Home-Office zu machen, Kurzarbeit anzumelden, die Budgets zu streichen, ist das für mich die Gelegenheit zum Angriff.

Sie haben einen vorformulierten Krisenplan?

DER BURGHERR

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



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

Was unterscheidet die Corona-Krise von der damaligen Finanzkrise?

Vieles. Bei der Finanzkrise damals ging es um wirtschaftlichen K.o., also nur um Geld schlussendlich. Aber jetzt geht's um Leben und Tod. **Sie sind Anfang 60. Wovor haben Sie mehr Angst: sich mit dem Virus zu infizieren oder vor den wirtschaftlichen Folgen?**

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

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

Das wollen die nicht. Dann müssten sie ja auch das Kapitalrisiko tragen. So, wie es jetzt aussieht, werden wir heuer womöglich Verlust machen, zumindest aber keinen großen Gewinn. Und das wäre für manche Leute persönlich dann nicht so leicht zu schultern. Es ist noch nicht

jeder bereit, Unternehmer zu sein mit eigenem Investment. In Deutschland haben wir, glaube ich, insgesamt nur noch drei Prozent der Hochschulabgänger, die sich selbstständig machen wollen.

Woran liegt das?

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

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

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

Sie haben 2018 Ihre Firmenanteile an die Unternehmensgruppe Würth verkauft ...

Da geht es um eine langfristige Absicherungsstrategie. Egal, was mir passiert, der Firma passiert nichts. Warum Würth? Wir hatten Angebote von Shell, von Esso, von Mobil, von BP, alle wollten uns kaufen.

Und dann aussaugen und filetieren. Das kam für mich nicht infrage. Würth ist eine Stiftung. Die Firma ist also geschützt vom Zugriff von außen. Und da hab ich gesagt, in diesen Firmenverbund von 400, 500 Unternehmen passen wir mit Liqui Moly super rein. In der Eigenständigkeit mit unserer eigenen Unternehmenskultur, gewachsen in 60 Jahren, sind wir in dem Flottenverband Würth tausendmal besser aufgehoben als in irgendeinem großen Laden, der uns entmannen, entseelen und entbeinen will.

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

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

Wie lange wollen Sie noch Mr Liqui Moly sein?

Das ist eine gute Frage. Ich fürchte, ich werde irgendwann mal in meinen Cowboystiefeln sterben, und der Schädel wird auf die Schreibtischplatte knallen. Weil ich halt nicht loslassen kann. Liqui Moly, das ist schon wie eine Droge. Für mich ist die Arbeit ein Lebenselixier. **Woran sollen sich die Menschen einmal bei dem Namen Ernst Prost erinnern?**

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

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

Ein Priester muss das Zölibat beachten. Das wäre jetzt wieder nichts für mich (*lacht*). Ich möchte mir aber auch nicht anmaßen, von der Kanzel runter zu predigen wie die Leute zu sein haben. Ich bin vielmehr davon überzeugt, dass man durch Vorleben mehr bewe-



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

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

gen kann. Mir gefällt die Arbeit mit unseren Stiftungen. Darum kümmert sich ja meine Kerstin, ich gebe nur das Geld dazu.

Wer wird mal Ihr ganzes Vermögen erben?

Ich habe vor 30 Jahren ein Testament verfasst. Das muss ich allerdings immer wieder umschreiben (*lacht*). Wir haben eine große Familie mit einem Haufen Kinder. Auch meine Stiftungen sind bedacht. Und ein paar gemeinnützige und wohltätige Organisationen. **Was war der wichtigste Rat, den Sie bekommen haben in Ihrem Leben?** Ich glaube, ich habe etwa 775 Leitsätze, an denen ich mich festhalte. Aber ich zitiere immer gern meine Großmutter, die hat ja mehr zu meiner Erziehung beigetragen als meine Eltern.

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

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

Auf welche Erfahrung hätten Sie gerne verzichtet in Ihrem Leben?

Auf nichts. Schauen Sie, ich habe als Jugendlicher eine schlimme Akne bekommen. Da stand ich

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

Klingt fürchterlich ...


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

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

Leider nicht. Das ist durchaus etwas, das mich quält (*lacht*). Ich denke, ich habe den Playboy seit 45 Jahren

abonniert. Und ich hatte in meiner ersten eigenen Wohnung die Wände tapeziert mit den Centerfolds.

Was haben Ernst Prost und der Playboy gemein?

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

DER ANFÜHRER

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



„Wer ernten will, muss säen.“

Liqui-Moly-Geschäftsführer Ernst Prost

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Zeit ist Geld und Wettbewerbsvorsprung.

