

Roggenbuck, Lothar

Article — Digitized Version

Die Entwicklung des deutschen Messewesens nach dem Kriege

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Roggenbuck, Lothar (1950) : Die Entwicklung des deutschen Messewesens nach dem Kriege, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 30, Iss. 9, pp. 17-22

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/131178>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Die Entwicklung des deutschen Messewesens nach dem Kriege

Dipl.-Kaufmann Lothar Roggenbuck, Hannover

BEGRIFF UND ARTEN DER MESSEN

Die Messe ist ein Markt von besonderer volkswirtschaftlicher Bedeutung. Sie ist ein räumlicher, an Ort und Zeit gebundener Markt von regelmäßiger Wiederkehr. Historisch waren Messen die Märkte, die anlässlich weltlicher oder kirchlicher Feiertage abgehalten wurden; die Bezeichnung Messe, Foire, Fair, Fiera, Dult, Send deuten darauf hin.

Während auf der historischen Form der Messe, der Warenmesse, die mitgebrachten Waren selbst verkauft und übergeben wurden, ist auf der Mustermesse die zu verkaufende Ware durch typengetreu herstellbare Muster vertreten. Alle heutigen Messen sind Mustermessen. Entsprechend der Eigenart der Güter, entweder für die Produktion oder den Konsum Verwendung zu finden, ist auch zwischen den Produktionsgütermessen, den sogenannten „Technischen Messen“, und den Konsumgütermessen, auch „Allgemeine Messen“ oder fälschlicherweise „Mustermessen“ genannt, zu unterscheiden. Nach der Wirtschaftsstufe, der die Aussteller angehören, sind die Handelsmessen von den Industriemessen zu unterscheiden. Auf den Handelsmessen sind auch die Industriebetriebe vertreten, die selbst Handelsfunktionen ausüben; auf den Industriemessen dagegen vertritt der Handel kleinere oder ausländische Industriefirmen. Man unterscheidet ihrem Einflußgebiet nach lokale, regionale und internationale Messen. Irreführenderweise kennzeichnet man auch Messen mit internationaler Beteiligung, d. h. solche, auf denen das Ausland als Aussteller vertreten ist, als international. Als Fachmessen werden die Messen bezeichnet, auf der nur eine Branche oder Branchengruppe ausstellt.

Ausstellungen dienen nicht dem unmittelbaren Warenabsatz, sondern sie sind in der Regel einmalige Veranstaltungen zum Zweck kultureller oder wirtschaftlicher Werbung anhand von Mustern, Modellen, Graphiken und sonstigen Darstellungen. Sie sind thematisch gegliedert im Gegensatz zu der branchenmäßigen Einteilung der Messen. Gemeinsam mit den Messen ist ihnen der Aufbau der zu zeigenden Gegenstände nach werbetechnischen bzw. ästhetischen Gesichtspunkten. Ausstellungen wirtschaftlicher Güter werden vornehmlich auf auch für Messen geeigneten Geländen und in deren Hallen abgehalten.

Benennungen wie „Verkaufsmessen“, „Verkaufsausstellungen“, „Messeausstellungen“ sind irrig. In der Praxis besteht dennoch eine Kombination zwischen der reinen Messe und der reinen Ausstellung. Als solche sind Ausstellungen zu bewerten, die thematisch gegliedert sind, aber auch dem Warenabsatz dienen, z. B. Bau-, Rundfunk- und Autoausstellungen.

Für die „Schau“ ist kein fester Inhalt bestimmt. Auf einer Modenschau oder einer Tierschau will man grundsätzlich einen Überblick geben. Dieses Anliegen setzt keine unmittelbare Verkaufsabsicht oder thematische Gliederung voraus.

ENTWICKLUNG DES MESSEWESENS

Aus der alten Form der Warenmesse hatte sich gegen Ende des 19. Jahrhunderts unter dem Eindruck der Verkehrserschließung durch die Eisenbahn und der typengetreu herstellbaren Industrieerzeugnisse die moderne Form der Mustermesse entwickelt. Im deutschen Raum ist diese Umwandlung lediglich der Leipziger Messe geglückt. Die zweite bedeutende deutsche Messe, die Frankfurter Messe, hat ab 1890 ihre Messen einstellen müssen. In der messefreundlichen Zeit nach dem ersten Weltkrieg sind dann einige Mustermessen erneut hinzugekommen, die sich auch in der Folgezeit behaupten konnten: Breslau, Frankfurt, Köln, Königsberg. Außer den genannten sind eine Anzahl anderer Gründungen in der Zeit der Messe-Inflation nach dem ersten Weltkrieg vorgenommen worden, die aber bald wieder eingegangen sind. Hatte Leipzig in den Jahren nach dem Kriege zunächst noch eine gewisse Konkurrenz in der Frankfurter Messe — sie hat im Jahre 1929 erneut ihre Veranstaltungen einstellen müssen —, so hat die Wirtschaftskrise und die Zeit der nationalsozialistischen Ära nur Leipzig als Großmesse überleben lassen. Die anderen drei Messen (Köln, Königsberg und Breslau) konnten sich durch die Krise dank der ihnen zufallenden Aufgabe, Messe für das angrenzende Ausland zu sein, halten. Während der nationalsozialistischen Regierungszeit wurden sie aus nationalen Prestigegründen aufrechterhalten.

