

Walter Reist

Weltmarktpionier aus Hinwil

Der 83-jährige Unternehmer Walter Reist hat mit seinen Erfindungen die Medienwelt revolutioniert. Seine Firma Ferag im zürcherischen Hinwil ist heute mit ihren Förder- und Verarbeitungssystemen, welche für die Druckindustrie hergestellt werden, Weltmarktführer. Nun würdigt ein neues Buch von Karl Lüönd Walter Reists Schaffen.

Interview: **Matthias Ackeret** Bilder: **Marc Wetli**

Herr Reist, Sie gehören zu den wenigen Unternehmern, die mit der Presse wirklich und vor allem langfristig Geld verdient haben. Wann waren Ihre erfolgreichsten Jahre?

Ende der Sechzigerjahre waren für uns die erfolgreichsten Jahre. Vorher musste man die Werbeprospekte immer mit der Hand einschieben. Dank unserer Maschinen ging dies nun vollautomatisch. Eine Arbeiterin, die von Hand 800 Prospekte eingeschoben hatte, verdiente die Hälfte von ihrer Kollegin, welche in der gleichen Zeit 1500 schaffte. Anschliessend konnte man die gleiche Menge maschinell bewältigen.

Wie wirken sich die Umwandlung der Medienlandschaft und die Inserateneinbrüche auf Ihre Firma aus?

Natürlich spüren wir dies. Wir verkaufen heute deutlich weniger Maschinen als früher, doch dies habe ich bereits vor 20 Jahren prophezeit.

Was heisst das konkret?

Die ganze Automatisierung der Medien begann Anfang der Achtzigerjahre. Doch bereits zehn Jahre später habe ich realisiert, dass nun der Peak erreicht ist. Weiter konnte es nicht mehr gehen.

Warum?

Parallel zu der gedruckten Presse entwickelte sich die Computertechnologie. Es war mir klar, dass dieses Gewerbe uns eines Tages das Geld abschöpfen wird.

Waren Sie zu jener Zeit ein einsamer Rufer?

Nein, ich führte immer sehr viele Gespräche mit den Verlegern. Damit entwickelte ich ein Gefühl für deren Bedürfnisse und Anliegen.

Aus Ihrer Erfahrung: Wie wird sich die Printlandschaft weiterentwickeln?

Ich glaube, dass ein Grossteil der Zeitungen in den nächsten Jahren verschwinden wird. Das Gewicht wird sich in Richtung Zeitschriften verlagern. Im Gegensatz zu den Zeitungen

«Ich glaube, dass ein Grossteil der Zeitungen in den nächsten Jahren verschwinden wird.»

wird in den Zeitschriften das Wort mit dem Bild kombiniert, was auch bezüglich der Werbeplatzierung einen Riesenvorteil darstellt.

Gibt es für Zeitschriften eine Marktchance?

Ja, die Zeitschriften werden in Zukunft nicht mehr mit den Zeitungen, sondern mit modernen Kommunikationsmitteln wie dem iPhone oder dem Internet konkurrieren. Dank moderner Kommunikation kann man sich heute in kürzester Zeit über alles Wesentliche orientieren. Doch das Lesen auf dem Bildschirm ermüdet und bindet zugleich örtlich: Wer keinen Computer zur Hand hat, kann sich nicht informieren. Dies ist die Stärke einer Zeitschrift, die man überall mitnehmen und auch nutzen kann.