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

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

Jetzt zu unseren Schneiderkünsten. Ich habe es

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



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

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

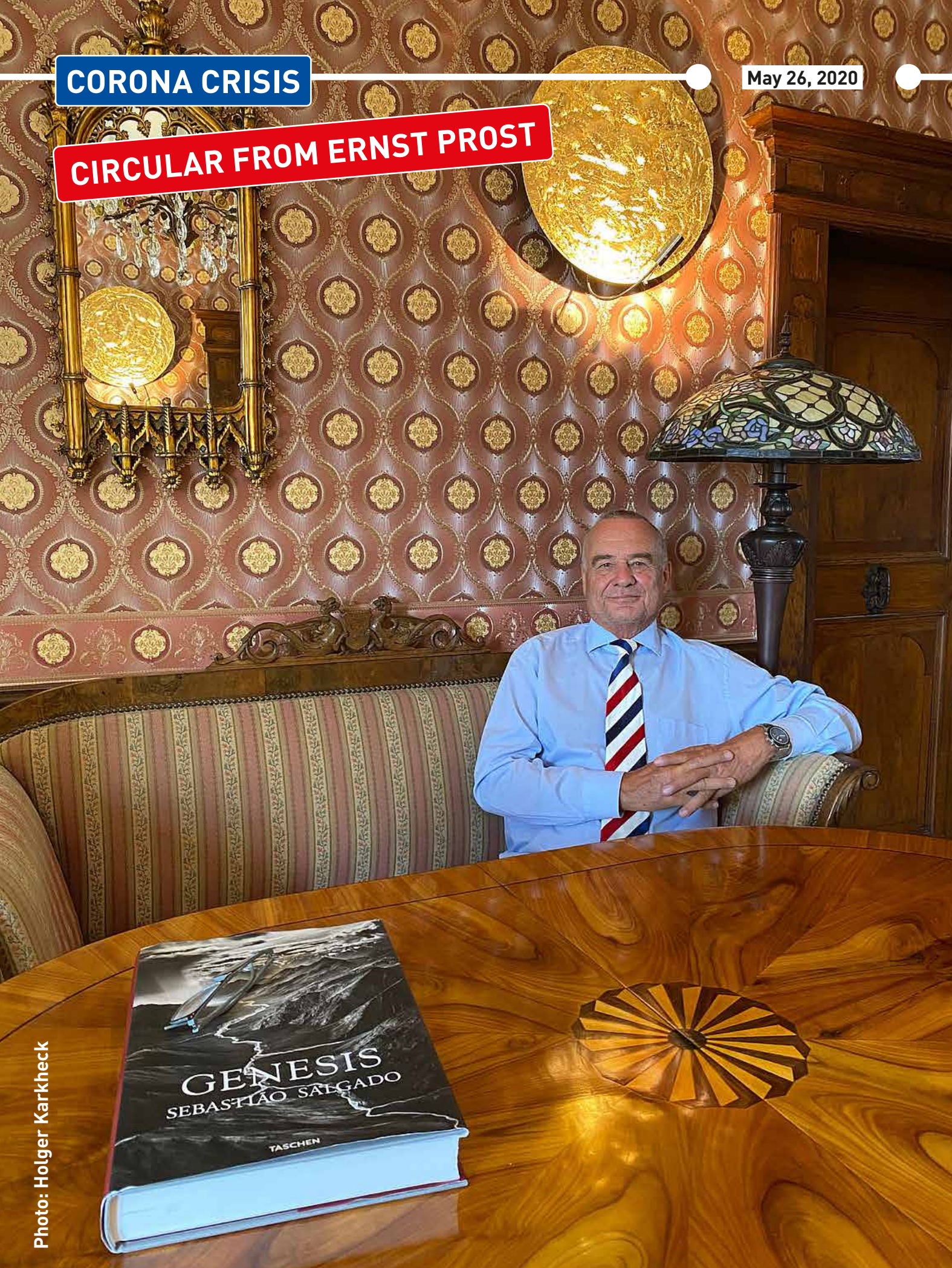


Photo: Holger Karkheck

Made in Germany und Leben in Germany

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

Guten Morgen, liebe Kolleginnen und Kollegen,

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

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

Wenn ich mir das Gesundheitssystem in den USA ansehe, den Lebensstandard in Südamerika, die fehlende Presse- und Meinungsfreiheit in weiten Teilen Asiens, die katastrophalen Zustände in Afrika und auch manche Defizite in Europa, verstehe ich immer wieder sehr gut, warum uns die Menschen anderer Länder beneiden. Mit unseren Kunden spreche ich oft über die unterschiedlichen Lebensbedingungen in den verschiedenen Ländern. Altersversorgung, soziale Absicherung, unternehmerische Freiheiten, abgesicherte Arbeitsplätze, staatliche Fürsorge-

programme, Infrastruktur, Bildung, Grundrechte – weitgehend Fehlangelegenheiten. Vielleicht noch eine Handvoll Länder weltweit, die es mit unserem Standard aufnehmen können.

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

Made in Germany und Leben in Germany.
Großartig !

Herzlichst
Ihr
Ernst Prost

SCHLOSS LEIPHEIM

KOMMANDOZENTRALE VON ERNST PROST

Damals wie heute der Ort harter Arbeit: Schloss Leipheim

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

Dann endlich die Erlösung: Im Dezember 2006 ersteigerte Ernst Prost das altherwürdige Gemäuer und unterzog es mit Hilfe lokaler Handwerksbetriebe einer knapp zweijährigen Rundumsanierung. Die Geschichte des Schlosses oberhalb der Donau begann im Jahre 1171 und war über die Jahrhunderte von vielen Besitzwechseln geprägt. Unter anderem war die Burg auch 349 Jahre in



Foto: Oliver Helmstädter

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



Foto: © Rank

Ulmer Hand. Zuletzt gehörte sie dem Reutlinger Louis Reiff. Nach dessen Tod wurde seine Tochter neue Besitzerin, die jedoch das Schloss 2005 aufgeben musste. Und so wurde wenig später Ernst Prost nach eiliger Besichtigung im Zuge einer Zwangsversteigerung Besitzer des im tiefen Dornröschenschlaf befindlichen Schlosses. Und wie in sein Unternehmen LIQUI MOLY, steckte er auch in dieses Prachtstück enorm viel Arbeit und Herzblut, bevor es ihm als Wohnsitz dienen konnte. Nach Bestandsaufnahme war nämlich schnell klar, dass die Burg total saniert werden musste. Es fehlte eine zentrale Warmwasserversorgung, alle Fenster waren undicht, Feuchtigkeitsschäden waren vorhanden und, und, und.