Im Zuge der Zentralisationspolitik der nationalsozialistischen Regierung wurde Leipzig als Reichsmesse monopolisiert. Bringt schon jedes Messeprivileg eine Stärkung der Bedeutung mit sich, wurde Leipzig dazu noch mit erheblichen Mitteln unterstützt. Leipzig eröffnete als der zentrale deutsche Markt und die überragende europäische Messe ungeahnte Propagandamöglichkeiten, wie sie ähnlich wohl nur die Berliner Olympiade bot. Die zunehmende Lenkung der wirtschaftlichen Güter ließ die Messen — wie alle Märkte — einen Teil ihrer Aufgaben verlieren: Angebot und Nachfrage in Einklang zu bringen und die Preise aus der Knappheit der Güter zu bilden. Dafür stieg aber die erwähnte politische und propagandistische Bedeutung der Messe.

Der Krieg bereitete den Messen in Deutschland ein absolutes Ende. Nach dem Kriege reizte der mangel-

hafte Gütertausch der Volkswirtschaft kleine Unternehmer, Städte und Städtchen immer wieder an, Messen zu veranstalten. Messen sind durch ihre spezifischen Leistungen für solche wirtschaftlichen Situationen durchaus geeignet, Angebot und Nachfrage zusammenzuführen, Übersicht über die Marktlage zu schaffen und die Konkurrenz anzuregen. Die allzuvielen Gründungen aber brachten sich gegenseitig um jede lohnende Konzentration und überbeanspruchten die Industrie und den Handel. Die Volkswirtschaft brauchte vor allem Messen von größerem Einflußgebiet und höherem Niveau. Für Großmessen entstanden zwei Aufgaben: 1. den getrennten Teilen Ostdeutschland und Westdeutschland eigene Messen zu geben, 2. den auf beiden Teilen Deutschlands liegenden, unerträglich gewordenen Import-Exportdruck durch Ankurbelung des Exportes zu beheben.

Die erste Leipziger Messe nach dem zweiten Weltkrieg wurde im Frühjahr 1946 abgehalten. Es stellte sich aber bald heraus, daß die handelspolitischen Gegensätze die westdeutschen Aussteller und Einkäufer nicht zum Zuge kommen ließen. Die Messen Frankfurt, Köln und Hannover waren bereit, die Nachfolge Leipzigs in Westdeutschland anzutreten. Die kleinste von ihnen, Köln, ist inzwischen aus der Konkurrenz ausgeschieden. Der Konkurrenzkampf zwischen Frankfurt und Hannover ist noch nicht entschieden und dürfte noch einige Zeit anhalten, sehr zum Nachteil der deutschen Wirtschaft. Denn abgesehen davon, daß Aussteller und Einkäufer gezwungen sind, beide Messen zu beschicken, geht den beiden Messen durch ihren Konkurrenzkampf untereinander die Chance verloren, die Nachfolge Leipzigs auf europäischer Ebene anzutreten, wozu sich bereits einige ausländische Messen anschicken.

Die zweite Aufgabe, die dem Messewesen in Westdeutschland gestellt war, hieß Belebung des Exportgeschäftes. Es ist kein Zufall, daß die erste Nachkriegsmesse die „Exportmesse“ in Hannover war. Seitdem ist es besonderes Anliegen der Messen, das Auslandsgeschäft zu pflegen trotz des quantitativ größeren Inlandsgeschäftes. Sicher erkennen die Wirtschaft und die Wirtschaftsbehörden diese Arbeit der Messen nicht richtig an, wie die mangelnde Förderung und Unterstützung beweisen.