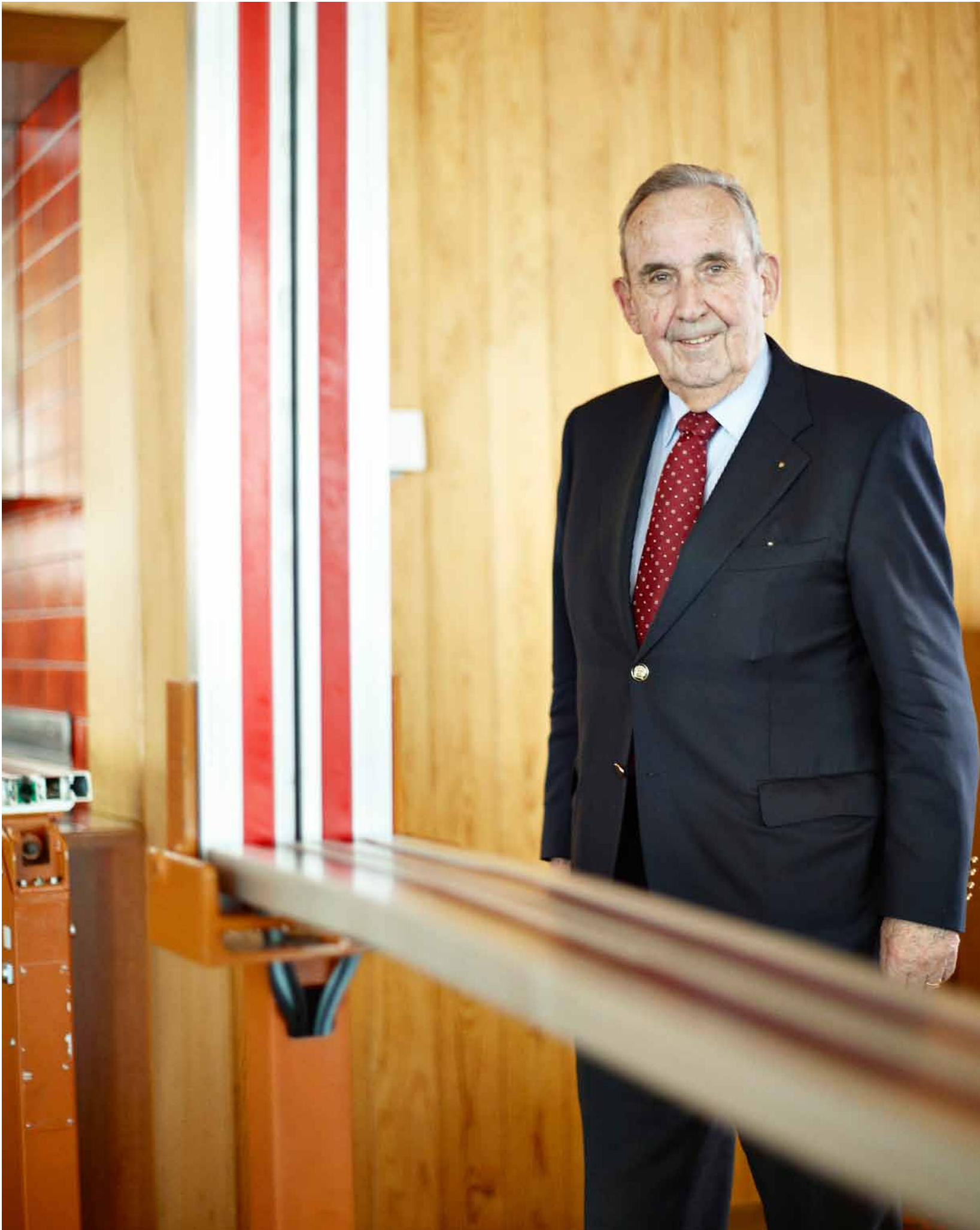
Ich persönlich besitze auch ein iPhone, mit welchem ich mich auf Reisen über das Wichtigste informiere. Für lange Texte ist dieses Gerät immer noch ungeeignet, doch dies dürfte sich in nächster Zeit ändern.

Wie hat sich Ihre Firma auf die neue Situation eingestellt?

Bis vor einem Jahr erzielten wir mit der Ferag Spitzenresultate. In vielen Teilen der Welt, namentlich in Asien, Südamerika oder Australien, herrscht immer noch ein grosses Bedürfnis nach unseren Maschinen. Auch China stellt einen Wachstumsmarkt dar. Dort sind immer noch Tausende von Frauen damit beschäftigt, Werbeprospekte von Hand in die Zeitungen zu legen. Dies wird sich in den nächsten Jahren ändern, auch dank unserer Produkte. Für den Erfolg einer Zeitung ist das Vertriebsnetz entscheidend, die Frage nämlich, wie schnell eine Zeitung bei ihren Lesern ist. Dabei handelt es sich nicht um ein Produktfrage, sondern um ein gesamtheitliches Problem. Es ist erstaunlich, dass selbst in der heutigen Zeit viele Zeitungen nur über ein mangelhaftes Vertriebsnetz verfügen. Selbst der *Tages-Anzeiger* benötigte sehr lange, bis er sich mit der *NZZ* zur Zuvo zusammenschloss.

Warum wurden Sie nicht mehr kopiert?

