



PICTURES AND STORIES

FROM OUR LIVES

04.2021



MOTORRAD
BEST BRAND 2021
Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2021

GERMANY'S BEST LUBRICANT BRAND

READERS' CHOICE

BEST BRAND 2021

More egg-citement

Easter is only just over and there are still wonderful surprises to be cracked open! The readers of Auto Bild have also voted us their no. 1 lubricant brand – truly golden times for our winning brand!



Auto Bild DIE BESTEN
MARKEN
IN ALLEN KLASSEN

Ausgabe 15/2021



Publisher: LIQUI MOLY GmbH, Jerg-Wieland-Straße 4, 89081 Ulm, www.liqui-moly.com · LIQUI MOLY GmbH wird vertreten durch: Ernst Prost, Günter Hiermaier V. i. S. d. P.: Ernst Prost **Editor:** BuG-Redaktion
Distribution: The magazine appears several times a year at irregular intervals and is published free of charge on our website and on the issuu.com online platform. **Rights & Privacy: Reproduction or other use solely with the written permission of the publisher. Pictures & Photos:** LIQUI MOLY GmbH, iStock

IMPRESS

Dear LIQUI MOLY friends,

time flies – and although we are still in the midst of the never-ending global coronavirus crisis, we have had our foot on the gas for the first few months of 2021! Easter, the celebration of hope, may be over already, but the hope and belief of our worldwide LIQUI MOLY family in our company's strengths is stronger than ever.

A brief look at the figures for the first quarter shows that with you, our customers, partners and business friends, we are marching inexorably forward. The first three months of this year were equally as successful as those of 2020, before the coronavirus hit us and everything changed around the world. But that's not all. March 2021 was the strongest month in our company's history with sales of 65 million euros. Let us hope that this will put the trough of the crisis behind us once and for all and that we will be able to use this tremendous tailwind for the whole of 2021.

Speaking of tailwinds, the first races in the Formula 1 and MotoGP premier events have taken place and once again our logo was carried into the living rooms of fans around the world millions of times – on an equal footing with other internationally renowned brands. Brand is the right keyword, as awards for the best oil brand just keep coming and coming at present. The readers of Auto Bild, auto motor und sport and MOTORBIKE have now also voted us their no. 1 lubricant brand!

In this issue, we will show you time and again that we are competent in more than just oil and additives, with our comprehensive and high-performance vehicle care range. It offers everything you need to fully embrace the spring cleaning of your mobile treasure – whether it's a car, motorcycle, bicycle, camper, truck, boat and so on.

Our highly esteemed colleague Peter Althausen and his "baby" LIQUI MOLY Chile are quietly celebrating their 40th company anniversary this month. An exciting and successful milestone, which we would like to show appreciation with a short report.

We will also showcase the best LIQUI MOLY moments from around the world over the past month, give you an overview of our international online campaign, with which we will further expand our brand presence, and make some people happy with a competition.

We hope you enjoy reading it and wish you a good start to spring

Your PICTURES AND STORIES Team

Dear business partners, employees, LIQUI MOLY customers and companions

many of you were curious about our quarterly report with its relatively good figures. What do these numbers actually mean? What does it look like behind the scenes and in our everyday life? I would like to answer these questions immediately and off the cuff, without using the words coronavirus, pandemic fails, federal crisis management mess-ups or indecisive politicians even once.

I hear enough excuses every day. Unfortunately, more and more from our suppliers. This brings us to the first millstone hanging around our necks: A shortage of raw materials up and down the country. Our storage tanks are empty. We are living from "hand to mouth" and wringing every drop of oil out of our pipes, in order to remain able to deliver at all. Force majeure – events beyond our control – this is what our purchasing department hears when we ask for delivery dates. While we normally move 5,000 t ship loads from the North Sea to our factory in the port of Saarlouis-Dillingen, today we are trucking over country roads and motorways 30 t at a time. Unprofitable, expensive and not at all environmentally friendly. Base stock, packaging materials, canisters and drums, closures, cartons and films. All these are

sorely lacking. For some, the lockdown was obviously a knockdown ... We are postponing plant expansions and repairs, because artisan businesses and assembly companies are also only complaining about deficiencies in spare parts and materials.

What's going on? This kink in the supply hose simply cannot be due to the few ships stuck in the Suez Canal over a few days. I think the people in some companies still prefer hanging around on the sofa, working from home and taking short-time allowances to save costs, instead of rolling up their sleeves. So much for the procurement tragedy we are suffering at the moment.

And what we are getting has become really expensive. A price explosion has shaken our profitability – between 10% and 20% price increases by our upstream suppliers "effective tomorrow" are not uncommon ... We expect a whopping 20 million euro in additional expenses, seen over the current year, for our material purchases in the factory alone. Of course, we are trying to pass on these cost increases to the markets through price hikes. But try doing that in countries whose economies are at rock bottom and where inflation is skyrocketing.



Speaking of exports: we do two thirds of our business abroad. With around 150 countries.

Do you know what is currently missing? Ordinary containers. Everyone is thinking about a crisis and then there are no sea containers and there are not enough freight options either. Everything is fully booked. All occupied, all on the high seas between Asia and Europe. Crisis? Shop until you drop. That's more like how it works. Sometimes we wait for weeks and even months until we are allocated freight opportunities again for our overseas export business - regardless of the direction. Not much fun.

To sum up: There's little coming in at the front and it's slow going out the back. In the middle of this supply chain, we work in 3 shifts in order to achieve our goals despite adverse circumstances, to stay on the road to success and to not let ourselves get down. I often say: "Our

opponent's weakness is our strength." Not only in sport, but also in business, you are only as good as your opponent, the competition, allows you to be. But at the moment, we are only as good as our upstream suppliers allow through reliable supply of goods ... I didn't think something like this could happen again either. Kind of dumb when you call for a sales offensive and your supply lines are clogged. But as long as we don't discover any oil wells in Ulm or Saarlouis, we'll just have to deal with the circumstances and get on with it. We call this "incompetence compensation competence". Nice word. I recently read about it somewhere. By the way, the situation in the construction industry is supposed to be similar - so I've heard.

I hope you all have a great day. Stay healthy and happy!

»Für die Pressefreiheit müssen wir alle eintreten«

Im PRINT&more-Interview spricht LIQUI MOLY-Geschäftsführer Ernst Prost über die Verdoppelung des Werbebudgets in der Corona-Krise, über Marketing und Werbefelder und darüber, weshalb er Pressefreiheit als ein nahezu heiliges Gut betrachtet.

PRINT&more | Homeoffice und Lockdown – da fahren die Menschen weniger Auto und verbrauchen damit weniger Schmieröle. Wie ist LIQUI MOLY bislang durch die Krise gekommen?

ERNST PROST | Klar gibt es äußere Umstände, die auf uns Einfluss haben. Aber noch mehr als alle Krisen dieser Welt bestimmen wir selbst unsere Geschicke. Wir sind in 150 Ländern unterwegs. Irgendwo geht immer etwas, im negativen wie auch im positiven Fall. Naturkatastrophen, Bürgerkriege, Währungsverfall und jetzt eben auch Lockdown. Wir könnten uns gut hinter dem »Feigenblatt Corona« verstecken. Machen wir aber nicht. Im Gegenteil: Wir greifen an. Deshalb sind wir auch gut durch die Krise gekommen.

Mein Eindruck ist, dass LIQUI MOLY seine Werbepresenz in der Krise sogar erhöht hat. Stimmt das?

Ich liebe antizyklisches Vorgehen. Und dazu gehört eben auch anzugreifen, wenn sich andere Marktteilnehmer in die Defensive begeben. Deshalb haben wir unser Werbebudget verdoppelt und anstatt ca. 20 Millionen Euro, wie in den Jahren zuvor, 42 Millionen ausgegeben. Das ist eine langfristige Investition in unsere Marke und in unsere Märkte, die sich jetzt bereits auszahlt – und in den nächsten Jahren noch viel mehr.

In unserer kürzlich gestarteten Kampagne #DarumMarkenmedien stellen wir die verlässliche Qualität von redaktionellen Umfeldern, in denen Werbung platziert wird, heraus: Leser und User vertrauen diesen Umfeldern. Ein Vertrauen, das auch auf die Marken der Werbungtreibenden abstrahlt. LIQUI MOLY ist – wenn auch auf anderem Gebiet – ebenfalls eine Marke mit Strahlkraft. Werben Sie deshalb bevorzugt in Premiumumfeldern?

Wir werben dort, wo ich unsere Zielgruppe erreiche. Da wir mit seriösen Produkten handeln, ergibt sich automatisch auch ein seriöses Medienumfeld. Aber auf alle Fälle ist es für uns als Marke wichtig, nicht nur den Bekanntheitsgrad aufzubauen, sondern als Premiummarke wahrgenommen zu werden – und da hilft natürlich ein entsprechendes Premiumumfeld.

Sie waren bei LIQUI MOLY u. a. als Marketingleiter tätig. Wie viel Ernst Prost steckt heute noch im Marketing bei LIQUI MOLY? Nach 30 Jahren bei LIQUI MOLY steckt alles von mir in dieser Firma. Meine Gedanken, meine Überzeugungen, meine Taten, mein Hirn, mein Herz – einfach alles. Diese Firma ist ein Teil meines Lebens und ich bin ein Teil dieser Firma. Das kann ich gar nicht mehr auseinanderhalten. Marketing hat viel mit Überzeugung und mit Persönlichkeit zu tun. Beides ist in unserem Fall sehr ausgeprägt. Nicht nur bei mir, sondern auch bei vielen meiner Kolleginnen und Kollegen, mit denen ich seit 30 Jahren gemeinsam die Geschicke dieser Firma bestimme und leite.

Vor Kurzem machte Ihr Unternehmen auf anderem Gebiet Schlagzeilen: Die Eishockey-WM in Belarus wurde dem Land auch aufgrund des Drucks der Sponsoren entzogen. Ein eher ungewöhnlicher Vorgang, dass Sponsoren derartigen Einfluss nehmen. Wie kam es dazu und wie stehen Sie zu dem Spannungsfeld, das sich zwischen Wirtschaft und Politik aufbaut?