BEURTEILUNG VON MESSE-ERFOLGEN Angaben über den Warenabsatz

Gehen wir von dem wirtschaftlichen Zweck einer Messe aus, dem Warenabsatz zu dienen, so sind die Umsatzziffern der geeignete Maßstab, den Erfolg einer Messe darzustellen. Die Problematik beginnt bei der Ermittlung dieser Ziffern. Die Aussteller können nicht gezwungen werden, ihre Geschäftsabschlüsse bekanntzugeben; die Messegesellschaften sind auf freiwillige Meldungen angewiesen. In der Regel melden 40 bis 70 % der Aussteller ihre Abschlüsse. Ein Teil der Zahlen ist manipuliert. Sie werden entweder zu niedrig angegeben (oft aus Furcht, daß diese Zahlen den Steuerbehörden zu Gesicht kommen könnten) oder

aus propagandistischen Gründen zu hoch beziffert. Aber selbst bei Unterstellung, daß die Abschlußzahlen nach bestem Wissen und Gewissen gemeldet würden, sagt die Angabe über die auf der Messe getätigten Abschlüsse nichts Endgültiges über den wirklich erzielten Effekt einer Messe aus. Dazu gehören nämlich nicht nur die auf der Messe realisierten Geschäftsabschlüsse, sondern auch die potentiellen Abschlüsse, die sogenannten Nachmessegeschäfte. Schon aus rein praktischen Gründen lassen sich diese Nachmessegeschäfte nicht erfassen. Der Aussteller kann, wenn er zu einem späteren Zeitpunkt gefragt werden sollte, nicht mit Sicherheit sagen, ob das eine oder das andere Geschäft durch eine Anbahnung auf der Messe zustande gekommen ist. Außerdem werden nicht die Stornierungen gemeldeter Abschlüsse erfaßt. Bei gewissenhafter Statistik einer Messegesellschaft kann gesagt werden, daß die tatsächlichen Abschlüsse mit dem Nachmessegeschäft in der Regel höher liegen als die veröffentlichten Zahlen. Es vermag aber niemand zu kontrollieren, ob die Zahlen wirklich mit der unterstellten Sorgfalt registriert worden sind.

Die gleiche Schwierigkeit besteht, wenn man die Abschlußzahlen zweier Messen untereinander vergleichen will; denn wirklich vergleichbar wären nur Abschlußzahlen von Messen, die unter den gleichen Voraussetzungen abgehalten worden wären. Da aber jede Messe ihren spezifischen Raum und ihre besonderen Funktionen hat, wird es praktisch kaum möglich sein, einen Vergleich allein anhand der Zahlen durchzuführen.

Besucherzahlen

Aus technischen Gründen kann eine effektive Zählung der Besucher nicht erfolgen. Die Sperren werden sowohl von Besuchern als auch von Ausstellern, deren Personal, dem Personal der Messegesellschaft usw. benutzt. Darüber hinaus würden auf diese Weise auch wiederholte Eintritte eines Besuchers an einem Tage gezählt. Die regelmäßig herangezogene Grundlage für die Ermittlung der Besucherzahlen bilden die verkauften Eintrittsausweise. Soweit es sich um Ausweise handelt, die zum einmaligen Eintritt berechtigen, bereitet das keine Schwierigkeiten. Alle Messegesellschaften geben aber Dauerausweise heraus, auf die der Besucher an allen Tagen die Messe besuchen kann. Werden diese Ausweise nur einmal gezählt, ergibt sich eine relativ niedrigere Besucherzahl, als wenn an ihrer Stelle mehr Tagesausweise verkauft werden. Man hilft sich deshalb mit der Fiktion, daß der Inhaber eines Dauerausweises drei- bis viermal (oder eine andere Anzahl von Tagen) das Gelände betreten haben dürfte. Durch diese Handhabung wird aber bereits wieder das Gebiet der exakten Zahl verlassen.

Ausstellerzahlen

Mietet eine Firma einen Stand, so registrieren die Messegesellschaften einen Aussteller. In den Ständen der regulären Aussteller werden mitunter sogenannte Unteraussteller zugelassen. Wenn diese als Aus-

steller gezählt werden, mag das noch vertretbar sein. Vertritt aber eine Handelsfirma mehrere Industriefirmen (oder gar nur einzelne Erzeugnisse dieser Firmen) oder ein Exporteur mehrere ausländische Firmen und zählt man alle diese vertretenen Firmen als Aussteller mit, wird das Bild der Ausstellierzahl verfälscht. In der Regel zählen Messegesellschaften die vertretenen Auslandsfirmen als Aussteller mit. Auf dieser Registrierung beruhen die oft immensen Angaben über die Auslandsbeteiligung an einer Messe.