Wir wurden immer wieder kopiert, auch von Schweizer Mitbewerbern. Doch im Gegensatz zu vielen unserer Konkurrenten bieten wir gesamtheitliche Lösungen an. System Engineering bedeutet, dass man sich mit den Bedürfnissen der Kunden genauestens



Revolutionär in der Medienbranche: Unternehmer Walter Reist.



Tüftler Walter Reist besitzt heute über 4000 Patente.

auseinandersetzt. Das heisst: Wie ist eine Zeitung aufgebaut? Wer liest eine Zeitung? Wer sind deren Macher? Ich versuchte immer in langen Gesprächen mit den Verlegern deren Bedürfnisse zu ergründen. Aus deren Zeit habe ich die meisten von ihnen, wie beispielsweise Rupert Murdoch, Robert Maxwell, Axel Springer oder die Familie Burda, persönlich kennengelernt. Ich habe immer den direkten Draht zum Verleger und nicht nur zum Fachspezialisten gesucht. Meine Tochter, die meine Nachfolgerin ist, macht dies genau gleich.

Wer hat Sie am meisten beeindruckt?

Mit Rupert Murdoch und Robert Maxwell hatte ich einen sehr engen Kontakt. Murdoch hat mich einmal in Hinwil besucht. Dies bedeutete unseren internationalen Durchbruch. Einmal hat er per Handschlag 150 Millionen Pfund überreicht, womit ich ihm eine Druckerei mit Förderungstechnik ausrüsten sollte, ohne zu wissen, wie diese aussieht. Diese Druckerei ist immer noch in Betrieb. Seine Mutter, die 102-jährig ist, schreibt mir heute noch zu Weihnachten eine Karte. Mit Maxwell habe ich noch einen Tag vor seinem Sturz von der Yacht aus telefoniert. Mit Axel Springer hatte ich nur am Rande zu tun, da sich dieser vor allem auf das Gesellschaftsleben konzentrierte. Mein Ansprechpartner war Walter Matuschke, mit dem ich immer noch befreundet bin.

Und in der Schweiz?

Ich kenne alle Schweizer Verleger. Otto Coninx, der Vater von Hans Heinrich Coninx, war die Schlüsselfigur in meinem Leben. Er gab mir den ersten Auftrag. Ich verkaufte ihm einen schmierfreien Transporteur, obwohl dieser gar noch nicht existierte. Dank diesem Vertrauen konnte ich meine Firma aufbauen. Der Schwiegervater von Otto Coninx war aber Ingenieur und konn-

«Relativ schnell kam ich mit der *Prawda* in Moskau ins Geschäft.»

te sich vorstellen, wovon ich sprach. Ich habe die *Tages-Anzeiger*-Druckerei am Stauffacher bereits vor der Gründung meiner Firma eingerichtet. Parallel dazu habe ich für die *Augsburger Allgemeine Zeitung* ein Druckzentrum ausgerüstet. Dank deren Vorauszahlung benötigte ich nie einen Bankkredit. Relativ schnell kam ich mit der *Prawda* in Moskau ins Geschäft, die mit Wifag-Druckmaschinen arbeitete und eigene Fördertechniken benötigte.

Hatten Sie dabei keine ideologischen Probleme?

(Lacht) Warum auch? Die zahlten immer pünktlich. Mich interessierte nicht die Politik, sondern die Fördertechnik. Wir konnten von diesem Auftrag in Hinwil anderthalb Jahre leben.

Zur Person



Walter Reist (*1927) wuchs in Schaffhausen und Schlatt TG auf. Nach seiner Ausbildung zum Maschineningenieur entwickelte er für die Firma Daverio 1953 einen neuartigen Zeitungstransporteur für die NZZ. 1957 gründete er mit seinem damaligen Partner Hans Fehr die Firma Ferag. Seit 1997 wird die Firma von Reists Tochter Susanne Rau-Reist geführt. Walter Reist gründete vor bald 20 Jahren das Unternehmerforum Lilienberg im thurgauischen Ermatingen.

Wie war die Eroberung der USA?

Das USA-Geschäft war anfänglich sehr schwierig, obwohl ich schon kurz nach meiner Firmengründung mit amerikanischen Vertretern zusammengearbeitet habe. Doch wir waren für deren Anliegen gar noch nicht bereit. Unser Durchbruch kam erst Ende der Sechzigerjahre, als wir die entsprechenden Maschinen entwickelt hatten.

