

Messe Leipzig als Mustermesse bis zum Ersten Weltkrieg

Zusammenstellung der Texte

Tobias Liebert

Inhalt:

1	Einleitung (T.L.)	1
1.1	Von der Waren- zur Mustermesse	1
1.2	„Zäsuren“ 1894/1895 oder 1916/1917?	1
2	Muster-Messe als wirtschaftliches Phänomen (T.L.)	2
2.1	Warenmesse verlor wichtige Funktionen	2
2.2	Musterlagerverkehr machte Messen nicht überflüssig	2
3	Muster-Messe als kommunikatives Phänomen (T.L.)	3
3.1	Messen in ihren zunehmenden (ergänzenden, substituierenden) Kommunikationsfunktionen	3
3.2	Zunehmende Rolle medial vermittelter Kommunikation und von PR der Messe-Organisationen	3
4	Die neue Situation – eher ein fließender Wandel, aber für Leipzig nicht ungefährlich (T.L.)	4
4.1	Industrialisierung brachte Chancen und Risiken für Leipzig	4
4.2	Berlin griff Leipzigs Domäne an	4
4.3	Berlin gab Konkurrenzversuch auf	5
5	Ort und Messe: Fernhandelsplatz und Gewerbemarkt (T.L.)	5
5.1	Ortsgebundenheit einer Mustermesse im Fernhandel weniger bedeutsam	5
5.2	Parallelentwicklung mit fließender Akzentverschiebung	6
5.3	Leipzig gewann zusätzlich eine starke Gewerbemarktfunktion	6
6	Neue Organisation und Infrastruktur (T.L.)	7
6.1	Verantwortung für Messe wurde auf mehr Schultern verteilt	7
6.2	Messeausschuss mit energischen Schritten	7
6.3	Umgestaltung der Infrastruktur	8
7	Kommunikation des Messeausschusses (T.L.)	8
7.1	Gegen-„Propaganda“ und Zeitschrift	8
7.2	Ausweitung des Instrumentariums	9
7.3	Austarieren von Interessensunterschieden	10
8	Modernisierungsbemühungen in den letzten Friedensjahren (T.L.)	10
8.1	Fachausstellungen	10
8.2	Wachsende Interessensvielfalt	10
9	Die Situation zu Beginn des Ersten Weltkriegs (T.L.)	11
9.1	Auseinandersetzungen um die ersten Kriegsmessen	11
9.2	Unmittelbare Vorgeschichte der Messeamtsgründung	11
10	Ausblick auf die Weimarer Republik (T.L.)	12
10.1	Geografische Ausfächerung	12
10.2	Funktionale Ausdifferenzierung	12
11	Stadt- und messehistorisches Zwischenfazit: Blütezeit bis 1914 (T.L.)	12
11.1	Leipzig vor 1914 als eine deutsche Metropole und auf dem Weg zur Weltstadt	12
11.2	Leipzig zog noch einmal alle Register und entfaltete eine Ausstellungsoffensive	13
11.3	Der Erste Weltkrieg und folgende Krisen als „Dämpfer“	14
12	Anhang	14
12.1	Der Autor der Texte über die Leipziger Messe als Mustermesse bis zum Ersten Weltkrieg	14
12.2	Literaturverzeichnis	14

1 Einleitung (T.L.)

1.1 Von der Waren- zur Mustermesse

1894/1895 reformierte Leipzig die alte Waren- zur Mustermesse und ermöglichte damit eine neue Erfolgsperiode bis zum Ersten Weltkrieg.¹ Nachdem 1894 die Zahl der Musterlager in Leipzig auf 150 abgesunken war, stieg sie im Jahr darauf auf das Sechsfache an. „Dieser plötzliche Umschwung kennzeichnet den Übergang von der Warenmesse zur Mustermesse in Leipzig“ und war die Antwort auf eine „bedrohliche Krise der Leipziger Messe“ (Blaschke 1991, S. 267 und 274).

In der Messe- und Stadtgeschichte spielt das eine zentrale Rolle. Immerhin gelang es Leipzig als einziger historischer Messe der Welt, ihre ökonomische Bedeutung bis ins 20. Jahrhundert zu halten. Möller (1989, S. 307) schreibt von „erstaunliche(r) Persistenz Leipzigs als Messestandort“. „Die Leipziger Mustermesse war zwischen 1894 und 1915 die einzige in dieser Form in Europa. In den zwanziger Jahren erlangte die Leipziger Messe Weltbedeutung.“ Die Ausstellerzahl wuchs von rund 1.300 im Jahr 1897 über 8.325 im Frühjahr 1919 auf 10.106 im Frühjahr 1927 (Rodekamp 1997, S. 333).

