



PICTURES AND STORIES

FROM OUR LIVES 09.2020



We keep on helping!

CIRCULAR LETTER BY ERNST PROST

36

In today's circular Ernst Prost covers the meaning of trust, respect and friendship for company success

Dear Entrepreneurs, ladies and gentlemen, hello friends!

Trust, respect, friendship, when I tell an reporter about these three pillars of our success, than I can visualize the wrinkled forehead of my interview partner through the telephone... too idealistic? Then onto reality: Since Corona started we have created jobs and hired 36 people, we also distributed free goods to rescue organisations in Germany for 4 million euros. We have invested in an additional 18 million euros in advertising for our brand and our products, for the benefit of our customers in trade and in the workshop. And all of this in the middle of one of the biggest crises of all time. We are neither employees nor managers, but entrepreneurs, 1,000 co-entrepreneurs who are taking action with courage, diligence and expertise! Oh yes - and we are idealists too... Our half-year revenues? 2 % above last year! Any more questions, Mr. Hauser?

Trust, respect, friendship. Three pillars of our success and the most important ingredients for our cooperation. "Trust is good, control is better." Bullshit. I don't need to control a friend I trust.

We work together in friendship with flat hierarchies, short decision-making processes and well coordinated teams. Egomaniacs and careerists have no chance with us. We are the brand, we are ourselves, and where

talent is perhaps sometimes lacking, we compensate for this with fighting spirit and morale - just like in sport. With us it doesn't need much instruction either, because we all want the same thing. You don't have to tell grown-up people what it's all about. Vote, inform, coach. In a community of people who work on a challenge with dedication and joy, this is quite enough. 1,000 co-entrepreneurs who all do something to achieve goals, accomplish tasks, create success and have fun doing it. There is no need for carrots and sticks, nor for any artificial motivation. The motivation is already in each of us!!! We don't have motivation trainers, "Tschakka, you can do it gurus", and no consulting firms either. We already know what to do, and so we do! Doing & do, instead of talking & discussing is clearly 1,000 times more in line with our company DNA and character than anything else.

Sometimes I have the impression that it's a very lucrative business model to complicate simple things in order to be able to write big bills afterwards as a consultant... It is easy to make something more difficult than it is, but it is difficult to make something easier... The greater the complexity, the more we rely on simplicity and common sense.

I trust in our strength, in our knowledge and in our energy. We live of a 1,000 small and different springs, all of which ensure that the big river always has enough water. And



36

so every day we make each other better, faster and smarter, because we listen to each other and because we learn from each other. We are a well rehearsed team and all of us have a strong winning mentality. Just as we listen to ourselves, we also listen to our customers. After all, we do all the "magic" for our partners and business associates, for workshops, dealers and drivers. Instead of management consultants, I prefer to ask screwdrivers, mechanics and master craftsmen, field staff and counter employees what we should do and what they expect from us. This way leads us all to a WIN WIN result. Because the best businesses are still those where everybody profits and there are no losers! (By the way, this also applies to politics

and our social interaction...)
And if you also trace this thought back to its origin, you will come back to trust, respect and friendship...
In this spirit

Yours
Ernst Prost

RED ALERT

NIGHT OF LIGHT

Magical yet admonishing – Castle Leipheim of Ernst Prost, illuminated in red! What, as here, was addressed to politicians all over Germany as a bright warning and a flaming appeal to rescue the event industry is symbolic of the economic consequences of the corona crisis that has endured for months now. Consequences that we too are fighting against, day and night with full commitment!



RED ALERT

NIGHT OF LIGHT



EDITORIAL

Dear LIQUI MOLY friends,

Spot on for a real wow moment: Castle Leipeheim shining blood-red! But as fascinating as this stronghold against corona and control center of our boss looked during the Night of Light – the occasion was far less pleasant: With this nationwide campaign, the event industry wanted to shed some light on the alarming situation caused by the pandemic.

This cry for help from an entire sector of the economy is just one of many examples that shows us that the crisis is far from over, despite the far-reaching easing of restrictions. Corona still challenges us, not only as a company, but also our families, our friends, our business partners – simply everyone. This makes it all the more important that we stand together more than ever, support each other and break new ground together. True to the motto: There has never been a beginning like today!

Now that the pure higher-faster-farther approach has been forced to take a break, our capability for excellent performance shows itself on many levels. Driven by social responsibility and deeply rooted humanity, we have been helping wherever we can for weeks – the emergency services and rescue workers all around the world as well as our customers and business partners. And we do this with the same passion that we have shown in recent years in the hunt for ever higher sales records.

Nevertheless, we are dependent on pushing the sale of our products and the expansion of our market shares. Only in this way can we secure our future, our jobs and the well-being of all those people who live from and with their work for LIQUI MOLY. After all, it is the triad of doing business successfully, serving the community and lovingly helping others that distinguishes our LIQUI MOLY family worldwide. And this triad is the reason why we meet millions of enthusiastic people from all over the world. Enthusiasm for our corporate philosophy, for our top quality, for our commitment.

Let us rejoice in our activities full of meaning and purpose, in the positive perception of our brand, and in what we are giving back to society, especially in these difficult times: a shining blue-red-white glimmer of hope!

Jörg Witopil
(Copywriter)

Niklas Döhring
(Graphic Artist)

IMPRINT Publisher: LIQUI MOLY GmbH, Jerg-Wieland-Strasse 4, 89081 Ulm, Germany, www.liqui-moly.de • LIQUI MOLY GmbH is represented by: Ernst Prost, Günter Hiermaier **Responsible under German press law:** Ernst Prost **Editorial:** Jörg Witopil **Design:** Niklas Döhring **Distribution:** The magazine is issued 12 times a year and is published free of charge on our website and the online platform Issuu.com at the beginning of each month. **Rights & privacy:** Reproduction or other use solely with the written permission of the publisher. **Pictures and photos:** LIQUI MOLY GmbH, Shutterstock, iStock, Annika Dollner

Minimum wage and old age poverty due to competition distortion through subsidies from tax money

LIQUI MOLY CEO Ernst Prost on social dumping at the expense of the state

Ladies and gentlemen.

At the moment I am getting my ass kicked because I am in favor of increasing the minimum wage. Many companies would then no longer be profitable - so they say - if they had to pay higher wages, so they would rather maintain their profits than give workers the wages they need for their livelihood and which they have earned by generating the company's profit? Well, that can't be it especially not when the state uses all our tax money to help these employees and thus indirectly those companies. Through these type of employments, tax money needs to be generated to fight old-age poverty. Thus, companies profits are subsidized and the profitability for the company is increased by supplementing the to low wages for workers with state money. How is it possible that in one and the same

industry companies with this minimum wage strategy are still bumbling around, while others are able to pay decent salaries, also covered by collective bargaining agreements agreed with trade unions and workers councils? In this way, companies use their tax payments to finance directly and indirectly the subsidies of companies that do not maintain such standards and then even define themselves on the market through cheap prices. After all, there is no art in being cheap if I do not pay my workers decently, disregard tariffs and make minimum wages the yardstick for my calculation. This is completely out of line with the market economy, an abuse of the social systems and a distortion of competition. Competition should be fought over better performance, not over the resourceful exploitation of the welfare state and certainly not over the disregard of standards of occupational safety,



Photo: Holger Karkheck

environmental protection and wages. Conclusion: People must be able to live from their work and this should be possible with only one job. Companies that do not want to or cannot meet their social responsibility by offering fair and adequate wages should come up with a different business model or increase their prices - but under no circumstances should they be put in a position to use dumping prices to undermine healthy companies by obtaining all kinds of grants or subsidies directly for themselves and their employees or by sending their teams to the Federal Employment Agency to supplement their meager wages.

