



PICTURES AND STORIES

FROM OUR LIVES 14.2020



THE GLOBAL BRAND WITH HEART

WINTER IS COMING

EMBRACE IT WITH LIQUI MOLY

Temperatures are getting colder and weather conditions are getting harsher. And that's why it is important right now to take action and bring your beloved two-wheeler through the winter without risking damage - with the right products from our MOTORBIKE range.

MOTORRAD
BEST BRAND 2020

Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2020



IMPRINT

Publisher: LIQUI MOLY GmbH, Jerg-Wieland-Straße 4, 89081 Ulm, www.liqui-moly.de · LIQUI MOLY GmbH is represented by: Ernst Prost, Günter Hiermaier Responsible under German press law: Ernst Prost **Editor:** Marco Esser, Jörg Witopil **Design:** LIQUI MOLY Graphic **Distribution:** The magazine appears several times a year at irregular intervals and is published free of charge on our website and on the issuu.com online platform. **Rights & privacy:** Reproduction or other use solely with the written permission of the publisher. **Pictures and photos:** LIQUI MOLY GmbH, Shutterstock, iStock, Annika Dollner

Dear LIQUI MOLY friends,

Fall season again – how time flies. Especially in this seemingly cursed year 2020. But we wouldn't be LIQUI MOLY if we were to bury our heads in the sand. We have never done that. And we will not do it in the future either.

Led by the combined experience and strength from 30 years of company affiliation for both of our managing directors, Ernst Prost and Günter Hiermaier, we are once again really taking it up a notch. With the LIQUI MOLY Autumn Campaign, we are increasing our marketing budget by a further 4 million euro. So keep your eyes and ears open for our TV and radio spots – amplified by advertisements in all major print media.

“Cutting until blood spurts is only for surgeons!” Ernst Prost puts his vivid motto into practice not only in the Autumn Campaign, but also privately. On the occasion of his 30-year anniversary, he is donating 30 x 30,000 euro plus 33 x 3,333 euro from his private assets to specific projects of non-profit associations and organizations. We salute this move.

But that's not all: Partner workshops are now becoming online marketing professionals with our help. This greatly increases our local online presence and supports our customers, not only in these difficult times. Speaking of workshops: Edd China, the cult gearhead from Great Britain, is returning to the screen with LIQUI MOLY. China enthusiastically presents our products with his own vehicle in an entertaining series of videos.

Of course, we also have tips and tricks for the coming winter: A special gem in this issue is the new BMW R18, on which we show the best treatments for winterizing your beloved bike.

When it comes to the abundance of events, however, other things must not be neglected: In the Classic Cars magazine, we are on the podium three times and continue our success story of the best lubricant brand. Our LIQUI MOLY Team Engstler rides to the first victory at the WTCR and our new company restaurant is also an absolute winner. There's nothing left for us but to dance with joy, as our co-entrepreneurs and partners from South Africa prove in their Jerusalema Challenge. Well worth seeing!

But before dancing, please read PICTURES AND STORIES first and then, together with us, call the start of the Autumn Campaign 2020!

We wish you lots of fun and success!

Yours,
The Pictures and Stories Team

ANNIVERSARY

ERNST PROST AND GÜNTER HIERMAIER



A successful duo for 30 years

Our two managing directors, Ernst Prost and Günter Hiermaier, are celebrating their company anniversary. And we co-entrepreneurs say a big “thank you”. Ernst Prost and Günter Hiermaier have made LIQUI MOLY what it is today. 30 years ago, both came to the then small oil and additive specialist in Ulm. “30 years at the same company – now, that’s really something,” says Managing Director Ernst Prost (63). “There was always something going on in our shop. And that’s why time just flew by.” Managing Director Günter Hiermaier (56) adds: “I am looking forward to many more successful years in our group of companies.” The two men already knew each other before their time at LIQUI MOLY. At that time, Hiermaier was an apprentice of Prost. In 1990, they joined LIQUI MOLY: Prost as Sales and Marketing Manager and Hiermaier as Retail Sales Manager Germany. At that time, the GDR was just experiencing the last hours of its existence before reunification. And LIQUI MOLY itself was a very small player in the industry. .

Prost and Hiermaier rolled up their sleeves and tackled the job. And not only that: Step by step, Prost bought the company from its owners of the time. Since then, the world has changed, just like LIQUI MOLY. The small player has become a global brand and sales of EUR 55 million have grown to EUR 569 million. LIQUI MOLY is now active in more than 150 countries and, in addition to its core automotive operations, has developed new business areas such as motorcycles, marine, bikes, garden and industry. Today, the former wallflower can be seen in the Formula 1 and MotoGP. LIQUI MOLY is considered the best oil brand of all among the readers of many car magazines.

In 2018, Prost sold LIQUI MOLY to the Würth Group in order to safeguard the future of the company even after his era, but remained on board as Managing Director. Hiermaier was also appointed Managing Director at the same time. 30 years with the company – Prost and Hiermaier were not the first to achieve this at LIQUI MOLY. As a company tradition, the staff turnover is very low. 20 years with the company is not uncommon and there have already been a few 25- and 30-year service anniversaries. The record is 49 years.

“It’s really amazing how quickly time passes when you can work with so many great colleagues every day and can build something together,” says Günter Hiermaier. Ernst Prost also shows no sign of boredom or routine: “It’s still great fun.”



ERNST PROST

DONATIONS

Private donation campaign for the 30th anniversary of service

With this large-scale campaign, our boss Ernst Prost once again managed to surprise everyone. After working for LIQUI MOLY for exactly 30 years, he wants to celebrate this service anniversary differently than one might imagine. Instead of throwing parties with champagne, he prefers to support valuable social projects.

He will therefore donate 30 x 30,000 euro and 33 x 3,333 euro from his own pocket to social projects of charitable and non-profit associations.

Read more about the donation campaign here:
www.30years-ernst-prost.com



CONDITIONS OF PARTICIPATION

- Charitable AND non-profit associations in Germany that need 30,000 euro or 3,333 euro for a specific social project that is not yet funded are invited to apply. Private individuals, other legal entities and associations that do not meet BOTH of these criteria are excluded.
- It must be a specific and current project – the general financing of running costs is excluded. Please briefly describe your project and be sure to provide a listing of the costs.
- **The application period ends at 11.59 midnight on 31.12.2020.**
All details and information must be submitted in full.
- All applicants consent to having the association mentioned and, if applicable, to the associated public relations activities. If you publish any media articles on the project, please mention the support given by Ernst Prost.



Liqui Moly Prost spendet an Vereine

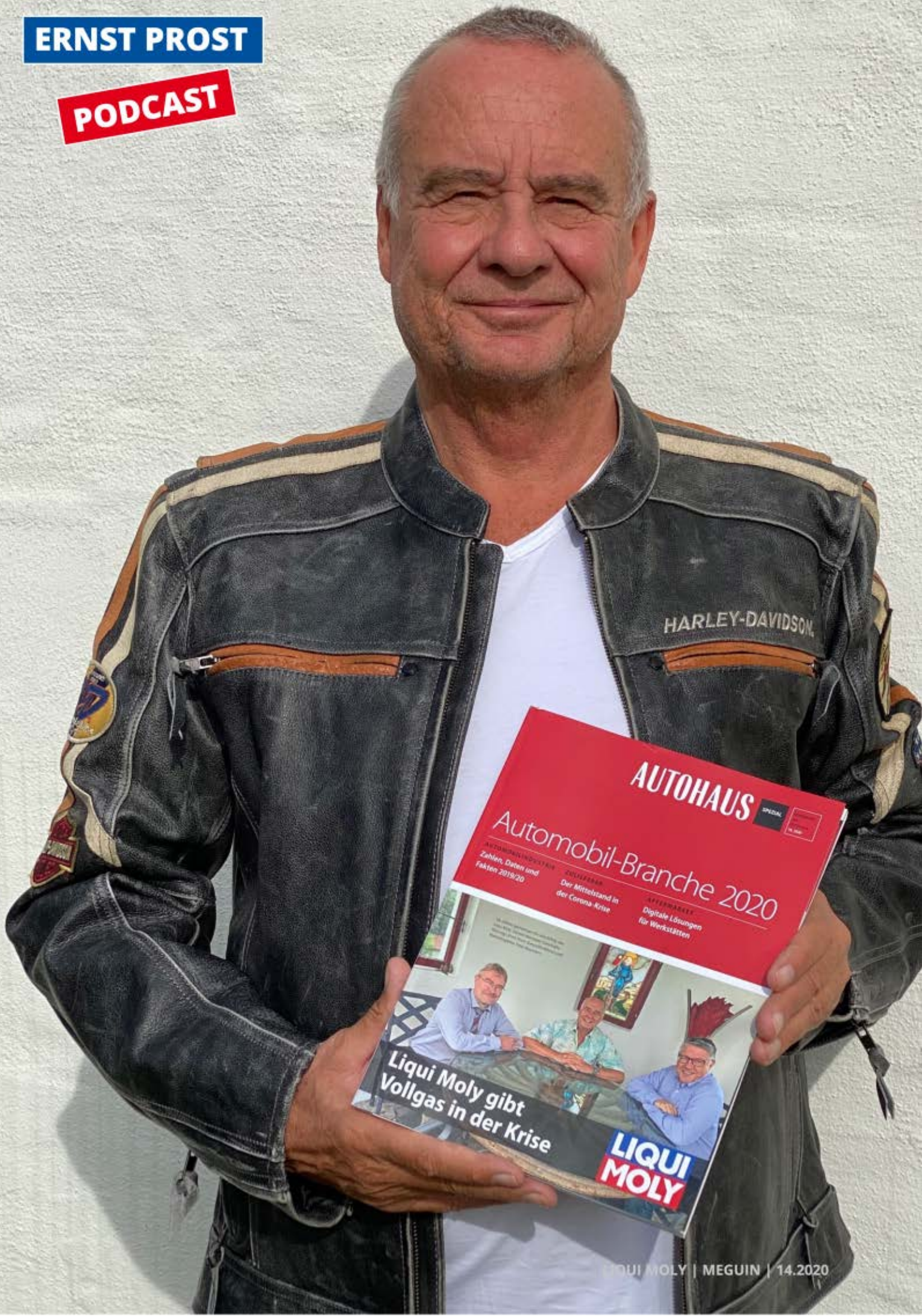
Ulm. Aus Anlass seiner 30-jährigen Betriebszugehörigkeit bei Liqui Moly spendet Geschäftsführer Ernst Prost nun aus seinem Privatvermögen 30 mal 30 000 Euro sowie 33 mal 3333 Euro an Vereine für soziale Projekte. Prost hat auch bereits drei Stiftungen gegründet und sagt: „Ich will nicht als Arschloch sterben.“ Der 63-Jährige will also 63 Vereine unterstützen. Das sei besser als eine Party mit Champagner. Bewerbungen bis 31. Dezember unter www.30jahre-ernst-prost.de