1.2 „Zäsuren“ 1894/1895 oder 1916/1917?

Diskutiert wird unter Fachleuten, ob 1894/1895 in der Tat so Zäsur bildend oder ob die Einrichtung des Messeamtes² für die Mustermessen 1916/1917 nicht wichtiger war. Dies soll hier messegeschichtlich nicht entschieden werden, zumal das PR-Museum auch eine Darstellung zur Zeit ab 1916 vorhält (siehe dort).

Geyer (1997, S. 114) fragt:

„War aber damit tatsächlich ein neuer Messetyp, die moderne Mustermesse, aus der Taufe gehoben? Man sprach 1894 vom Musterlagerverkehr. Das meinte eine Geschäftsform, bei der Nachfrager im direkten Kontakt zu Anbietern auf der Grundlage von Warenproben bzw. Mustern Bestellungen aufgaben. Nach diesem Modus kamen aber auch in den zahllosen ganzjährig geöffneten Musterlagern Hamburgs oder Berlins Geschäftsabschlüsse zustande. Solche permanenten Musterlager gab es ebenfalls in Leipzig.“

Umgekehrt ist aber festzuhalten dass die „Einführung von Proben und Mustern auf der Messe“ im 19. Jahrhundert an einigen anderen Messestandorten direkt verboten wurde (Pohl 1989, S. 417). Durchgesetzt hat sich die Mustermesse aber dennoch.

Aus *kommunikativer Sicht* spricht viel dafür, auch 1894/1895 als wichtige Zäsur zu betrachten. Messekommunikation in einem modernen Sinne, als umfangreiche und systematische publizistische und werbliche Tätigkeit, hat in den 1890ern ihren Anfang genommen. Dies ist auch vor dem Hintergrund der Ausbreitung von Werbung sowie der Entstehung des modernen, aktuellen Journalismus und seiner strukturellen Kopplung mit massenmedial gestützter Werbung (Generalanzeigerpresse etc.) zu sehen.

¹ Leipziger Messe GmbH (Hrsg.) ca. 2002, S. 14. Allgemein auch: Zwahr/Topfstedt/Bentele (Hrsg.) 1999.

² Die zeitgenössische Schreibweise war Meßamt oder Messamt. Wir modernisieren die Schreibweise im Folgenden in Messeamt.

In der letzten Phase fehlte es deutlich an einer belebenden, zu neuen schöpferischen Entwicklungen anregenden Zentralidee. Diese wurde erst nach Einführung der neuen Messeordnung (1894) und vor allem mit der Neufestsetzung und Neubenennung der Messen in „Frühjahrmesse“ und „Herbstmesse“ (1894/95) geboren. Sie leitete die Ära der spezifischen Messewerbung ein, die die systematische, umfassende Information zur Basis einer neuen Publizität machte. Jetzt begann auch die Doppelfunktion der Messe, Markt und Werbemittel zu sein, in ihren Grundzügen klar sichtbar zu werden. In der nächsten Zeit schon entfaltete sich voll die Gleichung Messe = Werbung.

Abb.: Faksimile aus Preil 1961, S. 32

2 Muster-Messe als wirtschaftliches Phänomen (T.L.)

2.1 Warenmesse verlor wichtige Funktionen

Die industrielle Großproduktion mit Massenproduktion und Massenabsatz revolutionierte das Verhältnis zwischen Herstellern und Kunden, zwischen Produktion und Konsumtion. Weder die massenhaften Waren noch manche neuartige Waren konnten in althergebrachter Weise mittels einer Warenmesse umgeschlagen werden. Die Rolle des Handels veränderte sich. So übernahm der Großhandel für viele Waren die einstige Messenfunktion.³ Der „Lokohandel (...), d. h. der Handel mit bereit liegender, sichtbarer Ware“, ging in den „Lieferungs- und Terminhandel (... Handel auf Bestellung)“ über (Pohl 1989, S. 416f.).