Yours
Ernst Prost



Missed the previous circulars?
Here you will find them all bundled together: www.liqui-moly.de/en/company/news

Or just take a look at the latest issues of PICTURES AND STORIES:
www.liqui-moly.de/en/company/monthly-magazine

CIRCULAR LETTER BY ERNST PROST



Photo: Holger Karkheck

Corporate social responsibility

LIQUI MOLY CEO Ernst Prost on economy beyond economic activities

Dear companions.

Also a hot iron... Some people think they have a company to make as much money as possible - and that's it. No matter how, no matter what, no matter with whom, It won't work well in an enlightened society (Hopefully). Moreover, such attitudes and behavior do not do justice to the honorable merchant, solid entrepreneurship and the principles of free and social market economy, neither at the back nor at the front. Companies have a social and societal responsibility to fulfill otherwise they are useless!

Brands are often the visible figureheads of companies. Brands reflect what the management thinks, how they act and according to which principles they lead the company. If there is nothing to be seen in this mirror of ethics, morals, decency, social responsibility and social benefit, the customer will move along and leave the brand, company and products behind - no matter how cheap they are. The whole spectrum of a company has a lot to do with trust because not everything that is important is visible, even in our age of Internet based transparency trust is needed - not only in institutions and companies, but first and foremost in the people behind them, who embody and exemplify the company, the brand, the corporate philosophy, the values and principles. Especially in times of crisis, people look behind the facade and want to know which company and which people are behind the services and goods offered. Then it's good if you don't just thrash out semantic empty phrases from the marketing kit but truly live and love the brand, remain true to your principles and accept your responsibility. People quickly recognize whether the text was created by an advertising agency or originates authentically from the brain, heart and soul of a team that stands for the product benefits as well as the brand core, corporate values and the social responsibility of a company.

It makes me sick to my stomach when I see how some corporate leaders trample on their social and societal responsibilities in order to make a few cents more profit. People are being laid off or sent on short time, corporate standards ignored, whined and begged for help from the state and at the same time publicity stunts are being held to improve the company's image... Not to mention lavish profit distributions, using all the tax tricks available, combined with fierce social dumping.

Building confidence through authentic, sustainable corporate management and branding can be done differently. The economy must serve people and not the other way round! Solidarity with society, loyalty to individuals, to the community and to the state, as well as decent & considerate business practices are what people expect from a company whose products they should buy, more than ever. And more than ever, WE are striving to master this task every day, to justify the trust placed in us and to live up to our social, societal responsibility.

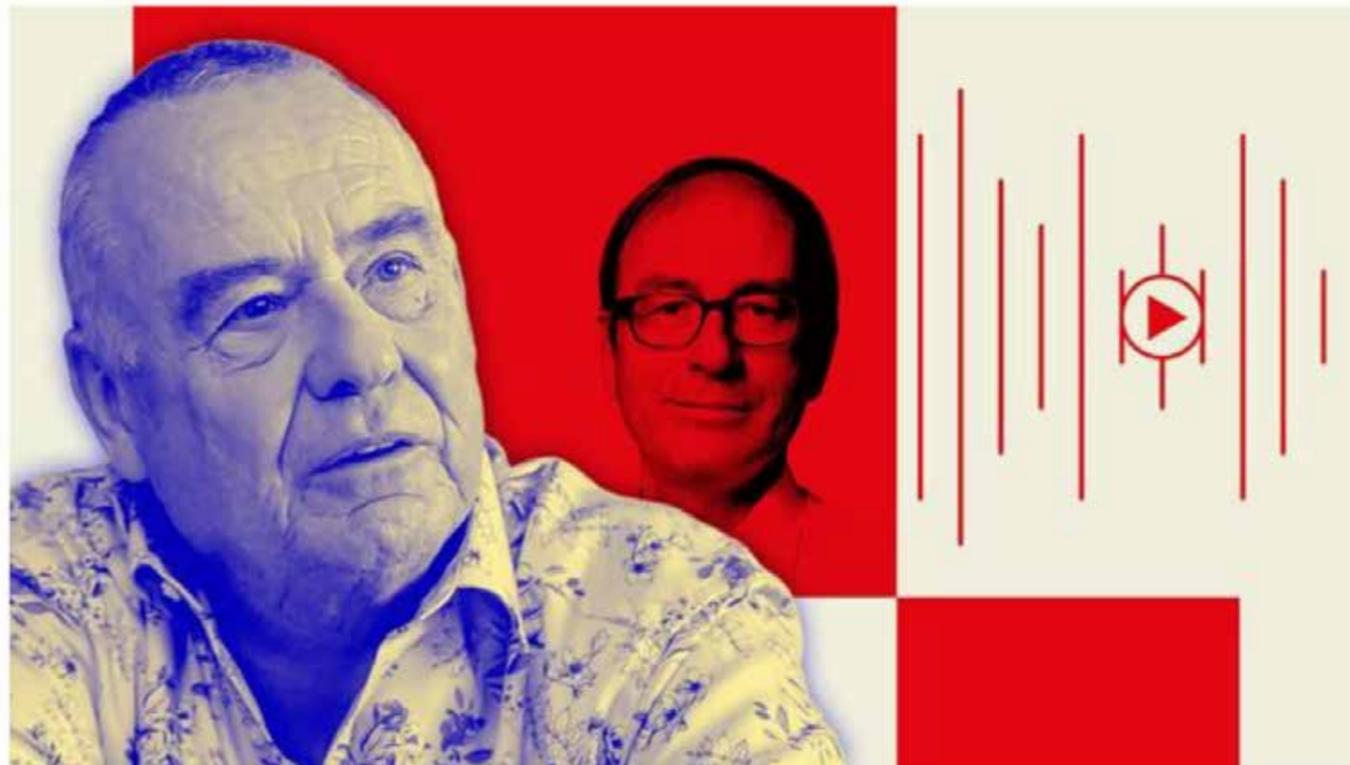
Yours
Ernst Prost

PODCAST – CHEFGESPRÄCH

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

von Beat Balzli

19. Juni 2020

Bild: [WirtschaftsWoche](#)

Editor-in-chief Beat Balzli talks to LIQUI MOLY boss Ernst Prost in a podcast about a pampered generation, the benefits of the crisis and the “sweet poison” of state aid.

Ernst Prost considers Peter Altmaier’s industrial policy course to be nonsense. One never knows with him whether he is actually a member of the SPD. As a supporter of the minimum wage, the head of the motor oil manufacturer LIQUI MOLY has a strong and clear opinion on many things. Some consider him a red capitalist, others a gifted self-promoter who peddles his trick of social virtue signaling.

In any case, he was the perfect guest for my podcast “Boss Talk”. I learned a lot about men’s lack of robustness, the monkey theory, unscrupulous corporations, the allegedly pampered “latte generation” and Prost’s best investment – apart from his castle.

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

WirtschaftsWoche
„Das ist ein gewaltiges Mitnahmeprogramm...“
 WirtschaftsWoche Chefgespräch
 00:00 1x
 Abonnieren [Alle Episoden >](#)

101 Köpfe, Folge 128

Ernst Prost: „Geldgeilheit macht mich zornig“



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Spätzle mit Soße.

NATIONAL PRESS



Interview mit

ERNST PROBST

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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



Warning! Be careful!

LIQUI MOLY Managing Director Ernst Prost
on rampant bureaucracy

Dear co-entrepreneurs,

Every morning, an industrious ant came happily to work. She loved her work. Here she spent most of the day working hard, always humming a song. And so she worked diligently day after day. The director-general, a big fat beetle, found that there was no one to supervise the ant.

