

Siegen, 1946: In einer notdürftig hergerichteten Küche fängt es an. Dr. Werner Stauf experimentiert mit künstlichen Rohstoffen. Der Chemiker will Leim herstellen. Bisher hat sein Unternehmen Hautleim aus Tierhäuten produziert. Doch das hat keine Zukunft mehr. Stauf weiß das, sucht nach Neuem und wird fündig. Sein erster synthetischer Leim ermöglicht der Firma den Neustart nach dem Krieg.

1952 dann der Durchbruch: STAUF entwickelt einen Dispersions-Parkettklebstoff. Das Geschäft belebt sich, der Umsatz steigt. Das große Wirtschaftswunder beginnt und für das 124 Jahre alte Familienunternehmen ein kleines. „Mit rund 40 Prozent Marktanteil sind wir bei Parkettklebstoffen heute die Nummer eins in Deutschland“, sagt Enkel Volker Stauf. Zusammen mit seiner Mutter Siegrid und Bruder Wolfgang lenkt er die Geschicke des Klebstoffherstellers, auf dessen Produkten auch viele Linoleum-, Teppich- und PVC-Böden liegen.

„Renner“ beim Parkett ist momentan noch ein Klebstoff auf Grundlage von Kunstharz und Lösemitteln (wie Alkohol oder Aceton). „Die trocknen schneller, man kann das Holz dann früher schleifen und versiegeln“, erklärt Volker Stauf die Vorliebe der Handwerker dafür: „Am Bau herrscht oft großer Zeitdruck.“ Die modernen Reaktions- und Dispersionsklebstoffe der Siegerländer jedoch finden sich in der niedrigen Gefahrenklasse und sind sehr emissionsarm.

Emissionsarm ist auch die nagelneue Fabrik in Wilnsdorf: „Man riecht ja gar nichts“, staunen Handwerker kürzlich bei einem Besuch. Produziert wird jetzt im geschlossenen System und vollautomatisch, gesteuert vom Rechner aus. Kostenpunkt für den Neubau: rund 10 Millionen Euro. Bei 9 Millionen Euro Jahresumsatz eine Riesenanstrengung für den Mittelständler. „Für uns war es der Sprung vom manuellen Mischbetrieb zum industriellen Maßstab“, sagt Stauf. Ein Pluspunkt im Wettbewerb, denn unter dem Dutzend Konkurrenten der 35-Mann-Firma sind auch Konzerne. „Die versuchen immer wieder mal mit Niedrig-Preisen, Marktanteile zu erobern“, berichtet Stauf: Aber das geht regelmäßig schief.“ Denn Handwerker setzen lieber auf bewährte Qualität und gute Beratung. „Das ist ganz wichtig in dem Geschäft: ein quirliger Außendienst, Baustellenservice, Schulungen und Seminare“, sagt Stauf; „Klebstoffe sind sehr erklärungsbedürftig.“

Für Osteuropa hat der Mittelständler jetzt eigens eine Kundendienst-Mitarbeiterin eingestellt. „Wir wollen hier in den nächsten Jahren kräftig wachsen“, kündigt er an. Bereits jetzt macht Stauf rund 40 Prozent des Geschäfts weltweit im Export. Nun soll es noch mehr werden.

► [zurück zur Übersicht 2004](#)