



## Firmenprofil

Die WD-40 Company ist ein an der NASDAQ-Börse in New York notiertes Unternehmen, das leistungsstarke Produkte in den Bereichen Instandhaltung/Werterhaltung sowie WPR (Waschen, Putzen, Reinigen) vermarktet. Die professionellen Produkte der WD-40 Company werden in mehr als 160 Ländern genutzt – in Industrie und Handwerk ebenso wie für Hobby und Haushalt.

Das Unternehmen wurde in den 50er Jahren als „Rocket Chemical Company“ gegründet. Norm Larson entwickelte nach 39 erfolglosen Versuchen ein besonderes Korrosionsschutzmittel, das er „WD-40“ (water displacement = Wasserverdränger, 40. Versuchsformel) nannte. Die Entwicklung des Unternehmens führte vom Kleinbetrieb bis hin zum Global Player mit 316 Angestellten und einem Umsatz von 321,5 Millionen US-Dollar im Geschäftsjahr 2010.

WD-40 zeigte sich bald als Qualitätsprodukt, das die täglichen Probleme des Alltags löst. Wer es einmal für sich entdeckt hat, nutzt es wieder und empfiehlt es weiter. Darauf beruht seit Jahrzehnten der Erfolg des Produkts. Zudem trägt WD-40 entscheidend zur Langlebigkeit von Werkzeugen oder Maschinen bei; damit leistet WD-40 einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung von Ressourcen.

Bis 1995 konzentrierte die WD-40 Company ihre Kräfte weltweit auf nur eine Marke: WD-40 Multifunktionsöl. Obwohl die Produktpalette durch weitere Produktlinien aus den Bereichen chemisch-technische Produkte (3-IN-ONE) und WPR („1001“ u.a.) erweitert wurde, bleibt der „Alleskönner“ WD-40 das Produkt mit internationalem Erfolg. Gut verwahrt liegt die Rezeptur im Tresor der Unternehmenszentrale und ist weltweit nur zwei Personen bekannt.

---

Das Unternehmen wird heute vom Headquarter in San Diego/USA gesteuert, die Zentrale für Europa befindet sich in Großbritannien. Die WD-40 Zweigniederlassung Deutschland existiert seit 1995 und verkaufte bis 2008 ausschließlich Produkte der Marke WD-40 in den Ländern Deutschland, Österreich, Niederlande und Dänemark (in der Schweiz wird der Vertrieb über einen Generalimporteur geregelt). Seit Anfang September 2008 erweitert die sechsteilige Produktlinie 3-IN-ONE PROFESSIONAL das Angebot. Bei der WD-40 Zweigniederlassung in Deutschland konzentriert man sich auf die Vertriebskanäle des Fachhandels aus Industrie & Handwerk, PVH (Produktionsverbindungshandel), KFZ und Land- und Forstwirtschaft. Außerdem werden die so genannten DIY-Märkte (Do it yourself!) über die Bau- und Handwerkermärkte bedient, in denen die Heimhandwerker und Hobbyisten das „flüssige Werkzeug“ WD-40 beziehen können.

WD-40: Ein Profi für alle Fälle!

---