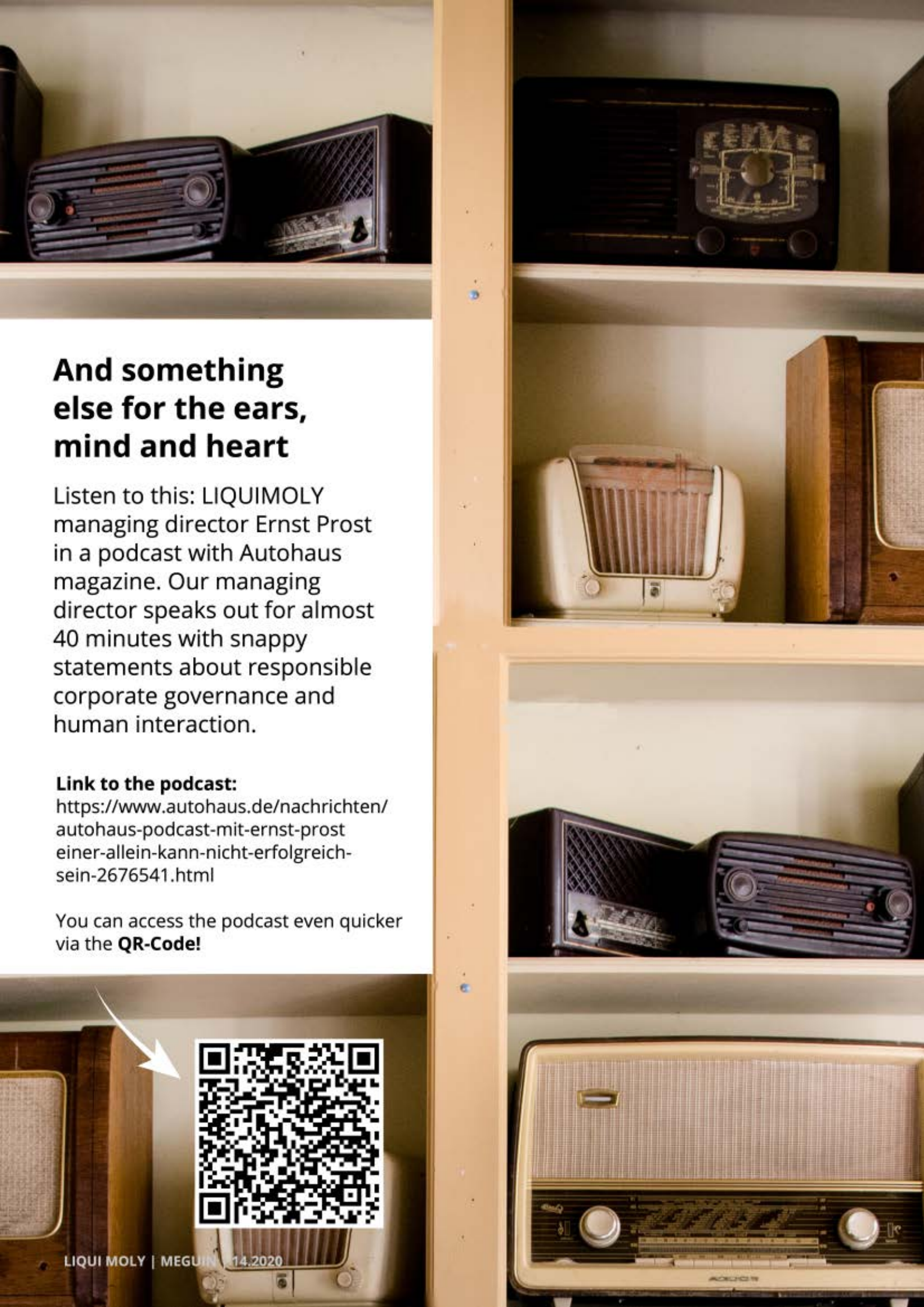
Helping out of firm conviction and with great enthusiasm

Ernst Prost is not only an entrepreneur and a man of action in business life. As a proud representative of German SMEs, he is also “as a sideline” strongly committed to helping socially disadvantaged people – from Germany to Africa: As a result of this commitment, the ERNST PROST FOUNDATION was created for social/charitable purposes and people in need through no fault of their own, together with the ERNST PROST FOUNDATION FOR AFRICA and the foundation PEOPLE FOR PEACE – PEACE FOR PEOPLE.

ERNST PROST

PODCAST





And something else for the ears, mind and heart

Listen to this: LIQUIMOLY managing director Ernst Prost in a podcast with Autohaus magazine. Our managing director speaks out for almost 40 minutes with snappy statements about responsible corporate governance and human interaction.

Link to the podcast:

<https://www.autohaus.de/nachrichten/autohaus-podcast-mit-ernst-prost-einer-allein-kann-nicht-erfolgreich-sein-2676541.html>

You can access the podcast even quicker via the **QR-Code!**



Die Liqui Moly GmbH, ein auf die Herstellung von Additiven, Schmierstoffen und Motorenölen spezialisiertes Ulmer Unternehmen, ist in fast 150 Ländern aktiv und beschäftigt rund 1000 Menschen.



Er begrüßt uns in geblühtem Hemd, Shorts und barfuß. So hatten wir uns den Schlossherrn von Leipheim im Schwäbischen nicht vorgestellt. Der 63-jährige Ernst Prost ist nicht nur, was sein legeres Outfit betrifft, besonders. Der charismatische Unternehmer, der in Corona-Zeiten verstärkt präsent ist, polarisiert. Wir als OFF ROAD Redaktion durften seiner Einladung ins Schloss-Office folgen und erlebten ein unerwartet offenes Gespräch – über Corona, Unternehmenskultur in Krisenzeiten und natürlich über Autos und Reisen.

Das Schloss ist beeindruckend. Es thront im wahrsten Sinne des Wortes über Leipheim. Mit Burggraben und dicken Mauern, ein Sammelsurium von Kuriositäten und Kunstgegenständen. Bronzen, Gemälde, moderne Kunst und alte Ritterrüstungen, übermannshohe Amethyst-Drusen, Bronzen von nackten Frauen liegen auf Fell gebettet. Ernst Prost scheint offensichtlich gerne von schönen und starken Frauen umgeben zu sein. In der Schlosshalle begrüßt einen die Captain America, ein Nachbau der legendären Film-Harley aus dem Streifen Easy Rider. Das Schloss macht Spaß, man möchte lustwandeln, es erzählt Geschichten und ist sicher ein hoch inspirierender Ort fürs Homeoffice.

OFF ROAD: Sie sind nicht geborener Schlossherr, oder?

ERNST PROST: Nein, ich habe das Schloss vor zwölf Jahren für einen lächerlichen Betrag gekauft und nach eigenen Ideen umgebaut. Es war eine Ruine. Die Grundmauern sind 800 Jahre alt. Wir haben 44.000 Dachplatten verbaut, die Renovierung hat ein Vielfaches gekostet vom Anschaffungspreis. Heute ist es ein Museum, alles hier erzählt Geschichten, ich bin von allen Kulturen weltweit umgeben. Das meiste ist aus Ebay und von Oma und von Künstlern. Die Amethyst-Drusen wiegen fast eine Tonne, die musst du erstmal ins Schloss reinbringen, wie im alten Ägypten damals, aber das hat enorm Spaß gemacht. Ich schaue nicht auf Stil, ich kombiniere, was mir gefällt. Inspiration

halte ich für nützlich, ich lebe halt hier. Es ist mein Kraftort. Ich fühle mich hier behütet und doch frei.

OFF ROAD: Hilft diese Mischung bei der aktuell schweren Situation?

ERNST PROST: Die Großwetterlage Corona, das sind jetzt schon über sechs Monate, hat fatale Auswirkungen. Das gab es aber schon früher und dass so was wiederkommt, war klar. Denken Sie an SARS, Schweinegrippe, Cholera, Typhus, Malaria, Aids. Das sind Pandemien, Epidemien. Es wird wiederkommen wie die Pest. Daher ist es lehrreich, zurückzuschauen. Ich arbeite Tag und Nacht. Denken und schauen, dass das Erdachte irgendwie zum Abschluss finden kann, das ist alles eine Mordsbelastung, nicht wegen mir, wegen meiner Kunden in

der ganzen Welt, die in solchen Situationen keine Hilfe vom Staat bekommen. Schauen Sie mal nach Beirut. Ich bewundere diese Leute, bei denen ist es wie im Bürgerkrieg. Bei uns wird gejammert und protestiert, weil man Masken aufziehen muss, als ob das so schlimm wäre. Und wenn es nichts nutzen täte, schaden tut es auch nicht, ansonsten kostet es Leben. Südamerika, die sterben wie die Fliegen auf der Straße. Und bei uns schreien und plärren Tausende in Berlin. Oder schauen Sie mal nach Indien, China, da haben wir überall Kunden, wir vertreiben in 150 Ländern. Die erzählen mir alle, wie es bei ihnen gerade zugeht, ich spür nur Druck, Druck, Druck ohne Ende. Von Liqui Moly hängen in Deutschland 1000 Leute ab, Angestellte, Kinder, Männer, Frauen. Und weltweit 100.000 Kunden, kleine Werkstätten, kleine Händler, die ich teilweise sogar persönlich kenne.

OFF ROAD: Wie bleiben Sie positiv?

ERNST PROST: Show, gestellt, Professionalität, wie ein Schauspieler auf der Bühne. Ich kann mir das nicht erlauben, dass ich mein Innerstes nach außen kehre. Männer sind halt auch anders erzogen worden, von der Geschlechterrolle sind wir die Starken. Die Unbeugsamen. Ich bin eigentlich ein lustiges Kerlchen, ich find dann schon wieder zurück zu meinem Positiven, Optimistischen, das Fettagge, das immer nach oben schwimmt. Auch mein Sohn und meine Frau geben mir Kraft. Wir haben eine Stiftung, das ist auch eine zusätzliche Belastung. Wenn man das ganze Leid hört, das erdet wieder. Da sind die Firmensorgen fast sekundär. Ich bin froh, dass ich jetzt 63 bin, dass ich so erfahren bin, so ein altes Schlachtross. Du hast deine Lebenserfahrungen gemacht, bist nicht mehr so aufgeregt wie früher, daraus schöpfe ich auch die Zuversicht, dass alles vorbeigeht. Für denjenigen, der so was zum ersten Mal erlebt, für den ist das die Hölle.

OFF ROAD: Wie, glauben Sie, wird es weitergehen?

ERNST PROST: Wie Krieg, Leid und Elend, die Gefühlslage ist ähnlich. Wie es ausgeht, wer gewinnt, das weiß man nicht. Man muss weiter kämpfen.

EROWD Wie wird man so, so getrieben, so ehrgeizig, so verantwortungsvoll? Wirtschaftlich erfolgreich, sozial engagiert, empathisch, mitfühlend mit jedem?

ERNST PROST: Was mich auch geprägt hat, ist das Schicksal meiner Angehörigen, die als Heimatvertriebene aus dem heutigen Serbien nach Deutschland, in ein Lager nahe Altötting, geholt wurden, weil sie ja deutsche Wurzeln hatten. Es ist schon schlimm, wenn du dann so als Flüchtling abgestempelt wirst. In diese Zeit wurde ich hineingeboren und wuchs in einer Sozialwohnung auf und habe mit meiner Oma in einem Bett geschlafen. Da hat es kein Kinderzimmer gegeben, 40 Quadratmeter, zwei Zimmer, eine Wohnküche, da hat es aber an nichts gefehlt. Heute habe ich 20 Zimmer, aber das kann ich immer noch relativieren. Das weiß ich noch, wie wir damals mit Holz und Brikett geheizt haben. Im Keller hat man auf der Stellage Äpfel gehabt und im Winter hat man Sauerkraut eingeweckt. Da gab es keine Flugmango und Papaya. Das habe ich nicht vergessen. Wenn du das vergisst, dann bist du nicht mehr dankbar.

Mit 15 oder 16 habe ich so eine schlimme Akne bekommen, die trifft dich in der Pubertät wie eine Keule. Ich war einer der schlimmsten Fälle in ganz Deutschland, wurde sogar den Studenten in der Uni als schwerer Fall präsentiert. Dass ich an dem Tag nicht vom Dach gesprungen bin, ist ein Wunder. Was ich da durchgemacht hab! Da kriegst du halt auch schon in jungen Jahren einen Knacks weg. Wegen der Diskriminierung als Flüchtlingskind, Diskriminierung wegen der Akne, der Maurersohn, ich war unsportlich, da hatte ich derart traumatische Erlebnisse, die kann ich abrufen. Dieses dauernde Mobbing und Gehänseltwerden hat bei mir dazu geführt, dass ich dachte: „Euch

allen zeig ich's!“ Daraus entstand meine Kraft. Aber immer mit der Maßgabe „Euch zeig ich's.“ Das war über viele Jahre mein Antrieb. Ich bin schon auch getrieben.

EROWD War das der Grundstein für Ihren wirtschaftlichen Erfolg?