Mir wäre es auch lieber gewesen, der Verband und der Veranstalter hätten uns erst gar nicht in diese Zwickmühle gebracht, indem sie sich für einen vernünftigen Austragungsort entschieden hätten. Es kann ja nicht sein, dass privat wirtschaftende Sponsoren Weltverbänden die ethisch-moralische Richtschnur für ihre Entscheidungen liefern müssen. In geschäftlicher Hinsicht büßen wir in diesem Land jetzt massiv für unsere Entscheidung. Sie können sich vorstellen, wie das herrschende Regime mit jenen Sponsoren, die sich so positioniert haben, umgeht. Das war uns klar und haben wir auch in Kauf genommen, aber besser wäre es, wir könnten unsere Arbeit und unsere Firma aus politischen Querelen heraushalten. Das macht unser Überleben als Firma mit 1.000 Arbeitsplätzen eindeutig leichter.

Sollten sich daher auch Unternehmer politisch stärker engagieren?

Es wäre schön, wenn wir in unseren Parlamenten nicht überwiegend Beamte sitzen hätten, sondern auch Handwerker, Freiberufler und Unternehmer aller Couleur. Ein vom Volk gewähltes Parlament sollte möglichst auch die ganze Bandbreite eines Volks widerspiegeln.

Der VDZ setzt sich seit Jahren für freiheitliche Grundrechte ein – beispielsweise mit der Pressefreiheitskampagne für die Pressefreiheit, ein Grundrecht, das in vielen Ländern – auch in Belarus – mit Füßen getreten wird. Welchen Stellenwert hat Pressefreiheit für Sie persönlich und wie stehen Sie als Unternehmer zu solchen Initiativen und der Verantwortung von Unternehmen?

Pressefreiheit ist ein nahezu heiliges Gut unserer Demokratie. Für die Pressefreiheit, die ein Teil unserer Grundrechte ist, müssen wir alle eintreten. Jeder Einzelne und natürlich auch jedes Unternehmen. Die unternehmerische Verantwortung hört nicht am Firmentor auf. Unternehmen mit ihren Arbeitsplätzen sind Teil der Gesellschaft und eine Gesellschaft ohne prosperierende und gesunde Unternehmen mit sozialer Verantwortung ist nicht denkbar. Daher kann es gar nicht genügend Initiativen in unserer Gesellschaft geben, die für unsere freiheitlichen Grundrechte eintreten und dafür kämpfen.

Wie informieren Sie sich täglich?

Ununterbrochen: Ölpreise, Währungsschwankungen, Wirtschaftsdaten. Das Internet liefert mir stündlich alle Daten, die ich brauche, um als Produzent von Ölprodukten und als Exporteur in 150 Ländern die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Egal, wo auf dieser Welt irgendwas los ist – es hat Einfluss auf uns im beschaulichen Ulm.

Welche Medien, insbesondere welche Magazine, »konsumieren« Sie aus beruflichen Gründen? Und zu welcher Zeitschrift greifen Sie in Ihrer Freizeit am liebsten?

Aus beruflichen Gründen greife ich aufgrund der gebotenen Aktualität eher zum iPhone als zum gedruckten Magazin. Umso mehr genieße ich es, für die private Lektüre Magazine über Motorräder, ferne Länder, über Reisen, über unsere wunderbare Welt, über Tiere und Pflanzen zur Hand zu nehmen.

Die Fragen stellte Antje Jungmann. ■



Successful Team: Peter Althausen with his wife Christine.

„We are not buying cigarettes" – 40th anniversary of LIQUI MOLY Chile

Peter Althausen (Managing Director at LIQUI MOLY Chile) is celebrating his 40th anniversary at LIQUI MOLY. He tells PICTURES AND STORIES editors about how it all started and what was important to him at the time.



Company headquarters in Santiago, Chile. The partnership with Peter Althausen, who grew up in Chile, began in 1981.





Peter Althausen has been managing his almost 70-strong team together with his son Jan Althausen (2nd from left) for the past five years.

Peter Althausen was only 30 when he decided to enter into business with LIQUI MOLY, a brand that was still relatively unknown at the time. "It was an incredibly exciting time back then," he reminisces. American brands dominated in Chile and it was a huge challenge to break through onto the market with the small German brand: "Nobody had actually heard of LIQUI MOLY," Mr Althausen says, looking back. LIQUI MOLY had launched a joint venture with a Chilean partner between 1978 and 1980, which struggled financially shortly afterwards. At the time, Peter Althausen was still working in Spain as the plant manager of a

German chemicals company.

"LIQUI MOLY had contacted the German-Chilean Chamber of Commerce in the search of a new Managing Director, who then mentioned my name. I grew up in Chile and had a good friend there whose father managed MOLYKOTE's subsidiary. That's why I was very familiar with MoS₂, which was the backbone of the LIQUI MOLY range in the 1980s." Peter Althausen and LIQUI MOLY quickly agreed to join forces. Peter Althausen was convinced to become a partner by the option of being the first to be able to buy stakes in newly established LIQUI MOLY Chile.

LIQUI MOLY CHILE

ANNIVERSARY



The LIQUI MOLY Chile Team on a promotional trip to Colombia (2016).

As difficult as the first few years were in politically challenging framework conditions, the country experienced a boom after the global economic crisis in 1983/84 and the widespread liberalization of foreign trade. "Nobody initially wanted our products because everyone thought we were this American cigarette brand LM," the Managing Director says looking back. "When customers saw our logo, they immediately said "no, we are not buying cigarettes!" Peter Althausen and his team not only managed to survive on the highly competitive market, but also asserted their position with a great deal of hard work, drive and enthusiasm for the brand. Today, his team, which he has been managing together with his son Jan for the past five years, comprises of 70 employees. The head of the company proudly reports that LIQUI MOLY was also voted the most popular oil brand in Chile in a market research survey. 80% of those surveyed said they were familiar with LIQUI

MOLY. They can be really proud of this remarkable result. A success, yet no reason to rest on their laurels. Even in the pandemic, also involving a lockdown, our partners in South America really stepped up the pace. The result: 19% sales growth in 2020 compared with the previous year. One of his greatest successes, Peter Althausen admits. Nevertheless, his business does not run itself. "We have to keep fighting every day. End customers are becoming increasingly more demanding, which is also due to the abundance of information available on the Internet. We have to stay on top of things, act transparently, be open-minded and stay focused on our customers. That is exactly what LIQUI MOLY and LIQUI MOLY Chile are all about," Peter Althausen explains. "Online trade and gray imports are also a challenge LIQUI MOLY Chile is facing, making it difficult to maintain our pricing structure."

Peter Althausen has managed to establish LIQUI MOLY as a brand and customers appreciate what we stand for: "Made in Germany, quality, integrity and honesty. A brand you can learn to love that promotes sport, a brand that is environmentally conscious, a brand with attention to detail," Althausen says. And that is exactly what he feels. He still lives for his business, his customers and the brand he represents. It is precisely this enthusiasm that promotes customer confidence in the brand and LIQUI MOLY Chile. "Of course, the enormous marketing efforts from Germany also help us. In the early days, this would never have been possible on this

scale," Peter Althausen explains.

When asked what he would do differently in retrospect, he says decisively: "Nothing! I regret not a single day of the last 40 years. Even though not everything has always been easy, I have always enjoyed my work and fulfilled my expectations."

Ernst Prost also praises the long-standing partner for his unwavering commitment: "Let's just congratulate each other for this wonderful collaboration, for our friendship, for standing together over the past decades!"



Joint business trips, such as this one to Cuba (2014), are part of the Peter Althausen recipe for success: "We stand for customer focus and excellent personal service. This is precisely what our customers expect and appreciate from the 'Made in Germany' quality seal."

READERS' CHOICE

VEHICLE CARE

Choosing quality, not being spoiled for choice!

Once again, we have also received plenty of praise for our care products from readers of AUTO ZEITUNG and AUTO Bild – Germany's major automotive magazines. Enough of a reason to focus even more on our vehicle care products. This is why this product segment forms an integral part of our marketing campaign this year.



Ausgabe 4/2021

<https://www.liqui-moly.com/de/de/produkte/produktgruppen/fahrzeugpflege.html>



At the start of the season and just in time for spring cleaning, our deep plastic care product scored a "HIGHLY RECOMMENDED" rating in AUTO ZEITUNG magazine's test. Unsurprisingly, as it offers great cleaning performance and a pleasant odor in next to no time.



LIQUI MOLY Vehicle Care

Secure brilliant sales for your shop

FULL RANGE



VEHICLE CARE

Everything that drives drives cleaner with LIQUI MOLY

Whatever the time of year: Car care is always in season. In winter, snow, ice and road salt all take their toll, while in spring, summer and autumn, dirt, pollen and bird and insect droppings cover the paintwork and windows. At the same time, great demands are constantly made on the vehicle interior.

With LIQUI MOLY vehicle care, you offer your customers optimum care and protection all year round, thus ensuring that vehicles retain their visual and technical value. Benefit from our comprehensive product range and secure brilliant sales potential with LIQUI MOLY vehicle care!



As a globally renowned automotive chemicals brand, LIQUI MOLY offers a unique full range of more than 4,000 articles. This includes our complete care range, which perfectly covers all applications on and in the vehicle. Whether for paint, chrome, glass, rubber, rims, tires, soft top, plastic, engine, leather or interior: LIQUI MOLY vehicle care ensures that your customers enjoy the external and internal values of their vehicles for as long as possible.



Ausgabe 6/2021

For decades, people have associated our name with high-quality motor oils, additives, vehicle care products, service products, adhesives and sealants. Readers of the leading car magazines regularly vote us Germany's best lubricant brand and number 2 in the care products category. A great honor and proof of the consistently high top quality of our products and the trust that end consumers place in LIQUI MOLY.



LIQUI MOLY is known worldwide and stands for maximum dynamism and pure emotion. With commitments such as our sponsorship in Formula 1, MotoGP and winter sports, we ensure that our logo is present around the globe all year round. This increases the recognition, the brand loyalty and the demand for our products. So working with LIQUI MOLY means more attention and more business for you.



We are not just a supplier, we are your long-term partner! In everything we do, the focus is on you. Our competitive advantages are speed, decisiveness, personal service and uncompromising customer focus. This sets us apart and sharpens our understanding of the needs of consumers. Whenever and wherever you need us: Thanks to our full-coverage field service, we are always there for you.



