

Prozessindustrie-Messe Achema

Der Klimawandel kommt bei Chemie und Pharma an

Bei der Fachmesse Achema sind Innovationen normalerweise nur in Details zu erkennen. Doch nun bemerken Aussteller, dass ihre Kunden wegen Energiekrise und Klimawandel umdenken. Nur eins soll so bleiben wie früher.

Von FALK HEUNEMANN



© Michael Braunschädel

Seit 1950 in Frankfurt: die „Ausstellungstagung für chemisches Apparatewesen“, kurz Achema

Eine blaue Leuchtdioden-Stange weist den Weg zu Peschl Ultraviolet. Gut anderthalb Meter ist das Rohr vor dem Stand des Mainzer Unternehmens in der Messehalle 6 hoch, das von oben bis unten mit LED gefüllt ist. „Bis zu 90 Prozent Kohlendioxid sparen“, steht als Werbeversprechen daneben. Die Lampe ist allerdings nicht einfach zum Beleuchten von Büros und Messeständen gedacht. Wenn die Stange in spezielle Flüssigkeiten getaucht wird, kann das Licht photochemische Reaktionen auslösen, um zum Beispiel den Kunststoff PVC oder synthetisches Artemisinin zur Behandlung von Malaria zu erzeugen.

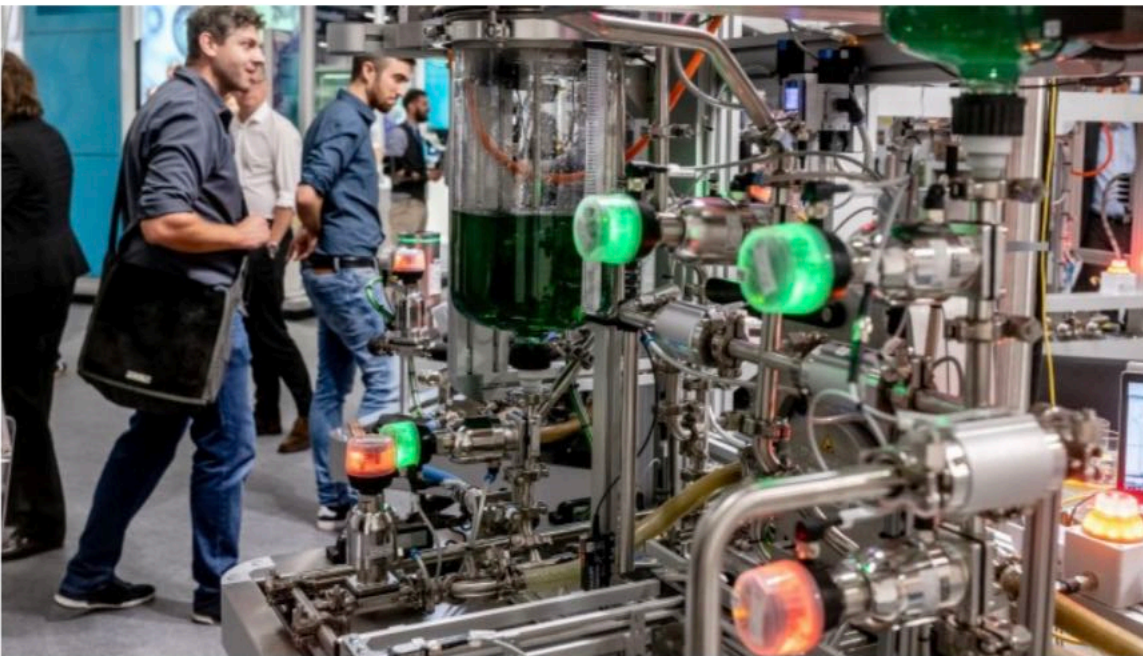
„Ich hatte schon überlegt, ob ich überhaupt kommen soll“, sagt Geschäftsführer Alexander Peschl. Früher hat er immer die Achema in Frankfurt besucht. Die Fachmesse findet alle drei Jahre statt und richtet sich an alle Hersteller von Maschinen, mit denen zum Beispiel Biontech, Sanofi und BASF ihre Medikamente und Chemikalien produzieren. Allein schon der Nachholtermin mitten in den Sommerferien, sagt Peschl, sei nicht gerade verlockend gewesen.

2000 Aussteller aus 50 Ländern

Und dann ist da noch die Marktlage: Steigende Energiepreise, der Ukrainekrieg und Lieferkettenprobleme belasten derzeit die Branche, erklärt Wolfgang Große Entrup, Hauptgeschäftsführer des Verbands der Chemischen Industrie. „Jedes zehnte Unternehmen schreibt rote Zahlen.“ Allein die Gaspreise seien auf das Dreifache gestiegen und könnten nicht weitergegeben werden.

Von Pessimismus ist allerdings in den Messehallen kaum etwas zu spüren. Rund 2000 Aussteller sind in diesem Jahr nach Frankfurt gekommen. Das sind zwar deutlich weniger als bei früheren Ausgaben, 2018 zum Beispiel waren es mehr als 3700. Dieser Rückgang sei aber angesichts des zweimal verschobenen Termins zu erwarten gewesen, heißt es vom Frankfurter Veranstalter Dechema.