Waren Sie viel in Amerika?

Ja, bis Mitte der Siebzigerjahre habe ich jeden Kunden selbst besucht. Insgesamt habe ich während meiner beruflichen Laufbahn

«Die deutschen Verleger haben uns immer geraten, ja nicht der EU beizutreten.»

über vier Millionen Kilometer mit dem Flugzeug zurückgelegt.

Ist das Leseverhalten in Amerika anders als in Europa?

Die amerikanischen Zeitungen sind ganz anders – und auch geordneter – aufgebaut als die europäischen. Entscheidend ist aber das Leseverhalten: Während wir die Zeitungen individuell lesen, ist dies in Amerika eine Familienangelegenheit, in welcher zuerst die einzelnen Bünde unter den einzelnen Familienmitgliedern verteilt werden. Doch dies ändert sich jetzt auch.

Zusammengefasst: Sie haben einen Markt für Ihre Maschinen entdeckt ...

Nein, der Markt ist mir zugefallen. In der Nachkriegszeit steckte das Druckereigewerbe noch in den Anfängen. Die *Neue Zürcher Zeitung* hatte eine Auflage von 12 000 Exemplaren und wurde auf einer ganz einfachen Maschine gedruckt. Dazu brauchte es über anderthalb Stunden. Da die Druckerschwärze noch lange nass war, bekam der Leser schwarze Finger, sobald er das Blatt in die Finger bekam. Dies gab den Ausschlag zur Modernisierung des Betriebs, wobei man mich zurate zog und ich eine Anlage konstruierte, auf welcher die druckfertige Zeitung in kurzer Zeit trocknen konnte. Sofort stellte sich die Frage, wie man eine Zeitung möglichst schnell drucken und verpacken kann. Wir lieferten die mechanischen Lösungen.

Sie haben rund 4000 Patente eingereicht.

Mittlerweile sind es 4500. Der eine Schritt zog den nächsten nach sich. Innerhalb weniger Jahrzehnte haben wir die ganze Zeitungsproduktion, die früher von Hand erledigt wurde, mechanisiert und vollautomatisiert. In einer ersten Phase entwickelten wir Maschinen, mit welcher man Werbeprospekte automatisch einlegen konnte. In einer zweiten Phase entwickelten wir die maschinellen Voraussetzungen für die Verwendung von Vordrucken. Dadurch kann man den ganzen Druckablauf gestaffelt durchführen, das heisst, einzelne Bünde werden bereits im Vorfeld gedruckt, um sie anschliessend in die Zeitung einzulegen. Nach den Zeitungen beschäftigten wir uns mit den Zeitschriften.

Welche Zeitung lesen Sie eigentlich am liebsten?

Ich habe keine Lieblingszeitung. Ich habe zu jeder Zeitung, mit welcher ich zusammengearbeitet habe, eine intensive Beziehung. Es ist mir wichtig, dass ich jeden Tag den *Tages-Anzeiger*, den *Blick* und die *NZZ* lesen kann.

War es für Ihre Firma je ein Nachteil, dass wir nicht in der EU sind?

Überhaupt nicht. Die deutschen Verleger haben uns in den Gesprächen immer geraten, ja nicht der EU beizutreten.

Ihr berufliches Credo, welches Sie immer wieder zitieren, heisst «gelebtes Unternehmertum». Was verstehen Sie darunter?

Ich wusste bereits als 20-Jähriger, dass ich Unternehmer werden will. Dabei war mir klar, dass man das Unternehmertum als Ganzes und nicht ausschliesslich unter dem Gesichtspunkt des Geldverdienens betrachten soll. Auch die menschlichen Aspekte sind zu berücksichtigen, wenn man Erfolg haben will. Diese Erkenntnisse habe ich in vielen Gesprächen, in welchem das Philosophische eine wichtige Rolle spielt, mit andern Unternehmern präzisiert.

Hatten Sie als Unternehmer Vorbilder?

