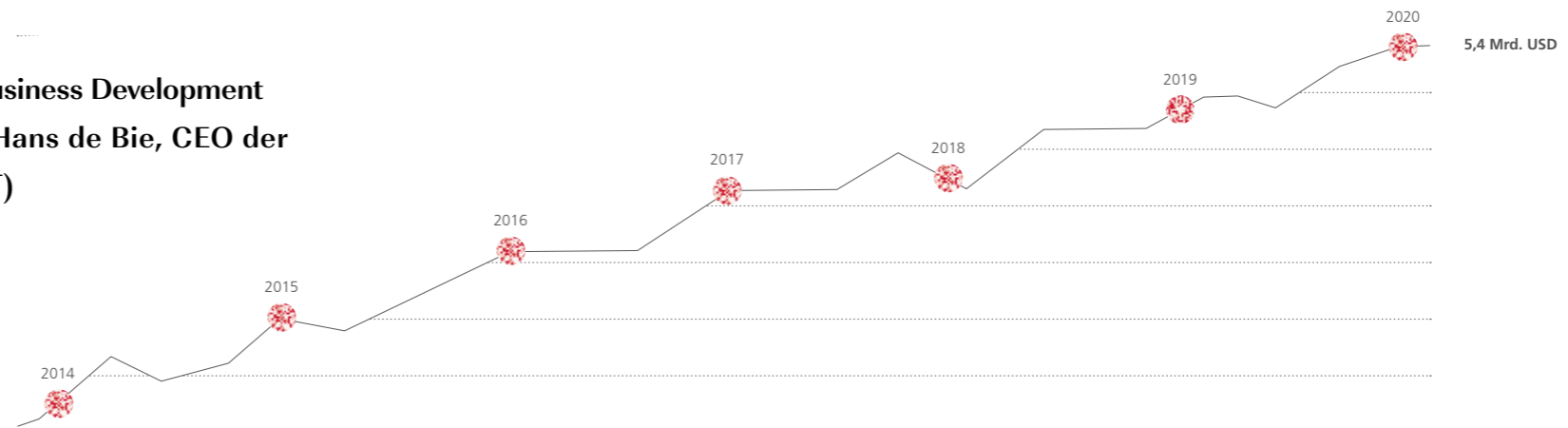


# Der Markt für Enzyme ist noch lange nicht gesättigt



→ im Interview: **Dr. Wolfgang Aehle, New Business Development Enzymes bei BRAIN, und Hans de Bie, CEO der WeissBioTech GmbH (WBT)**



## Prognose für die Entwicklung des weltweiten Markts für Enzyme<sup>1</sup>

Der globale Markt für Enzyme wird für 2020 auf 5,4 Mrd. US-Dollar geschätzt. Es wird ein Wachstum von 7,8% CAGR im Zeitraum 2015–2020 erwartet.

<sup>1</sup> Allied Market Research, Enzymes Market by Type, Reaction Type and Source – Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2014–2020, September 2015

**Enzyme sind nicht nur für die Produktion laktosefreier Milchprodukte wichtige „Helfer“ der Industrie. In welchen anderen Bereichen finden Enzyme bspw. Anwendung?**

**WOLFGANG AEHLE**  
Generell unterscheidet man zwischen Bulk-Enzymen, die in großen Mengen für großtechnische Anwendungen eingesetzt werden, und Spezial-Enzymen, die speziell zusammen mit dem Kunden entwickelt werden, um Probleme bei der Produktion beim Kunden zu lösen.

**HANS DE BIE**  
Enzyme werden hauptsächlich in der Waschmittel-, Futtermittel und Textilindustrie angewendet. Besonders der Einsatz von Enzymen auf dem Futtermittelmarkt ist seit den 1980er Jahren stark gewachsen – von quasi 0 auf 1 Mrd. €. Dank einer besseren Verdaubarkeit des enzymatisch vorbehandelten Futters wird weniger Futtermittel benötigt, um die Tiere zu ernähren. Mit dem Einsatz von Enzymen stieg somit die ökonomische Effizienz rapide an.

**WOLFGANG AEHLE**  
Ein Vorteil von Enzymen liegt in ihrer guten Umweltverträglichkeit. Enzyme sind natürlich grundsätzlich auch Chemikalien, aber eben Chemikalien biologischen Ursprungs und rückstandslos in der Natur abbaubar und deshalb sehr umweltfreundlich.

**Auf welche Enzyme spezialisieren sich WeissBioTech und BRAIN?**

**WOLFGANG AEHLE**  
Der Markt für Bulk-Enzyme ist in fester Hand zwei großer Unternehmen, Novozymes und Dupont, die wir keineswegs kopieren bzw. mit denen wir nicht in Wettbewerb treten wollen. Vielmehr geht es darum, im Bereich Spezial-Enzyme Lösungen zu entwickeln, die dann wiederum in großem Maßstab auch als ein Teil des Bulk-Markts einsetzbar sind. Hier wird deutlich, dass die beiden Märkte nicht getrennt werden können – der eine erwächst aus dem anderen.