PAINT



Car Wash Shampoo

For a thorough carwash. Is gentle on the paint and produces a gloss. Car Wash Shampoo, with its wash-active substances, eliminates dust and oil and greasy dirt without a trace. Highly biodegradable.

Tip:

Also ideal for cleaning wall tiles

1 l, PU 6, Part no. 1545 ¹
20 l, PU 1, Part no. 7509



Gloss Waxing Shampoo

Effective, multi-functional and pH-neutral quick-dispersing shampoo concentrate for washing vehicles by hand, and contains mild, skin-friendly, paintwork-friendly tensides and a high proportion of care ingredients. Washing, product care and drying are all made in a single procedure. The water film disperses immediately after rinsing, which helps stain-free drying of the vehicle. The paintwork receives a high-gloss finish with long-lasting preservation.

10 l, PU 1, Part no. 8198
25 l, PU 1, Part no. 8199



Car Wash & Wax

For rapid paintwork care for intermediate use. Maintains, protects and restores the luster in one go. Effortlessly removes dirt and leaves no lime deposits. Facilitates leathering and enhances the vehicle's appearance by increasing the luster. Offers reliable protection against weathering and aggressive environmental influences.

1 l, VPE 6, PU 6, Part no. 1542 ¹
1 l, VPE 6, PU 6, Part no. 2736 ²¹⁴



Intensive Car Cleaner

Quickly and completely removes grease, oil, fuel and other heavy soiling along with finish rust and flash rust. Intensive Car Cleaner has excellent wetting and penetration ability and is highly biodegradable.

500 ml, PU 6, Part no. 1546 ¹



Insect Remover

For fast, effortless insect remnant removal. For glass, plastic, paint and chrome. Gently and quickly softens insect soiling. Also perfectly suitable for pretreating before washing cars. Highly effective and biologically degradable.

500 ml, PU 6, Part no. 1543 ¹



Aktive Foam Cleaner

Highly effective universal foam cleaner for effective cleaning of various materials. Effortlessly cleans smooth surfaces without leaving behind streaks or smudges thanks to the active formula. Also ideally suited for vertical surfaces thanks to the foam's good adherence.

Tip:

- Also ideal for cleaning:
- Mirrors and glass surfaces
 - Upholstery and carpets
 - Mouse and keyboard

500 ml, PU 6, Part no. 21277 ¹



PAINT



Tar Remover

Highly effective solvent combination to remove sap and tar spots on automobiles, campers, motorcycles, bicycles, tools, etc. Tuned for high efficiency and paint compatibility.

400 ml, PU 6, Part no. 1600 ¹



Silicone & Wax Remover

Removes silicon and wax from paint, glass and chrome parts. Cleans car panes and removes wax drops after the car wash wax-wash. Provides good visibility after washing the car. Creates the right substrate before painting.

500 ml, PU 6, Part no. 1555 ¹



Paint Cleaner

Removes tar, dirt, grease spots and flash rust. Cleans and polishes. Brings back the original color depth. Equalizes slight scratches. Removes soiling and weathered paint particles. Cleans and smooths out the paints. When finished, the paint should be treated with LIQUI MOLY-Hard Wax. Suitable for polishers.

Tip:

Cleans perfectly:

- Stainless steel grills and sinks
- Fitness equipment

500 ml, PU 6, Part no. 1486 ¹



Scratch Stop

Silicone oil-free, universal grinding paste. The product is suitable for the removal of scratches, paint mist, traces of grinding and orange-peel surface on colored and metallic paints. The product is suitable for manual and mechanical treatment.

200 ml, PU 12, Part no. 2320 ²⁰



Grinding Paste

For easy removal of weathered and dull layers of paint, coarse contamination, paint spray dust, scratches and surface cracks. Areas treated with grinding paste can be painted over again without any further treatment. Silicone-free. Suitable for polishing machines.

300 g, PU 6, Part no. 1556 ¹



Paint Polishing Cream

Cleans, polishes and protects. For radiant gloss through carnauba wax. Offers outstanding protection against damaging environments. Evens out small hairline scratches and restores the finish gloss. Provides the paint with deep gloss. The original appearance of matt paintwork is easily restored. Its creamy consistency means sparing use.

300 g, PU 6, Part no. 1532



TIRES & RIMS



Special Rim Cleaner

With dirt indicator.
For gentle and intensive cleaning of all aluminum and steel rims. Prevents stubborn re-soiling. Periodic rim care gives your rims luster and secures long service life. The rims will look like new. Effortlessly cleans and removes brake dust and other dirt. Special Rim Cleaner is highly biodegradable. Acid free.

1 l, PU 6, Part no. 1597¹
1 l, PU 6, Part no. 21220²¹⁴



Acid Rim Cleaner

Acidic special cleaning agent for quickly removing heavy inorganic contamination. Even the most extreme contamination on rims (such as burned-in brake particles and stubborn environmental pollution) is removed quickly, thoroughly and with minimal contact thanks to the strong mineral acid base with no added hydrofluoric acids. Acid Rim Cleaner is suitable for use in biological industrial water treatment facilities, when used according to the applicable discharge conditions.

11 kg, PU 1, Part no. 8192
35 kg, PU 1, Part no. 8193



Tire Bright Foam

Developed for cleaning, caring for, protecting and optically upgrading tires in one step. Tire Bright Foam lends weathered tire walls an intensive luster again, refurbishing their looks. Not suitable for two-wheeled vehicles.

400 ml, PU 6, Part no. 1609¹



Windshield Cleaner Compact

Tab for cleaning windshields.

1 piece, PU 24, Part no. 6925 ⁴⁷

Windshield De-Icer

Special combination of active agents with ice-dissolving, cleaning properties. Quickly and gently removes ice and white frost from vehicle windows. Prevents immediate re-icing.

500 ml, PU 6, Part no. 6902 ¹

Fix-clear Rain Repellent

Reliable rain repellent for car windows and helmet visors. Provides better visibility and more safety, as raindrops roll off rapidly in the wind. Also suitable for easy removal of insects, ice and snow.

Tip:

Also ideal for:

- Greenhouse panes
- Shower cabins
- Winter gardens

125 ml, PU 12, Part no. 1590



INTERIOR



Speed Air Refreshener

Vehicle Fragrance speed air refreshener contains natural plant-based aromatic principles. Vehicle Fragrance speed neutralises unpleasant smells in the vehicle interior giving it a pleasant, freshly scented atmosphere.

lemon:
1 piece, PU 25, Part no. 1661 ⁴²
sport fresh:
1 piece, PU 25, Part no. 1664 ⁴²



Climate Refresh

Quickly frees the air conditioning of unpleasant odors that are caused by bacteria and mold in air conditioning systems, ventilation ducts or vehicle interiors. Simple to use without removal of the pollen or dust filter. Promotes a pleasantly fresh aroma.

75 ml, PU 12, Part no. 20000 ¹
75 ml, PU 12, Part no. 21464 ²¹⁴
75 ml, PU 12, Part no. 21466 ⁴⁸⁶
75 ml, PU 12, Part no. 39049 ⁵⁰



A/C System Cleaner

Cleaning fluid for removing mold and bacteria (e.g. legionella) simply and effectively from A/C systems in passenger cars, commercial vehicles, buses and in the home without dismantling. Leaves behind a pleasantly fresh fragrance after cleaning. Use biocides safely. Always read the label and product information before use.

Spray:
250 ml, PU 6, Part no. 4087 ¹
250 ml, PU 6, Part no. 2870 ²
Fluid:
5l, PU 1, Part no. 9001 ²¹⁸



Tornador Gun

Special compressed air cleaning gun for removing contamination in problem areas. Both air and cleaning fluids are very finely atomized and swirled around by the connected compressed air. The characteristic tornado effect effortlessly lifts dirt by means of the suction produced. Ideal for the 2-minute treatment during customer service.

1 piece, PU 1, Part no. 29077



Universal Cleaner

Concentrated degreaser and industrial cleaner that can be diluted with water. Phosphate-free, silicate-free and solvent-free. Extremely suitable for cleaning walls and floors as well as for use in high-pressure and spray appliances. Ideal as a replacement for environmentally harmful degreasers thanks to its highly effective biodegradable surfactants.

1 l, PU 6, Part no. 1653¹
 5 l, PU 1, Part no. 1654¹
 20 l, PU 1, Part no. 1655¹



Universal-Cleaner Extreme

High-alkaline, phosphate-free, quick-separating high-performance cleaning concentrate for very contaminated areas on alkaline-resistant surfaces. Thanks to the good biodegradability of the materials and its quick-separating characteristics, it's particularly environmentally friendly and waste water compatible.

11 kg, PU 1, Part no. 8190
 35 kg, PU 1, Part no. 8191



GLASS



Glass Cleaner

Concentrated, alcohol-based cleaning agent for cleaning glass panes and other hard, smooth, alcohol-resistant surfaces on buildings, vehicles etc. Removes the most stubborn contamination caused by spraying oil, grease, silicon, lime and soap, fingerprints etc. without any problems. Has unique drying properties, meaning it leaves a clean, smear-free surface without any residue. The cleaning cloths used also dry quicker, meaning they can remain in use for longer periods.

10 l, PU 1, Part no. 8194
33 l, PU 1, Part no. 8195



Windshield Cleaner / Windshield Cleaner Foam

Gives you a clear, smear-free view in seconds. Removes oil, silicon films and insect soiling. With citrus power. Phosphate-free and bio-degradable. Fluid dosage 1 : 10.

1 l, PU 12, Part no. 1514 ¹
Foam Spray:
300 ml, PU 12, Part no. 1512 ¹
300 ml, PU 12, Part no. 2833 ²¹⁴
300 ml, PU 12, Part no. 20888 ²²⁴



Windshield Super- Concentrated Cleaner

Gives you a clear, smear-free view in seconds. Removes oil, silicon films and insect soiling. With citrus power. Phosphate-free and biodegradable.

Dosage 1:100.

20 ml, PU 50, Part no. 20033 ⁸
50 ml, PU 40, Part no. 1517
250 ml, PU 6, Part no. 1519 ¹
250 ml, PU 6, Part no. 2735 ²¹⁴
250 ml, PU 6, Part no. 1379 ²⁹



TOP & RUBBER



Convertible Soft Top Cleaner

For all convertible tops. Cleans thoroughly and gently. Just spray Convertible Soft Top Cleaner on the prewetted top. Quickly and thorough cleans off even stubborn soiling. Does not corrode paint.