Ich hatte eigentlich nie konkrete Vorbilder, da ich aber viele Unternehmer kenne, hatte ich immer Vergleichsmöglichkeiten, wie man es besser nicht machen sollte. Daraus habe ich sehr viel gelernt. Deswegen möchte ich im Unternehmerforum Lilienberg ober-



Das Buch zur Reist-Story:
«Gelebtes Unternehmertum» von Karl Lüönd

Der junge Konstrukteur Walter Reist hatte für die *Neue Zürcher Zeitung* ein Problem gelöst: den schmierfreien Transport der frisch gedruckten Zeitungen von der Rotationsmaschine bis zur Verladerrampe. Weil sein Arbeitgeber die Erfindung nicht weiterentwickeln wollte, machte er sich selbstständig und gründete mit dem Kettenlieferanten Hans Fehr 1957 die Ferag in Hinwil (ZH).

Seither ist das Unternehmen auf 1500 Mitarbeitende angewachsen und weltweit zum Markenzeichen für intelligente Zeitungstransportsysteme und verarbeitende Fördertechnik geworden. Ferag-Systeme haben Zeitungen und Zeitschriften konkurrenzfähiger gemacht und verhelfen neuen Werbeformen zum Durchbruch. Bis 1996 leitete Walter Reist, der über 4000 Patente erworben hat, das Unternehmen selbst. Karl Lüönd stellt die technischen Innovationen von Ferag in direkten Zusammenhang mit der globalen Entwicklung der Werbe- und Medienindustrie.

Karl Lüönd

Gelebtes Unternehmertum**Verarbeitende Fördertechnik – Der Beitrag von Walter Reist an die moderne Medienindustrie**

200 Seiten, 175 farbige und schwarz-weiße Abbildungen, gebunden mit Schutzumschlag
ISBN 978-3-03823-352-7, Fr. 48.– / 33.–
(Verlag Neue Zürcher Zeitung).

Das Lilienberg Unternehmerforum in Ermatingen



Oberhalb Ermatingens am Untersee mit Blick auf die Insel Reichenau liegt das Lilienberg Unternehmerforum. Lilienberg ist ein unternehmerisches Erlebniszentrum und eine Oase des Nachdenkens. Mit seiner traumhaften Lage, seiner einmaligen Umgebung und seinen komfortablen und hervorragend ausgerüsteten Räumen ist Lilienberg ein Ort, an dem man sich finden, einbringen und klären kann.

Förderung des Unternehmertums

Das Lilienberg Unternehmerforum und seine Aktivitäten sind Verkörperung und Umsetzung der Ziele der Stiftung Lilienberg Unternehmerforum, nämlich die Förderung des unternehmerischen, freiheitlichen Gedankengutes, kurz des Unternehmertums.

Lilienberg begleitet und stärkt die Unternehmerschaft in ihrem Selbstverständnis und Wirken. Lilienberg ist ein Zentrum, wo Unternehmer sich treffen und austauschen. Dabei gewinnen sie Halt, Wertschätzung und Zuversicht. Zudem stärkt Lilienberg die Unternehmerschaft in der Auseinandersetzung mit den relevanten wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit. Lilienberg ist ein Ort des Austauschs und gegenseitigen Lernens.

Lilienberg stellt seine Unternehmertum-Philosophie, welche im Wesentlichen auf ganzheitlichem Denken und Wirken unter Berücksichtigung der menschlichen, sachlichen und wirtschaftlichen Aspekte beruht, zum Vergleich – nicht als Lehrmeinung, sondern als Beispiel für gelebtes Unternehmertum.

Begegnung, Gespräch, Bildung

– Lilienberg führt Unternehmer zusammen an Anlässen mit hervorragenden Persönlichkeiten oder an

einem Rezital mit ausgezeichneten jungen Künstlern und Künstlerinnen.

– An Kolloquien, Tagungen und Podiengesprächen macht Lilienberg die Unternehmerschaft mit den relevanten wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Themen unserer Zeit vertraut. Dabei bringen sich die Teilnehmer selber ein und wirken bei der Suche nach Lösungsansätzen mit.

– Im Weiteren führt Lilienberg Seminare und andere Bildungsveranstaltungen durch, die nach dem Prinzip funktionieren, dass keine Lehrpersonen auftreten, sondern Vergleichspersönlichkeiten aus der Unternehmerschaft selber. Man lernt gegenseitig durch die eigenen Erfahrungen und durch die Erfahrungen anderer (Methode Lilienberg).