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

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

Quelle: www.myheimat.de

damals

2 Pferdestärken



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

wie heute

275 Pferdestärken



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

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

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

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

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

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

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



Ausgabe 5/2020





damals

1 Pferdestärke

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

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

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

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

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

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

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

wie heute

140 Pferdestärken

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

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

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



ADVERTISING CAMPAIGN 2020

LIQUI MOLY ACHIEVES THE TENSATION



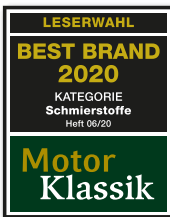
10 years in a row the No. 1 for the readers of auto motor und sport. (edition 7/2020)



10 years in a row the No. 1 for the readers of Auto Zeitung. (edition 5/2020)



2 years in a row the No. 2 in the care products category. (edition 5/2020)



9 years in a row the No. 1 for the readers of Motor Klassik. (edition 6/2020)



9 years in a row the No. 1 for the readers of Auto Bild. (edition 13/2020)



3 years in a row the No. 1 for the readers of Motorsport Aktuell in the automotive category. (edition 16/2020).



2 years in a row the No. 1 for the readers of Motorsport Aktuell in the motorbike category. (edition 16/2020).



2 years in a row the No. 1 for the readers of Motorrad. (edition 9/2020)

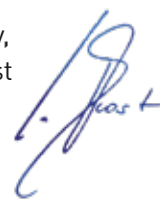
For a decade now the No. 1 in the motor oils category!*

Dear customers,

for years now, the readers of leading car magazines have voted us Germany's best lubricant brand – in fact, for the **10th times in succession*** at the magazines 'Auto Zeitung' and 'auto motor und sport'. A particular success in a particularly difficult situation. Because in view of the worldwide Corona catastrophe, now is not the time for rejoicing, but rather for acting responsibly. With and for each other. Human and full of altruism. With heart, brains and endurance. In the light of this challenge, my 1,000 colleagues are united in giving their best more than ever. For our partners, for our customers, for you! Because only together can we succeed!

Stay healthy.

Yours truly,
Ernst Prost



One brand, everything from a single source: Over 4,000 products, such as motor oils, additives, vehicle care, vehicle care, chemical problem-solvers and service products.



www.liqui-moly.us

* For 10 years now, BEST BRAND in the lubricants category at auto motor und sport as well as TOP BRAND at Auto Zeitung.

READY ... SET ... GO: The LIQUI MOLY Grand Prix is about to start!

1 competition, over 1 billion contacts! What sounds like magic is simply the expected result of our worldwide online campaign on the BEST BRAND voting 2020. From June 1 to the end of the year, we will catapult our blue-red-white global brand into the public awareness at full speed and create additional brand recognition.

BEST BRAND COMPETITION 2020

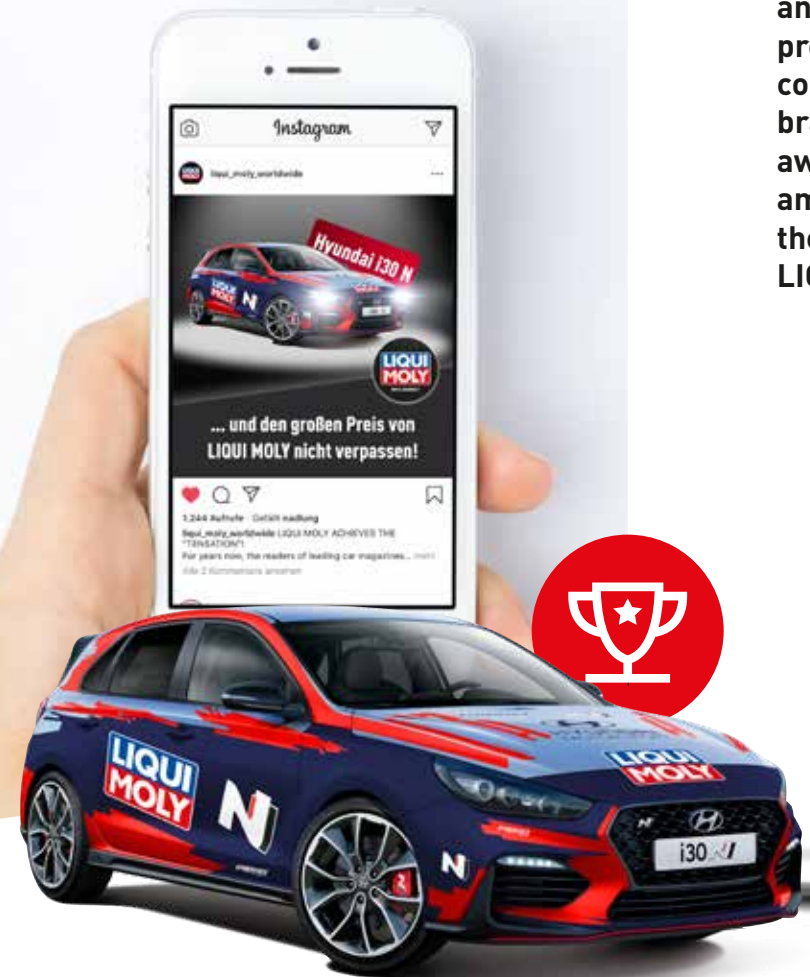


Our competition participation page:

www.my-liqui-moly.de

With animated advertising banners and videos on all relevant internet platforms and social media channels, we are presenting ourselves in over 100 countries as Germany's No. 1 lubricant brand! As a thank you for the repeated award, we will raffle off attractive prizes among our worldwide fans – including the Hyundai i30 N in the scorching hot LIQUI MOLY racing look!