It could not go on like this!

He created a supervisor position and hired a dung beetle with a lot of experience. The first concern of the dung beetle was to standardize the working hours. He prepared various reports on this topic. Soon, the dung beetle needed a secretary to compile these reports. A spider was hired to set up an archive and take telephone calls. And the ant continued to work cheerfully all the time, because she liked her work and, from time to time, she hummed a little song.

The director-general was delighted with the work of the dung beetle and asked him for graphic presentations and future development analyses. So it became necessary to hire a fly to help the supervisor. They bought the fly a laptop, with which he could make the reports nice and colorful. Well ... the industrious ant soon stopped humming a song, complaining that she had so much paperwork to fill out instead of actually working.

The director-general then decided that an administrator was needed for the department in which the ant worked. This responsible task was assigned to the grasshopper, who first demanded that a special office chair be bought for him. Of course, he also needed a car, a laptop and access to the intranet. And, of course, he also needed a personal assistant, the toad, who had already worked at her old workplace as a secretary for the grasshopper. The ant stopped singing. She became more and more restless and nervous.

"We need to commission a panel to gather data for a study on the working class and to write a report." No sooner said than done. The selected specialists immediately set to work for months at considerable expense. In the meantime, the director-general noticed that the department in which the hard-working ant had previously worked so cheerfully no longer generated the same profit as before.

He turned to the owl, an expert in business management who was paid thousands of euro in consultation fees. She was asked to analyze and diagnose what needed to be done. The owl bustled around in all the offices of the company for three months. She then submitted a final report which said: "You have too many staff; there should be a reduction in headcount."

Following the expert advice of the owl, the director-general dismissed the ant.

Justification: "Unfortunately, the ant has suffered a total loss of performance and does not work as diligently as in the beginning. Instead, she only whines about the annoying bureaucracy and the constant controls. The bottom line: The ant has to go, because we need efficient employees who go to work cheerfully and hum a song or two!"

I hope the truth that's in this story will never apply to us!!!

Ernst Prost

CORONA CRISIS

DONATIONS



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

We are increasing our support once again

First one, then three and now four million euro of product donations for all corona heroes.

Extraordinary times like these call for unusual and unbureaucratic action. That is why we are boosting our support for rescue services and fire brigades once again to the current value of four million euro. In this way, we are once again creating extra capacities for the vital financial relief of numerous aid organizations.

While, at the beginning of April, we provided one million euro to support all corona relief workers, the overwhelming response meant that the donation sum had to be increased to three and now even four million euro to continue helping with free oil, additives, care and service products. Every day, we are still receiving a large number of requests for free goods for fire engines or ambulances, for emergency vehicles, for mobile care services, meals on wheels, and many more ... Our help cannot and must not stop there. Because the social responsibility of our LIQUI MOLY family worldwide is a greater goal than maximizing the profit at the end of the year!

CORONA CRISIS

DONATIONS



► Startseite ► Aktuelles

Lindenberg, 22.06.2020

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

„Wir würden ja gerne mit Desinfektionsmitteln, Gesichtsmasken und anderen dringend benötigten Materialien helfen, aber dafür sind wir in der falschen Branche. Deshalb helfen wir mit dem, was wir am besten können: Öle, Additive und andere Autopflegemittel“, so Ernst Prost welcher Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter von Liqui Moly ist.



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

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

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

Bericht und Bilder:
Sebastian Habersetzer

CORONA CRISIS

DONATIONS



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

E-Mail vom 15. Juni 2020

Freiwillige Feuerwehr Wilhelmsthal
19 Std. · G
LIQUI MOLY
LIQUI MOLY unterstützt Rettungsdienste und Feuerwehren, auch wir erhielten ein von uns gewünschtes Überraschungspaket für alle acht Ortsteilfeuerwehren der Gemeinde Wilhelmsthal. Herzlichen Dank für die großzügige Spende!



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



DLRG Bezirk Bremerhaven e.V. dankbar – hier: DLRG Bezirk Bremerhaven e.V.
3 Std. · Bremerhaven, Freie Hansestadt Bremen · G
Wir bedanken uns sehr herzlich bei der Firma LIQUI MOLY, die uns mit der Spende von hochwertigen Motorölen und Additiven hilft, die Einsatzfähigkeit unseres Materials auch in stürmischen Zeiten zu erhalten.
Der zuverlässige Zustand unseres Materials hat einen ebenso hohen Stellenwert, wie die professionelle Ausbildung unserer Einsatzkräfte. Nur im Zusammenspiel von Menschen und Technik können wir unsere ehrenamtliche Arbeit professionell und sicher leisten. Arbeit, die wir ausschließlich mit Spenden und Mitgliedsbeiträgen finanzieren.
Umso mehr freuen wir uns, dass LIQUI MOLY uns bei der Spende aus ihrer Produktpalette berücksichtigt hat. Bitte bleiben auch Sie gesund!
Danket!



CORONA CRISIS

DONATIONS



Freiwillige Feuerwehr Erbach 🙏 dankbar.
20. Juni um 22:49 · 🌐

LIQUI MOLY unterstützt die FF Erbach!

Mit der Aktion "3-Millionen-Spende" hilft Liqui Moly uns Blaublichtorganisationen mit kostenlosen Produkten beim Erhalt der Einsatzbereitschaft in Corona-Zeiten. Wir bedanken uns recht herzlich für diese großzügige Geste! Im Bild 1. Kommandant Michael Rothenacher und 2. Vorstand Josef Weidinger mit unserem Paket. Da kann die nächste Fahrzeugpflege kommen und den Gerätewarten geht der Schmierstoff auch nicht aus 😊



Feuerwehr Feilitzsch
Gestern um 14:31 · 🌐

HERZLICHEN DANK für diese sehr großzügige Spende, die wir von der Firma LIQUI MOLY erhalten haben.

LIQUI MOLY unterstützt zahlreiche Hilfsorganisationen in der schwierigen Corona-Zeit. Wartungen und Pflege der Fahrzeuge und Gerätschaften zur Erhaltung der Einsatzbereitschaft ist auch in solch besonderen Krisenzeiten nicht wegzudenken. Wir bedanken uns recht herzlich 🙏



Freiwillige Feuerwehr Meinersdorf
21. Juni um 20:33 · 🌐

Die Freiwillige Feuerwehr Meinersdorf bedankt sich bei LIQUI MOLY

Die Firma Liqui Moly unterstützt den Rettungsdienst und die Feuerwehr mit einer Spende. Für die Pflege der Einsatzfahrzeuge stellt die Firma ihre Produkte zur Verfügung.

Wir werden diese Spende effektiv und sinnvoll einsetzen.

Vielen Dank
#LiquiMoly



Die Feuerwehr informiert



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

Die Blausteiner Wehren bekamen im Zuge dieser besonderen Aktion mehrere Lieferungen mit hochwertigen Pro-

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

Die Stadt Blaustein und die Feuerwehr bedanken sich an dieser Stelle ganz herzlich für dieses außerordentliche Engagement!

CORONA CRISIS

DONATIONS



Old but far from scrap: The Magirus DL26 turntable ladder of the Waldheim/Richzenhain volunteer fire brigade was built in 1939! To make sure that it stays in good shape for as long as possible, the fire fighters are using our product donation in their ongoing restoration of the powerful, now already 81 year old gem. Excellent preservation of a mobile treasure supported by LIQUI MOLY!

