Producătorul german de ulei și aditivi se apără de criza mondială prin investiții masive

Nici specialistul în lubrifianți LIQUI MOLY nu a fost menajat de pandemia globală. Vânzările au crescut cu 7,1 procente la o nouă valoare record. Însă din cauza unui program de investiții de milioane, profitul s-a diminuat considerabil. Cu toate acestea, directorul Ernst Prost este încrezător: „Datorită măsurilor noastre energice, ne dezvoltăm în continuare și încă facem profit. Planificarea noastră economică solidă din ultimii ani, fără datorii la bănci, ne ajută să facem față urmărilor crizei.“

Vânzările LIQUI MOLY au crescut cu 7,1 procente în 2020, la valoarea de 611 milioane euro. Acesta reprezintă un succes răsunător, având în vedere efectele pustiitoare ale pandemiei asupra conjuncturii mondiale și declinul consumului mondial de ulei și carburant. Profitul s-a înjumătățit la 25 milioane de euro – asta și pentru că firma de talie medie a investit aproape 45 milioane de euro în măsuri de marketing. În plus, au fost angajați peste 100 de angajați noi. Astfel, la finalul lui 2020 aveam 989 de angajați. „Am mizat pe atac și astfel ne-am evidențiat față de colegii noștri. În pofida unei aplicări penibile a măsurilor de igienă, a conceptelor protecționiste și a home-office-ului, am fost 24 din 24 la dispoziția clienților și ne-am sporit prezența în toate mediile. Faptul că ne dezvoltăm este doar consecința logică a acțiunilor noastre“, descrie directorul parcursul său. Datorită situației inițiale solide a firmei, a unui total al bilanțului de 208 milioane euro, precum și un plafon de capital propriu de 168 milioane euro și o cotă de capital propriu de peste 80 de procente, specialistul în lubrifianți a avut suficientă forță pentru realizarea investițiilor necesare fără capital străin și credite. Asta a rentat, afirmă Ernst Prost: „Datorită deciziilor noastre, la finalul anului am fost în măsură să culegem roadele.“ Totodată afirmă că LIQUI MOLY ar fi putut avea o creștere mult mai mare a cifrei de afaceri. „Am resimțit penuria economică în toate domeniile din cauza coronavirusului, lockdown-ului, programului de lucru redus și a home-office-ului la furnizorii noștri. Ne-au lipsit materii prime, materiale de ambalare, etichete, sisteme de închidere, iar logistica și capacitatea de transport s-au redus simțitor“, afirmă directorul.

Responsabilitatea socială

Firma a făcut din nou impresie în 2020, datorită responsabilității sale sociale. O primă de coronavirus pentru toți angajații, precum și donațiile noastre de produse în valoare de peste 5,5 milioane euro pentru pompieri, servicii de salvare, organizații de prim-ajutor și alte organizații de utilitate publică au fost de la sine înțelese pentru noi. „În asemenea vremuri trebuie să fim solidari și fiecare trebuie să se pună în slujba binelui comun, pe cât posibil“, afirmă Ernst Prost.

Rată de creștere solidă în țară

Spre deosebire de alți ani, vânzările LIQUI MOLY au crescut mai mult în Germania decât la export. Cu toate acestea, inclusiv exportul înregistrează o creștere stabilă, precum afacerea din SUA și Canada.

Creștere bună în toate segmentele

Per total, toate sectoarele gamei de produse au înregistrat un succes. În domeniul de bază al firmei, uleiurile de motor, s-a înregistrat un plus de vânzări de 6,4 procente. Faptul că oamenii călătoresc mai puțin, fiind constrânși de împrejurări, și petrec mai mult timp acasă se reflectă în plusul de vânzări la produsele pentru motociclete, biciclete și ambarcațiuni.

Perspectivă

Lunile iulie și august din anul 2019 au fost luni record în care s-au atins niveluri de vânzări de aproape 60 de milioane de euro în fiecare lună. Inclusiv vânzările din noiembrie și decembrie 2020 au fost printre cele mai bune din istoria firmei. Ernst Prost este sigur că deține o poziție de start foarte bună pentru anul 2021, fiind posibilă repetarea sau chiar depășirea recordurilor de vânzări: „În acest an am cules fructele ofensivei noastre publicitare din 2020 și accelerăm la maxim și în 2021.“ Pentru dezvoltarea ulterioară, producătorul de lubrifianți planifică alte investiții, în special în logistica proprie.

Despre LIQUI MOLY

Cu aproximativ 4000 articole, LIQUI MOLY oferă o gamă largă unică la nivel mondial de produse chimice auto: uleiuri de motor și aditivi, unsori și paste, spray-uri și produse de îngrijire auto, produse de lipit și etanșare. Înființată în 1957, LIQUI MOLY își dezvoltă și fabrică produsele exclusiv în Germania. Aici este votată întotdeauna cea mai bună marcă de uleiuri. Compania își comercializează produsele în 150 de țări și a avut în 2020 o cifră de afaceri de 611 mil. euro.

*

*

*

* - LIQUI MOLY GmbH