500 ml, PU 6, Part no. 1593 ¹⁹



Fabric Impregnation

For optimal moisture protection. The fabric remains supple and breathable. Protects from stain formation caused by oil, grease and dirt. Silicon-free.

Tip:

Also impregnates:

- Backpacks
- Sneakers
- Sun sails
- Outdoor jackets
- Fabric upholstery on chairs

400 ml, PU 6, Part no. 1594 ¹⁹



Rubber Care

Maintains, cleans and beautifies door, window and trunk seals and tires. Prevents freezing-up in winter. Keeps rubber parts elastic and extends the service life. Also ideally suited for maintaining and deep-cleaning car tires and rubber mats.

75 ml, PU 12, Part no. 7182
500 ml, PU 6, Part no. 1538 ¹



INTERIOR



Active Foam Cleaner

Highly effective universal foam cleaner for effective cleaning of various materials. Effortlessly cleans smooth surfaces without leaving behind streaks or smudges thanks to the active formula. Also ideally suited for vertical surfaces thanks to the foam's good adherence.

Tip:

Also ideal for cleaning:

- Mirrors and glass surfaces
- Upholstery and carpets
- Mouse and keyboard

500 ml, PU 6, Part no. 21277 ¹

Car interior cleaner

Cleaning fluid which has been specially developed for rapidly and gently removing dirt from plastic components, fabrics and coverings in the vehicle interior. Removes thoroughly oil, grease, nicotine and other contaminants.

Tip:

Reliably removes jam or honey stains from smooth surfaces

500 ml, PU 6, Part no. 1547 ¹
500 ml, PU 6, Part no. 1368 ²⁹

Cockpit Bright

Cockpit Bright is a high-lubricant, ageing resistant, silicone-based car care product dissolved in chlorine-free solvent which has been formulated for broad application on motor vehicles.

200 ml, PU 12, Part no. 1510 ¹
200 ml, PU 12, Part no. 1836 ³



PLASTIC



Plastic Deep Treatment Lotion

Cleans, maintains and protects all plastic and rubber components and freshens them up again. Penetrates deep into the plastic, ensures optimum long-term protection and ensures a silky matt sheen. Anti-static and dirt-repellent. Contains silicone.

Tip:

1536 and 1537 are ideal care products for:

- Garden furniture
- Balcony claddings
- Rubber handles

250 ml, PU 6, Part no. 1537 ¹
 250 ml, PU 6, Part no. 2728 ²¹⁴



Plastic Deep Treatment

Plastic Deep Treatment is a combination of agents which has been formulated to protect, treat and enhance the appearance of all plastic components in the motor vehicle. Plastic Deep Treatment gives the plastic surfaces a matt-silk deep sheen and it also repels dust, dirt and water. By repeated use, badly weathered plastic surfaces can be restored to a pleasing appearance.

500 ml, PU 6, Part no. 1536 ¹



„Like new“ Plastic Care (black)

Protects, maintains and improves the appearance of extremely faded plastic parts on the vehicle exterior. Ensures comprehensive plastics processing in a single operation. Provides optimum protection against aggressive environmental influences and UV radiation. Contains silicone.

250 ml, PU 6, Part no. 1552 ¹



LUBE & CARE



Multi-Spray Plus 7

Multi-functional spray with 7 performance benefits:

1. Suppresses moisture and starts wet motors.
2. Protects the electrical system and eliminates creep currents and short circuits.
3. Loosens rusted screws.
4. Keeps movable parts free and functional.
5. Protects against corrosion and oxidation.
6. Maintains rubber parts; no freezing-on.
7. Prevents squeaking noises.

Does not attack plastics, paints, metals and wood.

300 ml, PU 12, Part no. 3304 ¹

300 ml, PU 12, Part no. 1826 ³

300 ml, PU 12, Part no. 20936 ²²⁴

500 ml, PU 12, Part no. 3305 ³⁵⁹

500 ml, PU 12, Part no. 21180 ²¹⁴

500 ml, PU 12, Part no. 20881 ²²⁴

5 l, PU 1, Part no. 3309 ¹



LM-40 Multi Purpose Spray

Combination of active agents with corrosion protection, rust removing and water displacing properties and outstanding lubricating effect. Also improves electrical conductivity at contacts and removes dirt and stubborn oil and grease residues. Keeps moving parts in all areas from seizing up.

50 ml, PU 12, Part no. 3394 ⁸

200 ml, PU 12, Part no. 3390 ¹

200 ml, PU 12, Part no. 2815 ²¹⁴

200 ml, PU 12, Part no. 8946 ³

400 ml, PU 12, Part no. 3391 ¹

400 ml, PU 12, Part no. 2816 ²¹⁴

5 l, PU 1, Part no. 3395



Door Lock Care

Specifically developed for lubricating and maintaining installed lock barrels and ignition locks. Use this care spray to keep movable parts permanently free and to deice frozen door locks.

50 ml, PU 24, Part no. 1528



Silicone Spray

Silicone Spray is a mineral-oil free, grease-free release agent, lubricant and protective coating based on silicones dissolved in chlorine-free solvents. Silicone Spray protects, lubricates and insulates all surfaces by means of a transparent, permanent protective film.

300 ml, PU 12, Part no. 3310 ¹
 300 ml, PU 12, Part no. 2899 ²¹⁴
 300 ml, PU 12, Part no. 2665 ⁴
 400 ml, PU 12, Part no. 1835 ³



Chrome Gloss Creme

Bright Chrome Polishing Cream has been specially formulated to thoroughly and gently remove rust, flash rust and blank spots from chromium parts and decorative metals. Bright Chrome Polishing Cream preserves all chromium and decorative metal parts with a protective film and restores their original brilliance.

250 ml, PU 6, Part no. 1529 ¹

DISPLAYS & RACKS



Wall Display

Freely stockable.
Stocking suggestion
on request.

Measurements:
17 cm x 105 cm x 12 cm (WxHxD)

1 unit, Part no. 51677



Futura Plastic Rack

Freely stockable.
Stocking suggestion
on request.

Measurements:
60 cm x 160 cm x 40 cm (WxHxD)

1 unit, Part no. 9989,
Topper, Part no. 9966



Round Display

Freely stockable.
Stocking suggestion
on request.

Measurements:
40,5 cm x 170 cm (WxH)

1 unit, Part no. 9901



Foldable Display

Freely stockable.
Stocking suggestion
on request.

Measurements:
55 cm x 182,5 cm x 31,5 cm
(WxHxD)

1 unit, Part no. 9348



Tego-Metal-Rack 66,5 cm

Freely stockable.
Stocking suggestion
on request.

5 Fachböden
Measurements:
Width: 66,5 cm, Height: 200 cm

1 unit, Part no. 7020

MOTOGP

START OF SEASON



Ideally prepared for the first two racing weekends in Qatar

LIQUI MOLY Intact GP drivers Marcel Schrötter and his new teammate Tony Arbolino were able to ideally prepare for the start of the MotoGP season in Qatar as part of several testing weeks in Portugal and Spain.

The LIQUI MOLY Intact GP team brought the pre-season tests at Circuito de Jerez to an end with a very good feeling before sending equipment and bikes to Qatar, where the first official Moto2 test of the year took place followed by the first two races of the 2021 season. After the team had already completed the first non-public test with Tony Arbolino in Valencia, Spain, at the end of February, followed by two days of testing with Marcel Schrötter in Portimao, Portugal, to blow off winter dust, the team headed back to Jerez for two more days of testing.

Team work and coordination with a new pit crew were extremely smooth for Marcel Schrötter and Moto2 rookie Tony Arbolino, improving with every kilometer he covered on his Kalex bike.

Consequently, the team was well prepared for the Qatar and Doha Grand Prix races, both of which took place at the Losail International Circuit in Qatar!



Welcome to the team: with Tony Arbolino the LIQUI MOLY Intact GP team is fielding a promising, highly motivated, new addition alongside experienced Marcel Schrötter.



Marcel Schrötter remains a part of the team and is aiming to make big news with his new colleague this season!

Italian Tony Arbolino knows that when it comes to motor oil, he can rely on absolute top quality. Our Motorbike 4T Synth 5W-40 Race forms the basis of all teams to deliver a strong racing performance in the Moto2 and Moto3 category.

MOTOGP

QATAR/DOHA



At last, racing from the very best: The LIQUI MOLY Intact GP team made a promising start to the 9th season of one of the toughest series in motorcycle racing, the Moto2™ World Championship, at the two race weekends in Qatar and Doha.





More of it! The high ratings of the worldwide TV broadcasts of the first two race weekends show once again how useful sponsorship is: Our involvement in the top class of motorcycle racing pushes the awareness of our global brand and supports our international customers in selling LIQUI MOLY.



MOTOGP

QATAR/DOHA



MOTORRAD

BEST BRAND 2021

Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2021

GERMANY



We did it again: LIQUI MOLY is the the BEST BRAND 2021, selected by readers of "MOTORRAD" magazine!

Günter Hiermaier (Managing Director, right) and Peter Baumann (Marketing Director) were very happy to accept the BEST BRAND award.

DONATION



BAHRAIN

FORMULA 1 SEASON STARTS



At last: Formula 1 is back! And at the start of the new 2021 season, as the official sponsor of the premier class, we showed the global fans which lubricant brand has now reached the very top of the world elite ;-)





COLOMBIA

SPONSORING



It's hard to miss who is the main sponsor at the 1RA. VÁLIDA DEL CAMPEONATO NACIONAL DE MOTOVELOCIDAD in the Corona Club Xtreme Park in the city of Popayán - our blue-red-white global brand!





There's only one lubricant brand in the bag for fans of classic BMW cars worldwide: LIQUI MOLY!

Just like here at the ENCuentro BMW Clásicos - a meeting of fans of old and classic cars in Bogotá ...

... or here at the RALLY COMUNIDAD VW in Armenia.



COLOMBIA

GLOBAL MOTOR FESTIVAL



The fact that LIQUI MOLY offers the right products for all types of vehicles was demonstrated by our friends from LIQUI MOLY Colombia as an official sponsor at the Global Motor Festival, an exhibition of off-road vehicles and old and modern trucks in the city of Cali.