Ausstellungsfläche

Es ist zu unterscheiden zwischen den Angaben über Bruttofläche und Nettofläche; letztere beträgt etwa 60 % der Bruttofläche. Die Differenz ergibt sich aus der Fläche der Gänge und Ausgänge sowie der Plätze innerhalb der Hallen. Die Vergleichbarkeit der Zahlen mehrerer Messen wird gestört durch die verschiedenen Bemessungsinhalte. So gibt es Angaben über die gedeckte Ausstellungsfläche, gesamte Ausstellungsfläche, Hallenfläche, Standfläche, Größe des Messegeländes u. a. m. Es ist keinem Uneingeweihten möglich zu sagen, was in den Zahlen enthalten ist und ob sie Brutto- oder Nettoangaben darstellen. Gemessen wird die Ausstellungsfläche (hier im weitesten Sinn gemeint) in Quadratmetern. Lediglich Leipzig hat für die Angabe der Ausstellungsfläche den sogenannten „Rechnungsmeter“ eingeführt, nach dem sowohl die Standfläche in den Hallen oder Häusern, dem Freigelände als auch die laufende Tischfläche ausgedrückt werden.

Die Messegesellschaften, die als Körperschaften des öffentlichen Rechts oder Unternehmungen des Handelsrechts zur strengen und kaufmännischen Rechnungslegung verpflichtet sind, verfallen auf dem Gebiet der Erfolgsmessung außerhalb der Finanzsphäre einer oft erstaunlichen propagandistischen Manie. Für die Zusammenschlüsse auf dem Gebiet des Messewesens, vor allem für den Ausstellungs- und Messeausbau der deutschen Wirtschaft, liegt hier eine dankbare Aufgabe: 1. die Messegesellschaften zu veranlassen, nur gewissenhaft ermittelte Zahlen zu veröffentlichen unter Erläuterung ihrer Ermittlungsgrundlage, 2. ein einheitliches Ermittlungsverfahren für alle Messegesellschaften festzusetzen, um eine Sicherheit in der Beurteilung zu erreichen.

DER GEGENWÄRTIGE STAND DER MESSEN

Frankfurter Messe

Auf ihre alte — wenn auch unterbrochene — Tradition als Messe-Stadt zurückgreifend, schickte sich Frankfurt im Herbst 1948 an, seine erste Nachkriegsmesse abzuhalten. Die geographische Lage inmitten Westdeutschlands und die Bedeutung Frankfurts als Handelsmetropole sichern seinen Messen Niveau und einflußreiche Wirkungen. So konnten sich die Messen in den zwei Jahren ihres Bestehens ständig aufwärts entwickeln. Die vom Frankfurter Messe-Amt veröffentlichten Zahlen ergeben folgendes Bild:

Bemessungsgrundlage	Herbst 1948	Frühj. 1949	Herbst 1949	Frühj. 1950
Gesamt-Ausstellungsfläche (in qm)	60 000	88 000	60 000	135 000
Gedeckte Fläche (in qm)	35 000	45 000	45 000	70 000
Freigelände (in qm)	25 000	88 000	15 000	65 000
Vom Ausland belegt (in qm)	1 000	2 600	6 000	16 000
Gesamt-Ausstellierzahl	1 771	2 759	2 249	4 154
Ausländische Aussteller	46	810	275	1 189
Vertretene Länder	7	10	10	12
Inlandsbesucher (in 1000)	298	251	199	805
Auslandsbesucher (in 1000)	1,2	8,9	8,1	17
Zahl der Herkunftsländer	27	85	89	54

Nachteilig für Frankfurt wirkt sich der Beschluß der Produktionsgüterindustrie aus, nur die Hannoversche Messe zu beschicken. Es bleibt abzuwarten, ob diese Industriegruppe bei ihrem Entschluß bleiben wird bzw. bleiben kann. Jedenfalls aber ist Frankfurt der süddeutsche Raum sicher, und vielleicht wird sich auch der Handel stärker auf Frankfurt konzentrieren, nachdem Hannover nicht in der Lage ist, seine Ansprüche zu befriedigen.

Rechtlicher Träger der Messe ist die Messe- und Ausstellungs-GmbH., deren Anteile in der Hand der Stadt Frankfurt liegen, die auch sonst alles tut, um Frankfurt zu einer wirklichen Messestadt zu machen. Die Durchführung der Messen liegt beim Messe-Amt der Stadt Frankfurt.

Die Frankfurter Messen werden zweimal im Jahr abgehalten, im Frühjahr und im Herbst, wobei die Frühjahrmessen größere Bedeutung haben. Das Veranstaltungsprogramm des Messe-Amtes sieht außerdem Fachmessen in wechselnder Folge vor (z. B. Rauchwaren-Messe, Agrarmesse), daneben auch Ausstellungen und Schauen. Gerade die Ausstellungen, denen an einem breiten Publikumsbesuch gelegen ist, finden in der Bevölkerung der Stadt Frankfurt und der verkehrsgünstig zu Frankfurt gelegenen Großstädte ein interessiertes Publikum. Die Zulassung dieses Laien-Publikums macht sich in Frankfurt allerdings störend bemerkbar auf den Messen, wo der Kaufmann in Ruhe seine Kaufgespräche führen will.

