

Marabu bringt Farbe in die Welt

Vor 150 Jahren wurde das Unternehmen gegründet – Werke in Tamm und Bietigheim

Jedes Kind kennt Marabu, den Hersteller von Finger- und Fensterfarben. Das Unternehmen ist in Tamm und Bietigheim-Bissingen zu Hause, liefert Farben in alle Welt und feiert jetzt seinen 150. Geburtstag.

Bietigheim-Bissingen/Tamm. Das hätte sich der Einzelhändler Albert Martz sicher nicht träumen lassen, als er am 14. April 1859 sein Geschäft für „Farb- und Materialwaren“ gründete. Aus dem kleinen Laden in der Stuttgarter Innenstadt ist ein hochmodernes Werk mit zwei Standorten in Bietigheim-Bissingen und Tamm, 13 internationalen Tochterunternehmen, 400 Mitarbeitern weltweit und einem Umsatz von durchschnittlich 75 Millionen Euro geworden. Ein Unternehmen, das zwar auch heute noch Künstler mit Wasser- und Ölfarben beliefert oder Bastler mit bunten Materialien beglückt, doch darüber hinaus die Druckindustrie mit Farben versorgt.

Tatsächlich ist auch seine Familie noch fest mit im Geschäft. Zwar nicht mehr unter seinem Namen und allein, doch der jetzige Geschäftsführer Rolf Simon repräsentiert sie in fünfter Generation als direkter Nachfahre des Gründervaters. Und er ist so stolz auf seinen Urahn, dass er jetzt im Werk Bietigheim-Bissingen eigens eine kleine Ausstellung präsentiert, die sich ausschließlich mit der Firmengeschichte befasst. „Unsere Schätzchen“, sagt er und deutet auf die historischen Präziosen, unter denen sich natürlich auch das Foto von Firmengründer Albert Matz befindet.

Seit 1919 ist das Unternehmen Marabu außerhalb von Stuttgart ansässig, nämlich in Tamm auf dem Gelände einer ehemaligen Ölmühle. Und seitdem wuchs es fast ständig. Die Martz-Enkel Eberhard und Eduard setzten in den 20er-Jahren auf Farbentwicklungen und auch Klebstoffe für Künstler, Bastler



Marabu-Marketingleiter Friedrich Goldner zeigt Farben, die in Tamm auf ihre Witterungsbeständigkeit getestet werden. Foto: Martin Kalb

und Werkunterricht, später folgte die Fertigung von Reißbrettern und -schiene, Winkeln und Kurvenlinealen. Zunächst nur aus Holz, später aus Celluloid, Acryl- und Plexiglas. Immer breiter wurde im Laufe der Jahrzehnte die Angebotspalette. Parallel dazu musste die Firma ständig vergrößert werden.

Vor fünf Jahren war es schließlich am Stammsitz Tamm nicht mehr möglich, das Werk noch einmal zu erweitern, und so entschloss sich das Management, im Industriegebiet „Laiern IV“ einen zweiten Betrieb zu bauen. Damit konnten die

beiden wichtigen Produktionszweige voneinander getrennt werden. In Tamm blieb die gesamte Herstellung von Druckfarben, die Si-

Am 14. April 1859 in der Stuttgarter City gegründet

mon „heute unser wichtigstes Standbein“ nennt. Und nach Bietigheim zog der Kreativfarbenbereich: Wachsmalstifte, Holzlasuren, Buntlacke, Ölfarben, Batikfarben et ce-

tera. In Tamm ist Dr. Rolf Stähle der Geschäftsführer, in Bietigheim führt Uwe Braun das Regiment. Beide Bereiche zusammen liefern rund 8000 Artikel. Der größte Teil der Produktion, nämlich 70 Prozent, ist für den Export bestimmt.

„Im Geschäftsbereich Druckfarben haben wir kontinuierlich auf Internationalisierung gesetzt“, verrät Geschäftsführer Stähle das Erfolgsgeheimnis. Das bedeutet allerdings auch, immer auf neue Trends zu achten und trotz der jahrzehntelangen Erfolge im Siebdruckbereich weitere Entwicklungen wie bei-

spielsweise die Digitalisierung nicht zu verpassen. So konnten im Jahre 2002 erstmals bei einer Fachmesse in Madrid Digitalfarben unter einem eigenem Label präsentiert werden: Marajet und Ultrajet.

Und bei den Kreativfarben? Uwe Braun erinnert sich noch gut an den Hype, als 1998 der Trend zu Fenstermalerei begann. Mit den wieder abziehbaren und transparenten Fensterfarben der Marke „fun & fancy“ war Marabu gleich voll dabei. Um die explosionsartige Nachfrage überhaupt noch bedienen zu können, mussten zeitweise bis zu fünf externe Lohnabfüllbetriebe beschäftigt werden. Außerdem wurden für Fertigung und Logistik in Tamm und Ludwigsburg zusätzliche Gebäude angemietet.

Doch die Zeiten ändern sich und die Wirtschaftskrise macht auch Marabu zu schaffen. Zwar nicht so sehr im relativ stabilen

Kreativbereich, dafür aber umso mehr im Segment Druckfarben. Schöne Umsatzerfolge wie die 80 Millionen Euro im Vorjahr werde es nicht mehr geben, räumt Rolf Simon ohne Zögern ein. Allerdings spürt Marabu seit einigen Monaten wieder eine zwar langsame, aber stete Erholung. Deshalb ist der Geschäftsführung auch um die Zukunft nicht bange. Der Wunsch Simons zum Jubiläum ist gleichzeitig Programm bei der Firma Marabu: „Immer das richtige Gespür zu haben, was Anwender morgen von uns erwarten.“ Andrea Jungnickl