ERNST PROST: Erfolg hat nichts mit Intelligenz zu tun, sondern mit Schaffenskraft, mit der Fähigkeit, Ehrgeiz so zu kanalisieren, dass Leistung rauskommt. Richtig gut arbeiten, da braucht's eine gewisse Cleverness, aber auch sehr viel Einfühlungsvermögen. Wenn man gute Geschäfte machen will, muss man auf die Menschen eingehen. Zuerst muss man alt werden, dass man das ganze Zeug, das man erlebt hat, verarbeiten kann. Viele haben ja noch gar nicht diese Eindrücke. Reise mal nach Afrika und sieh ein verhungertes Kind, da musst du doch was machen. Alles, was ich heute tue, ist das Ergebnis von Erleben. Von eigenem oder aus Erzählungen erfahrenem Erleben. Meine Tante ist 90, die erzählt heute noch vom Krieg. Die waren im Lager, die sind vergewaltigt worden, Leute sind erschossen worden. „Die erste Generation hat den Tod, die zweite die Not und erst die dritte hat das Brot“, hat meine Oma immer gesagt. Das lässt mich stets dankbar bleiben für das, was ich heute habe.

EROWD Heutzutage wird doch der Egoismus kultiviert, oder? Nicht die Dankbarkeit ...

ERNST PROST: Rücksichtslosigkeit, Habgier. Neid. Diese Formen von Egoismus machen halt viel kaputt, die Menschen werden ausgebeutet, die Natur wird ausgebeutet, Arbeiter werden ausgebeutet, Tiere. Entweder ich verzweifle an den Menschen und der Welt oder ich tue das, was ich im Rahmen meiner Möglichkeiten tun kann, was man halt noch machen kann. Da kommen drei Stiftungen raus, und dann kommt mein Engagement für die Arbeit raus.

EROWD Wenn Sie von all Ihren Reisen erzählt haben, von Geschäftsreisen in alle Länder, vom

Tauchen vor den Malediven, dann haben Sie doch die ganze Welt gesehen, oder?

ERNST PROST: Die ganze Welt kann man sicher nicht sagen, aber schon den Großteil. Ich war als Junger schon gern unterwegs, dann die Geschäftsreisen. Zumindest so weit und viel, dass ich mir einen Eindruck verschaffen konnte, wie es zugeht auf der Welt. Da lernt man viel: Weiterfahren und lebenserpöbt – das kommt mir jetzt zupass im Alter.

EROWD Was sind für Sie die geilsten Autos?

ERNST PROST: Mein Raptor, der da unten steht, der SLS und mein Wrangler. Am liebsten fahr ich mit dem Wrangler. Da macht Auto fahren noch Spaß. Schöner Überblick, Cupholder so groß, dass du einen Maßkrug reinstellen kannst. Beim Wrangler muss ich die Scheiben noch kurbeln und da kann ich – jetzt halten Sie sich fest – noch meine alten Kassetten hören.

EROWD Welcher Sound läuft dann bei Ihnen?

ERNST PROST: Alter Soul, Funk, Earth Wind & Fire, Pretenders, Michael Jackson, Aretha Franklin ...

EROWD Und Sie haben viele Motorräder ...

ERNST PROST: Ich bin immer sehr sehr gerne Motorrad gefahren. Dieses Jahr dürfen Sie nicht als exemplarisch sehen, ich muss mich jetzt völlig der Firma widmen. Ich will jetzt arbeiten und meine Sache recht machen, Getriebener, der ich bin. Ich kann nicht meine Leute im Stich lassen und Urlaub machen. Das ist mein Pflichtbewusstsein.

Die Leute woanders, die in Kurzarbeit gehen, die gehen dann gleich in den Urlaub. Und das Wochenende ist bei vielen immer noch heilig, als ob es keine Krise gäbe. Als ob man gar nicht kämpfen müsste.

EROWD Was wäre, wenn Sie Ihre Kassette im Wrangler eingelegt haben, weltweit Ihre Traumstraße (wenn es kein Corona gäbe)?

ERNST PROST: Der Highway Num-



OFF ROAD-Verlegerin Cornelia Czerny auf der Captain America



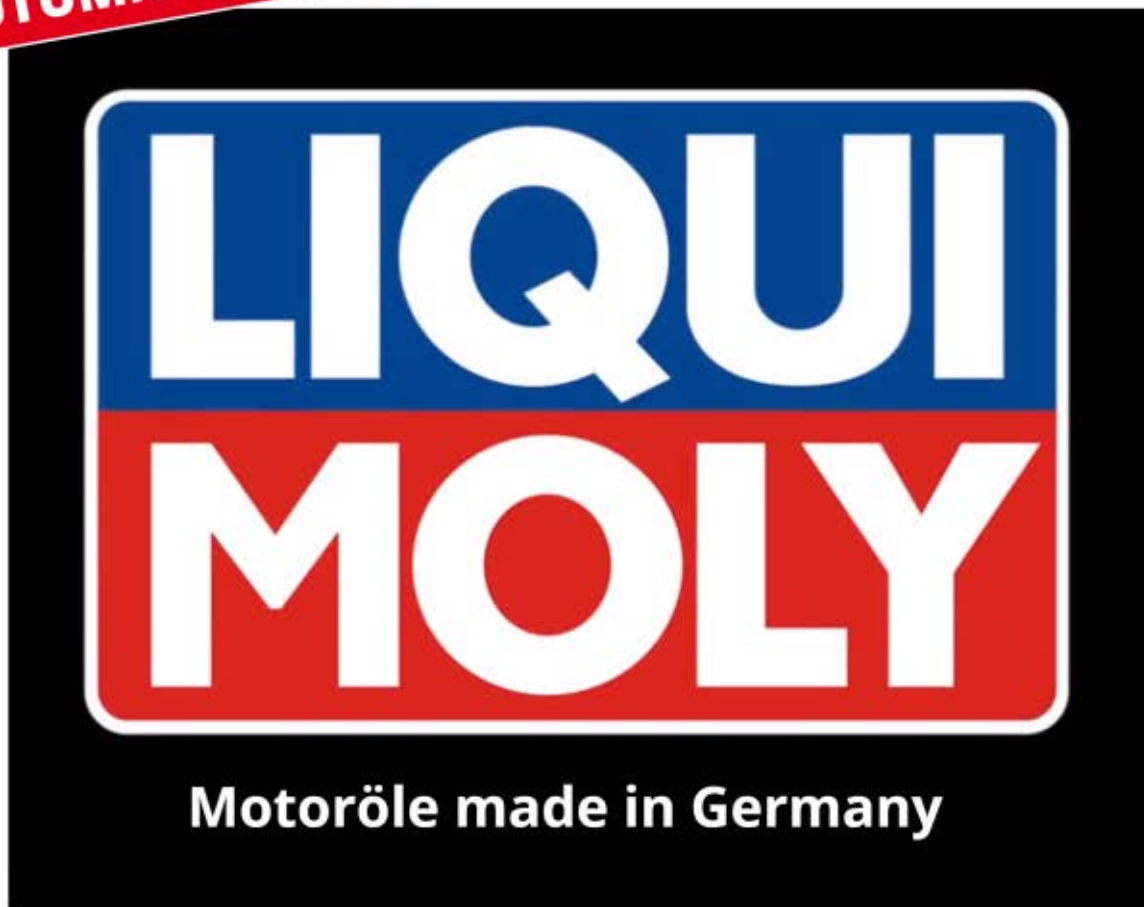
Beatrix Hönig-Jandl im Schloss-Office mit Ernst Prost

ber One. Süd-West-USA. Utah, Kalifornien, Nevada, New Mexico, Colorado. Dann habe ich mal mit meinem Sohn Chile bereist, fast von ganz oben bis ganz runter. Feuerland. An der Küste rauf bis zur bolivianischen Grenze. Im Dreiländereck, Arica, schneebedeckte Berge, gigantisch! Mit einem Dodge Ram mit Aufsatzkabine zum Schlafen. Dann haben wir Namibia gemacht, Botswana, das war damals aber mit einem Defender. Auch mit Dachzelt. Lieblingsstraße kann auch im Altmühltal hier bei uns sein. Von Kipfenberg nach Eichstätt. Oder alle Pässe in den Alpen. Da würde mir jetzt schon noch viel mehr einfallen. Ich freu mich drauf, wenn das Reisen wieder geht. Bis dahin werde ich weiter hart arbeiten. ■

T | F Das Interview führten Cornelia Czerny und Beatrix Hönig-Jandl

CORONA-CRISIS

AUTUMN CAMPAIGN



So far, we have come through the crisis relatively well. To ensure that this stays the case, we're really stepping on the gas again!

We are topping up with another two million euro in TV and radio advertising. This means an additional expenditure of 22 million euro. "You don't overcome crises by sitting on your hands, but by fighting," says Ernst Prost. Our anticyclical strategy is paying off. LIQUI MOLY has come through the coronavirus crisis relatively well so far: turnover at the previous year's level; profit more than halved, but still a profit. But we do not want to rest on our laurels with the successes of the past months. "We have to keep on fighting," emphasizes Ernst Prost. "The crisis is far from over and we are responsible: for our company, for the jobs

of our colleagues and for the wellbeing of our customers."

LIQUI MOLY has already invested 20 million euro in additional advertising and sponsorship this year. Now another two million euro will be added on top for television and radio advertising. Advertising spots have been seen and heard since October, and on the ARD and ZDF channels they can also be seen and heard right before the evening news.

"We are investing against the crisis," explains Ernst Prost. "We have not dismissed anyone for operational reasons, nor have we applied for short-time work. Quite the contrary: We will have hired 100 new colleagues by the end of the year."

Wir werden einen Weg finden

Das Klima retten, Hunger bekämpfen, Krankheiten besiegen – das ist machbar. Wenn wir uns den Herausforderungen stellen und an die **Kraft der Innovation** glauben

Von Ernst Prost

Geschäftsführer von LIQUI MOLY

Als ich gefragt wurde, ob wir uns beim FOCUS Innovationspreis engagieren, habe ich keinen Augenblick gezögert. Innovationen sind für das Vorankommen einer Volkswirtschaft unerlässlich. Wir brauchen mutige Gründer, Erfinder und Unternehmer. Menschen, die Lösungen finden, vielleicht auch für Probleme, die wir bisher nicht kennen. Erfindungen, die unsere Wirtschaft, unser Leben verändern und verbessern. Die Wissenschaft entdeckt immer mehr Herausforderungen.

2019 steckten wir in einer notwendigen Klimadebatte, dann kam die Pandemie. Für beide Phänomene brauchen wir Lösungen. Hier sind kluge Köpfe gefragt, die Herausforderungen sehen, angehen und meistern. Aber nicht bloß global brauchen wir Innovationen. Ebenso wichtig sind sie auf unternehmerischer Ebene. Ich möchte jeden dazu aufrufen, stets wachsam zu sein, Chancen zu ergreifen und Dinge nie als gegeben hinzunehmen. Es gibt immer einen Weg. So wird es auch einen Weg geben, diese Krise zu überwinden. Wir werden einen Weg finden, das Klima zu retten, Hunger zu bekämpfen, Krankheiten zu besiegen. Aber auch hier muss es Menschen geben, die vorangehen. Ich möchte Menschen unterstützen, die etwas verändern wollen. Deshalb unterstütze ich den FOCUS Innovationspreis 2020.

Als ich vor mittlerweile 30 Jahren bei LIQUI MOLY angefangen habe waren wir ein kleiner Betrieb in der schwäbischen Provinz. Heute werden wir mit den größten Konzernen der Welt in einem Satz genannt. Der Wettbewerb schweißte uns zusammen. Jede Krise macht uns besser. Auch diese Krise haben wir genutzt, um uns von der Konkurrenz abzuheben. Wir sind das wendige Schnellboot, können im Handumdrehen entscheiden und Herausforderungen rasch begegnen. Auch in der jetzigen Krise, und das war in der Finanzkrise 2008 ähnlich, hat man auf uns geschaut und sich gefragt: „Was machen die von LIQUI MOLY? Hauen ihr Geld für Werbung raus in einer Zeit, in der niemand weiß, wo die Reise hin-



Unternehmer und Visionär Ernst Prost, 63, unterstützt mit der Firma LIQUI MOLY den FOCUS-Innovationspreis 2020

geht.“ Ich sage: Die Reise geht bergauf. Bergauf ist beschwerlich, aber am Ende zahlen sich die Anstrengungen aus.