Hannoversche Messe („Deutsche Industrie-Messe“)

Sie wurde im Jahre 1947 unter der Bezeichnung „Exportmesse Hannover“ ins Leben gerufen. Der Ausstellerbeirat hat im Jahre 1949 die Umbenennung der Messe gefordert, um ihrer tatsächlichen Stellung Ausdruck zu verleihen. Hannover hat von Anfang an ausdrücklich die Nachfolge Leipzigs angestrebt, was ihr jedenfalls hinsichtlich ihrer Produktionsgütermesse gelungen ist. Darüber hinaus ist Hannover eine typische Industrie-Messe, auf der der Handel nur wenig vertreten ist und zwar nur dort, wo er Industriefirmen vertritt bzw. deren Angebot als Sortimenter oder Manipulierer ergänzt. Das rasche Vorwärtstreiben der völlig traditionslosen Messe beruht auf drei Tatsachen: 1. Dem Messegelände mit seinen unbegrenzten Ausdehnungsmöglichkeiten, großen Hallenbauten und deren vorbildlichen Installationsanlagen, Krananlagen für Güter bis 20 Tonnen, Gleisanschlüssen, 2. der Kundendienstorganisation und der Betonung des Auslandsgeschäftes, 3. der Entscheidung der Produktionsgüterindustrie, nur Hannover zu beschicken.

Die Entwicklung der Messe ist in den folgenden Zahlen der Messegesellschaft angegeben:

Bemessungsgrundlage	1947	1948	1949	1950
Gesamt-Ausstellungsfläche (in qm)	88 140	65 850	117 500	173 000
Gedekte Fläche (in qm)	30 140	54 850	85 500	113 000
Freigelände (in qm)	8 000	11 000	32 000	60 000
Gesamt-Ausstellerzahl	1 298	2 334	2 804	3 514
Ausländische Aussteller	—	—	—	333
Inlandsbesucher (in 1000)	786	516	550	830
Auslandsbesucher (in 1000)	4	4	7	31,528

Die Messe verfügt über ein Netz von 48 Auslandsvertretungen. In Deutschland sind in den wichtigsten Städten Vertreter ernannt, bei den Industrie- und Handelskammern sind sogenannte Verbindungsstellen eingerichtet. Darüber hinaus betreut die Messe ihre Aussteller durch laufende Marktberichte und lenkt so das Angebot gemäß dem Bedarf der ausländischen Volkswirtschaften.

Die Deutsche Industrie-Messe wird in zwei Teilen abgehalten, der Konsumgütermesse, fälschlicherweise „Mustermesse“ genannt, und der Produktionsgütermesse, „Technische Messe“ genannt. Die Termine liegen den Branchen entsprechend für den ersten Teil im Februar/März, um das Angebot für das Frühjahrsgeschäft noch anzubringen, und für die Technische Messe im Mai. Im Winter werden Hallensportveranstaltungen abgehalten und im Sommerhalbjahr Ausstellungen und Schauen.

Kölner Messe

Diese Messe zählt durch ihre Bedeutung für das westdeutsche Industriegebiet zu den drei Großmessen in Westdeutschland, beschränkt sich aber in Zukunft auf die Abhaltung von Fachmessen. Damit hat die Messe ihre Konkurrenz mit den beiden vorgenannten Veranstaltungen aufgegeben. Sicherlich ist dieser Entschluß aber von Vorteil für die Kölner Messe selbst. Denn durch die fortschreitende Spezialisierung der Technik macht sich eine immer stärker werdende Tendenz zur Abhaltung von Fachmessen bemerkbar.

Leipziger Messe

Leider hat Leipzig durch die politische Entwicklung einen Teil der deutschen Industrie nicht mehr als Aussteller hinter sich, und die Schwierigkeiten des Handelsverkehrs zwischen Ostdeutschland und dem westlichen Teil der Welt lassen auch die Einkäufer aus diesen Gebieten immer spärlicher werden. Dennoch ist die Industrie der Ostzone bedeutend genug, um eine Großmesse für ihren Raum abhalten zu können. Leipzig steht vor der Notwendigkeit, sich dieser Tatsache anzupassen. Vor allem muß also die Verbindung mit den osteuropäischen Staaten aufgenommen und intensiviert werden. Das Gelände der Technischen Messe am Völkerschlachtdenkmal ist stark zerstört worden und wird zur Zeit wieder aufgebaut. Die Schäden in der Innenstadt sind jetzt schon praktisch beseitigt. Die Leipziger Messe baut darüber hinaus in der Innenstadt weitere Messehäuser aus.