Mitengagement möglich

Das Lilienberg Unternehmerforum heisst alle Persönlichkeiten und Institutionen willkommen, welche ihr eigenes Unternehmen stärken und das lebendige Unternehmertum an sich fördern wollen. Lilienberg bietet Unternehmen sowie Institutionen aller Art verschiedene Möglichkeiten zum Mitmachen und Mitengagement an, so können Partnerschaften oder Fördermitgliedschaften eingegangen werden, oder man kann sich als Lilienberg-Freund oder -Interessent einschreiben. Selbstverständlich kann das Unternehmerforum auch als Ort für unternehmerische Seminare oder Veranstaltungen genutzt werden.

www.lilienberg.ch



Karrierenstart als Hühnerzüchter.

halb Ermächtigens, Unternehmerpersönlichkeiten und Menschen zusammenbringen, die sich miteinander auseinandersetzen. Voraussetzung ist aber, dass man sich auf eine grundsätzliche Diskussion einlässt, um sich danach zu finden. Mit diesen Erkenntnissen geht man anschliessend gestärkt in den Alltag. Voraussetzung ist, dass die Teilnehmer das Gefühl haben, sie profitierten von der ganzen Auseinandersetzung.

Das tönt sehr theoretisch...

Überhaupt nicht. Zuerst frage ich meine Gäste immer: «Macht Ihre Tätigkeit überhaupt einen Sinn?» Sobald man sich mit dieser Frage grundlegend auseinandersetzt und sich dementsprechend äussert, öffnet sich das Gegenüber für den Dialog.

Es wird aber niemand zugeben, dass seine Tätigkeit keinen Sinn macht.

Ich habe schon alles erlebt. Nationalrat Otto Ineichen wollte eigentlich Joggen gehen, anstatt sich auf eine solche Diskussion einzulassen. Als ich ihn dann fragte, ob es dann überhaupt Sinn mache, dass er da sei, begann er zu überlegen und wurde ein wertvoller Gesprächspartner.

Ist das nicht esoterisch?

Esoterisch wäre doch übertrieben. Klar gehört die ethische Komponente zum menschlichen Leben. Es ist aber nicht entscheidend, dass man sich darüber äussert, man muss es stattdessen leben.

Nun ist der Lilienberg mit Ihrem Namen verbunden...

Lilienberg ist nicht nur mit mir, sondern mit meiner ganzen Familie verbunden. Ich habe sehr lange nach einer geeigneten Nachfolge gesucht, nun habe ich sie gefunden; Christoph Vollenweider, langjähriger Redaktor und Chefredaktor des *Zürcher Oberländers*, Daniel Andres und Aron Moser, ehemaliger Kommandant der Sanitätsrekrutenschule in Airolo, werden zukünftig die Leitung des Ausbildungszentrums übernehmen.

Wie sind Sie auf die Idee gekommen, ein eigenes Unternehmerforum zu gründen?

Diese Idee trug ich schon lange mit mir herum. Ich war auch Mitglied der Gesellschaft «Vereinigung für freies Unternehmertum», die immer ein solches Ausbildungszent-

rum gründen wollte. Doch schlussendlich war niemand bereit, Geld für ein solches Projekt zur Verfügung zu stellen. 1985 war die Zeit dafür aber reif. Ich beschloss, ein eigenes Ausbildungszentrum zu erstellen. Durch Zufall lernte ich Ernst Mühlemann, den späteren Nationalrat und damaligen Leiter des Wolfsbergs, kennen. Mühlemann vermittelte mir den Kontakt zum vormaligen Besitzer des Lilienbergs. Innerhalb eines Wochenendes habe ich am Sonntag, den 21. April 1985, die Anlage gekauft. Um halb vier habe ich einen Waffenlauf beendet, um vier Uhr habe ich bereits den Kaufvertrag unterschrieben. Das ist das Unergründliche, welches einem manchmal im Leben passiert.

Wenn Sie zurückschauen, wie beurteilen Sie Ihre Karriere?

Ganz normal. Ich bin in Schaffhausen aufgewachsen, wo ich bei Georg Fischer den besten Lehrabschluss machte. Mein Vater war dort Giessermeister, musste aber wegen einer kaputten Lunge aufhören, sodass er Bauer wurde. Im benachbarten Kanton Thurgau zogen wir eine eigene Hühnerfarm auf. Jeden Samstag musste ich 30 Hühner schlachten, die wir anschliessend an die Gerberstube in Schaffhausen verkauften. So lernte ich das Leben kennen. Von da an ging es Schritt um Schritt aufwärts. □