Who's going to grab the grand prize?



Don't miss out: The starting date for our big competition is 1 June 2020!



CORONA CRISIS

DONATIONS



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



www.liqui-moly.de/kontakt/kostenlose-produkte-fuer-einsatzkraefte.html

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

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

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



Spende für Malteser

Gut vorbereitet in schwieriger Zeit

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

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



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

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

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



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

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

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

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

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

CORONA CRISIS

DONATIONS



Feuerwehr



Feuerwehr Altenstadt * Friedhofstraße 7 * 89281 Altenstadt

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

Telefon-Nr.: [redacted]
Telefon-Nr. priv.: [redacted]
Telefax: [redacted]
E-Mail: kommandant@feuerwehr-altenstadt.de
Sachbearbeiter: [redacted]
Altenstadt, den 05.03.2020



„Millionenspende“

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

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

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

Mit kameradschaftlichem Gruß

Christian Link
Kommandant



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

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



CORONA CRISIS

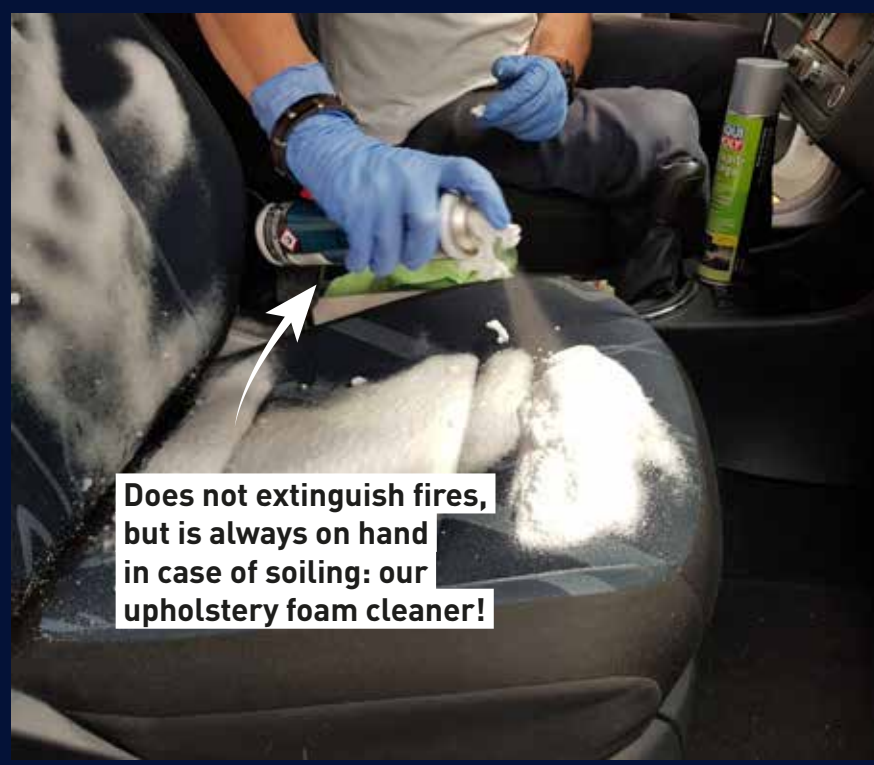
DONATIONS



Freiwillige Feuerwehr Attenkirchen
— LIQUI MOLY unterstützt Feuerwehren und Rettungsdienste —
Auch wir bedanken uns recht herzlich bei LIQUI MOLY für die großzügige Spende zur Pflege unserer Fahrzeuge und wünschen weiterhin viel Gesundheit!
Hier geht's zur Aktion:
<https://www.liqui-moly.de/...millionenspende-von-liqui-moly/>



"Thumbs up" from Lia for the commitment of LIQUI MOLY. Lia is the daughter of our colleague Michael Loderbauer (logistics).



Does not extinguish fires, but is always on hand in case of soiling: our upholstery foam cleaner!



Feuerwehr Stadt Waldkirchen
21. Mai um 15:11
HERZLICHEN DANK 🙏
Wir sagen ein Herzliches Vergelt's Gott! 🙏 an die Firma LIQUI MOLY für die tolle Spende!
LIQUI MOLY unterstützt Rettungsdienste und Feuerwehren mit einer Millionenspende. Für die Einsatzfahrzeuge stellt der Öl- und Additivspezialist Produkte im Wert von einer Million Euro zur Verfügung. „Damit wollen wir den Einsatzkräften den Rücken freihalten“, sagte Geschäftsführer Ernst Probst.
#feuerwehr #waldkirchen #rundumdieuhr



AUTOPOPOS

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

EL MERCADO NOTICIAS

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

Por Redacción Autopos - 18/05/2020

0



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

En este sentido, hace referencia a la canción de Lotte y Max Giesinger 'Lo que está por venir', resaltando: "Espero con muchas ganas lo que está por venir".