Für Leipzig gilt heute wieder das gleiche, was schon für die Zeit des nationalsozialistischen Regimes galt: sie trägt einen wesentlichen Teil der Propaganda für den neuen ostdeutschen Staat. In den Zahlen des Leipziger Messe-Amtes zeigt sich die Entwicklung seit Kriegsende wie folgt:

Bemessungsgrundlage	Herbst 1948	Frühj. 1949	Herbst 1949
Gesamt-Ausstellungsfläche (in Rechnungsmetern)	56 750	101 997	67 479
Gesamt-Ausstellerzahl	4 798	6 883	5 375
Ausländische Aussteller	31	101	54
Inlandsbesucher (in 1000)	98,3	220,8	127,0
Auslandsbesucher (in 1000)	1,3	2,3	1,7

Zusammenfassend ist über den gegenwärtigen Stand des Messewesens in Deutschland zu sagen, daß wir mitten in der Entwicklung stehen. Alle genannten Messen bauen sowohl ihre technischen Anlagen als auch ihre Organisation aus. Alle glauben, noch nicht ihre optimale Größe erreicht zu haben. Die Messen sind stets ein treues Spiegelbild der politischen und wirtschaftlichen Situation. Dieser allgemeine Ausbau ist zum Teil berechtigt durch die strukturellen Veränderungen gerade in Deutschland. Inwieweit dabei über ein vertretbares Maß der wirtschaftlichen Vernunft hinausgegangen wird, wird erst die Zukunft zeigen. Besonders schwerwiegend ist dabei der Konkurrenzkampf zwischen Frankfurt und Hannover. Es kann bereits jetzt mit ziemlicher Sicherheit gesagt werden, daß man dabei über das vertretbare vernünftige Maß hinausschießt.

DIE KÖLNER EMPFEHLUNGEN

Der oben geschilderte Konkurrenzkampf zwischen Frankfurt und Hannover war Gegenstand einer Sitzung der Ausstellerbeiräte von Frankfurt, Hannover und Köln am 6. Juni d. J. in Köln. Der Ausstellungs- und Messe-Ausschuß der deutschen Wirtschaft hat sich die Empfehlungen der drei Gremien zu eigen gemacht und sie dem Bundeswirtschaftsminister vorgebracht, dessen Stellungnahme bisher noch nicht vorliegt. Im wesentlichen werden folgende vier Punkte behandelt:

1. Die Kölner Messe soll sich auf die Abhaltung von Fachmessen beschränken.
2. Es wird nur eine Technische Messe in Westdeutschland in Hannover abgehalten.

Diese beiden Empfehlungen bestätigen nur die vollzogene Entwicklung.

3. Zwischen den Mustermessen in Frankfurt und Hannover soll eine Koordinierung angestrebt werden. Die Empfehlungen stellen zu diesem Punkt den Wirtschaftsverbänden anheim, sich für eine der beiden Messen zu entscheiden. Um eine Entscheidung durchzusetzen, sollen beide Mustermessen zu dem gleichen Termin bzw. im Termin sich überschneidend und als eine Messe an zwei Orten veranstaltet werden. Es wird empfohlen, die Werbung für die geplante einheitliche Messe gemeinsam durchzuführen. Zu diesem Punkt ist wie folgt Stellung zu nehmen:

Die Empfehlungen übersehen völlig die verschiedenen Funktionen, die die Messen ausüben. Hannover ist außer der Deutschen Industrie-Messe mit Betonung des Exportes auch noch Messe des norddeutschen Raumes. Frankfurt dagegen ist die Messe des süddeutschen Raumes und der konsumnahen Güter mit Betonung des Handels. Es ist klar, daß viele Branchen und Firmen sowohl den süddeutschen Raum als auch den norddeutschen Raum erfassen wollen, sie wollen exportieren und auch den innerdeutschen Groß- und Einzelhandel beliefern. Es gibt also wenige Branchen, deren Interessen nicht auf beide Messen abgestellt wären. Eine willkürliche Branchenverteilung ist nicht möglich, sie würde beide Messen unvollständig machen.

Da den Firmen, die auf der Frankfurter und der Hannoverschen Messe ausstellen, nicht zumutbar ist, beide Messen gleichzeitig zu beschicken, müssen die Messen zeitlich getrennt liegen. Es genügt, wenn mindestens 6 Tage zum Ab- und Aufbau der Stände zwischen den Messen liegen. Ebenso ist für die Einkäufer die Zeitspanne von 4 Tagen zum Besuch beider Messen zu gering.