DONATIONS

CHINA



This makes our LIQUI MOLY family worldwide so special: Our retailer Womeng Qipei also joined our millions donation program, providing doctors and nurses of three hospitals in Shijiazhuang (capital of Hebei province) with our oils free of charge. The corona heroes of Baixing County Central Hospital, Ningjin County Hospital and the Ningjin Chinese and Western Medicine Integrated Hospital each took a group photo to give thanks for the most welcome donation.



DONATIONS

MAURITIUS



Living solidarity on Mauritius: Our local sales partner Axess also joined our worldwide corona donation campaign and presented free motor oil to our customer "Crams Co Ltd". This is a great and very welcome help for the workshop, which among other things carries out services for ambulance vehicles of private hospitals. The LIQUI MOLY overall, which all the mechanics were pleased to receive, achieves additional identification with our brand.

then as

now

Nostalgic haulers

At that time, maintenance-intensive lubrication of the individual lubrication points by means of a grease gun was the rule, but today this task is performed by central lubrication systems while on the road with our specially designed Viscous Grease ZS K00K-40.



Modern freight movers

At that time, viscous single-grade transmission fluids required power-intensive mechanical gear shifting. Today, our central hydraulic oils support the hydraulic control of the gear-shifting processes and, in conjunction with our high-performance, low-viscosity truck transmission fluids, ensure effortless shifting even under load.



Whereas in those days smoky engines and the corresponding wear and tear were quite common after a certain mileage, nowadays our oil and fuel additives help to achieve high operational reliability, great oil and fuel saving potential and, above all, a significant improvement in emission values.

Whereas at that time overtaxed, coolant-losing and steaming cooling systems were almost the order of the day, today our Pro-Line Radiator Cleaner optimizes heat exchange, while our Pro-Line Radiator Stop Leak K prevents or eliminates leaks, when simply added to the appropriate LIQUI MOLY coolant.

While considerable muscle power was still required for steering in former times, today our Steering Gear Oil 3100 and the Top Tec ATF oils in the power steering systems ensure easy handling when maneuvering and cornering on winding roads.

KAZAKHSTAN



The team from MIA Group (sales partner of LIQUI MOLY Eurasia) in Aktobe acquired certified LIQUI MOLY and Meguin expertise during a multi-day product training course held in Almaty. Present were (from left to right): Baurzhan Shamshidenov, Dmitriy Skorosuev, Ilya Brovko, Dauren Sansyzbai (Managing Director MIA Group) and Ildar Kassymov (Engineer LIQUI MOLY Eurasia).



VENEZUELA



Optimally lubricated and strengthened for passing through fascinating landscapes: During a joint trip with our customer Scorpions 4x4 to Península de Paraguna (about 500 km from Caracas), our friends in Venezuela provided optimal "nutrition" for the off-road vehicles as well as for the hungry participants.





Make some noise for LIQUI MOLY! With the well-known off-roader Anusorn Ubonsuk, our LIQUI MOLY Thailand team has secured a specialist for all bike challenges off the beaten track and one who is extremely well-known and successful in Asia. As brand ambassador and Yamaha Ténéré rider, he will help us to ensure that our MOTORBIKE range will soon be the epitome of the best lubricants and care products in the Asian off-road scene.





SWITZERLAND

One device, two applications – more and more workshops in Switzerland are relying on this simple but effective concept: Our JetClean Tronic II, in combination with our Pro-Line additives, eliminates problems with the fuel and intake system quickly and reliably.



KAZAKHSTAN

Even in these difficult times, our friends at LIQUI MOLY Eurasia are continuing to invest a great deal of heart and soul in training and advertising campaigns. For example, two technicians recently conducted eight training sessions with 27 participants directly at the customers' premises with the respective sales staff, e.g. at the Porsche Center Almaty, at Car City Automotive Basar and at the CTO service workshops.



ICELAND

Our customer Stilling in Iceland has put together a highly regarded aid package: Diesel vehicles such as coaches and trailers, that have been standing still for months due to the corona crisis, received our Anti-Bacterial Diesel Additive free of charge to prevent bacterial attack during the long shut-down period. In the immediate vicinity, at Arctic Trucks, Stilling also showed the LIQUI MOLY colors at the open day.

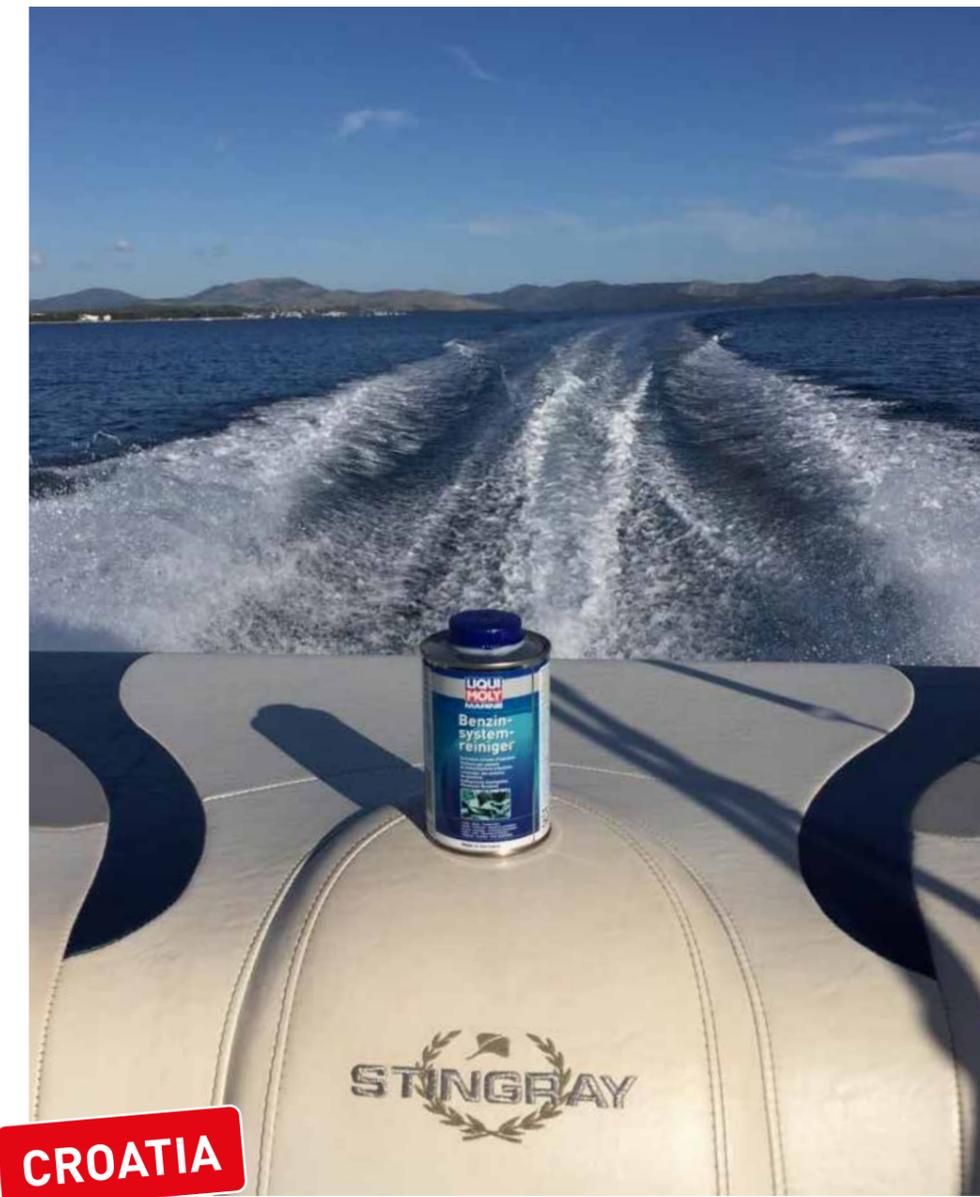


FAN POST



TURKEY

This German car make was the focus of top-star service with an oil change in Turkey, where our partners are currently fighting against the effects of the corona crisis with great motivation and commitment.