Asegura que lo primero que va a venir es la

"normalidad". Sin embargo, confía en que "no vuelva todo lo de antes...". Y es que, para el director general del especialista en aceites y aditivos, esta crisis del coronavirus nos ha revelado dónde están los límites, y "también nos ha enseñado los valores auténticos de la vida: compasión, amor al prójimo, pero también espíritu de lucha".

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

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

SPAIN

Inicio > NOTICIAS > ACTUALIDAD > Liqui Moly: ¿por qué no ser el fabricante de lubricante número uno...

ACTUALIDAD

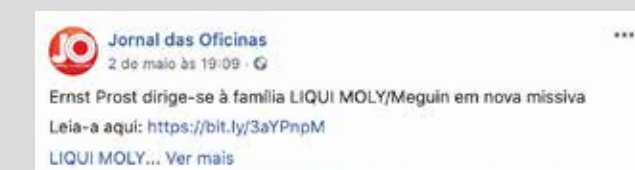
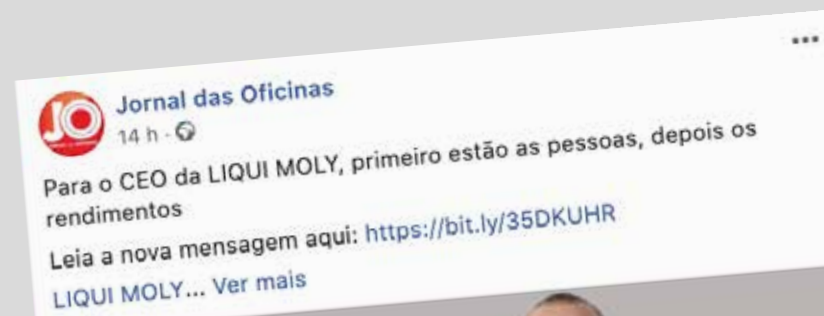
Liqui Moly: ¿por qué no ser el fabricante de lubricante número uno en España?

Por Redacción Autopos - 18/05/2020

SPAIN



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



PORTUGAL





GREAT BRITAIN

Free LIQUI MOLY additive pack for NHS staff



Published: 06 May, 2020

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

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

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

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

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

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

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

- Email article
- Print article

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

Showroom Hace 5 días



© Tim Mossholder (Unsplash)

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

En este sentido, el cambio de aceite es primordial cuando el coche lleva varias decenas de miles de kilómetros recorridas. Pero para que el motor pueda aprovechar de la mejor manera el nuevo aceite, es importante que antes esté limpio de depósitos del líquido anterior. Una tarea que puedes realizar por ti mismo y de manera sencilla con el limpiador de motor Liqui Moly Pro-Line Motorspülung, que además de ser el más vendido en Amazon, tiene una valoración promedio de 4,5 estrellas sobre cinco y más de 1.230 opiniones en esta plataforma.

COLOMBIA

Limpieza interna para mejorar la seguridad

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

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

Saca el mayor rendimiento al cambio de aceite

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

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

Apropiado para cualquier coche

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

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

EMPRESAS

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

Bruno Castanheira — Maio 21, 2020



PORTUGAL

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

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

Inicio > Mini Destacadas > La solidaridad de Liqui Moly 'Made in Germany' llega a México

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

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

14 mayo, 2020

Compartir en Facebook Compartir en Twitter G+ in



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

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

CANADA



Jobber News | CARS | COVID-19 | COMMENTARY | KNOWLEDGE CENTRE | VIDEOS | DIGITAL EDITION

News May 15, 2020 by Allan Janssen

Alberta shops partner with Liqui Moly on free oil changes



Jobber News

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

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

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

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

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

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



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

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

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

Topics

Charity & Fundraising

Covid-19

More News



Your vehicles crave approvals & specifications

Visit liqui-moly.us



CORONA-DONATIONS

BELARUS



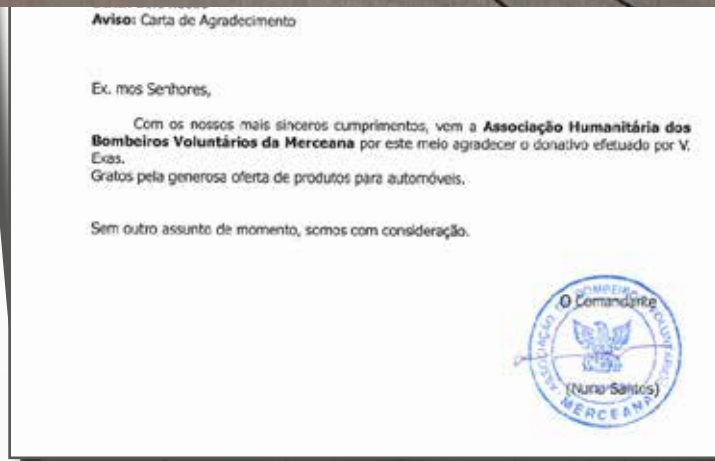
Gerufen und geholfen: So wie die Ambulanz bei Notruf umgehend zur Stelle ist, waren wir im Rahmen unserer weltweiten DONATIONS auch in Minsk zur Stelle, als uns der Schmierstoff-Notruf erreichte, um mit Motoröl, Additiven und Serviceprodukten erste Hilfe an den Rettungsfahrzeugen zu leisten.