Der Vorschlag, eine gemeinsame Werbung durchzuführen, gründet sich auf die Vorstellung, daß Frankfurt und Hannover eine gemeinsame Mustermesse durchführen, die lediglich auf zwei Orte verteilt ist, um einen größeren Ausstellungsraum zu gewinnen. Die Erfahrung hat gelehrt, daß z. B. die Deutsche Industrie-Messe, die die Mustermesse und zeitlich folgend die Technische Messe umfaßt, allein schon dieser Zeitdifferenz wegen ihre Werbung zweimal ansetzen muß, um nachhaltig und wirkungsvoll zu sein. Zudem verlangt das unterschiedliche Warenangebot eine spezifisch ausgerichtete Werbung. Es müßte also zeitlich getrennt für drei Teilmessen geworben werden: die Mustermesse in Frankfurt, die Mustermesse in Hannover und die Technische Messe in Hannover.

Um wirkungsvoll und als einheitliche Messe zu erscheinen, müßten die beiden Mustermessen auch einen gemeinsamen Namen tragen. In Köln wurde angeregt, beide Mustermessen „Deutsche Industrie-Messe — Mustermesse“ zu benennen. Sicherlich ist der deutschen Industrie-Messe nicht zuzumuten, ihren eingeführten Namen, der einen erheblichen Firmenwert darstellt, durch eine fremde Messe führen zu lassen. Einen neuen Namen zu schaffen, wäre unzweckmäßig und würde die Unsicherheit gegenüber den deutschen Messen erhöhen.

Im übrigen sind in der zurückliegenden Zeit Versuche, eine gemeinsame Werbung für mehrere Messen durchzuführen, erfolglos gewesen.

4. Es soll zunächst einmal im Jahr eine Herbstmesse in Frankfurt abgehalten werden. Auch hierin ergibt sich möglicherweise in Zukunft eine Kollision zwischen den Plänen beider Großmessen. Einerseits werden die Aussteller zur Herbstmesse immer den Platz vorziehen, an dem sie auch ihre Frühjahrsmesse veranstalten. Dazu kommt die Gefahr, daß eine Messegesellschaft durch Gewährung von Wieder-

holungsrabatt ihre Aussteller auch zu den Frühjahrsmessen an sich zieht, obwohl ihre Branche zu der anderen Messe gehört.

Die Kölner Empfehlungen versuchen, eine Koordinierung und eine gewisse Zentralisation des Messewesens herbeizuführen. Grundsätzlich hat der Zentralisationsgedanke im Messewesen seine Berechtigung. Bei der herrschenden liberalen Wirtschaftsauffassung müssen solche Versuche stets mit der Reaktion der Aussteller und der Messegesellschaften rechnen. Die Aussteller und Einkäufer werden den Messeplatz aufsuchen, der für sie vorteilhafter ist, selbst unter Mißachtung einer höheren wirtschaftlichen Vernunft.

DIE ENTWICKLUNG DES AUSSTELLUNGSWESENS

Wir haben im ersten Kapitel bereits auf den grundlegenden Unterschied zwischen Messen und Ausstellungen hingewiesen. Das Ausstellungswesen wird stets mit dem Messewesen in einem Atemzug genannt: 1. bedient man sich für die Ausstellungen in der Regel der Messegelände und der Methoden der Schaustellung der Güter, wie sie auch die Messen anwenden, 2. sind gerade die großen Ausstellungen eine Mischform, auf der auch Waren zum Verkauf gelangen.

Vor Ausbruch des zweiten Weltkrieges hatten die Ausstellungen einen Höhepunkt in der nationalsozialistischen Regierungszeit erreicht. Mehr noch als Messen konnten Ausstellungen für die Ideen des Regimes werben. Als Beispiele seien genannt die Ausstellung „Schaffendes Volk“ in Düsseldorf 1936 und die Rundfunk- und Automobilausstellungen in Berlin. Der Krieg bereitete den großen Ausstellungen ein jähes Ende. Lediglich die Vorbereitungen für die geplante Weltausstellung in Rom 1944 wurden vorangetrieben. Nach dem zweiten Weltkrieg fehlten die Mittel, um eine große Ausstellung aufzubauen. Inzwischen hat man an die alten Traditionen angeknüpft und führt die bewährten Ausstellungen fort, so z. B. die Wanderausstellung der DLG, die Jahresschau für das Hotel- und Gaststättengewerbe und die Rundfunkausstellung. Neben diesen immer wiederkehrenden Ausstellungen sind einige einmalige Ausstellungen in Vorbereitung: für 1951 die „Constructa“ Bauausstellung in Hannover und für 1952 die Große Gewerbeausstellung in Düsseldorf. Frankfurt wird in absehbarer Zeit die erste große Automobilausstellung abhalten.