CROATIA

Clean engines run more reliably, economically and powerfully! This is also appreciated by one of our customers, who treats his boat to our MARINE Fuel System Cleaner, as here when cruising along the Croatian coast.

ONLINE COMPETITION

Stay on track: The Grand Prix of LIQUI MOLY is running at high revs!



Our main prize: Hyundai i30 N

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

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



my-liqui-moly.de

With over 4,000 items, we are one of the few full-range suppliers worldwide! Whether for cars, motorcycles, commercial vehicles, boats, bicycles, garden tools, industry, crafts or household: When it comes to maintaining the technical and visual value of vehicles, equipment and machines, LIQUI MOLY always offers the right products!



then as

Small range with a handful of products.



Our products keep you mobile and keep things moving worldwide.

All from a single source: the LIQUI MOLY full range! Always the right solution. Anytime. For every application. So sell everything that we have! In all countries of the world!

LIQUI MOLY motor oils

Whether for car or truck, motorbike or moped, scooter or quad, bus or vintage car, boat or garden tool. Whether gasoline or diesel engine. Whether fully synthetic, semi-synthetic or mineral-based: We have the right oil for every vehicle in the world.

now

Enormous range with more than 4,000 items.



LIQUI MOLY additives

Whether as an oil additive for engines and transmissions, as a fuel additive for gasoline and diesel or as a radiator additive: Our "extras" care, protect, regenerate and help to save money in the long term.

LIQUI MOLY vehicle care

A well-kept vehicle polishes the ego. But more importantly: A well-kept vehicle retains its value longer. With our products for internal and external care, we always offer a brilliant solution.

LIQUI MOLY service products

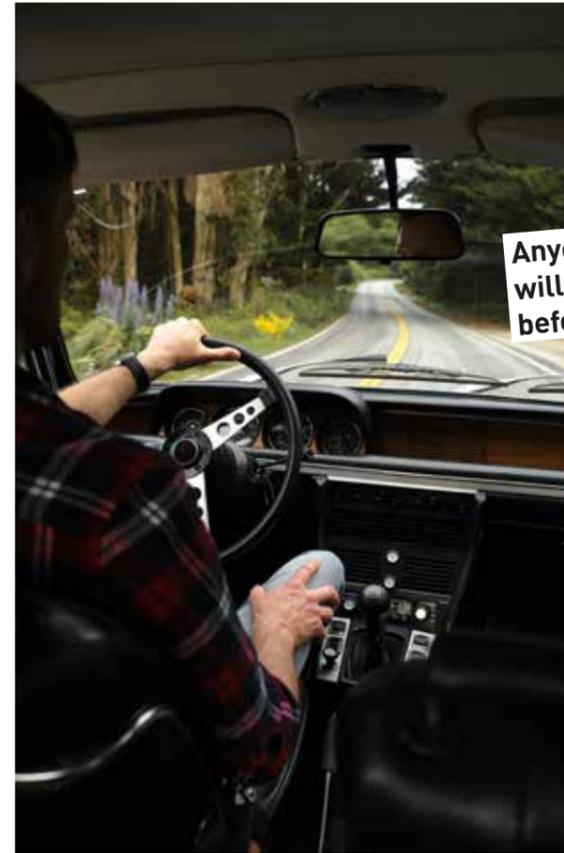
Whether minor ailment or major repair: Our service products offer the right medicine for every complaint: from multi-functional spray, rust remover, chain spray, sealants, greases and pastes, adhesives to air conditioning cleaner.

TIPS AND TOPICS

HOLIDAY PERIOD

A piece of freedom returns ...

... but only if the following tips are taken to heart when traveling with your own vehicle!



Anyone who breaks down here will have to wait a long time before help arrives.



One thing is for sure: The travel year 2020 will be different than ever before. Instead of long-distance travel by plane or ship, most holidaymakers will prefer closer destinations and travel by car or recreational vehicle. In any case, the car is Germany's favorite means of transportation: It is important to check everything before setting off on holiday, so as to ensure the trip does not end in the breakdown lane. The following tips and LIQUI MOLY products can help prevent unwanted stopovers and expensive repairs.



TIPS AND TOPICS

HOLIDAY PERIOD



Always at hand when you need it:
Our refill oil belongs in every trunk



Refill Oil

Our 5W-30 Refill Oil in the handy 1 l container is ideal for taking along on holiday trips when you're traveling by car. If the oil indicator does happen to light up, an all-year-round oil for gasoline and diesel engines including common rail and unit injector technology is the perfect companion.

Check the oil level

If the indicator goes on, you've left it too late. The best idea is to take a look at our Oil Guide beforehand so you can be sure to find exactly the right oil. Remember to stock up on oil before you go away, as this will cut your costs. After all, oil purchased en route will often be a lot more expensive.



Vitamins for engines

Holiday driving often involves long distances, so a reliable engine is a must. Additives can help improve running properties and are the best way to prevent a breakdown. Injection Cleaner (for gasoline engines) or Super Diesel Additive (for diesel engines) are well-suited products here.

Check the cooling water

The cylinder head gasket can easily burn in hot weather if there's a lack of coolant. If you require more, simply fill up with our Coolant Ready Mix. And to be sure the radiator doesn't leak, add our Radiator Stop Leak.



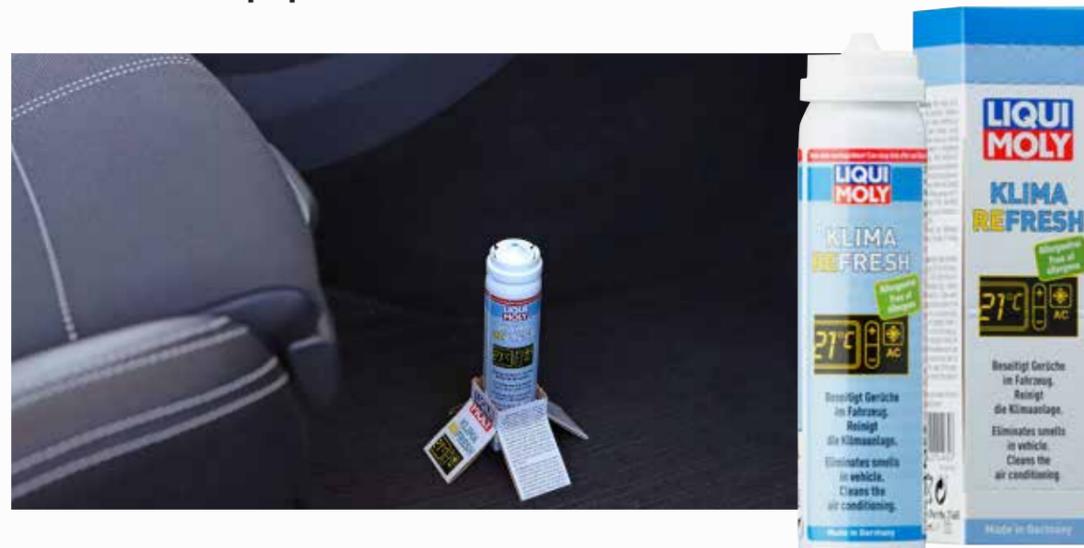
Check the windscreen wiper water level

Our Windshield Cleaner ensures perfect visibility at all times. But be sure not to confuse the wiper water container with the coolant reservoir.



