

Trockeneis, abseits der Bühne

Hessen innovativ Eiskalt Sauber reinigt weltweit und expandiert in Europa

Von Axel Wölk

Von den Wänden lächeln die Bee Gees und andere Größen des Pop und Rock. Hier in der Schaltzentrale des aufstrebenden mittelständischen Unternehmens Dry Ice Engineering GmbH aus Mainhausen, das mit gefrorenem Kohlendioxid sein Geld verdient. Gleichzeitig ist es das Büro des ehemaligen Konzertveranstalters Friedhelm Osada. Nach 20 Jahren Rock'n'Roll zog sich der gebürtige Saarländer im Jahr 1997 aus dem Show-Business zurück und widmete sich mit seiner Firma unter dem Markennamen Eiskalt Sauber fortan dem Trockeneis.

Unternehmenserfolg braucht Erfindergeist. Mitgesellschafter Joachim Thein entwickelte zusammen mit Gründer Osada einen Roboter mit Mikrokamera, der dem Trockeneis bei der Reinigung von Klima- und Lüftungsanlagen den Weg bahnt. Von der Bundesregierung gab es dafür anlässlich der Kampagne „Land der Ideen“ einen Hauptpreis. Das Unternehmen gilt der Initiative als Erfolgsgeschichte und Vorreiter für umweltfreundliche Technologien. Eiskalt Sauber beliefert große und kleine, private und gewerbliche Kunden. „Wir stießen in eine Nische“, sagt Osada.

Davor war aber eine große finanzielle Hürde zu überwinden. Um die 150.000 Euro kosten Maschinen, die aus flüssigem Kohlendioxid Trockeneis herstellen. Frisches Kohlendioxid kommt nahezu täglich in den über zehn Meter hohen Tank, der 35 Tonnen fasst. Über Rohre läuft das Flüssiggas dann in die Maschinen. Als Platten, reiskorngroße Stücke oder in Zapfenform kommt das Trockeneis heraus.

Skillife, ausgebrannte Keller, Industrieerwerbe und Graffiti – all das reinigt Eiskalt Sauber

Neben Herstellung und Vertrieb von Trockeneis reinigt Eiskalt Sauber auch Produktionsstraßen, Lüftungsschächte oder Schaltschränke. Die Kunden sind ein Querschnitt durch die gesamte Wirtschaft: Anlagen- und Maschinenbau, Lebensmittelindustrie, Automobilbranche, Flugzeugher-



Mit Trockeneis wird Graffiti schonender von Hauswänden entfernt als mit dem Sandstrahler.

steller, Textilindustrie oder auch Energiewirtschaft. Der Schwerpunkt liegt auf Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe, so Osada. „Wir haben aber auch Skiliftbetreiber, die eine Reinigungsauflage für ihre Zahnäder kriegen. Mit Wasser und Sand ist da nichts zu machen.“

Auch Privatleute buchen die Dienstleistung. „Bei ausgebrannten Kellern kommen Kunden oder auch zur Graffiti-Entfernung“, sagt Thein. Mit Reinigung bestreiten die Mainhausener mit ihren 64 Mitarbeitern 60 Prozent des Geschäfts, der Trockeneisverkauf macht 40 Prozent aus.

In Süddeutschland sind die Hessen mit ihren Reinigungsmaschinen schon. Bei Hongkong reinigten sie das gesamte Werk eines Druckmaschinenherstellers aus Offenbach. Ihren bislang im Millionenbereich angesiedelten Umsatz wollen sie künftig durch Expansion nach Frankreich steigern. Außer bei Paris wird derzeit auch an einem Standort in Salzburg gearbeitet. Um die 500.000 Euro kostet solch ein neues Standbein.

DER WERKSTOFF

Verfestigtes und gefrorenes Kohlendioxid wird umgangssprachlich als Trockeneis bezeichnet. Das Gas wird erst bei minus 79 Grad Celsius fest.