DER AUSSTELLUNGS- UND MESSE-AUSSCHUSS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT

Der Ausschuß ist nach dem Kriege in Anlehnung an das Ausstellungs- und Messeamt der deutschen Industrie entstanden und hat sich zum Ziel gesetzt — und es in seiner praktischen Arbeit auch durchgesetzt —, die Interessen der westdeutschen Wirtschaft gegenüber den Messen zu vertreten. In dem Ausschuß sind alle Verbände der deutschen Wirtschaft zusammengefaßt, soweit sie an den Messen und Ausstellungen interessiert sind. Sein Programm sieht im besonderen vor, die Messe-Inflation zu bekämpfen, eine Koordinierung zwischen den wertvollen Messen in West-

deutschland herbeizuführen und schließlich zu einer Zentralisierung des gesamten Messewesens zu kommen. Der Ausschuß hat allen bedeutenden Messen und Ausstellungen einen Ausstellerbeirat beigegeben und diese Veranstaltungen dadurch als „bundeswichtig“ herausgestellt. Der Ausschuß ist bisher der einzige wirklich arbeitsfähige und bewährte Zusammenschluß auf dem Gebiet des Messewesens.

Die eben erwähnten Ausstellerbeiräte vertreten die an den Messen Beteiligten gegenüber den Messengesellschaften und stehen den Messengesellschaften

beratend zur Seite. Eine Zusammenfassung der Einkäufer in ähnlicher Form ist bisher noch nicht erfolgt. Lediglich Hannover hat sich einen „Beratenden Ausschuß der Industrie- und Handelskammern und der Handwerkskammern“ beratend zur Seite gestellt, der die Interessen sowohl der Aussteller als auch der Einkäufer wahrnimmt. Trotzdem macht sich bei allen Entscheidungen in zunehmenden Maße bemerkbar, daß der Einkäufer nicht gehört wird. Dieser Mangel beweist erneut, daß eine Konsolidierung der Verhältnisse im Messewesen noch aussteht.

Summary: The development of the German fairs after the war. After reviewing the types of fairs and the development of fairs prior to the war in Germany, the author shows the difficulties of judging the success of the fairs in accordance with statements made by their organizers. The different records of sales, number of visitors and area of exhibition and the subjectivity of these dates make an objective comparison of the different fairs almost impossible. It was the main task of this article to show the development of the German fairs after the end of the second world war. The author explains the causes of the decentralization and deals with the present state of the different fairs at Frankfurt, Hannover, Cologne, and Leipzig. The competition between the fairs of Frankfurt and Hannover as the west-German successor of the Leipzig fair are dealt with thoroughly. Ultimately, the author deals with the efforts of the Committee of Exhibitions and Fairs of the German Economy to achieve a stronger centralization and clearer division of tasks of the German fairs which are laid down in the Cologne recommendations.

Résumé: Les foires industrielles en Allemagne d'après-guerre. Ayant traité sommairement du développement et des catégories des foires allemandes d'avant-guerre l'auteur fait ressortir la valeur douteuse de tout jugement du succès des foires qui se base sur les informations venant de la part des organisateurs. Par la variété des méthodes employées pour établir le volume des ventes, le nombre des visiteurs, et la superficie du terrain forain, enfin par l'aspect subjectif de toutes ces indications, une comparaison objective des foires entre elles est rendue presque impossible. L'auteur met l'accent de son exposé sur le développement des organisations foraines depuis 1945. Il explique les causes pour la décentralisation survenue et esquisse l'état actuel des foires de Frankfurt, de Hannover, de Cologne et de Leipzig, tout en détaillant les données des foires de Hannover et de Frankfurt dans leur concours pour la succession de la foire de Leipzig en Allemagne de l'ouest. L'auteur finit son article en parlant des efforts du Comité des Expositions et Foires établi par les milieux économiques allemands qui tendent — dans le sens des recommandations de Cologne — vers une centralisation plus forte et une repartition nette du travail entre les organisations foraines allemandes.

Resumen: El desarrollo de las ferias alemanas después de la guerra. Después de dar una sinopsis de los tipos de ferias y el desarrollo de las ferias en Alemania antes de la guerra el autor demuestra las dificultades de juzgar los éxitos de las ferias a base de los datos suministrados por los organizadores. Las diferentes informes acerca de las ventas, número de visitantes y área de exposición y la considerable subjetividad de estos datos hacen casi imposible el comparar objetivamente las diferentes ferias. En primer término el autor trata de exponer el desarrollo de las ferias alemanas después de la segunda guerra mundial. Se demuestran las causas de la decentralización y el estado actual de las diferentes ferias en Frankfurt, Hannover, Colonia, Leipzig. Se trata detenidamente de la competencia entre las ferias en Frankfurt y Hannover como sucesores en Alemania occidental de la feria de Leipzig. Por último el autor habla de los esfuerzos del comité de ferias de la economía alemana para lograr una más fuerte centralización y división de las tareas de las ferias alemanas estipuladas en las recomendaciones de Colonia.