Check the air conditioning system

Long drives require a lot of concentration on the part of the driver, but high temperatures reduce concentration capacity. This is why a functioning air conditioning system is so important. Only by ensuring a clean air conditioning system will you create a pleasant climate and prevent the spread of germs. Our Climate Refresh is effective when it comes to eliminating unpleasant smells. And workshops are able to clean your system professionally using LIQUI MOLY equipment.



Check the brakes

If there's a lack of brake fluid, this might be the result of wear and tear on the brake pads. Be sure to have a workshop look for any problems and carry out repairs as necessary. You'll find the right brake fluid in our Oil Guide.



One breakdown and the whole holiday feeling is gone! LIQUI MOLY is always on the spot – before damage occurs.

Check the tire pressure, light and service schedule

Be absolutely sure to check this before leaving, and remember that manufacturer specifications refer to cold tires – if you've been driving fast, the figure can be much higher. Tires with less than three millimeters of remaining tread should be replaced before the trip. Switch all the lights on and off to check they work, including the indicator lights and brake light. It's a good idea to carry replacement fuses and bulbs with you. If the next service is due while you're away on holiday, the best thing is to bring it forward.

In the event of a breakdown

Be sure to check the expiry date of your first aid kit. In the trunk, you should have a warning triangle and a safety vest as well as at least one tire repair kit. It's better still to have a spare wheel or at least an emergency wheel on board. In the event of large splits and holes in the tire, a repair set will be of little use. The Tire Repair Spray is suitable for initial puncture repair of all common car and caravan tire sizes. It seals flat tires and pumps them up again, and is suitable for all types of tires with and without inner tube.



POLAND



Blue-red-white vehicle wrapping, flags and much more: The first round of the LIQUI MOLY Classicauto Cup in Poland was already impressive with great classics and a lot of LIQUI MOLY presence. The perfect environment to introduce our unique Classic product line to all vintage car enthusiasts.



KYRGYZSTAN



What well-groomed nails are for the active woman, our BIKE care products are for stressed bicycles! With this in mind, mountain biker Ulyana Fartushnaya took off at a local cycling event. This was a successful promotion by our partner LIQUI MOLY Central Asia.



AUSTRIA

LIQUI MOLY

MOTORÖLE & ADDITIVE

Made in Germany

LIQUI MOLY

full range

Our full range of MOTORBIKE products is considered an important aid in keeping bikes optimally lubricated and well-groomed on the race track!

fully pro

The eleven-year-old Elias from Burgenland is considered one of the greatest young motocross talents in Austria!



full power!

Our MOTORBIKE oils and lubricants are also considered the best by the readers of renowned trade magazines!



BEST BRAND 2020
Kategorie: Öle/Schmierstoffe



PORTUGAL



Finally back on track: At the first race of the National Speed Championship, Team Target, supported by LIQUI MOLY Iberia, made a remarkable debut with racing rider Rodrigo on the legendary Estoril circuit after a long break from racing due to the corona – of course powered by LIQUI MOLY!



CZECH REPUBLIC



Small, smart, speedy: As soon as the hill climbing season of 2020 continues, our friend Marek Rybníček (Managing Director LIQUI MOLY Czech Republic) will be going on a cornering tour with this new 685 hp Skoda Fabia R5. Branded and lubricated with LIQUI MOLY!





Nutrend and LIQUI MOLY – a racy connection! Václav Janík from the Nutrend Racing Team finally got a taste of racing again in his LIQUI MOLY-lubricated Norma M20FC at the long-awaited start of the international Carbonia Cup season at the Autodrom in Most.



Full LIQUI MOLY brand power is also the name of the game in the Czech motocross scene: By sponsoring the Orion team with driver Temam-Petr Rathouský, LIQUI MOLY Czech Republic is drawing attention to our blue-red-white colors not only on four wheels, but also on two. As seen here at the first race of the MMČR Junior Cup on the track in Jinín near Strakonice.



GREAT BRITAIN

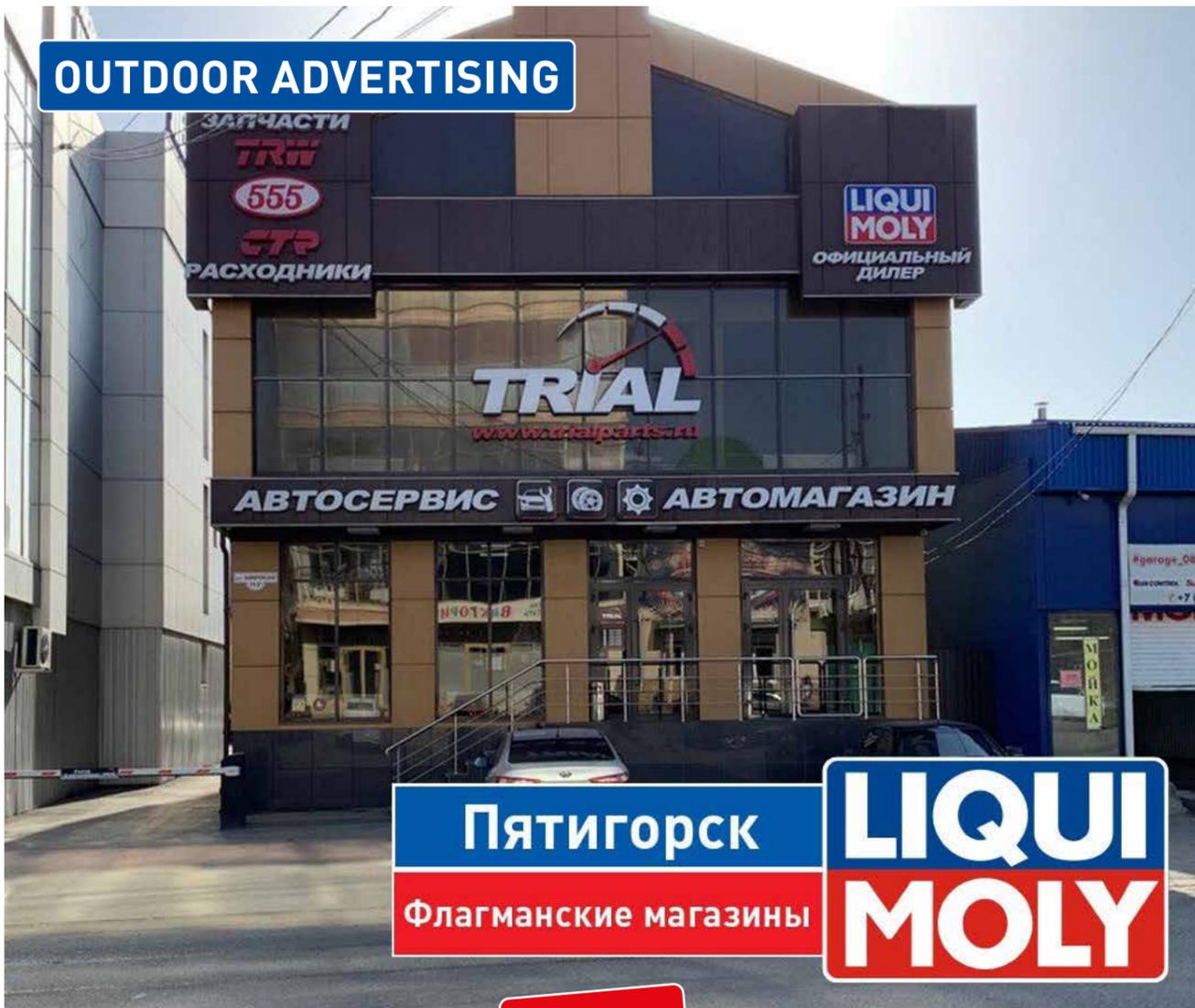
BTCC 2020



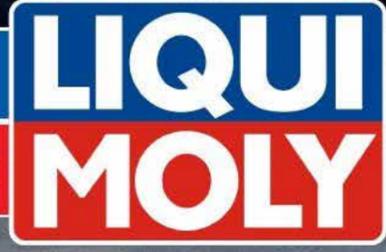
With our lubricants on board and our logo on the bodywork, the drivers of MB Motorsport in the British BTCC racing series successfully draw attention to our global brand in the fight for hundredths of a second.