In this competition for amateur motorcyclists in the autodrome of the Colombian city of Tocancipá, there was a colorful mix of bikes and scooters at the start – the perfect framework for really accelerating our diverse MOTORBIKE product line by sponsoring with our colorful global brand.



PORTUGAL

STORE



Agostiauto has a new look - powered by LIQUI MOLY! After many years of successful cooperation, our customer Agostiauto decided to further strengthen their loyalty to our brand and the sale of our products. In order to convey this partnership visibly to the outside world, sales counters, walls and the store facade were redesigned accordingly with the support of LIQUI MOLY Iberia.





Stepping on the gas with our MOTORBIKE range: As the sponsor, during the exclusive off-road basic training by the 2017 GS Trophy Champion Mr. Thawongpeay, LIQUI MOLY Thailand demonstrated all our expertise as a premium lubricant brand for off-riders.





Our friends from LIQUI MOLY Russia are continuing to accelerate the distribution and expansion of brand awareness and are currently opening one flagship store after another – this one is in the city of Dzerschinsk.

Дзержинск
Флагманские магазины
LIQUI MOLY



Дзержинск
Флагманские магазины
LIQUI MOLY



LIQUI MOLY Russia is taking the hearts of female car drivers by storm with creative marketing campaigns such as this social media contribution to International Women's Day on March 8, 2021.



Whether repair or sale: The new flagship store "Avtooil" from the OOO chain in Barnaul focuses entirely on our premium brand!

RUSSIA

FLAGSHIP-STORE



Our newly branded partner shop "Motoservice" in Pavlovskaya Sloboda (Moscow region) also advertises perfect service outside and in, and the quality products of Germany's best lubricant brand.





The price is cool! When products and souvenirs from our global brand are up for grabs, world-class speedway riders also put in a daring effort – as did the 18 participants in the total of 40 heats of the competition in Barnaul.





With this new MOTO POINT style internal branding, our partner shop EU Serokurov in Moscow is taking the expansion of its LIQUI MOLY product portfolio to the next level.



In order to get key customers in the Voronezh region in the mood for a successful 2021, Dima Zarubin (Managing Director of LIQUI MOLY Russia) took the opportunity to speak about topics such as service offerings, marketing, new products, etc.



The fact that this customer is fully committed to LIQUI MOLY is impressively demonstrated by his Toyota 86 GT on Japan's race tracks.



With his Citroën Saxo Kit Car, racing driver Mojmir Čambal leaves many an opponent out in the cold during the Slovakian hill climb racing series – powered by LIQUI MOLY!



Always at the limit: Rally pilot Igor Drotar on the Slovakia Ring.





The motocross riders put their backs into the corners and really got stuck in at the 3rd race of the season at the Internazionali d'Italia MX 2021 in Mantova, Italy. Join in: the Betamotor factory team sponsored by us!



WINTERSPONSORING

BIATHLON WORLD CUP



Another hit in terms of all-round brand visibility on the finish straight of the 2020/21 winter sports season: our sponsorship at the Biathlon World Cup Final in Östersund, Sweden!





The fact that many things were different than usual in this winter sports season was also clearly visible at the women's World Cup slalom and giant slalom in Jasna (Slovakia). But even if the frenetic fans alongside the slopes were missing, it did not stop our logo being recognized on screens at home.



WINTERSPONSORING

SKI ALPIN WORLD CUP



Also in Kranjska Gora, Slovenia: empty slopes along the piste, but full commitment and spectacular husar rides by the athletes - with millions of viewers at home watching on their TV sets and computers.



EUROPEAN-ATHLETICS-CHAMPIONSHIPS

POLAND



The athletes had it anything but easy, given the lack of fans on site. As a loyal supporter of world-class sports even in times of the Corona pandemic, the participants of the 2021 European Indoor Championships in Torun, Poland, could at least rely on our colors along their indoor circuit.



Worldwide attention with our online campaign

In 2021, we were once again voted number 1 by the readers of Germany's largest motor magazines in the motor oils category. In vehicle care, we are in second place. This year again we are taking advantage of our popularity for a global LIQUI MOLY Best Brand online campaign, accompanied by two competitions. We will direct the campaign centrally and bear the costs.



What are our goals?

- Brand awareness
- Sales boost for business partners
- End-customer engagement (e.g. clicks, oil guide search)
- Newsletter subscribers
- Better addressing of target groups through analysis of the user behavior (e.g. improvement of product recommendations for drivers of all vehicle types)

Two worldwide competitions (€ 10,000 per competition)

- May to June and August to September
- Travel to the LIQUI MOLY Motorcycle Grand Prix of Germany
- Two lucky draws with a value of EUR 10,000 each

The facts and figures for the planned international campaign 2021:

Concentrated advertising power

With our international online banner placement, we are precisely where our customers are:

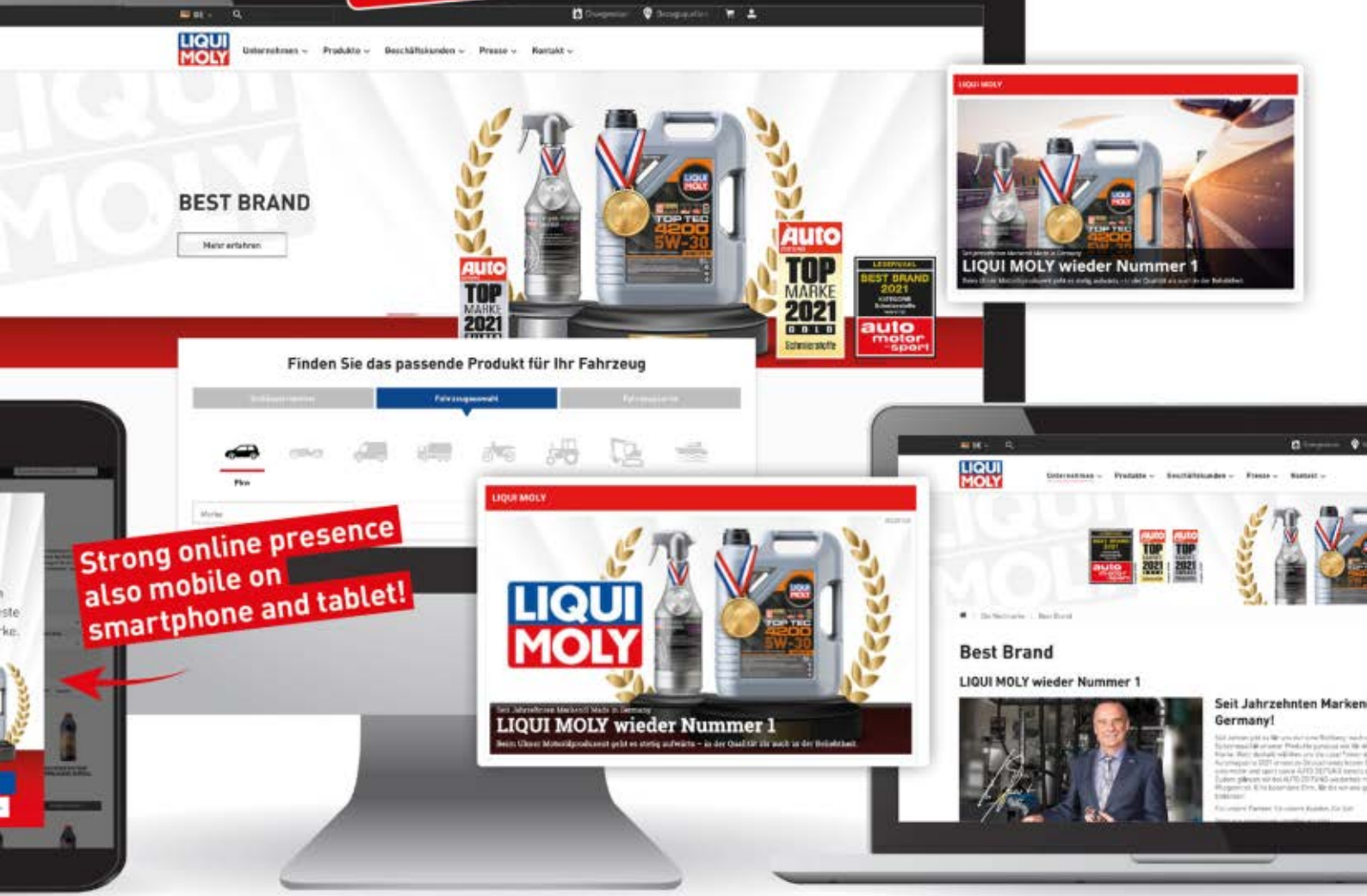
Approximately 1 billion

fans will be reached with the competition.



BEST BRAND

PREVIEW ONLINE CAMPAIGN 2021



Strong online presence also mobile on smartphone and tablet!

Starting shot for the big Best Brand campaign.
Until the end of the year, we will be using display networks, social media and relevant websites to run ads that give us worldwide attention



<https://liqui-moly.to/2021bestbrand>

In more than 100 countries

we will roll out the competition. Our online advertising media (banners and videos) will be seen in around 15 languages.

Min. 100,000
participants from all over the world are expected.



With a new LIQUI MOLY look in the VFVGLPpro racing series! Thanks to our blue-red-white design and the craftsmanship of Kräuter Werbetechnik, this newly built Ford Escort from Uwe Gretzinger is unrecognizable.



The Kirschmann master workshop in Fulda not only relies on our products for technical matters, such as changing automatic transmission oil, but also visibly displays its commitment to our brand through attractive vehicle wrapping and workshop signage.

GERMANY

SPONSORING



LIQUI MOLY ensures the perfect balance between rider and bike! Completely new perspectives open up for the junior world champion in bicycle trials, Oliver Widmann, thanks to our BIKE series products!

CZECH REPUBLIC

SPONSORING



Whether in motocross or car racing: Our friend Marek Rybníček (Managing Director LIQUI MOLY Czech Republic) delivers impressive pictures of at least as impressive LIQUI MOLY branded racing cars month after month.