Kohlendioxid kommt gasförmig häufig vor, etwa beim Ausatmen oder der Photosynthese von Pflanzen.

Seine Eigenschaften machen Trockeneis ideal für Reinigungsarbeiten: es ist ungiftig, löst sich langsam auf, ist geschmacks- und geruchsneutral.

Kunstnebel entsteht, wenn Trockeneis heißes Wasser berührt.

Bei längerem Hautkontakt kann es Verletzungen wie Brandwunden geben.

Die Trockeneisreinigung hat gegenüber anderen Verfahren Vorteile: Sie schonet die Umwelt, weil weder Wasser noch Sand übrigbleiben. In der Industrie kostet Maschinenausschliff bares Geld – mit Trockeneis kann auch bei laufenden Maschinen gereinigt wer-

den. Stromkreise, selbst mit hohen Voltzahlen, brauchen nicht wie bei Wasser- oder Sandreinigung unterbrochen zu werden. Das Gas, das bei der Reinigung entsteht, leitet keinen Strom. Doch die Trockeneisreinigung hat auch Grenzen. Sie reinigt nur die Oberfläche und kann zum Beispiel Rostfraß nicht beseitigen.

Die aktuelle Wirtschaftskrise hat auch Eiskalt Sauber erwischt. Der Anteil der Automobilbranche am Geschäft sank um 30 Prozent. Aber die Firma reagierte und bot ihren Kunden etwa Service Rund-um-die-Uhr, damit die auch in der Krise flexibel planen konnten. Deshalb machte sich die Flaute bislang kaum bemerkbar. In den Top-Etagen der deutschen Wirtschaft macht Osada eine gewisse Lähmung aus. „Die plötzliche Panikstimmung bei hoch bezahlten Managern enttäuschte mich schon. Es herrschte zunächst Regungslosigkeit“, sagt der Betriebswirt. Sein Unternehmen agiere dynamischer: „Wir spielten Feuerwehr und können sehr freudig aus der Wäsche schauen.“

Gutes Jahr für die Heag

Stadtkonzern erreicht hohe Ausschüttung

Die Darmstädter Stadtkasse darf sich freuen: Exakt 12,2 Millionen Euro überweist der Heag-Konzern als Ausschüttung für das Jahr 2008. Weitere 700.000 Euro erhält der Minderheiten-Anteilseigner, die Sparkasse Darmstadt. Das geht aus dem Heag-Geschäftsbericht hervor, den der städtische Konzern jetzt vorgelegt hat.

Hinter Heag liegt ein erfolgreiches Geschäftsjahr, in dem der Umsatz um mehr als zehn Prozent auf 1,4 Millionen Euro gesteigert werden konnte. Auf insgesamt 600 Millionen Euro beziffert das Unternehmen seine regionale Wertschöpfung. Also Geld, das im Wirtschaftskreislauf der Region zirkuliert. Löhne und Gehälter, Aufträge an regionale Unternehmen und auch die bezahlten Steuern zählen dazu, ebenso wie die Ausschüttung an die Stadtkasse.

Ein Beispiel ist die Quersubventionierung innerhalb der Heag. Denn die Verkehrstochter Heag Mobilio hat 2008 gut 20 Millionen Euro weniger eingenommen als ausgegeben. Neben Geld von der Stadt und dem Landkreis Darmstadt haben fast 13 Millionen Euro vom Mutterkonzern geholfen, diese Lücke zu schließen. Mit 190 Millionen Euro hat Heag 2008 auch deutlich mehr investiert als 2007. Der Löwenanteil floss in die Energietochter HSE sowie in die Wohn- und Verkehrsinfrastruktur. Im gesamten Konzern arbeiten 3130 Menschen, davon 154 Auszubildende. ust

Einbruch am Hallenmarkt

Logistikimmobilien auf Niveau von 2007

Im ersten Halbjahr 2009 wurden nach Angaben des Immobilienmaklers NAI Apollo im Rhein-Main-Gebiet rund 138.000 Quadratmeter an Lager- und Industrieimmobilien vermittelt. Das entspricht einem Rückgang von gut 25 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2008.