OUTDOOR ADVERTISING



Пятигорск
Флагманские магазины



PORTUGAL



Trademark for top quality

In many countries of the world, business was or is lying idle due to corona – also in workshops and shops. This makes it all the more important to prepare now for the increasing demand that will follow the crisis. With eye-catching and also cost-effective outdoor advertising, we show car drivers where they can obtain first-class lubricants to get their mobile treasures up and running again after they have not been moved at all, or only very little. Whether on the workshop facade, in front of and in the sales shop or mobile as vehicle wrapping: Profit from the recognition of our global brand!

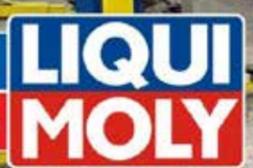


RUSSIA

Пятигорск
Флагманские магазины



Пятигорск
Флагманские магазины



GERMANY

VALUE RETENTION

MOBILE TREASURES



Model	Opel Cadet B
Model year	1965
Engine	1.1 liter
Output	45 HP



Classy classic:

These LIQUI MOLY favorites are in continuous use in the Opel Cadet B:

Motor oil	Touring High Tech 20W-50 (part no. 1255)
Additive	Lead Substitute (part no. 1010)
Care	Chrome Gloss Cream (part no. 1529) Underseal, black (spray) (part no. 6113)



Made in Germany through and through

As of this year, our co-entrepreneur Stefan Loderbauer (Shipping) is the proud owner this now rare Opel Cadet B, model year 1965. Seeing that the model is 100% made in Germany, this classic of course also receives only the finest lubricants and gentle care products made in Germany by LIQUI MOLY. This keeps the mobile treasure young for a long time and our colleague happy ;-)

GERMANY

ADVERTISING CAMPAIGN 2020

OUR LATEST TV AND RADIO SPOT



MOTORÖLE
ADDITIVE
FAHRZEUGPFLEGE

LIQUI MOLY SCHAFFT DIE ZEHNSATION

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

Bleiben Sie gesund!
Ihr Ernst Prost



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



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

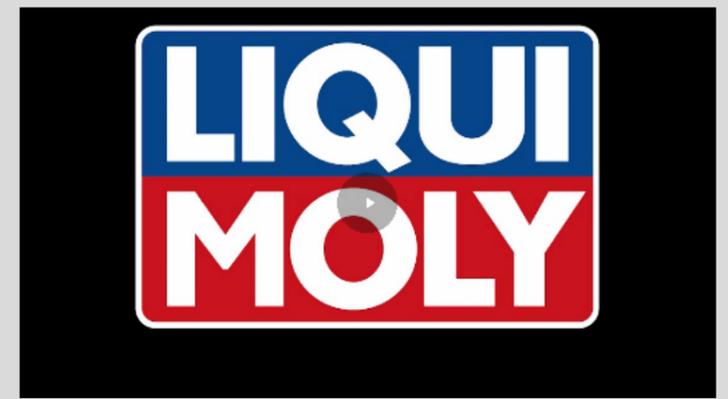
www.my-liqui-moly.de

LIQUI MOLY on all channels

Summer, sun, schedule – and LIQUI MOLY right in the middle! Every day. On all relevant television and radio stations in Germany. Also in July and August 2020. That means full exposure for motor oils made in Germany. Benefit from the concentrated advertising power of our brand and boost your sales and turnover!

No "Collect bonus points! Grab discounts! Buy now!" but a clear and simple message. Our logo speaks for itself and the music shows that LIQUI MOLY motor oils can rock every vehicle!

[View now](#)



Here's a blast for your ears: Amplifying our ads in newspapers and magazines as well as hundreds of TV spots, we also rock on all radio stations in the country!

[Listen now](#)



SEASON START FORMULA 1

DATES 2020 (PART 1)



LIQUI MOLY is Official Sponsor of Formula 1.

Ready, set, go: Starting signal for the Formula 1 season 2020!

As Official Sponsor of Formula 1, our logo will once again flicker across screens worldwide from July onwards. Because Formula 1 is finally returning to the most spectacular race circuits around the globe. On the right, you see the first part of the new racing calendar. At all the race dates marked red, our logo will be displayed on the advertising boards. A media-effective sponsorship whose unique reach will increase LIQUI MOLY's brand awareness right around the world. Through billions of viewers via TV and online broadcasts, on location and through the post-event reporting. Be sure to be there – make a note of the race dates today!



Official Sponsor

SCHEDULE 2020

PART 1

F1®-CALENDAR

Dates with LIQUI MOLY brand presence are marked in red!

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

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

START OF SEASON MOTOGP

DATES 2020



From months of preparation mode back to racing fever: Marcel Schrötter (left) and Tom Lüthi (right) are finally going on the hunt for podium places again with our high-performance lubricants!

2020 MotoGP™ CALENDAR

Qatar*	Losail International Circuit	08 MAR	France	Le Mans	11 OCT
Spain	Circuito de Jerez	19 JUL	Aragón	Motorland Aragón	18 OCT
Andalucía	Circuito de Jerez	26 JUL	Tenuef	Motorland Aragón	25 OCT
Czech Republic	Automotodrom Brno	09 AUG	Europe	Comunitat Valenciana	08 NOV
Austria	Red Bull Ring - Spielberg	16 AUG	Comunitat Valenciana	Comunitat Valenciana	15 NOV
Styria	Red Bull Ring - Spielberg	23 AUG	Americas	Circuit of The Americas	**
San Marino	Misano World Circuit	13 SEPT	Argentina	Termas de Rio Hondo	**
Emilia Romagna	Misano World Circuit	20 SEPT	Thailand	Chang International Circuit	**
Catalunya	Barcelona - Catalunya	27 SEPT	Malaysia	Sepang International Circuit	**

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

EXCLUSIVE LUBRICANT

moto2™
+
moto3™

MotoGP™ WORLD CHAMPIONSHIP

Also on two wheels, our colors will return in top-class motor sports from July! With the LIQUI MOLY IntactGP team, we will be providing the excitement and the long-awaited adrenalin kick for all motorcycle enthusiasts in the Moto2 and Moto3 classes for the first time at the Circuito de Jerez in Spain from 17-19 July. In addition to the team equipment, our blue-red-white will also adorn the boards along the race track. So be there and cheer them along!

GERMANY

BASKETBALL BUNDESLIGA

Thanks for the goosebumps.

Congratulations on a thrilling final tournament!



#weareone



Genuine goosebumps atmosphere from Uuuulm

What the boys from ratiopharm ulm conjured up on the court at the final tournament of the Basketball Bundesliga made for two-and-a-half weeks of pure suspense! Although the season finale was not staged in sold-out arenas as usual, but in the form of a single tournament in Munich, thousands of viewers at home on TV, on the Internet and in drive-in cinemas joined in the feverish excitement. And what they saw was a fantastic battle from ratiopharm ulm. After outstanding games in the group phase and the first play-offs, this was only brought to a close in the "DO or DIE" semi-final. Next season we'll take the title!