CORONA-DONATIONS

PORTUGAL



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



CORONA-DONATIONS

URUGUAY



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

PORTUGAL

SPONSORING



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



MAROKKO

UNIRAID 2020



Sicher ist sicher: Aus Angst vor der mäßigen Benzinqualität in Marokko, füllten die Teams unser Octan Plus in den Kraftstofftank, um so die Oktanzahl zu erhöhen und die Betriebssicherheit der Youngtimer zu gewährleisten.



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



SPONSORING

PORTUGAL + SPANIEN



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

TEAMPRÄSENTATION

HAHN RACING



Stark in Optik und Leistung – mit LIQUI MOLY

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

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

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

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





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

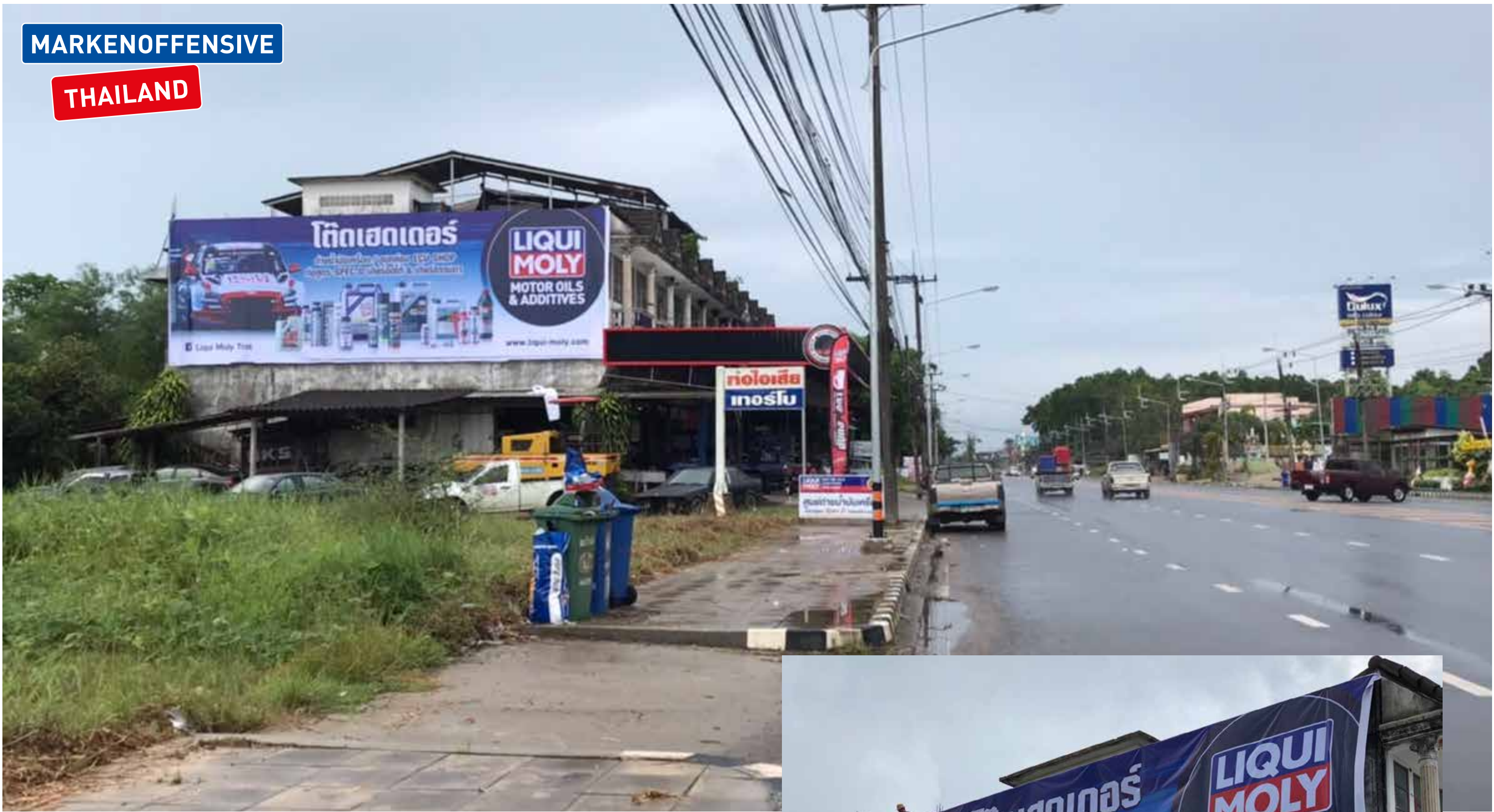


Auch wenn aufgrund der Corona-Pandemie seit Wochen alle Wettkämpfe abgesagt wurden: Die von uns gesponserten Joana Graça und Paulo Nunes halten sich zumindest an Land konsequent fit und sind bestens auf den Tag vorbereitet, an dem sie mit ihren Jetskis wieder ins Wasser können. Damit auch ihre Geschosse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