Auch jetzt rufe ich: Alle Mann an Deck – volle Kraft voraus! Das gilt für alle unsere Bereiche, von der Entwicklung, über den Vertrieb bis hin zum Marketing. Wir können uns nicht auf unserem Erfolg ausruhen.

Ich habe als Unternehmer eine Verantwortung für meine Mannschaft, für deren Familien, für unsere Geschäftspartner und Kunden. Ich muss zusehen, dass der Laden läuft. Und jetzt, da unsere Konkurrenz sich duckt, ist die Zeit, Gas zu geben. Wir haben uns gegen staatliche Hilfen entschieden,

gegen Kurzarbeit, haben sogar eine Coronazulage an jeden im Unternehmen ausgezahlt. Gleichzeitig habe ich eine gesellschaftliche Verantwortung und möchte dort Unterstützung leisten, wo sie gebraucht wird. Zum Beispiel bei den Rettungskräften, Pflegediensten und Hilfsorganisationen, die wir gerade mit einer Millionenpende in Form unserer Produkte beliefern.

Die Menschen in erster Reihe brauchen uns. Und unsere Gesellschaft, unsere Wirtschaft, unsere Umwelt braucht engagierte Menschen, wie Sie. Menschen, die sich Gedanken machen und sich der Zukunft widmen. Ohne Ihre Innovationen würde der Globus stillstehen. Aber wie überall im Leben geht es nicht ums Stillstehen – es geht ums Weiterkommen. Womöglich geht es auch hier bergauf. Auf dem Gipfel sehen wir bereits die nächste Steigung. Ich bin mir sicher, dass wir mit diesem Preis einen Beitrag leisten können, Menschen auf aller Welt zu ermutigen, nicht aufzugeben, sondern immer ihr Bestes zu geben. Nur mit Mut, Kreativität, Wissbegierde, Engagement und Erfindergeist kommen wir vom Fleck; Ich ziehe meinen Hut vor Ihnen und bedanke mich für Ihren Einsatz.

Erlauben Sie mir den väterlichen Rat eines erfahrenen Geschäftsmannes: „Lassen Sie sich nicht unterkriegen. Nehmen Sie Ihre Mitmenschen mit. Haben Sie Visionen und verfolgen Sie diese mit Herz und Verstand – nur so meistern wir gemeinsam die Zukunft.“

»
Bergauf ist beschwerlich. Aber die Anstrengungen zahlen sich aus
«

Foto: Sascha Baumann/BLD



20.000 euros for orphanage in Haiti

„Haiti Chérie“ were the words Harry Belafonte chose to serenade the beauty of the Caribbean country. Unfortunately, reality on the island has been very different ever since the devastating earthquake of 300,000 deaths in 2010. The ERNST PROST FOUNDATION is therefore donating €20,000 to the Haiti Chérie e. V. charity organization for an orphanage in Haiti. This donation is the first from the company to help this Caribbean state and Foundation Manager Kerstin Thiele strives for longer-term cooperation.

The country is one of the poorest in the world, and children are the most affected by this poverty. The Haiti Chérie organization has launched various projects. This includes an orphanage in the Delmas district of Port-au-Prince.

„When we heard about the project, my husband and I spent a few days researching the work of Haiti Chérie and decided to help,“ Kerstin Thiele says. Many children had lost their parents as a result of the 2010 natural disaster and were forced to live on the destroyed streets of Port-au-Prince, including those who were initially cared for by their surviving relatives. "This was very hard, but they often didn't know how they could survive themselves," says Kerstin Thiele. "In Africa, we are involved in

similar projects with the Ernst Prost Foundation for Africa and therefore know how much can be achieved from Germany. The operation of the orphanage is secured for six months with this donation of 20,000 euros."

The A.C.J.E. orphanage (the abbreviation stands for Association Coeur Joyeux pour les Enfants - "association to give children a happy heart") provides children with food, shelter and a perspective for the future. "In addition, the children there are looked after by doctors and psychologists. This is urgently needed, but cannot necessarily be provided in Haiti because the costs for this type of care are very high on the island", reports the Foundation Manager.

And there is another thing that both organizations have in common: The Haiti Chérie association and the ERNST PROST FOUNDATION share the underlying principle that 100% of every donation goes directly to those in need. Not one cent is used for administrative costs. "This was crucial for us because it increases the chance of donations and guarantees maximum benefit for the people for whom the donation is intended."

GERMANY



"It's bollocks to believe we should save until we have squeezed every last drop out of the company!"

Roman Heflik in XING conversation with LIQUI MOLY boss Ernst Prost. "Fight the crisis with a forward-thinking strategy" is our vision of corporate governance. Send employees into furlough or unemployment because of the coronavirus? Not an option for CEO Ernst Prost. We say thank you and are sure that we will continue to get through this difficult timen.

Watch the video here:

<https://www.xing.com/news/articles/sparen-bis-blut-spritzt-das-ist-fur-den-arsch-3527747>



GERMANY

CLASSIC CARS AWARD



Three times on the podium: In the first reader survey of "Classic Cars", the oil brand takes first place in the motor oils category and two third positions.

The readers of the magazine "Classic Cars" voted LIQUI MOLY the top brand of 2020 with a gold medal in the motor oils category. We won bronze in the Paint/Polish/Chrome Care and Rim Cleaner categories respectively. We are overjoyed and grateful for this trust in our brand. For the first time, the Bauer Media Group magazine had its readers vote on their favourite brands. LIQUI MOLY made it to the podium in three of 14 categories. What was special was that our brand was nominated in precisely these three categories which meant we secured the maximum number of possible wins. In the engine oil category, it was even enough to win

first place: With almost 45% of the readers' votes, we are clearly ahead of our competitors. "Every new award is special for us. But it's something very special when we finish top of a readers' poll at its premiere," says Günter Hiermaier.

We also made it onto the podium in two other categories: Readers' votes in the Rim Cleaner category and in the Paint/Polish/Chrome Care category were enough to secure 3rd place in both categories. This sensational result proves that our cutting-edge, top-of-the-line products perform at their best even in older vehicles.



BEST BRAND

**LIQUI
MOLY**

**MOTOR OILS
ADDITIVES
VEHICLE CARE**

LIQUI MOLY ACHIEVES THE TENSATION

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

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

Yours truly, Ernst Prost



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



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



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



9 years in a row (No. 1 for the readers of Motor Klassik. Edition 4/2020)



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



3 years in a row (No. 1 for the readers of MotorSport Aktuell in the motorbike category. Edition 14/2019)



2 years in a row (No. 1 for the readers of MotorSport Aktuell in the motorbike category. Edition 14/2019)



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



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

www.my-liqui-moly.com

RECIPE FOR SUCCESS

"Teamwork is the ability to work together toward a common vision. The ability to direct individual accomplishments toward organizational objectives. It is the fuel that allows common people to attain uncommon results."

- Andrew Carnegie -

„Teamwork ist die Fähigkeit, gemeinsam auf eine gemeinsame Vision hinzuarbeiten. Es ist der Treibstoff, mit dem gewöhnliche Menschen ungewöhnliche Ergebnisse erzielen können.“

Andrew Carnegie
(US-amerikanischer Industrieller)

CAMPAIGN FOR THE FALL

Everything
that drives
works
better with
LIQUI MOLY.

**LIQUI
MOLY**

**MOTOR OILS
ADDITIVES
CAR CARE**

www.liqui-moly.com



MOBILE TREASURES

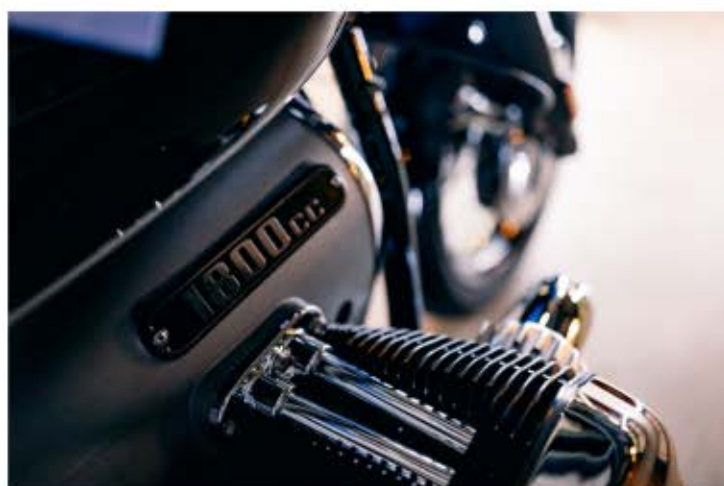
WINTER STORAGE

BMW R18

Unique winter care for two-wheeled treasures



Have peace of mind when on the road again after the winter break, instead of going to the workshop first? The right care and conservation of your motorbike over the cold time of year is what we offer. We show you how it works and present the most important products from our extensive MOTORBIKE product range.





Our **MOTORBIKE Cleaner** and **Sponge** are ideal for cleaning your dream bike.



Our **Gloss Spray Wax** carefully protects the paint and seals the surface optimally against the effects of weathering.



Our **leather cloth** guarantees the fine-tuned finish with a streak-free shine.



Our **"one for all"** is the universal product for the cleaning, protection and care of various surfaces..

Our **leather combination** care gives a smooth silky sheen and a protective layer with impregnating effect.

Our practical **microfiber cloth** is ideal for distributing the care lotion and removing excess cream.





MOBILE TREASURES

WINTER STORAGE

The so-called 'Big Boxer' engine is the largest boxer engine in a motorcycle: 2 cylinders, 1.8 l displacement and 91 PS. This is enough to accelerate the 345 kg machine to 100 km/h in 4.8 seconds.

Confident cruiser with historical roots

BMW Motorrad enters the cruiser segment with the new R18. Like no other BMW motorbike before it, the technology and design of the new R18 continue in the tradition of historic BMW motorcycles. Its technical and visual features invoke famous models such as the BMW R5 and put the essentials of the motorcycle back in the spotlight: puristic, seamless technology and the boxer engine as the epitomy of riding pleasure combined with "good vibrations".

The R18 combines classic design and clear yet contemporary technology to create a fascinating overall concept that is characterised by an equally cultivated and

emotional driving experience.

At the heart of the BMW R18 is a completely newly developed two-cylinder boxer engine, the Big Boxer. Not only with its impressive appearance, but also from a technical perspective, it builds on the traditional air-cooled boxer engines, which have provided an inspiring driving experience since the beginning of BMW motorcycle production in 1923. The two-cylinder Boxer engine with the strongest displacement ever used in motorcycle series production has a displacement of 1,802 cm³. It delivers an output of 67 kW (91 PS) at 4,750 rpm. From 2,000 to 4,000 rpm, it can generate more than 150 Nm at any time and powerful engine power goes hand in hand with a rich sound.



R18 First Edition: exclusive look in paint and chrome

As early as its market launch, the new R18 will be offered worldwide as an exclusive R18 First Edition in addition to a standard model reserved for specific markets. The R18 First Edition combines the R18 look with exclusive features in classic black paint with white double striking. In addition, the numerous chrome-plated surfaces, the seat badge and "First Edition" chrome trim on the side covers are also distinguishing features.

BMW R18 highlights:

- Largest ever BMW boxer engine with 1,802 cm³ displacement.
- Output 67 kW (91 PS) at 4,750 rpm, max. torque 158 Nm at 3,000 rpm.
- From 2,000 to 4,000 rpm, over 150 Nm can be generated at any time.
- Open-running cardan drive based on the classic model
- Heavy-duty double-cradle steel frame.
- Rear swing arm with framed axle drive in rigid frame look.
- Telescopic fork with fork sleeves and cantilever spring strut
- Classic dial instrument with integrated display.