SECURE SALES

SECONDARY PLACEMENT



More sales area = more turnover!

There is no getting past LIQUI MOLY. Secondary placements are the first choice when it comes to attention and are especially important for the sale of our products in difficult times.

With sales displays in the highly frequented cash register area, LIQUI MOLY immediately catches the eye of all customers!



SECURE SALES

SECONDARY PLACEMENT

Fits: Secure enough secondary placement space with all of your trading partners!



Fits: Oil change with the No. 1!



Fits: Sales drivers in rank and file!

Creating turnover pallet-wise with pallet lines

Space for secondary placements in DIY and specialist stores is hotly contested among suppliers. After all, they promise additional sales. That's why we use pallet lines and special on-pack campaigns to create buying incentives and promote sales.

In addition to the continuously stocked shelves, secondary placements are essential for our business. Combined with attractive offers, they are a decisive impulse generator for end consumers. With eye-catching positioning and with supporting advertising – for example on posters or in daily newspapers – they boost sales enormously. In this way we support our customers and fuel both their turnover and ours.

Regular promotions on the pallet lines are an elementary instrument of customer loyalty and strengthen the relationship between us as a supplier and the retailer. Products of a high quality are also offered by many other manufacturers at a similar price level. LIQUI MOLY, however, significantly stands out from the crowd: Promotional offers or expert oil advice are such instruments with which we address end users and help with the choice of the right oil. This fosters the awareness of our brand as well as the turnover. And this differentiates us from our competitors – because we do more for the success of our customers!



Fits: Special placements for seasonal product presentation at the POS!

Now more than ever: our advertising power for your business!

Being at the top of the podium once is a great achievement. But only true champions can win 10 times in a row. Just like LIQUI MOLY – the best lubricant brand in Germany for a decade now for the expert readers of Auto Motor und Sport and of Auto-Zeitung. We would like to thank all our fans for this vote of confidence with a broad-based advertising campaign. And all our partners can benefit from this.

So make provisions now – this checklist shows you how, even in difficult times, you can earn money with LIQUI MOLY!

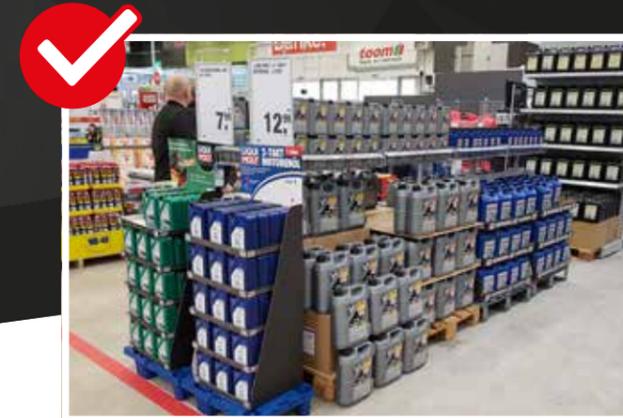


SECURE SALES

OUR ADVERTISING CAMPAIGN

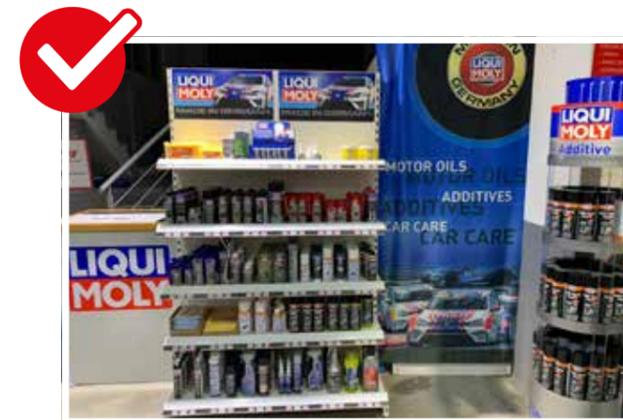
Reach

Use the power of digital reach: Communicate and spread the word about your LIQUI MOLY product range on social media.



Pole position

Promote sales: Put sales displays in highly frequented till areas or secondary placement zones.



Outstanding

Only those who stand out, win: Create an attractive brand presence at the point of sale with folding screens, banners, ceiling hangers etc.



Incentive to buy

Create additional incentives to buy: Put counter displays on the sales counter.



Professional competence

Show your expertise and customer focus: Offer advice and actively sell LIQUI MOLY products.



Visibility

Steer customers into your business: Display our façade designs, outdoor decorations, flags and banners to let it be known that you stock LIQUI MOLY products.



Full range

Lots sell lots: Fill your shelves up and present the entire LIQUI MOLY range.



Availability

Ensure product availability: Order in good time and stock up with sufficient LIQUI MOLY products.

then as

Only a few oils for all vehicles.



In the past, it was almost irrelevant which oil you poured into the engine: There were hardly any differing grades of oil and the car tolerated almost everything. Later, there were a few more oil grades, but the various viscosities such as 10W-40 or 15W-40 still offered sufficient orientation.

In the meantime, the general lubricant of previous decades has become a highly specialized fluid. That's why there cannot be a universal oil today that fits all vehicles. We offer the right oil for practically every car and produce all motor oils exclusively in Germany.

A wide range of oils for completely different engine concepts.

now



Today, there is a wide range of different oils with different properties. This is because every engine is designed differently and therefore has very special requirements for the oil. If the wrong motor oil without the appropriate manufacturer's approval is used, there is a risk of engine damage if the worst comes to the worst. In such cases, you have no claim to any guarantee or goodwill from the car manufacturer. Our Oil Guide prevents such worst-case scenarios and helps customers to find the right oil for their vehicle quickly and easily.

Click here for our online Oil Guide: www.liqui-moly.com/en/service/oil-guide

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

Motoröl-Klassifikationen: Neuer API-Standard in Kraft

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Vielen Dank für das Gespräch!



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

www.autoservicepraxis.de/nachrichten/autobranche/motoroel-klassifikationen-neuer-api-standard-in-kraft-2633060

Liqui Moly: Gewinneinbruch, aber schwarze Zahlen

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

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

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



World of Bike aktuell, Ausgabe 06/20

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



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

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

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

Mehr Werbung für mehr Aufmerksamkeit

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

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

Marken werden eine stärkere soziale Komponente haben

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

Interview mit Marketingleiter Peter Baumann im Markenartikel vom 15.06.2020



GLOBAL
LIQUI MOLY Boosts Support For Emergency Services

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

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

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

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

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

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

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

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

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

LIQUI MOLY renforce le soutien aux services d'urgence

25 juin 2020 Shirley Brown



Directeur général LIQUI MOLY Ernst Prost. PHOTO LIQUI MOLY

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

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

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

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

De nombreuses demandes

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

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

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

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

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

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

DENMARK



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

Stærkt brand

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

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

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

Hjælp til markedsføring af olie

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

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

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

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

Læs også: Bilfinansiering - tre gange indtjening.

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

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

GREECE



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

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

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

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

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

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

LIQUI MOLY additives offer solutions to lockdown vehicle issues

Home Aftermarket

Subscribe [social icons]



Tuesday, June 23, 2020

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

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

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

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



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

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

Odabir pravog ulja

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

Naslage rješava Engine Flush

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

Liqui Moly Ceratec – tehnologija na vrhuncu

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

Liqui Moly posuda za ulje

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

Interview: Ernst Prost of Liqui Moly



Words: Neil Briscoe - @neilbriscoe

Published on: June 30, 2020

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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:
14. 07. 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.