MARKENOFFENSIVE

THAILAND



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

AUSSENWERBUNG



MOLDAWIEN



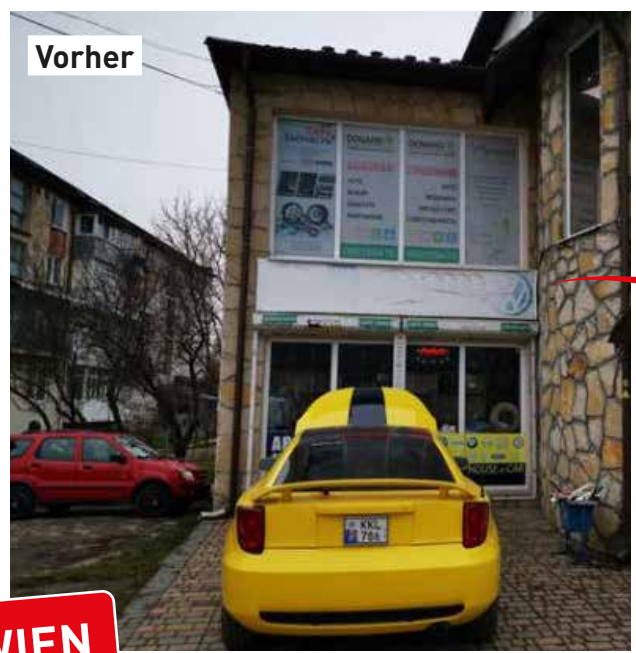
PORTUGAL

Weltweites Markenzeichen für Topqualität

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



MOLDAWIEN



URUGUAY

DAS SCHMIER-GEFÜHL

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



LIQUI MOLY

Motoröle und Additive made in Germany. Für Ihr Motorrad.

EXCLUSIVE LUBRICANT
moto2
 +
moto3
 MotoGP™ WORLD CHAMPIONSHIP

MOTORRAD

BEST BRAND 2020

Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2020



LIQUI MOLY GmbH
 Jerg-Wieland-Straße 4
 89081 Ulm | GERMANY
 Telefon: +49 731 1420-0
 Fax: +49 731 1420-71
 E-Mail: info@liqui-moly.de

WWW.LIQUI-MOLY.DE

EXTRATOUR

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

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

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

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

Aber der erste Eindruck kann natürlich trügen. Dem Samstag in der Selbsthilfwerkstatt sah ich entsprechend gespannt entgegen.

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

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

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

HOLGER KARKHECK (46)
REPORTER BEI AUTO BILD

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

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

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



MARIO PUKSEC (40)
CHEF VOM DIENST BEI AUTO BILD

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

FOTOS: HOLGER KARKHECK (6)

PRESS NATIONAL

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

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

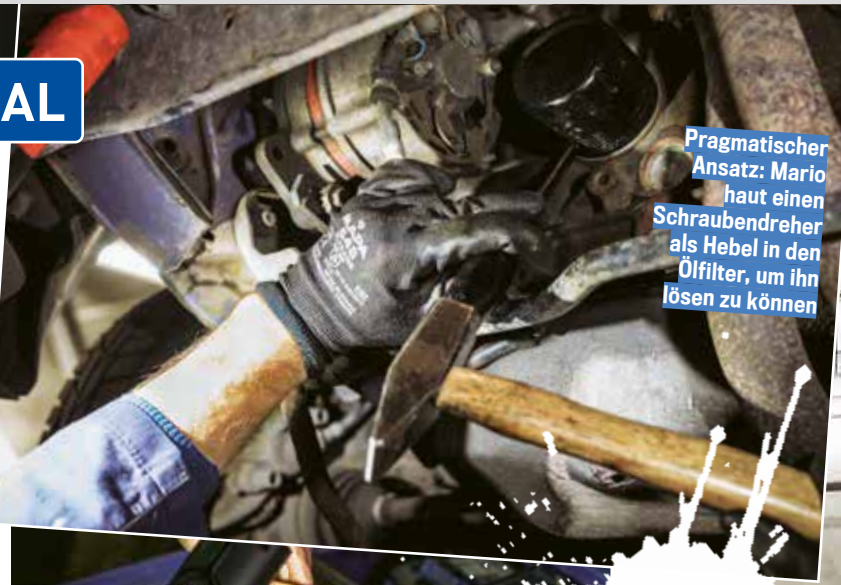
Mario erleuchtete mit seinen profimäßigen LED-Werkstattlampen Dinge, die ich nie zuvor im Leben gesehen hatte. Er murmelte Sätze wie: „Die Bremsleitungen sind noch ganz in Ordnung. Könnten mal etwas Wachs vertragen.“ Oder: „Die Schweller sind okay, könnten mal etwas Wachs vertragen.“ Oder: „Die Wagenheberaufnahmen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

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

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

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

Neben dem Kittel hatte er auch einen Großteil seines tonnenschweren Werkzeugkastens vom Vater abgegriffen. „Ah, alles Fachwerkzeug!“, sagte ich beeindruckt. „Jo“, sagte Mario – und griff zum Schraubenzieher („Das heißt Schraubendreher!“) und rammte ihn in den Öl-