MOBILE TREASURES

WINTER STORAGE



Insects, silicone and oily and greasy dirt can be removed quickly and easily from glass surfaces with our **Windshield Cleaner Foam**.



Our **Petrol Stabilizer** preserves and protects the fuel from aging and oxidation and prevents corrosion in the entire fuel system.

Engine Flush removes problematic deposits inside the engine and removes residues of all kinds from the oil circuit when the used oil is drained.



The perfect **engine oil** for biking can be found quickly and easily using our oil guide.

Thanks to our **door lock care**, the ignition lock will still turn easily next spring.



Our **test winner Multispray** lubricates, protects, prevents corrosion and keeps moving parts running smoothly over the long term. So be sure to spray all joints.



Thanks to our **Chrome Gloss Cream**, flash rust can be quickly removed and the shiny decorative surfaces are perfectly protected against rust during wintert.



Finally not a product, but a good tip from LIQUI MOLY: don't forget to check the **right tire pressure!** This means that your bike is optimally equipped for its winter sleep.

GERMANY

MOBILE TREASURES



Herbie says hello! Ramona Weber (daughter of our caretaker Werner Weber) revives the good old times with this elaborately and lovingly restored VW Beetle!



Here you can see what can be achieved with a passion for mobility and the right products: Our caretaker Werner Weber found this beetle, built in 1969 with 34 PS, while browsing on a well-known online second-hand auction site. Although with its original paint intact, it was by no means in the condition it is now. The vintage car owes its beauty to Mr Weber's six-month, loving restoration and treatment with our products. Paint Cleaner, Chrome Care, Hard Wax, Plastic Cleaner, Lead Substitute, 10W-40 HD Classic engine oil and Rubber Care were among the products he used.

The result: A dream beetle that rolled directly into our hearts!



**Lead Substitute
(art. no. 1010)**

Exactly the right product for older gasoline engines. The Lead Substitute lubricates and protects the valve seat rings of vehicles that originally required leaded fuel. Reduces wear on the cylinder head and thus obtains optimum compression. Prevents engine damage and increases operational reliability.



COOPERATION

EDD CHINA IS BACK



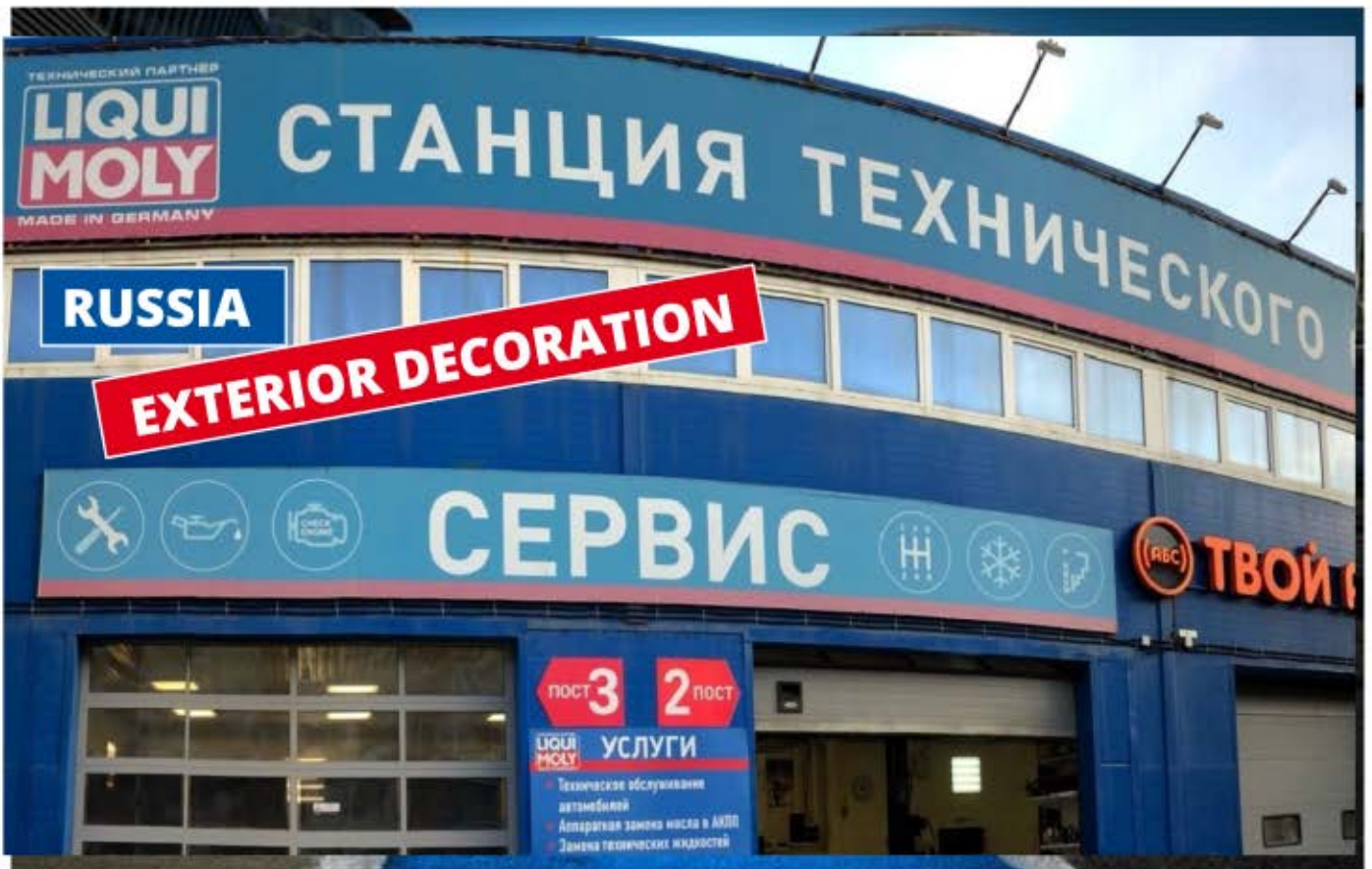
The
cult gearhead
returns to the screen
with
LIQUI MOLY





Edd China, known above all for his characteristic orange rubber gloves, is celebrating his comeback on the screen with LIQUI MOLY. In the past, he has appeared on popular, international TV shows, including the extremely successful "Wheeler Dealers" series. Edd is now back, presenting a special series of videos on how to use and apply our products - including on his own vehicle. Interesting anecdote: Edd China chose the colour of his signature gloves solely because of the price: "These were the cheapest on the market". They now have cult status and are offered at the highest prices. Let's hope Edd gives our products the same cult status among his fans.





In Perm, this new flagship store with adjacent workshop is presented both inside and outside in blue-red-white as a competence center with an excellent assortment of engine oils, additives, vehicle care and service products all made in Germany!





Despite the toughest conditions, our friends in Iraq continue to bravely fly the LIQUI MOLY flag. Be it as in the photo above with a large, visible workshop signage at our new customer "Jeger" in Duhok that specializes in commercial vehicles and cars, or a newly branded LIQUI MOLY shop in the capital Baghdad (photo below).





Our sales partner in Saint Petersburg always has an open door and ear for its customers' needs - now with a new illuminated advertising above the entrance.



Professional, high-quality lubricants all lined up: A small but fine selection of our full range of over 4,000 products. Here every vehicle enthusiast can find their matching LIQUI MOLY product.

PAKISTAN

OUTDOOR ADVERTISING



Our Meguin partner SKS in Pakistan attaches great importance not only to the top quality of our products, but also to the appearance and recognition of our brand. As you can see, both during the day and at night.





Drivers threw up clouds of dust during the final lap of the "Motorsports Kramar Cup" rally championship. More than 50 drivers from different regions of the country took part in the race at Dmitrov near Moscow, including the MSK Racing Team we have sponsored for many years.



The stadiums are unfortunately still empty due to the coronavirus, but there was full media attention for our perimeter advertising at the national game between Serbia and Hungary.



Unfortunately, the number of new coronavirus infections is also increasing in Turkey and the euro rate continues to rise. But even this does not prevent our partners from investing in the LIQUI MOLY business. Like at this rally event with branded vehicles ranging from Subarus and Ferrari to Mini Cooper. As a reminder, every participant received a LIQUI MOLY engine oil as a gift.



MONGOLIA

EXTREME ENDURO RACE



Being able to always rely on your machine even in the most extreme situations is the only way of winning the LIQUI MOLY Extreme Enduro Race in Mongolia.

LATVIA

LATVIAN DRIFT FINAL



A photo drift fans cannot get enough of seeing: fast cars and smoking tires in front of the colours of Germany's no. 1 lubricant brand.



LIQUI MOLY everywhere you look! Our partner Propartes, together with Dub Speed Cali, did a fantastic job organizing a great event with competitions between different privately-owned cars at the Hillclimb in Rio Frio Valle.



AWARD

**EUROPEAN CARTON
EXCELLENCE AWARD 2020**



Our "climate rocket" gets lift off

We can also do beautiful and functional! In our first participation in the European Carton Excellence Award 2020, our sophisticated CLIMATE REFRESH packaging actually wins the award in platinum. As one of 21 winners, we were judged alongside big names such as McDonald's, Budweiser and Henkel. The packaging was designed in spring 2019 in collaboration with the packaging specialist Edelman from Heidenheim and transforms the slim can into a durable rocket for air-conditioning cleaning inside the vehicle.



**Climate Refresh,
free of allergens
(art. no. 21465)**

Quickly removes unpleasant odors from the air con caused by bacteria and mold in air conditioning systems, ventilation ducts or vehicle interiors.



GERMANY

BECOME AN ONLINE MARKETING PROFESSIONAL WITH LIQUI MOLY

We are now offering another module in our series of workshop solutions: Workshops can now place local and customised advertising on Facebook, Instagram and Google free of charge - with up to €150 advertising budget from us!

With LIQUI MOLY, partner workshops can now also rely on our online marketing know-how. In collaboration with the service provider SocialPULS, we are launching an online campaign that is specially tailored to our business partners. This starts with a campaign in conjunction with our GearTronic II. Business customers who offer a gearbox oil change with our device can now use it to advertise on Facebook, Google and Instagram in their region. For this purpose, we will donate an advertising budget of up to €150, a significant amount to give a regional business a boost with local online advertising. It involves practically no work at all for our partners as everything is managed centrally by us. We provide the content of the ad so that our partners only need to upload their logo and data. Advertising is then placed within a defined radius of the workshop. This means that only customers who live in the vicinity of the workshop are targeted with the advertising. Prospective customers are shown this ad directly on their mobile phone, PC or tablet - targeted marketing couldn't be more simple and effective!



GERMANY

INNOVATION PRIZE



Foto: Les Karer, cktj images

Erfolgreich Durch Zufall kam die dänische Gründerin Mette Lykke, 39, als Chefin zu der jungen Firma „Too Good To Go“. Heute, fünf Jahre später, gehört die App zu den am schnellsten wachsenden in Europa

The FOCUS Innovation Award 2020 goes to a FOOD SHARING project.

Too Good To Go is committed to a movement against food waste and provides a platform for food savers as a business model.

Das Menü des guten Gewissens

Ein Drittel aller Lebensmittel landet in der Tonne. Dieser globalen Katastrophe widmen sich die Gründer von Too Good To Go. Sie bieten hungrigen Nutzern übrig gebliebenes Essen aus Geschäften und Restaurants. Eine geniale Idee, die FOCUS mit dem Innovationspreis auszeichnet

Ob es einfach Lachs oder doch lieber Alaska-Seelachs sein soll, fragt die Verkäuferin der Nordsee-Filiale am Berliner Alexanderplatz hinter der Glastheke. Ihre Kollegin räumt gerade Stühle zusammen. Noch ist die Auslage gut gefüllt, doch die Filets, die bis jetzt nicht verkauft werden konnten, werden bald im Müll landen. Deshalb bin ich hier. Ich halte mein Smartphone hoch, zeige der Verkäuferin meinen Abholbeleg in der App „Too Good To Go“ und gehe mit drei Backfischbrötchen und einem Lachsfilet, das vor einer halben Stunde noch zehn Euro mehr gekostet hätte, nach Hause. Es fühlt sich erstaunlich gut an. Nicht allein das Schnäppchen, das ich gemacht habe, sondern vor allem das Wissen, etwas für den Planeten getan zu haben.