# „Wir fahren eine Strategie auf zwei Standbeinen: Einsatz neuester Technologien und Verbesserung bereits vorhandener klassischer Enzyme.“

Dr. Wolfgang Aehle

## Gibt es konkrete Beispiele für den Einsatz solcher Spezial-Enzyme?

HANS DE BIE

Stärkehydrolysierende Amylase zum Beispiel ist ein Bulk-Enzym, aber innerhalb des Markts gibt es diverse Speziallösungen. Wir arbeiten z. B. mit einem Kleber-Hersteller zusammen, für den wir eigens passende Spezialanwendungen von Amylasen entwickelt haben.

## Der Umsatzrückgang bei Bioethanol-Enzymen als Folge des Preisdrucks durch den anhaltenden Rohölpreisverfall macht der Enzym-Branche zu schaffen. Wie reagieren WBT und BRAIN auf diese Entwicklung?

HANS DE BIE

Wir entwickeln nicht primär Enzymlösungen für den Bioethanolmarkt. Wenn wir aber beispielsweise im Bereich Stärke Lösungen entwickeln, die zufällig auch zur Bioethanolproduktion einsetzbar sind, dann nutzen wir das. Die Lösungen für den Bereich Bioethanol sind also gewissermaßen ein angenehmer Nebeneffekt, aber kein Schwerpunkt. Und wie wir am Anfang des

Jahres gesehen haben, ist der Amylase-Absatz im Bioethanol-Geschäft großen Schwankungen ausgesetzt. Daher fokussieren wir lieber auf margenstärkere Spezialanwendungen.

## Wie entwickeln sich die Märkte abgesehen vom Bereich Bioethanol und wo sehen Sie die Potenziale?

HANS DE BIE

Wie schon eingangs erwähnt ist der Stärke-Markt unser Steckenpferd. Gerade durch die jüngsten politischen Entwicklungen, das Einführen der „Clean Labels“, steigt die Nachfrage nach biologischen Lösungen in der Lebensmittelproduktion. „Clean Label“ bedeutet für den Stärke-Bereich, dass keine chemisch modifizierte Stärke mehr eingesetzt werden darf. Weitere interessante Einsatzgebiete sind für uns die Wein- und Fruchtsaftproduktion.

WOLFGANG AEHLE

Man kann sagen, dass wir eine Strategie auf zwei Standbeinen fahren: Zum einen wollen wir die neusten Technologien wie CRISPR und Metagenomik zum Entdecken und Entwickeln neuer Enzymlösungen einsetzen, zum anderen die bereits vorhandenen klassischen Enzyme weiter verbessern.

## Man könnte meinen, der Enzymmarkt sei bereits mehr als gesättigt, wenn man z. B. an den Bereich Milchprodukte und Laktase denkt. Wo liegt da noch Potenzial für BRAIN und WBT?

HANS DE BIE

Wir setzen ganz klar auf ein breit gefächertes Produktportfolio, das eben u. a. auch Laktase-Lösungen beinhaltet. Mit diesem Portfolio können wir auf Kunden zugehen und dann, Schritt für Schritt, gemeinsam spezifische, maßgeschneiderte Speziallösungen entwickeln.

WOLFGANG AEHLE

Auf dem Markt Erfolg zu haben, heißt nicht, nur ein Produkt zur Verfügung zu stellen, sondern auch, einen guten Kundenservice liefern zu können. Dazu gehören Problemerkennung und Lösungskapazität. Das bekommen die Kunden von uns geliefert.

## Welche Rolle spielt die strategische Partnerschaft der BRAIN mit WeissBioTech?

WOLFGANG AEHLE

Wenn man Synergien entwickeln möchte, muss man Kernkompetenzen kombinieren: BRAIN ist gut im Entdecken von Enzymen und darin, die nötige Dokumentation für die Zulassung zu liefern. Das ist genau das, was man technisch braucht, um ein Produkt auf den Markt zu bringen ...

HANS DE BIE

... und WBT kennt die Anwendung der Enzyme und weiß exakt, was mit dem Produkt anzufangen ist, sobald es da ist. WBT hat die nötige Erfahrung, die Zulassungsdokumente zu den Behörden zu bringen, um das Produkt verkaufen zu dürfen. Insgesamt kann man sagen: WBT bringt BRAIN dichter zum Markt, da es mit weltweit über 30 Vertriebspartnern über die nötigen Zugänge zu den Kunden verfügt.

## Hat sich die Zusammenarbeit zwischen beiden Unternehmen bewährt?

HANS DE BIE

Wir sind von der Zusammenarbeit mit BRAIN schlichtweg begeistert und denken, dass die Synergien auch zukünftig weiteres Potenzial haben. Unsere Partnerschaft zählt nun fast zwei Jahre und ich bin sehr zuversichtlich, dass wir in ein paar Jahren weitere sichtbare Erfolge vorweisen können.

## Zwei Jahre sind nicht besonders viel. Mit welchen Erfolgen rechnen Sie wann?

HANS DE BIE

Der Weg von der Produktentwicklung bis zur Markteinführung braucht generell ca. vier bis fünf Jahre. Daher ist in 2017 mit ersten sichtbaren Erfolgen zu rechnen.

WOLFGANG AEHLE

Unser Ziel ist es, zum einen 2017 zwei Produkte einzuführen. Zum anderen wollen wir die Produkt-Pipeline füllen, damit ein konstanter Strom an neuen Produkten gesichert ist.

→ Weitere Informationen über die WeissBioTech GmbH siehe auch: „Spotlight WeissBioTech“, S. 68