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



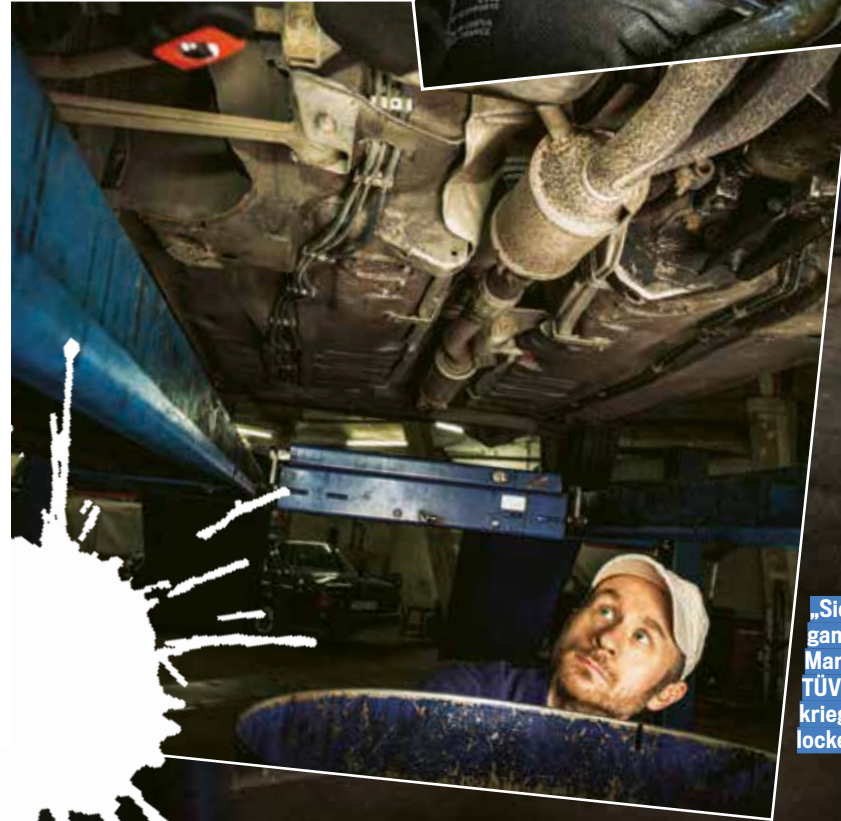
Der Luftfilter muss mal neu, darin haben sich ganze Insektenvölker versammelt



Bremsscheiben-Beurteilung per Fingertest: „Geht noch“



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



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



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

SELBSTHILFE DEHN

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

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

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

filter. „Geht sonst nicht ab, da brauchst du einen Hebel.“ Ich nickte anerkennend. „Mit dem Reinrammen – ist wie...“ Mario winkte ab.

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

Angesichts der 50:50-Chance riet ich einfach und sagte:

„Blech.“ Der Meister nickte wissend und drückte mir einen kleinen Kupferring in die ölverschmierte Hand.

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

PERFEKTI SAGATAVOTS

JAUNAJAI MOTO SEZONAI

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



Ar LIQUI MOLY var pilnībā sagatavoties jaunajai motociklu sezonai

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



Motociklu dzinēju skalotājs Engine Flush

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



Motoreļļas

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



Piedevas eļļai

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

Ķēžu un bremžu tīrītājs

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

Baltā smērviela ķēdei

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

Viziera tīrītājs

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

Ķiveres polsterējuma tīrītājs

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

Motorbike Cleaner

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

LIQUI MOLY produkcija Jūsu motociklam

<p>Motociklu tīrīšanas līdzeklis Notīra motociklu no visu veidu netīrumiem, kas palikuši pēc lietošanas. LIM1509</p>	<p>Aizsargķiveru stikla tīrītājs Paredzēts aizsargstiklu tīrīšanai, kopšanai un aizsardzībai pret svišanu. LIM1571</p>	<p>Degvielas piedeva Motorbike Speed Nodrošina labāku startu, vienmērīgāku motora darbību un optimālu jaudu. LIM3040</p>	<p>Motociklu gaisa filtra eļļa Īpaši izstrādāta visu veidu gaisa filtru eļļošana un mitrināšanai. LIM1604</p>
<p>Motociklu ādas apģērba kopšanas līdzeklis Lieliska ilgtermiņa aizsardzība. LIM1601</p>	<p>Motociklu ķēžu un bremžu tīrītājs Ātri, ērti un efektīvi motocikla uzbūves detaļu tīrīšanai un attaukošanai. LIM1602</p>	<p>Motociklu transmisijas eļļa Šīs transmisijas eļļas priekšrocības ir viegla pāresumu maiņa un lielāka aizsardzība pret nodilumu.</p>	<p>Motociklu riepu remonta putas Stiprina, hermetizē caurdurtas riepas un piepumpē tās līdz vajadzīgajam līmenim. LIM1579</p>



Foto: yamahamotorsports.com

<p>Motocikla ķēžu eļļa Pastāvīgi eļļo ķēdes un samazina ķēdes ratu nodilumu. LIM1508</p>	<p>Pilnīgi sintētiska augstas efektivitātes motociklu motoreļļa</p>	<p>Motociklu radiatoru tīrītājs Noņem nogulsnes, izkļedē dūnas un ķīmiskā veidā pārveido dzesēšanas sistēmā esošo kalkakmeni. LIM3042</p>	<p>Motociklu dakšu eļļa Universāls lietojums var lietot visās motociklu, motorolleru/skūteru, autociņu un citu divriteņu transportlīdzekļu teleskopiskajās dakšās un amortizatoros.</p>
--	--	---	--

Einfach zum schönen, gepflegten Cabrio-Verdeck

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

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

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

So reinigen Sie das Cabrio-Verdeck in fünf Schritten:

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



Gewebeimprägnierung (Art.-Nr. 1594)

Diese fünf Dinge gilt es bei der Imprägnierung zu beachten:

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

OUR SOURCE OF INSPIRATION.

OUR MONTHLY MAGAZINE.

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



Inform.
Spread the
word. Share.

Next
closing date:
12.06.2020

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

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

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



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



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



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

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