Grassroots work on the customer front: Our colleague Ms. Zhan (LIQUI MOLY China) provided in-depth knowledge on the quality and benefits of our full range in the southwestern Chinese province of Yunnan with exciting training courses, for example at our dealer Aitu and several workshops in the city of Kunming.





Our trade fair stand at the "AutoExperten" trade fair. International Motor Show in Bangkok – the right place to award our Thai importer Carlack for outstanding sales performance in 2020 (from left to right): Sudarath Sudaboot (Business Development MARINE & MOTORBIKE), Kwanpat Sakultunyaluck (Business Development Automotive + Nfz), Sirijit Karnchanabtr (General Manager Carlack) and Roland Braun (Export Area Manager).





It wasn't just the trade fair stand and our full range that were impressive, the presentation of our new brand ambassador Saranyoo "Beam" Prachakrit was a real eye-catcher too. The well-known actor, MC, DJ as well as car and motorcycle racer, will now give our brand additional tailwind and extra glamour on and off the race tracks.



BIMS
BANGKOK INTERNATIONAL
MOTOR SHOW

RUSSIA

SPONSORING



Close your eyes and go for it at the "Mud Racing #2" quad race in Krasnodar, Russia - ideally with indestructible lubricants from LIQUI MOLY! And then use our vehicle care to clean after the mud fight. This is how the full range works!



AUSTRIA

ANNIVERSARY



Our colleague Thomas Paukert (National Sales Manager Austria) together with his two children and his wife (behind the camera ;-)) were delighted with their flowery greeting on his 15th company anniversary.

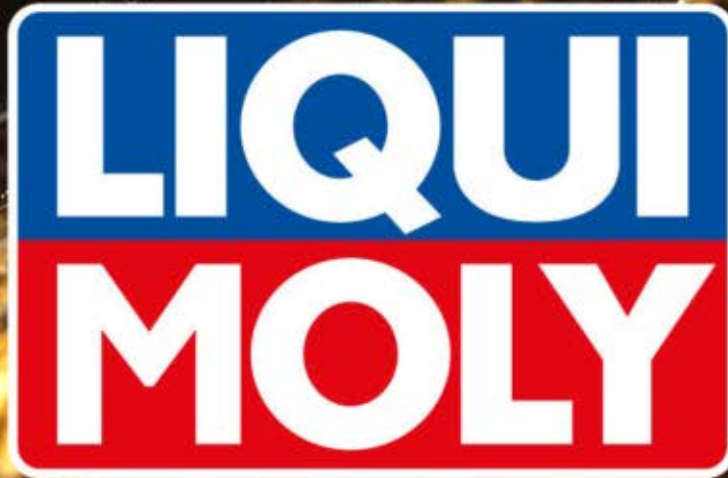
AUSTRIA



The best of tomorrow with Germany's best lubricant brand of today: our sponsorship of the "Jungen Wilden" motocross trainee training at Austrian MSC Rietz for 4 to 17 year olds.

TEMOT

AWARD



Best Supplier 2020: Growth & Sales

Temot has honored LIQUI MOLY as the best supplier in 2020! The decisive factor was our strategy in the crisis and our particularly personal customer relationship. "In difficult times, we see how resilient a relationship is. And here LIQUI MOLY stands out in a special way," the committee said, explaining its decision.

Temot International is a worldwide purchasing association of independent car parts wholesalers, generating sales of EUR 11.4 billion in 96 countries. Temot is thus one of the largest purchasing cooperations. The Temot Global Forum, which was of course virtual due to the pandemic, also took stock of the past year, during which Corona was a dominant theme: disrupted supply chains, sluggish demand and general uncertainty made business difficult. We are therefore all the more pleased that our offensive business strategy has now been recognized by this award in these difficult times!



Fortsetzung einer besonderen Geschichte

VfB-Coach Markus Mattes verlängert seinen Vertrag beim Fußball-Regionalligisten – Florian Grau kehrt als Co-Trainer zurück

Von Norbert Dengler

Eichstätt – Freudige Nachricht beim Fußball-Regionalligisten VfB Eichstätt. Die mit Spannung erwartete „J-Frage“ ist geklärt: Cheftrainer Markus Mattes und Torwart-Trainer Norbert Scheuerer haben ihren Vertrag über den Sommer hinaus verlängert. Mit Florian Grau kehrt zudem ein ehemaliger Spieler an seine alte Wirkungsstätte zurück. Zwar nicht als Spieler, aber als Co-Trainer.

Damit setzt man in der Domstadt weiter auf Kontinuität. Scheuerer ist bereits seit 2011 für den VfB tätig. Mattes kam Anfang 2015 – und der in Karlsruhe wohnhafte Fußballtrainer baut bei der Position seines Co-Trainers auf ein bewährtes Muster. Denn auch Graus Vorgänger Dominik Betz (18/19) und Michael Panknin (19/20) waren zuvor für die Eichstätter aktiv gewesen und konnten somit das Umfeld und den Verein bestens. „Damit sind wir in den vergangenen Jahren sehr gut gefahren. Die Basis für den Erfolg ist immer das Vertrauensverhältnis. Und ich bin überzeugt, dass es auch jetzt die richtige Wahl war“, sagt Mattes in Richtung Grau, der aktuell noch beim Bezirksligisten TV Hilpoltstein unter Vertrag steht.

Nach zwei Jahren ist für den bald 34-Jährigen dort in wieder Monaten aber schon wieder Schluss. „Das ist keine Entscheidung gegen den TV Hilpoltstein, sondern bewusst eine für den VfB. Es ist für mich eine Ehre und Chance zugleich, im Trainerteam eines Regionalligisten arbeiten und meine Fähigkeiten sowie Wissen dort einbringen zu dürfen“, sagt Grau und betont: „Sollte es noch einmal auf den Platz gehen, dann werde ich in Hilpoltstein bis zum Schluss Vollgas geben.“ Gelegentlich will er ab dem zweiten Halbjahr auch noch in Eichstätt mitkicken – aber maximal im Training, um fit zu bleiben. Sein Hauptaufgabengebiet sieht der ehemalige Angreifer (59 Tore in 186 Spielen für den VfB) nämlich zukünftig abseits des Spielfeldes. So wird sich Grau unter anderem auch um die Videoanalyse und die Gegnerbeobachtung kümmern.

Urgestein Norbert Scheuerer fühlt sich in Eichstätt einfach rundum wohl, er verspürt weiterhin große Lust, die Torhüter im Training besser zu machen. „Nach zehn Jahren beim VfB hängt man einfach an dem Verein, da das ganze Umfeld Spaß macht, ich fühle mich wie daheim. Und nachdem sich die Konstellation mit Markus und Flo abgezeichnet hat, stand für mich außer Frage, dass ich wei-



Wichtiges Signal in unruhigen Zeiten: Obwohl der VfB Eichstätt um den Vorsitzenden Thomas Hein (l.) in Zukunft den Gürtel noch engern schmälern muss, hat der Verein den Vertrag mit seinem Erfolgstrainer Markus Mattes verlängert. Foto: Dengler

BFV GIBT IDEEN FÜR REGIONALLIGA-FORTSETZUNG BEKANNT

Besonders kompliziert gestaltet sich das Thema Saisonfortsetzung bekanntlich in der Regionalliga Bayern. Dennoch wohl später stattfinden. „Ursprünglich waren die Aufstiegs- und Abstiegs-Spiele gegen den Nord-Vertreter für den 20. bis 23. Juni vorgesehen, aktuell wird darüber gesprochen, diese erst zwischen dem 5. und 12. Juni anzusetzen“, erklärt Janker. Für den Aufsteiger in die 3. Liga würde dann bereits wenige Wochen später die neue Saison im Profifußball beginnen.

Da auch dieser Zeitplan ambitioniert ist – einige Regionalligisten haben noch mehr als zehn Ligaspiele zu absolvieren –, hat sich der BFV ein Notfall-Szenario ausgedacht. Janker verdeutlicht: „Sollten wir bis 25

Tage vor dem Termin dieser Aufstiegs-Spiele die Regionalliga Bayern nicht beendet haben, können die Play-off-Starter auf Meisterschaftsspiele, die wegen der Play-off-Spiele abgesagt werden müssen, verzichten. Und zwar dann, wenn dem Spiel weder für den Abstieg, Relegation oder die Teilnahme an der 1. DFB-Pokal-Hauptrunde Bedeutung beikommt“, so Janker weiter.

25 Tage vor dem 5. Juni würde bedeuten, dass dieser Notfall-Plan greift, wenn die Regionalliga-Saison nicht bis circa 12. Mai beendet ist. Spätestens ab dem 12. Mai werden die Regionalligisten um den VfB Eichstätt wohl eine Rest-Spielzeit, in der es sportlich um überhaupt nichts

mehr geht. Der stellvertretende VfB-Vorsitzende Dominik Schmidramsl hat dazu eine klare Meinung. „Ich würde die Punktrunde abbrechen. Erstens macht es keinen Sinn mehr und zweitens werden sie es zeitlich auch kaum unter einen Hut bringen. Die drei Kandidaten für die Aufstiegs-Spiele um die 3. Liga spielen den Qualifikanten ohnehin in einer eigenen Playoff-Runde aus. Und für alle anderen Mannschaften geht es um nichts mehr. Sinn macht es ohnehin nur, wenn Zuschauer zugelassen sind. Denn von diesen Einnahmen sind wir sehr stark abhängig.“ Den Ligapokal würde Schmidramsl in die Vorbereitung für die neue Saison integrieren. *ps/ta/TK*

„Im Grunde war für mich wieder klar, dass es hier in Eichstätt weitergeht. Vereinfacht hat mir die Entscheidung natürlich auch, dass weitere Spieler dem Verein erhalten bleiben und wie sich der Verein in Zukunft aufstellen will“, sagt der zentrale

Mittelfeldspieler Fries und fügt an: „In der nächsten Zeit wird sich da sicherlich so etwas wie eine neue Ära bilden. Da möchte ich weiterhin ein Teil davon sein und eine entscheidende Rolle einnehmen. Ich bin überzeugt, dass wir in der neuen Saison eine schlagkräftige Truppe stellen werden.“

Veränderungen wird es demnächst auch im Funktionärsumfeld geben. Da ist der VfB kurz davor, Nägel mit Köpfen zu machen, wie der Vorsitzende Thomas Hein berichtet. „Wir wollen wieder einen Schritt professioneller werden“, erklärt der Vereinsboss. Konkret bedeutet das, dass zum bisher bestehenden Team weitere Personen mit VfB-Vergangenheit dazustoßen und mit inspannen werden. Als Beispiele nennt Hein das Scouting, die Sponsorensprache, die Organisation oder aber auch das Controlling.