Das Marktvolumen ist damit auf das Niveau des ersten Halbjahres 2007 zurückgefallen. Michael Weyrauch, Leiter der Industrieabteilung bei NAI Apollo, erwartet aber eine Belebung: „Zweifelloso steht ein sehr spannendes zweites Halbjahr bevor, da sehr gute und konkrete Ansätze für nennenswerte und große Abschlüsse gegeben sind. Unsere Jahresprognose von 300.000 Quadratmeter sehen wir als realistisch.“ Laut NAI sind in den Zahlen die Vermittlungsergebnisse aller Marktteilnehmer enthalten. 62 Prozent der vermittelten Flächen waren größer als 5000 Quadratmeter. Aber 75 Prozent der Mietverträge wurden für Flächen unter 3000 Quadratmetern abgeschlossen. Insgesamt gibt es laut NAI etwa 2,75 Millionen Quadratmeter an Hallen- und Logistikgebäuden im Umkreis von 50 Kilometern um Frankfurt. ust

Konjunkturpaket hilft Pfeiffer Vacuum

Pumpenhersteller schreibt mehr Umsatz trotz Auftragsrückgang / Krise scheint bewältigt

Die Wirtschaftskrise hat beim Hersteller von Spezialpumpen, Pfeiffer Vacuum, im ersten Halbjahr 2009 den Auftragseingang einbrechen lassen. Im Vergleich zum Vorjahr ging er um fast 23 Prozent zurück, wie das Unternehmen mitteilte. Der Umsatz legte trotzdem um 2,9 Prozent auf knapp 99 Millionen Euro zu, der Nächsteuergewinn sank jedoch um gut zwölf Prozent.

„Die Wirtschaftskrise ist mittlerweile in der Maschinenbau-Industrie deutlich spürbar“, so Vorstandsvorsitzender Manfred Bender. Allerdings scheine sich die

Annahme zu bestätigen, dass die Talsohle im ersten Quartal durchschritten wurde. Denn der Auftragseingang lag im zweiten Quartal um gut acht Prozent über dem des Vorquartals. Auch spreche man mit Kunden über weitere Aufträge. In diesem Jahr werde der Umsatzrückgang maximal zehn bis 15 Prozent betragen.

Gewachsen ist Pfeiffer Vacuum vor allem in Deutschland. Hier legte der Umsatz um fast 28 Prozent zu. Wachstumstreiber war das Segment Beschichtung. Das Geschäft mit Analytik, Chemie und Verfahrenstechnik schrumpf-

te oder stagnierte. Bei Kunden aus Forschung und Entwicklung lief es dagegen – dank verschiedener internationaler Konjunkturprogramme – recht gut, der Umsatz stieg um zwölf Prozent.

Kürzungen nicht geplant

Durch die Krise will Pfeiffer vor allem mit strikter Kostenkontrolle kommen. Stellenkürzungen oder Kurzarbeit sind derzeit aber kein Thema. „Natürlich haben wir Pläne, wenn sich die Krise nochmals deutlich verschärfen sollte, aber bislang sieht es nicht so aus, als

müssten wir darauf zurückgreifen“, sagte Brigitte Looß, Investor Relations-Managerin, der FR.

Pfeiffer Vacuum stellt Pumpen und -systeme zur Erzeugung, Messung und Steuerung von Vakuum her. Sie werden etwa in der Halbleiter- und Beschichtungsindustrie sowie in der Chemie- und Verfahrenstechnik verwendet. Das Unternehmen hat rund 720 Beschäftigte, davon etwa 560 in Deutschland. Einziger Produktionsstandort ist Aßlar. Im laufenden Jahr sollen rund zehn Millionen Euro für Kapazitätserweiterungen investiert werden. ust/dpa