Er sei überrascht, wie viel schon am ersten Messetag los sei, sagt Nicolas Youf, Vertriebsleiter beim in Hanau ansässigen Klimatechnik-Hersteller Vulcanic. Das Unternehmen mit gut 250 Beschäftigten in Deutschland und Hauptsitz in Frankreich habe in Zeiten steigender Gaspreise aber auch gute Verkaufsargumente: Die Heizkörper werden zum Beispiel in Boilern und elektrischen Heizlüftern verbaut, auf die viele Unternehmen derzeit umrüsten. „Jetzt müssen wir nur hoffen, dass die Strompreise nicht genauso stark steigen wie die Gaspreise“, sagt Youf.



© Michael Braunschädel

Achema 2022: „Cyber-physical pilot plant“ der TH Bingen

Wenige Schritte weiter, bei TQS aus Mainz-Kastel, herrscht ebenfalls gute Stimmung. Sie seien zum zweiten Mal auf der Achema, sagt der Vertriebsmanager Clemens Menzel-Hobeck. Natürlich seien angesichts der Wirtschaftslage die Erwartungen diesmal deutlich geringer. Aber er habe am ersten Tag schon mehr Gespräche geführt als gedacht.

Dass in den Hallen die Stimmung besser ist als bei Verbandsfunktionären, liegt natürlich zunächst an den unterschiedlichen Rollen: Die Branchenvertreter müssen Pessimismus zeigen, um bei der Politik auf Erleichterungen dringen zu können. Die Mitarbeiter an den Messeständen wollen ihre Produkte verkaufen, das geht mit Optimismus deutlich besser.

Doch die gute Stimmung könnte auch daran liegen, dass so manche der Aussteller sogenannte Hidden Champions sind. Das Unternehmen TQS etwa bewirbt in Frankfurt handgefertigte Tiegel, Schalen und Rohre, in denen geschmolzene Edelmetalle wie Gold und Platin bei mehr als 1000 Grad Celsius aufgefangen oder transportiert werden. „Wir sind in einem Nischenmarkt“, sagt Menzel-Hobeck.

90 Prozent Energieeinsparung mit LED

Solche Quartz-Tiegel, die sich auch bei großer Hitze nicht verziehen, würden nur in speziellen Fällen eingesetzt, deswegen würden nur sehr wenige Unternehmen sie herstellen. Und die Zahl der Kunden sei übersichtlich. Entsprechend unproblematisch sei es für das Unternehmen, wenn nun Energiepreise stiegen oder Lieferungen sich verzögerten: „Das muss der Kunde derzeit akzeptieren.“

Auch Peschl Ultraviolet sieht sich als Nischen-Marktführer, die LED-Technik in der Pharma- und Chemieindustrie sei noch recht jung, mit dem Einsatz von Licht statt Wärme ließe sich, je nach Prozess, bis zu 90 Prozent Energie sparen. Entsprechend gefragt sei die Mainzer Technologie gerade. „Die Auftragsbücher sind gut gefüllt“, sagt Geschäftsführer Peschl. In der Nische ließen sich gute Geschäfte machen. Nur dass die Lieferzeiten von Bauteilen nun nicht mehr zwölf, sondern bis zu 35 Wochen betrügen bremse das Wachstum. Aber darauf seien die Kunden vorbereitet.

Die Branche sei grundsätzlich auf lange Zeiträume eingestellt, sagt der Linde-Manager Jürgen Nowicki als Vorsitzender des Achema-Ausschusses, der Vertretung der Aussteller. „Die meisten Veränderungen in der Branche sind eher inkrementell.“ Investitionen in Anlagen würden für Jahrzehnte getroffen und entsprechend langfristig geplant. Wegen des langsamen Innovationszyklus' finde die Achema ja auch nur alle drei Jahre statt.

„Klimawandel ist ein sehr großes Thema“

Und doch ist bei der Messe auch Veränderung spürbar. An vielen Ständen wird mit Energieeinsparungen und der Klimabilanz geworben. Auf einer Innovationsbühne berichtet ein Referent des Hanauer Metallverarbeitungskonzerns Heraeus, wie er mit neuen Verfahren

in Katalysatoren bis zu 75 Prozent des seltenen Edelmetalls Iridium sparen kann. Und Alexander Peschl ist aufgefallen, dass seine Kunden seit einigen Monaten fast durchgängig nach dem CO₂-Fußabdruck fragten. „Für fast alle Unternehmen ist das Einsparen von Kohlendioxid nun ein sehr großes Thema.“

Nur bei der Achema selbst soll sich nach Ansicht der Aussteller möglichst wenig ändern. Die Veranstalter hatten vor einem Jahr coronabedingt mit rein digitalen Formaten experimentiert, nun sind sie zur Präsenzveranstaltung zurückgekehrt. Nur auf Präsenzmessen komme es zu vielen wertvollen Zufallsbegegnungen und Spontantrreffen, meint Aussteller-Vertreter Nowicki. Vulcanic-Manager Youf gibt ihm Recht. Er zeigt auf einen gut einen Meter langen und beindicken Heizkörper, mit dem sich etwa Wasser oder Öl auf bis zu 400 Grad erhitzen lässt. „Den wollen unsere Besucher immer anfassen“, sagt Youf. Das gehe nur in der analogen und nicht in der digitalen Welt.

Unternehmer Peschl bereut es darum auch nicht, doch nach Frankfurt gekommen zu sein. „Um Interessenten und Kunden zu treffen, ist so eine Präsenzmesse wesentlich effizienter, als um die ganze Welt zu fliegen.“

Quelle: F.A.Z.