Ungewissheit dessen ist noch nicht absehbar, wann „die Jungs“ auf den Platz zurückkehren und in welcher Form die Punktspiele ausgetragen oder auch der Ligapokalwettbewerb zu Ende gespielt werden soll. Dazu gibt es seitens des Verbandes zwar schon diverse Vorschläge, die aber allesamt von der weiteren Entwicklung abhängig sind (siehe Kasten).

Obwohl der Indizionswert in Eichstätt in dieser Woche unter 35 lag und somit ein kontaktloser Sport möglich gewesen wäre, hat man sich im Trainerteam bewusst entschieden, noch nicht in das Training einzusteigen. „Den Plan haben wir längst in der Tasche, den schließen wir schon die ganze Zeit vor uns her. Anfang nächster Woche werden wir entscheiden, wann wir wieder starten“, sagt Scheuerer. Und Mattes mahnt: „Es kann dann aber auch wieder ganz schnell vorbei sein.“

Egal wann und wie die unterbrochene und auf mittlerweile zwei Jahre gestreckte Spielzeit zu Ende geht, beim VfB Eichstätt ist man heifrig, die Weichen für die Zukunft gestellt zu haben. Die ersten Spieler haben bereits zugesagt, und nun steht auch das Trainerteam. „Alle drei waren die absoluten Wunsch Kandidaten und auch die Einzigen, mit denen ich gesprochen habe. Ganz besonders hat mich gefreut, dass von allen von sich aus die Bereitschaft kam, in der Saison 2021/22 für den VfB arbeiten zu wollen“, sagt der stellvertretende Vorsitzende Dominik Schmidramsl und Thomas Hein ergänzt: „Wir sind wirklich sehr dankbar, dass jeder, egal ob Spieler, Trainer oder wer auch immer seinen Teil dazu beiträgt, der Corona-Situation gerecht zu werden.“ *EK*

„Wir werden in diesem Sommer einen größeren Umbruch starten“

Der stellvertretende VfB-Vorsitzende Dominik Schmidramsl über die Auswirkungen von Corona und die Suche nach neuen Spielern

Eichstätt – Noch ruht der Ball. Doch beim VfB Eichstätt herrscht hinter den Kulissen rege Betriebsamkeit. Schließlich gilt es, den Kader für die Saison 2021/22 zusammenzustellen. Deshalb glüht bei Dominik Schmidramsl das Telefon. Unser Mitarbeiter Norbert Dengler hat ihn dennoch spät abends erreicht – nachdem Schmidramsl kurz zuvor sein 28. Gespräch beendet hatte.

Herr Schmidramsl, der Anfang ist gemacht: Mit Jonas Fries, Philipp Federl und Julian Kögel hat ein Trio bereits die Zusage gegeben.

Dominik Schmidramsl: ...und es werden in Kürze weitere folgen. Unser Team befindet sich mit allen anderen Akteuren so wie potenziellen Neuzugängen in Gesprächen und wir sind definitiv zuversichtlich. Wir wollen nur die Spieler halten, die auch zu uns stehen. Wenn einer auf der Kippe steht, will er unseren Weg nicht mitgehen, dann darf er den Verein

gerne verlassen. Gegen unsere Überzeugung werden wir keinen halten. Und wir wissen auch, dass wir in diesem Sommer einen größeren Umbruch starten werden.

Inwiefern?
Schmidramsl: Das hat zwei Gründe. Ersten wollen wir Corona nutzen, um den Verein umzustrukturieren und neu zu erfinden. Und zweitens sind wir dazu auch gezwungen.

Es scheint mal wieder um das liebe Geld zu gehen.

Schmidramsl: Es ist bekannt, dass es bei uns schon immer spitz auf Knopf steht und wir mit unserem Etat, der ungefähr ein Zehntel von dem der Spitzenteams beträgt, keine großen Sprünge machen können. Und weil wir schon immer wirtschaftlich denken, werden wir den Gürtel noch enger schnalzen müssen – unter anderem auch, weil Sponsoren ganz abgesprungen sind oder ihre Zuwendung reduziert haben.

Ist das nun – unter anderem nach den Abgängen von Benjamin Schmidramsl und Top-Torjäger Fabian Eberle – die möglicherweise größte Herausforderung der jüngeren Vereinsgeschichte?

Schmidramsl: Sportlich gesehen würde ich das verneinen. Denn schon zu meiner aktiven Zeit habe ich jedes Jahr gehört,



Allmählich wird das Grundgerüst der Mannschaft für die neue Saison erkennbar: Mit Jonas Fries bleibt dem VfB der Dreh- und Angelpunkt im Mittelfeld erhalten. Foto: Traub

es nun bergab geht. Die eigentliche Herausforderung ist, dass wirtschaftlich nicht mehr so viel drin ist. Da gilt es jetzt einfach, die Corona-Phase anzunehmen und das Beste daraus zu machen. Uns ist aber natürlich auch bewusst, dass wir nicht der einzige Verein sind, dem es so geht. Da müssen viele kämpfen.

Hat der VfB die längste Zeit in der vierthöchsten deutschen Spielklasse gespielt?

Schmidramsl: Wir wollen jedes Jahr mitnehmen, denn wir wissen, was wir an der Regionalliga haben. Wir sind ein wahnsinniges Aushängeschild für die Stadt Eichstätt und die gesamte Region. Außerdem sind wir für unsere vielen Zuschauer bei den Heimspielen bekannt. Das wollen wir so lange wie möglich aufrechterhalten. Aber klar: Irgendwann ist das Ende der Fahnenstange erreicht. Wir werden sehen, wann das sein wird.

Geht es bei der Kaderplanung für die neue Saison auch vornehmlich darum, den Kader deutlich zu verjüngen? Schließlich sind alle Regionalligisten dazu verpflichtet, an jedem Spieltag vier Spieler im Kader zu haben, die am 1. Juli der jeweiligen Saison das 23. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

Schmidramsl: Das ist richtig. Wie bereits erwähnt, wächst aber das Budget nicht in die Hö-

he. Deshalb wollen wir gemäß unserem Konzept in Eichstätt wieder gerne auf regionale Spieler setzen. Diese sollten jung, erfolgshungrig und willig sein. Und vor allem den Spaß mitbringen, hier beim VfB zu spielen und sich sportlich weiterentwickeln. Von daher glaube ich, dass sich das mit der Verjüngung von alleine ergibt. Aber wir haben das im Blick, weil das eine Pflichtaufgabe ist.

Bei den Neuzugängen hatte der VfB zuletzt ein glückliches Händchen. Führen Sie die Scouting-Tätigkeit in Personalunion zu Ihrem Amt als stellvertretender Vorsitzender auch in Zukunft fort?

Schmidramsl: Nein. Das habe ich komplett an Marco Schiebel übergeben. Er macht das in Zusammenarbeit mit dem Sportlichen Leiter Hans Benz. Und beide leisten bislang eine hervorragende Arbeit.

Das Gespräch führte Norbert Dengler.



Projekt Peer-Beratung: Gemeinsam mit der Fritz Wittich GmbH spendeten wir fast 5.000 Euro für ein besonderes Projekt für die Inklusion behinderter Menschen. Das Projekt basiert auf dem Bundesteilhabegesetz und einer UN-Konvention aus dem Jahr 2009. Hierbei wird die Methode der „Peer-Beratung“ als Ergänzung professioneller Beratungsangebote im Sinne einer stärkeren Teilhabe und Inklusion für Menschen mit Behinderungen gefordert. Tim Ludwig (LIQUI MOLY Gebietsleiter, 3. v. l.) übergab den Scheck gemeinsam mit Matthias Wittich (Geschäftsführer Wittich GmbH, 2. v. l.).



SCHECKÜBERGABE

Liqui Moly GmbH und Wittich GmbH spenden für Bethel

Insgesamt kamen im Rahmen einer Weihnachtsaktion beinahe 5000 EUR zusammen. Die Spendenübergabe an das Projekt „Peer-Beratung“ im Betheler Stiftungsbereich proWerk fand kürzlich statt.

Auszug aus der Südwest Presse

LIQUI MOLY ist wieder die Nummer 1

Von Ivo Schützbach 12.03.2021 - 11:24



© Liqui Moly

Liqui Moly hat schon viele Preise gewonnen

Erfolg auf ganzer Linie: Auch 2021 überzeugt die deutsche Marke die Autofahrer. Die Leser der AutoBILD wählten LIQUI MOLY zur besten Schmierstoffmarke.

Das geht rauf (runter) wie Öl! Seit Jahren gibt es für unsere Marke nur eine Richtung: nach oben! Das gilt für die Spitzenqualität unserer Produkte genauso wie für die Beliebtheit von LIQUI MOLY. Unser Öl und nahezu 4000 Artikel kennt man mittlerweile auf der ganzen Welt und verbindet diese unter anderem mit großen Motorsportereignissen und einem positiven Image.

Auf das Know-how unserer Marke Made in Germany vertrauen Millionen Autofahrer. Wohl auch deshalb wählten uns die Leser der führenden Automagazine 2021 erneut zu Deutschlands bester Schmierstoffmarke. Bei AUTO ZEITUNG sowie auto motor und sport bereits das 11. Mal in Folge. Zudem glänzen wir bei AUTO ZEITUNG wiederholt mit Platz 2 in der Kategorie Pflegemittel für Fahrzeuge. Eine besondere Ehre, für die wir uns ganz besonders bei Ihnen bedanken.

Natürlich bedanken wir uns auf die gewohnte LIQUI MOLY-Art mit unserem Bekenntnis zu exzellentem Service und herausragenden Produkten für Ihr Mobil – für innen und außen, vom Motor bis zur Lackpflege. Denn wir bieten nicht nur Motoröl oder Additive, sondern auch ein breites Sortiment zur Pflege Ihres Fahrzeugs. Damit überzeugt LIQUI MOLY mit einem Komplettangebot für jedes Gefährt. Ihr Dank und Ihr Vertrauen spornen uns weiter an, nur das Beste für Sie und Ihr Fahrzeug zu geben, egal ob Auto, Fahr- oder Motorrad. Mit LIQUI MOLY liegen Sie immer richtig und kommen zuverlässig sowie sicher ans Ziel.



