

Diskreter Charme des äusseren Glanzes

Eingangs Entlebuch steht die einzige Geschenkpapierfabrik der Schweiz. Ihre hochwertigen, auch ausgefallenen Produkte sind in der ganzen Welt gefragt.

Michael Baumann

Man mag es kaum wahrhaben, aber die Feiertage stehen bereits wieder vor der Tür. Ein untrügliches Zeichen dafür sind die Werbespots, mit denen die beiden grössten Detailhändler schon seit Wochen tagtäglich das Land überziehen.

Mit dem ersten Schnee bis in die Niederungen ist nun tatsächlich erste vorweihnachtliche Stimmung aufgekommen. Dies spürt auch die Luzerner Firma Stewo, um deren Produkte man in der Schweiz kaum herumkommt.

Viele der Geschenke unter dem Weihnachtsbaum sind in Papier eingepackt, das in Wolhusen eingangs des Entlebuchs hergestellt wurde. Unter anderen führen Pfister, Brack, Manor und Jelmoli Geschenkpapiere von Stewo im Sortiment, aber auch Coop, Migros und Papeterien.

«Uns geht es darum, die Weihnachtszeit und die Geschenke zu veredeln», sagt Geschäftsleitungsmitglied Daniel Schaffo.

Volksschullehrer als Gründer

Angefangen hatte alles 1860, als der Volksschullehrer und Wirtschaftspionier Josef Steffen bei Heimarbeiterinnen Couverts und Tüten herstellen liess. Der Name Stewo leitet sich dabei von Steffen und Wolhusen ab.

Dreissig Jahre später, im Jahr 1890, erreichte die Industrialisierung auch das Entlebuch. Der Firmengründer nahm eine mechanische Couvert- und Papiersackfabrik in Betrieb, zu der auch eine Druckerei gehörte. Die Produktion von Geschenkpapier, dem heutigen Kerngeschäft, wurde erst 1934 aufgenommen.

Stewo war damals hierzulande das erste Unternehmen, das auf dieses Geschäft setzte, und ist heute das einzige, das übriggeblieben ist. Immer lief es allerdings auch nicht rund. 2008 musste die Firma die Maschinen abstellen und die Bilanz deponieren – ausgerechnet im Dezember, mitten in der Weihnachtszeit.

Die Übernahme durch einen ausländischen Konkurrenten kam zunächst nicht zustande,

Wolhusen



Alles aufeinander abgestimmt.

weil die Banken ihr Veto einlegten. 123 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter standen vor dem Nichts.

Rettung kam dann etwas später dennoch aus dem Ausland. Im Sommer des folgenden Jahres übernahm die Schneider-Gruppe aus Heilbronn die Stewo, hielt am Standort Wolhusen

Sujets wie der Samichlaus werden den länderspezifischen Traditionen angepasst.

fest, modernisierte den Betrieb und richtete ihn neu international aus. Mit neunzig Mitarbeitern erfolgte der Neustart. Heute umfasst die Belegschaft je nach Saison wieder um die hundert Personen.

Zehn Millionen Rollen

Pro Jahr werden in Wolhusen rund 32 000 Kilometer Geschenk- und Seidenpapier für jeden Anlass, auch für Geburtstage, Hochzeiten oder Taufen, produziert und auf etwa zehn Millionen Rollen in aller Welt verkauft. Das entspricht fast dem Umfang der Erde. Rund 70 Prozent davon entfallen auf den Export. In mehr als 48 Länder wird Stewo-Geschenk-

papier vertrieben. Der wichtigste Markt neben der Schweiz ist Deutschland, dann kommen Grossbritannien, Italien, Frankreich und Österreich.

Diesen weltweiten Erfolg hat sich Stewo mit kreativen Designs, hochklassiger Druckqualität und zuverlässigem Service erarbeitet. Zum Sortiment gehören aber mittlerweile auch Seidenpapier, Geschenktaschen, Kartonagen, Servietten, Bänder, Aufkleber und Geldgeschenkkarten – alles aufeinander abgestimmt.

Papier aus Gras

Bis eine neue Weihnachtskollektion in den Geschäften aufliegt und bereit ist, die Weihnachtsgeschenke einzuhüllen, braucht es einen Vorlauf von bis zu achtzehn Monaten. «Unser Anspruch ist es, traditionelle Themen immer wieder neu und frisch zu interpretieren», erklärt Schaffo. Für das Design ist ausschliesslich das vierköpfige Kreativteam zuständig, das Trends hinsichtlich Materialien, Farben und Formen verfolgt und selbst auch neue setzt.

Auch auf der technischen Seite kommt immer wieder Neues – wie zum Beispiel das erste metallisierte Papier oder Graspapier. «Wir brauchen Mut zum Aussergewöhnlichen», führt Schaffo aus. Das sei für das Unternehmen überlebenswichtig. Alle Produkte, welche die Stewo-Fabrik verlassen, tragen das Label «The Art of Giving».

Für jeden Zielmarkt müssen im Atelier besondere Vorlieben berücksichtigt werden. So ist zum Beispiel die Farbe Rot nicht überall gleich; je nach Land ist ein um Nuancen anderer Farbton nötig. Und auch Sujets wie der Samichlaus sehen allerseits ein wenig anders aus und werden deshalb den länderspezifischen Traditionen angepasst.

Insgesamt können die Designer für das Geschenkpapier aus über 7000 Farbrezepten und 600 Motiven in der Datenbank auswählen. Ein Klassiker laut Schaffo ist Geschenkpapier mit Sternen, das sich vom Motiv her über die Jahre unverändert hält und nur punkto Farben und Material verändert wird.