Bei jeder Mahlzeit lässt sich CO2 sparen

Etwa ein Drittel aller weltweit hergestellten Lebensmittel endet auf der Müllkippe. Diese Verschwendung macht acht Prozent der globalen Treibhausgasemissionen aus. Allein in Deutschland werden jedes Jahr 53 Millionen Tiere völlig umsonst geschlachtet, ohne je verzehrt zu werden.

Die Vereinten Nationen haben sich das Ziel gesetzt, diese absurd hohen Zahlen bis zum Jahr 2030 zu halbieren. Dabei ist der Bund der Staaten vor allem auf den Willen jedes Einzelnen angewiesen. Denn gut die Hälfte der Nahrungsmittel wird in privaten Haushalten weggeworfen. Am Ende muss man es den Leuten leicht machen, sich besser zu verhalten.

Genau das gelingt dem 2015 gegründeten Unternehmen „Too Good To Go“. Restaurants, Läden oder auch Hotels und Supermärkte können die Mahlzeiten, die im Alltag übrig bleiben, auf der Plattform anbieten. Man sucht sich ein Lokal oder Geschäft aus, reserviert das Restepaket für im Schnitt drei Euro und kann es innerhalb des angezeigten Zeitraums dort abholen. So verdienen die Läden noch Geld, gewinnen womöglich neues Publikum, die Nutzer und Nutzerinnen bekommen ein günstiges Abendbrot und sparen dabei pro Kilogramm Essen 2,5 Kilogramm CO₂ ein. „Too Good To Go“ selbst behält pro Bestellung einen kleinen Prozentsatz und entwickelte so ein tragfähiges Geschäftsmodell. Alle gewinnen. Eine genial einfache Idee, die nicht nur nachhaltig, sondern auch sinnvoll und skalierbar ist. Genau deshalb wählte die Jury des FOCUS-Innovationspreises die App aus vielen hoch qualifizierten Bewerbern als Sieger aus. Unter dem Motto #AufbruchZukunft sollten Menschen und Ideen gewürdigt werden, die das Land und die Welt voranbringen. Großartige Unternehmen wie dieses.

„Als Unternehmen können wir schnell agieren. Und den Kampf gegen die Verschwendung skalieren“ Laure Berment Deutschlandchefin Too Good To Go

Entstanden ist „Too Good To Go“ 2015 in Dänemark. Zwei der Gründer erleben, wie in einem Buffet-Restaurant in Kopenhagen halb volle Behälter wegkippt wurden. Sie beschlossen, etwas dagegen zu unternehmen.

Wenige Monate später, die App war kaum auf dem Markt, stieß die Unternehmerin Mette Lykke durch eine Zufallsbekanntschaft auf „Too Good To Go“. Sie hatte gerade erst ihr Sportsoftware-Start-up Endomondo für 85 Millionen Dollar verkauft und investierte spontan. Die Dänin war so begeistert, dass sie 2017 die Geschäftsführung übernahm. „Das Schöne an der Idee ist, dass es eine echte Business-Chance ist“, sagt die 39-Jährige über ihre Firma. „Unsere Art, Lebensmittelverschwendung zu bekämpfen, ist so wirkmächtig, weil wir es zu Marktbedingungen tun.“ Der sogenannte Food-Waste-Sektor ist ein Wachstumsmarkt. Es gibt einige Firmen, die sich dem Kampf gegen die Verschwendung verschrieben haben und zum Teil ähnliche Konzepte verfolgen. Doch nur wenige wurden so schnell so erfolgreich.

Mehr als 25 Millionen Mal wurde „Too Good To Go“ bis heute heruntergeladen. In Europa wächst das Unternehmen schneller als alle Konkurrenten. In 15 Ländern können die Menschen mit der App Essen retten, sogar in New York. In Deutschland führt die Französin Laure Berment die Geschäfte. Das Büro in Berlin ist innerhalb weniger Jahre auf 70 Leute gewachsen. Sie verstehen sich als Teil einer Bewegung. Für seine Mission, für den großen Wurf, hat das Unternehmen sogar eine eigene Abteilung: sein Movement-Team. Diese Kollegen und Kolleginnen arbeiten nicht im Kerngeschäft, sondern kämpfen grundsätzlich gegen das Phänomen der Verschwendung. Sie reden mit Politikern,

entwickeln Kampagnen und neue Ideen, wie man der Umweltkatastrophe entgegenwirken kann. „Das Team lebt die Mission. Das schafft eine ganz besondere Arbeits-atmosphäre“, sagt Laure Berment. Es geht vor allem darum, das Handeln und Denken aller im Alltag zu verändern.

Revolution – instagramfreundlich

Gerade die jüngere Generation ist in einer Zeit des Überflusses aufgewachsen. In einer Zeit, in der alle paar Jahre ein neues iPhone auf den Markt kommt und selbst die Liebe durch Apps gefunden und womöglich auch schnell wieder entsorgt wird. Dieser Wegwerfkultur muss man aber nicht mit Wut und reiner Antihaltung entgegentreten. Es handelt sich nämlich um dieselbe Generation, die für den Klimaschutz auf die Straße geht, also durchaus bereit ist umzudenken. Besonders dann, wenn die

Veränderung digital und mit hübschem Design daherkommt. Revolution – nur eben instagramfreundlich.

Doch „Too Good To Go“ spricht neben ihrer jugendlichen Zielgruppe auch Angehörige älterer Generationen an, Frauen etwa, die womöglich noch kargere Zeiten erlebt haben und deshalb Nahrungsmittel stärker wertschätzen. Eine von ihnen steht vor mir, als ich auf dem Weg zur Arbeit im Nobelhotel „Grand Hyatt“ am Potsdamer Platz in Berlin die Reste des Frühstücksbuffets ab-holen will. Die Dame ergattert das letzte vegetarische Paket und schaut mich entschuldigend an. „Wenn das alles sowieso in der Tonne landen würde, esse ich auch mal ein Würstchen“, sage ich großmütig und nehme eine Pappschachtel mit Aufschnitt entgegen. Im Büro muss ich mich dann überwinden, die Mortadella mit Käsebrötchen aufzuessen. Ich tue es trotz-

dem, auch wenn es mir nicht recht schmeckt. Wegwerfen gilt nicht mehr. Das zumindest habe ich gelernt.

Ein Preis für Pioniere

FOCUS und LIQUI MOLY ehren mit dem Innovationspreis Unternehmer, die neue Märkte und Chancen erschließen. Die Jury aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft kürte den Sieger

5263 deutsche Restaurants und Händler sind dabei. So konnten schon 5,3 Millionen Mahlzeiten gerettet werden

1,3 Milliarden Tonnen, ein Drittel aller Lebensmittel, landen jedes Jahr auf der Mülldeponie

50 Millionen Nutzer will „Too Good To Go“ bis zum Ende des Jahres auf der Plattform versammeln



Verschwendet
Rund 15 Kilo Lebensmittel pro Kopf wird jeder deutsche Haushalt im Durchschnitt weg. Jedes Jahr. Das meiste davon ist noch genießbar.

Gerettet
Über die App „Too Good To Go“ können Restaurants, Läden und Supermärkte die Reste des Tages zu einem geringen Preis verkaufen. Was sonst im Müll gelandet wäre, schafft es so noch in den Kochtopf.

ADVERTISING THEME

USA



**LIQUI
MOLY**

**MOTOR OILS
& ADDITIVES**
Made in Germany

EXCLUSIVE LUBRICANT

moto2™
+
moto3™

MotoGP™ WORLD CHAMPIONSHIP



LIQUI MOLY GmbH
Jerg-Wieland-Straße 4
89081 Ulm | GERMANY

Telefon: +49 731 1420-0
Fax: +49 731 1420-71
E-Mail: info@liqui-moly.de

WWW.LIQUI-MOLY.COM

GERMANY

VFL GÜNZBURG



LIQUI MOLY on the move

The VfL Günzburg third-division handball team is one of its region's sporting successes. The club is now helping fans by providing transport to the region! As part of our new sponsoring scheme, a regional bus is now in operation in the district of Günzburg which sports our logo and that of the handball club.





GERMANY

FAN POST



Our customer and fan Heinz Clauß from Timmendorfer Strand in Schleswig-Holstein can really be described as a "true ambassador of our brand"! Driving a delightful Ural motorbike and sporting LIQUI MOLY colors, he and his sidecar companion attracted the attention of many enthusiastic tourists on a tour along the Baltic Sea coast. Many wanted to know more about his bike and our blue-red-white brand, some even used it as a backdrop for their holiday snapshots. Unfortunately, Heinz Clauß could not help with some of the onlookers' requests for product samples. But who knows, maybe on the next trip ... ;-)



GERMANY



SPONSORING



Extension of partnership with 1. FC Saarbrücken football club

Meguin has been an official partner of the 1. FC Saarbrücken football club since 2016. This contract has now been extended since the club's promotion to the 3rd division for the 2020/21 season.

In addition to regional publicity among fans in the stadium, the Meguin logo can be seen in half rotation along 100 m and is therefore visible during live broadcasts of the games on MagentaTV and Sport1.



Nicolas Rumo (Technical Business Manager Japan, right) and the "king of style" Kato San from our new customer Liberty Walk demonstrate their love for our our blue-red-white global brand and automotive dreams.





Our brand is becoming increasingly more popular on the water: We have now been able to announce the sponsorship of the SV Offshore team for the remainder of the 2020 SuperCat Power Boat racing season and for the 2021 season. Another perfect opportunity to test our high-performance lubricants and other MARINE products under real racing conditions.





LIQUI MOLY Car Care with Klaus: Correct way to store vintage cars through winter

Cash for Chrome - this is the title of the well-known DMAX TV show for our customers and brand ambassador Klaus Borrmann from Route 66 Borrmann Motors from Hamburg. In our new video series "Car Care with Klaus", the US car professional gives valuable tips on vintage and classic cars. In the first episode, Klaus gives tips and advice from friends on how they look after their vintage treasures throughout winter.

The video is here:
<https://youtu.be/ReijivFqGJ0>





SLOVAKIA

TRIUMPHANT WIN



First WTCR victory for LIQUI MOLY Engstler Motorsport team at race in Slovakia

Diligence, dedication, discipline, our products, but above all teamwork paid off to secure success of the LIQUI MOLY Engstler Motorsport team. The team managed to record their first victory of the 2020 season at the race in Slovakia in the WTCR - FIA World Touring Car Cup .

At the start of race 3, rider Nicky Catsburg managed to go from third to first place and was able to keep a comfortable distance from the followers in the remaining laps. Catsburg also drove the fastest lap of the weekend, again demonstrating the prolific speed of the Hyundai i30 N TCR. The Dutch driver showed a strong performance on Saturday at the Slovakia Ring and earned points in qualifying for his starts from rows one and two for the races on Sunday and scored another point for his fifth place in race 2.

Teammate Luca Engstler was the fastest of four Hyundai i30 N TCR vehicles in training, but had a difficult time training, which in turn affected his starting position on Sunday. Although the German was forced to retire early from race 1, he drove through the ranks in races 2 and 3 to ninth and tenth place respectively, earning points in both races.

After the race in Slovakia, Catsburg and Engstler are now 10th and 17th in the drivers' ranking with the LIQUI MOLY Engstler Motorsport team in 5th place overall.

Team boss Franz Engstler: "We are absolutely satisfied with our first WTCR victory. Nicky did a fantastic job of taking a confident lead and driving the car home in first place. Luca also demonstrated the speed of the Hyundai i30 N TCR throughout the weekend and made great progress in races 2 and 3 to earn the team points. We are now focusing on Hungary where we hope to continue this momentum".

Nicky Catsburg: "My first victory in the WTCR and also the first for the team! I had a great start and was lucky that the cars behind me were battling for places so that I could edge away from the pack. We will now go home and celebrate a fantastic weekend after doing such a great job."