LIQUI MOLY

Alles was fährt, läuft besser mit LIQUI MOLY.



Liqui Moly – Umfangreiches Fahrzeugpflege-Sortiment

30.03.2021 Produkte



Auto...



Motorrad...



...oder Bike...

Liqui Moly, im Schmierstoffbereich und bei Additiven weltweit etabliert, verfügt auch über ein umfangreiches Fahrzeugpflege-Sortiment. Für alle Arten von Fahrzeugen zu Luft, im Wasser, auf und abseits der Straße.



„Ob Boot...

„Wir sind ein Vollsortimenter in der Fahrzeugchemie“, so Günter Hiermaier, Geschäftsführer von Liqui Moly. „Fast alles rund ums Fahrzeug bieten wir an. So auch ein qualitativ hochwertiges, umfangreiches Liqui Moly Fahrzeugpflege-Sortiment“, ergänzt Hiermaier. Lacke, Metalle, Kunststoffe, Textilien, Glas oder Gummi.

Für all diese Anwendungsbereiche gibt es Produkte aus dem Sortiment. Für Reinigung, Konservierung oder Pflege. „Wir bieten Produkte für das ganze Jahr. Egal ob Sie Insekten, Bremsstaub, Salz oder Teer entfernen wollen. Oder einfach nur für eine tolle Optik und den Werterhalt sorgen möchten. Dabei konzentrieren wir uns auf Bedürfnisse der Endkunden. Die bevorzugen eine einfache aber effektive Art der Fahrzeugpflege“, betont Günter Hiermaier.

Pflegeprodukte mit hoher Qualität



„...das Liqui Moly Fahrzeugpflege-Sortiment bietet für alle Lösungen“, so Geschäftsführer Günter Hiermaier

Verbraucher schreiben Liqui Moly eine hohe Kompetenz und Qualität in diesem Segment zu. Das beweisen zahlreiche Leserwahlen der auflagenstarken Publikumszeitschriften im Automobilbereich.

Bei diesen landet das Unternehmen seit Jahren auf dem Podest. „Natürlich profitieren auch unsere Geschäftspartner davon, die mit unseren Produkten Umsatz machen“, erklärt Hiermaier.

Das Unternehmen betont in der heurigen Marketingkampagne seine Pflegeprodukte als dritte Säule. Gerade im Frühjahr, wenn viele Menschen sich um die große Fahrzeugreinigung kümmern, will Liqui Moly mit seinem Portfolio ordentlich mitmischen.



AUTOBIOGRAFIE

VON GUIDO REINKING



ERNST PROBST ist Geschäftsführer des Schmiermittelherstellers Liqui Moly aus Ulm, der zur Würth-Gruppe gehört.

Kraft ohne Kompromisse prägt den **FORD F-150 RAPTOR**. Ernst Probst fährt den Pickup – und führt mit ähnlichem Drive den Schmiermittelhersteller Liqui Moly

Mit seinem brachialen Sound passt dieser Wagen perfekt zu seinem Fahrer: Ernst Probst, Chef der Ölmarke Liqui Moly, machte mitten in der Pandemie mit lautstarken Statements zu antizyklischer Führung von sich reden: „Während die Konkurrenz ihre Mitarbeiter entlässt, stellen wir über 100 neue ein und zahlen der Belegschaft eine Prämie von 1 500 Euro.“ Anderswo stünden Kurzarbeit und Staatshilfen im Fokus, so Probst weiter: „Wir geben richtig Gas.“

Der trotz Krise gestiegene Umsatz gibt dem Geschäftsführer

recht. Angepasst nach Schema F zu handeln ist einfach nicht sein Ding. Wenn Probst den Ford F-150 Raptor aus der Remise der Ritterburg lenkt, die er in Leipheim bei Ulm bewohnt, klirren die Butzenscheiben des historischen Gemäuers. Der große Pickup, das meistverkaufte Auto der USA, bringt grollende 450 PS auf die Straße, ist in 5,1 Sekunden auf 100 km/h – und hat einen entsprechend großen Benzindurst.

Letzteres ist für Probst kein Manko. „Es macht einfach Spaß, und mehr als 1 000 Kilometer im

Jahr fahre ich ohnehin nicht damit.“ Schließlich wollen sein Mercedes SLS AMG und seine olivgrünen Harleys auch noch bewegt werden.

Verzicht allein, sagt der 64-Jährige, würde den Klimawandel nicht umkehren, dazu brauche es eher technische Innovation als klein-karierte Verbote. Er selbst, fügt Probst hinzu, höre nur auf Menschen, die das, was sie sagen, durch Leistung belegen können. Und auf seine Kunden: „Ich beantworte jede Mail persönlich, auch noch am späten Sonntagabend.“

Enterprise, National Select LIQUI MOLY for Mexico Service Products

March 25, 2021 • by Auto Rental News Staff



The decision was made by Grupo ANTYR, a Mexican company that operates the franchise of these two brands in 31 national destinations ranging from the north of the country to the central zone.

Earlier this month, Enterprise Rent-A-Car and National Car Rental Mexico chose LIQUI MOLY as their official service product for the Mexican territory, ensuring that all vehicles use LIQUI MOLY oil. Through this new venture, Enterprise Rent-A-Car and National Car Rental say they will be able to reduce operational costs and engine wear.

“The costumers of Enterprise Rent-A-Car and National Car Rental Mexico will be able to enjoy lower fuel consumption in their rented vehicles, as well as the perfect engine response and reliability they would look for in their own car,” Guillermo Morelos, CEO of LIQUI MOLY Mexico, said in a statement.

The decision was made by Grupo ANTYR, a Mexican company that operates the franchise of these two brands in 31 national destinations ranging from the north of the country to the central zone.

Related: [Enterprise Launches Digital Car Sales Platform](#)

Pingelen - leuk, maar niet in je motor

Te vroeg ontbranden is nooit leuk - zeker niet in je motor. Daar gaat ie namelijk stuk van

Redactie TopGear - 18/03/21 - 16:30



NETHERLANDS

Met de bal haast aan een touwtje de ene na de andere tegenstander uitspelen – bij voetbal is iedereen is dol op een pingelaar. Als het een goede is, tenminste, anders heeft iedereen een hekel aan hem. Er is ook nog een ander soort pingelen, en daar heeft iedereen altijd een hekel aan: als brandstof te vroeg tot ontsteking komt. En te vroeg ontbranden is ook nooit leuk – zeker niet in je motor. Daar gaat ie namelijk stuk van. Het goede nieuws: er is iets aan te doen. Met LIQUI MOLY DFI-reiniger. En het is nog doodeenvoudig ook!

WAT DOET LIQUI MOLY DFI-REINIGER?

Moderne motoren hebben bijna altijd directe insputing en vaak een hoge compressieverhouding. Bij de verbranding van de brandstof blijven er restjes achter, die als het ware kunnen aankloeken. Omdat het in motoren nu eenmaal erg heet wordt, kan het zijn dat die restjes gaan gloeien en zo de brandstof al ontsteken voordat er een vonk bij is gekomen. Dat is foute boel en kan leiden tot ernstige motorschade. De oplossing is zo simpel dat je het zelf ook kunt bedenken: die rommel moet uit je motor. Maar dat is zo eenvoudig nog niet. Tenzij je de experts van LIQUI MOLY, die al 60 jaar ervaring met additieven hebben, in huis haalt. Die hebben namelijk een toevoeging ontwikkeld met polyetheramine als werkzame stof. En dat goedje maakt niet alleen korte metten met zelfs de hardnekkigste koolstofafzettingen op je zuigers en injectoren. Het helpt namelijk ook te voorkomen dat ze terugkeren. Waarmee 'LIQUI MOLY DFI-reiniger' in feite een andere manier is om te zeggen: 'het behoud van je motor'.

HOE GEBRUIK JE LIQUI MOLY DFI-REINIGER?

Het fijne is: door die dubbele werking hoeft je echt niet om de 100 kilometer te stoppen om weer een nieuwe fles in je tank te mikken. Sterker nog: eens in de 5.000 kilometer is al voldoende om te voorkomen dat je motor slechter presteert en meer verbruikt door die viesheid. Om over de kans op serieuze schade nog maar te zwijgen. Om in voetbaltermen te blijven: met LIQUI MOLY DFI-reiniger haal je die pingelaar genadeloos naar vóór ie doorbreekt. En je krijgt er niet eens een rode kaart voor.



Liqui Moly představuje čistič přímého vstřikování DFI Cleaner

AnM / 29. března 2021, 8:30



Firma **Liqui Moly** bude mít od dubna naskladněný nový produkt, a to čistič přímého vstřikování DFI Cleaner.

DFI Cleaner je moderní přísada do benzínu s technologií polyetheraminu (PEA). Dosahuje nejvyššího čistícího účinku v palivovém systému a vynikající čistoty pístu a spalovací komory pomocí aktivního PEA. Výrazně snižuje riziko poškození motoru vlivem předčasněmu zapálení směsi při nízké motorové rychlosti (LSPi).

20 ml obsahu dózy je určeno pro 30 – 50 litrů benzínu. Pro ideální účinek je vhodné přidávat čistič do benzínu alespoň každých 5.000 km. Ke smíšení s benzinem dojde samovolně. OEM doporučení se mohou od standardního dávkování lišit, proto vždy dodržujte pokyny výrobce.



USA



Turbocharger Additive
LIQUI MOLY, Santa Ana, California, offers a Turbocharger Additive that protects the plain bearings of new or repaired turbochargers until motor oil lubrication begins. The active ingredient combination in the tube contains the solid lubricant MoS₂ in a very high dosage. The MoS₂ attaches to the metal surfaces of the plain bearings to ensure lubrication at startup, preventing failures and increasing service life of the turbo.

PRESSION

ZDROJ: LIQUI MOLY GmbH

CROATIA

OUR SOURCE OF INSPIRATION.

OUR 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.



www.liqui-moly.com/en/gb/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.

Notes: 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.