Luca Engstler: "I'm really satisfied with my performance in race 3 where I came from 17th to 9th place. I am delighted for Nicky and the team about our 1st victory this year. I think we are on the right track with the Hyundai i30 N TCR and we'll work hard to secure another good performance in Hungary."

We look forward to seeing more of them!

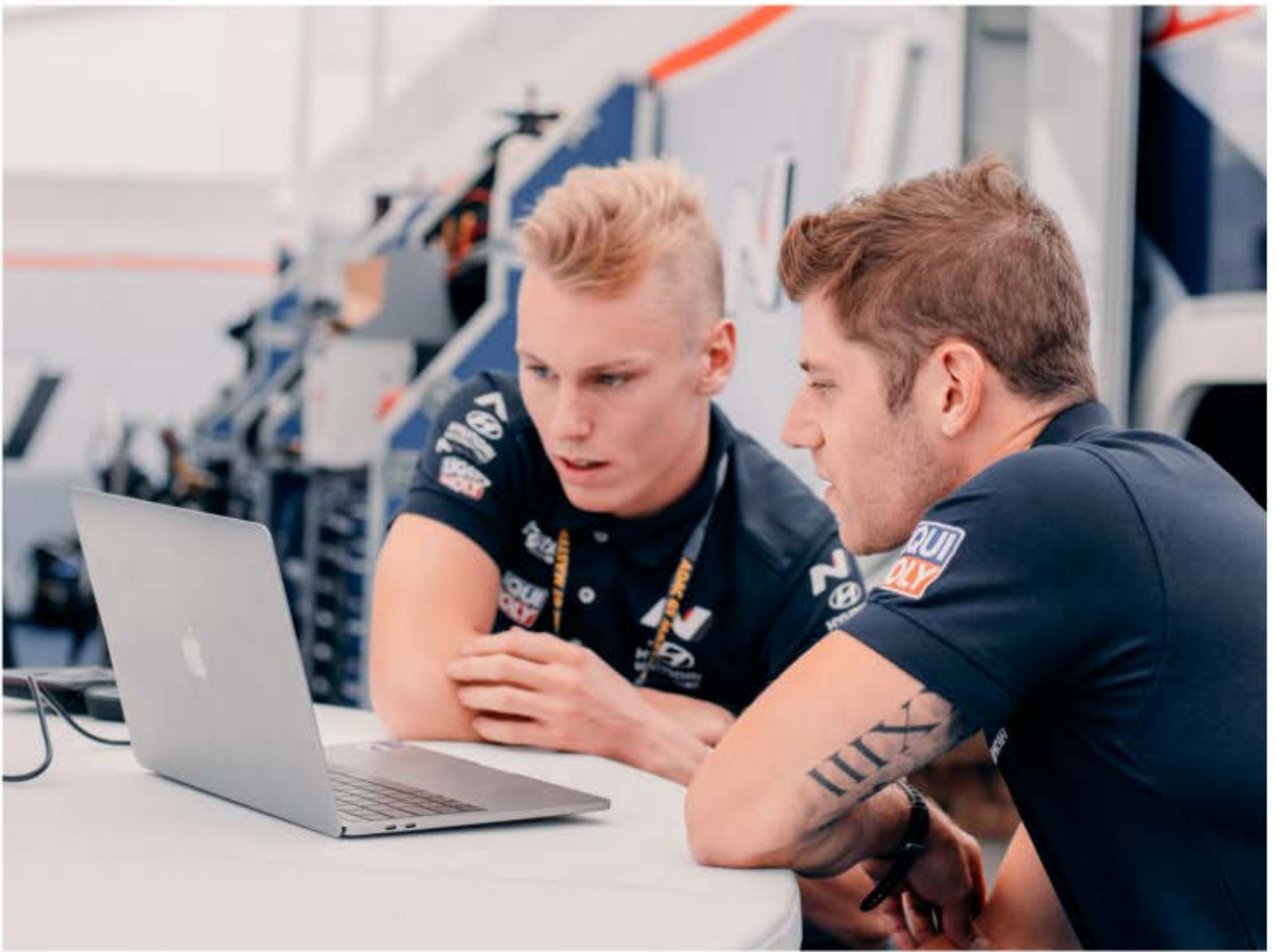
GERMANY

VEHICLE SWAP

M.Schrötter

Two-wheeled biker Marcel Schrötter accelerates on four wheels





Moto2 biker Marcel Schrötter (right) and WTCR biker Luca Engstler both have LIQUI MOLY in their blood. Marcel Schrötter celebrated his more than respectable debut on four wheels at the Sachsenring in the Hyundai i30N from the LIQUI MOLY team, Engstler. All that remains to be seen is when Luca feels confident enough to get on a racing biket.



COMPANY HEADQUARTERS

OPENING OF COMPANY RESTAURANT

Junk food and ready-made meals? No way! Our new company restaurant offers a wide range of fresh food and snacks for every taste.



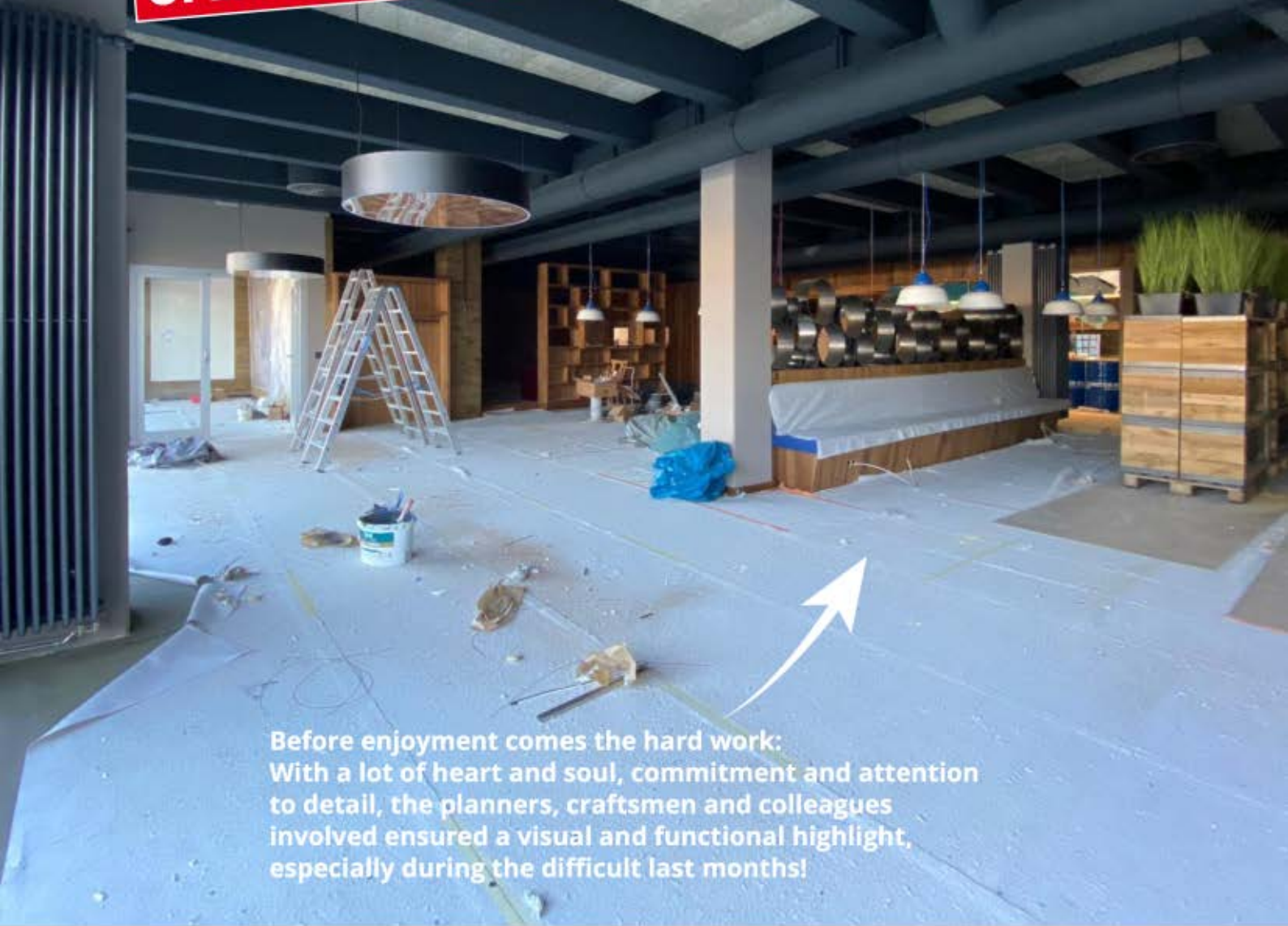
That goes down like oil

Eat together, communicate together! High-quality cuisine for all co-entrepreneurs, a relaxed meeting place with a dining and lounge area as well as a stylish location for the catering of our worldwide guests as soon as the situation allows it again – our new company restaurant is a real treat in terms of aesthetics, technology and culinary delights!



HEADQUARTERS IN ULM

OPENING OF COMPANY RESTAURANT



Before enjoyment comes the hard work:
With a lot of heart and soul, commitment and attention
to detail, the planners, craftsmen and colleagues
involved ensured a visual and functional highlight,
especially during the difficult last months!





A heartfelt thank you to the key “in- gredients” for the success of this project:



Our electrical and maintenance team with Werner Weber, Jochen Beitzberger, Eugen Brungardt, Christian Herrmann, Ralf Schwab and Mr. Grossmann

The company Zebrano for interior design (furniture, paneling, design, lamps, floors, ceilings)

The company Hogaka for the kitchen and food service

The company Gastromenü for consulting during planning and design

Architect Sidharta

The company Wiedemann for part of the painting work/ ceiling work

The company Gross for ventilation
Our landlord Mr. Schwind with all-rounder Joschi

Our colleague Bruno Werndl for the wall design
Photographer Annika Dollner for the design of the partition wall (carried out by the company Kräuter)

Our colleagues Alexandra Holzwarth, Gülsen Özcan, Marcus Schilk, Benjamin Schrade and Rainer Maass

Our boss, Ernst Prost, for approving the costs ;-)
and subsidizing the food

SOUTH AFRICA

JERUSALEMA CHALLENGE



The LIQUI MOLY family from South Africa creatively demonstrates its passion for our global brand

The song "Jerusalema" by Master KG is currently going viral around the world. Just as the videos in which people from all continents are seen dancing to the song and spreading good mood and hope. We particularly like this video from our South African employees, contractors and partners! THANK YOU!

**Scan to go directly
to the video**



Das sind die familienfreundlichsten Unternehmen Deutschlands



Die Top 200 aus 20 Branchen – wir stellen sie Ihnen vor. Bei den ersten drei Plätzen lesen Sie Beispiele aus Mitarbeiterbewertungen auf kununu

3rd place for LIQUI MOLY bei Deutschlands familienfreundlichsten Unternehmen in Deutschland in der Kategorie "Industrie".

Danke FREUNDIN!

Industrie

1. PLATZ BLANCO

„Wir kooperieren mit mehreren Einrichtungen, um unsere MitarbeiterInnen mit Kindern und pflegebedürftigen Angehörigen zu unterstützen.“ – Aleksandar Jovicic, Employer Branding Specialist

Blanco mit Hauptsitz in Oberderdingen und 1500 Mitarbeitern weltweit steht für einen ganzheitlich gestalteten Wasserplatz in der privaten Haushaltsküche. blanco.com

2. PLATZ HOSOKAWA ALPINE AKTIENGESELLSCHAFT

Augsburg, 785 Beschäftigte hosokawaalpine.de

3. PLATZ LIQUI MOLY GMBH

Ulm, 933 Beschäftigte liquimoly.de

4. UZIN UTZ AG

5. NEOPERL GMBH

6. SWEDEX

7. NORDISCHER MASCHINENBAU RUD. BAADER GMBH & CO. KG

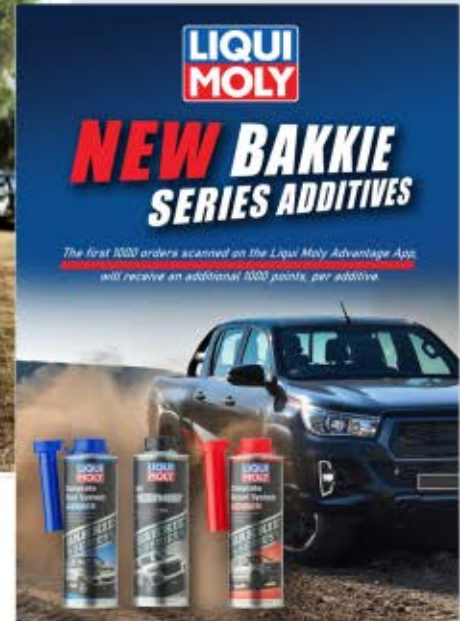
8. KIEFEL GMBH

9. SANDVIK COROMANT DEUTSCHLAND

10. YNCORIS GMBH & CO. KG



SOUTH AFRICA



New Liqui Moly Bakkie Series Additive range takes care of SA's most-loved vehicles

INDUSTRY NEWS: NEWS

Share on Facebook

Tweet on Twitter

Forward to friend

3804 VIEWS

Braais and bakkies may be barbeques and pickups in other parts of the world, but they're as woven into South African culture as slap tjips, robots and bunnies. As a nation, South Africans love bakkies and they're our first choice as a do-everything vehicle. We farm with them, build with them, travel with them, move house with them and park them on the pavement. Some double-cabs have become as comfortable and sophisticated inside as luxury cars – while still offering that option of a 1-ton load. Popular lubricant and additives brand Liqui Moly has launched a new additive series tailored particularly for the needs of our favourite multipurpose workhorses.



Liqui Moly SA Director Melicia Labuschagne says the Bakkie Series Additive range has been overwhelmingly well-received so far. "We have a well-tested range in the US called the Liqui Moly Truck Series for pick-up trucks or 'utes', but when you say truck to a South African we think of a massive 18-wheeler with a load of coal! We use the word bakkie, and now we have created our own bakkie-branded range unique to South Africa."

<https://www.sa4x4.co.za/new-liqui-moly-bakkie-series-additive-range-takes-care-of-sas-most-loved-vehicles>

News | 09 Ottobre 2020

Prost e Hiermaier: ai vertici di Liqui Moly da 30 anni



I due amministratori delegati di **Liqui Moly**, **Ernst Prost** e **Günter Hiermaier**, festeggiano quest'anno un importante traguardo professionale: 30 anni in azienda.

"Servire la stessa azienda per 30 anni, è già una bella cosa", ha affermato l'amministratore delegato Ernst Prost. "Nella nostra "bottega" c'è sempre un bel daffare. Perciò il tempo è passato in un lampo". Gli fa eco Günter Hiermaier che aggiunge: "Sono lieto di avere ancora tanti anni di successo davanti a me nel nostro gruppo aziendale".

Il duo si conosceva già prima di lavorare in Liqui Moly. All'epoca, infatti, Hiermaier era apprendista di Prost. Nel **1990** sono poi entrati in Liqui Moly, Prost come responsabile marketing e distribuzione e Hiermaier come direttore commerciale per la Germania. All'epoca, la DDR viveva le sue ultime ore prima della riunificazione. E la stessa Liqui Moly è stata una piccola luce nel settore.

"Prost e Hiermaier si sono rimboccati le maniche e si sono dati da fare. E non solo: Prost successivamente acquistò l'azienda dai proprietari precedenti. Da quel momento il mondo è cambiato, proprio come Liqui Moly. Da quella piccola luce è nato un marchio mondiale e i 55 milioni di euro di fatturato sono diventati 569 milioni di euro. L'azienda è ora attiva in più di 150 paesi e oltre al suo core business dell'automotive ha sviluppato nuove aree di attività come le moto, le imbarcazioni e l'industria. L'ex 'fabbrichetta' oggi è visibile nella Formula1 e nel MotoGP. Inoltre, siamo considerati la migliore marca di olio tra i lettori di molte riviste automobilistiche", dichiara l'azienda.

Ricordiamo, inoltre, che nel 2018 Prost ha ceduto Liqui Moly al **gruppo Würth** per garantire il futuro dell'azienda anche dopo la sua era, ma è rimasto a bordo nel ruolo di amministratore delegato. Contemporaneamente anche Hiermaier è stato nominato amministratore delegato. Ma Prost e Hiermaier non sono stati i primi a raggiungere i 30 anni di servizio in Liqui Moly. Far parte dell'azienda da 20 anni non è una rarità e si trovano anche alcuni che ci lavorano da 25 e 30 anni. Il record è di **49 anni**.

"È davvero sorprendente quanto scorre veloce il tempo quando si lavora ogni giorno con tanti fantastici colleghi per costruire qualcosa insieme", afferma Günter Hiermaier. E anche Ernst Prost ne è convinto: "Lavorarci è sempre divertente".



CORONA VIRUS COVERAGE[Search Autoparts/Motorage/Corona-virus-coverage/](#)**LIQUI MOLY USA/CANADA CONTINUES TO HIRE DURING COVID-19****Sales team gets a boost, while the company navigates the waters of a post-COVID industry**By: **MOTOR AGE Wire Reports** | Tuesday, October 20, 2020 - 07:00

LIQUI MOLY USA/Canada announced it has hired multiple new employees to its growing team. This is the oil and additive specialist's strategy to cope with the COVID-19 impact.

"In difficult times, we need not less but more people to help our customers," said Sebastian Zelger, CEO LIQUI MOLY USA and Canada. "All hands on deck — this is our way of fighting the crisis."



Since February, LIQUI MOLY USA/Canada has added Neriman Stumpf, Jose Mendoza, Aaron Crosby, Ken Dowler, Selene Ibarra, and Robert McLogan. With these new additions, their team grew to 41 employees. Their responsibilities will include multiple tasks varying from digital marketing, to supporting auto repair shops as they grow their business, improve customer engagement and satisfaction, and continue to bring LIQUI MOLY's leading range of oils, additives and other automotive chemicals to market.

Since Covid-19 struck, LIQUI MOLY USA has been dedicated to continuing investment in their sales force, continuing to grow as we approach the winter months. You can catch LIQUI MOLY USA at several upcoming trade shows, which have gone virtual, in their efforts to continue providing the best products on the market to consumers.

Covid-19 has changed the landscape of the industry. In-person events and trade shows are currently a thing of the past, which presented unique challenges to the industry. LIQUI MOLY has taken the opportunity to expand their efforts in order to support their shops, sponsored teams, as well as their consumers in these trying times. Sebastian Zelger: "Charging hard and adopting an aggressive sales and marketing strategy, we believe that now is more important than ever to give that support and continue to offer top notch service."



За годы работы на элементах впускного тракта и дроссельных заслонках как карбюраторных, так и инжекторных двигателей собираются отложения различного происхождения. Чтобы убрать эти загрязнения, необходимо использовать эффективное и в меру агрессивное средство. На представительском лимузине ЗИЛ-114 мы испытывали очиститель дроссельных заслонок *Liqui Moly Pro-Line Drosselklappen-Reiniger*.



Испытывать препарат мы решили на большом и редком автомобиле – ЗИЛ-114. Его 7,0-литровый бензиновый двигатель питается от одного карбюратора, в котором мы и чистили дроссельную заслонку. Применяемое средство *Liqui Moly Drosselklappen-Reiniger* представляет собой активный растворяющий состав для очистки типичных загрязнений, нагаров и отложений в области впуска и дроссельных заслонок.



Согласно инструкции, мы сняли воздушный фильтр с карбюратора, и распылили средство через специальную трубку-удлинитель, на конце которой установлена распределяющая поток форсунка. Мы обработали средством детали, которые нуждаются в очистке, и впускной коллектор. Затем дали средству подействовать в течение 5 минут. Следующий обязательный пункт – завести двигатель, дать поработать 10-15 минут и продолжить очистку на работающем двигателе.

В результате темный нагар «слез» со стенок карбюратора и дроссельной заслонки. Инструкция не запрещает для более эффективного очищения потереть стенки синтетической тканью. Мы так и сделали, что позволило снять со стенок раскисший нагар и отложения. Мы увидели, что препарат растворяет и удаляет все масляные отложения и загрязнения, как например, масло, смола, клей и т.д. Также надежно очищает инжекторы и внутренние детали. Обеспечивает функциональность и подвижность деталей, уменьшает расход топлива.

RUSSIA

На чем мы испытывали Drosselklappen-Reiniger?

Подопытным стал советский лимузин ЗИЛ-114. Этих автомобилей с 1967 по 1978 годы всего было собрано 113 экземпляров. Автомобиль оснащался 7,0-литровым бензиновым двигателем мощностью 300 л. с. и с максимальным крутящим моментом в 559 Нм в паре с 3-ступенчатым «автоматом».



На сегодня доподлинно известно о трех сохранных на территории Украины таких автомобилей. На таких ЗИЛах в СССР передвигались первые лица государства, руководители республик и члены ЦК КПСС. На иллюстрациях представлены фото как конкретного нашего подопытного, так и архивные, из периода молодости модели.



MEGUIN

EXCLUSIVE INSIGHTS



Watch our lubricant competence center video

Constantly changing framework conditions and growing demands on modern lubricants require expertise all along the line. It's a good thing that our oil production in Saarlouis is optimally positioned – thanks to extensive modernization measures and a great deal of expertise!



Go directly to the article:

www.liqui-moly.com/de/de/unternehmen/aktuelles/detail/news/hochmoderne-oelproduktion-in-saarlouis-schmierstoffe-mit-der-extraportion-kompetenz-6498.html



FORMULA 1

PORTUGAL

History was written once again... and impressively...

Yet another reason to look enviously to our partners at LIQUI MOLY Iberia. After all, for a whole weekend they had the absolute world leaders in racing right on their doorstep: In the Formula 1 Portuguese Grand Prix on the circuit in Portimao, Lewis Hamilton achieved something that once seemed impossible: With his 92nd race victory he managed to overtake racing legend Michael Schumacher. The Brit now holds the record for the most race victories of all time. Whether Kimi Räikkönen's brief jump from 16th to 6th place, Carlos Sainz's sudden lead at the start of the race or the incredibly demanding "up and down" of the "roller coaster" racetrack that was only finished in 2008: While Formula 1 history was made, LIQUIMOLY was once again perfectly visible as the official sponsor... let's hope it continues this way!






**LIQUI
MOLY**

Official Sponsor

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

MOTOGP

SPAIN





LIQUI MOLY, LIQUI MOLY and again: LIQUI MOLY...

Our global brand was as always omnipresent, it was good to watch on and off the track and everywhere else at the Gran Premio LIQUI MOLY de Teruel. Although it did not go well for the LIQUI MOLY IntactGP team because Marcel Schrötter and Tom Lüthi had an accident and ended up in 20th place, they continue to look forward! And: By giving their name to a stop in the top-tier motorcycle race in Aragon, our LIQUI MOLY Iberia Team and also the entire global company benefited from extremely high brand visibility as well as excellent offline and online activities.



Whether important local newspaper or the MotoGP social media presence: This race weekend was a high point for our global brand image... and we're already looking forward to next time!



MOTOGP

SPAIN

LIQUI
MOLY

LIQUI
MOLY

LIQUI
MOLY

Moto2[™] + Moto3[™] EXCLUSIVE LUBRICANT

LIQUI
MOLY

moto2 *moto3*

MotoGP[™]
WORLD CHAMPIONSHIP



LIQUI MOLY

LIQUI MOLY

LIQUI MOLY



MOTORRAD

BEST BRAND 2020

Kategorie:
Öle/Schmiermittel

Ausgabe 9/2020



OUR SOURCE OF INSPIRATION.

OUR MAGAZINE.

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



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

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

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



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



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



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

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