2.2 Musterlagerverkehr machte Messen nicht überflüssig

Allerdings machten selbst dauerhafte Musterlager und permanent aktiver Großhandel Messen nicht überflüssig, denn die Effektivität physischer, zeitlicher und räumlicher Konzentration wurde nach wie vor geschätzt. Oder wie es der Franzose Edouard Herriot sagte: Die Mustermesse ermögliche „das größte Geschäft mit den geringsten Mitteln, in der kürzesten Zeit und auf engstem Raum“ (nach Rodekamp 1997, S. 333). Bei der Muster- im Vergleich zur Warenmesse musste und konnte sich die Qualitätsprüfung auf das „Muster“ beziehen, welche dadurch ausgiebiger erfolgte.

Die *Warenmesse* hatte vor allem „die Händler zusammengeführt“. Hingegen brachte die *Mustermesse* die Fabrikanten auf die Messe und in direkten Kontakt mit den abnehmenden Groß- und Einzelhändlern (Blaschke 1991, S. 278), die Kundenkommunikation und ihr Feedback in die Produktionsprozesse wurden damit umfangreicher, unvermittelter und vielfältiger. „Die vom Fabrikanten effektiv zu produzierende Warenmenge richtet sich hierbei auch nach dem Umfang der auf der Messe eingegangenen Bestellungen. So erspart er sich den Aufbau eines kostspieligen Vertreternetzes und vermeidet das für Warenmessen spezifische Risiko des Rücktransportes der nicht verkauften Erzeugnisse“ (Möller 1989, S. 111).

³ Vgl. Rodekamp 1997, S. 331.

Für uns hier vor allem relevant ist, dass die Umstellung auch zu einer *veränderten kommunikativen Situation* führte.

3 Muster-Messe als kommunikatives Phänomen (T.L.)

3.1 Messen in ihren zunehmenden (ergänzenden, substituierenden) Kommunikationsfunktionen

Der *fundamentale Unterschied* zwischen Waren- und Mustermesse aus *kommunikations- und publizistikwissenschaftlicher Sicht* besteht darin, dass die Kaufentscheidung anhand eines Modells ein deutlich höheres Vertrauen in die (gleich bleibende) Qualität der Produkte und in fachliche Kompetenz sowie Seriosität des Verkäufers voraussetzt als bei der Möglichkeit, alle bestellten Waren tatsächlich in Augenschein zu nehmen. Das zeitliche Auseinanderfallen von Bestell- und Liefervorgängen sowie die damit verbundene Flexibilisierung der Zahlungsfristen verlangten mehr Vertrauen auch in den Käufer. Dieses Vertrauen musste – sofern in der Geschäftsbeziehung noch keine Primärerfahrungen vorlagen – kommunikativ vermittelt werden.

Die „persönliche Marktplatz-Kommunikation“ (Bentele 1997, S. 146) verlagerte sich mit dem Übergang von der Waren- zur Mustermesse von den Plätzen und Straßen sowie Durch(gangs)höfen in die neuen Messehäuser und bekam damit nicht nur architektonische Hüllen, sondern wurde auch strukturierter, formeller. Der Besucher konnte in jeder Etage über „Rundgänge“ an den Ständen entlang (zwangs-) geführt werden. Zugleich boten die neuen Messepaläste den ansprechenden Rahmen und Platz, das „Muster“ in den Messeständen entsprechend in Szene zu setzen. Konnte und musste bei einer Warenmesse die Vielzahl der Stücke platzsparend gelagert werden, so drängte das einzelne Muster nach Abstand und Rahmung, nach Dekoration und Inszenierung.

3.2 Zunehmende Rolle medial vermittelter Kommunikation und von PR der Messe-Organisationen

An Bedeutung zu nahm die „medial vermittelte Wirtschaftskommunikation“ (Bentele 1997, S. 146-149): Wenn ohnehin nur noch anhand eines Modells geordert wurde sowie Bestell- und Lieferungstermin auseinanderfielen, konnten auch die nötigen Recherche- und Informationsvorgänge zeitlich gestreckt und vor allem in das Vorfeld des Orderns verlagert werden. Das Darstellungsmittel Fotografie und die neuen Kommunikations- und Informationsmittel Telefon⁴ und Generalanzeigerpresse sowie spezialisierte Wirtschaftspresse spielten hier eine wichtige Rolle.

Zudem gründeten sich im Zuge des Wandels von der Waren- zur Mustermesse (bei der Messe und in der Wirtschaft) neue Organisationsformen, die auch als Kommunikatoren auftraten und die Messe-Kommunikation intensivierten. Generell nahmen also die Kommunikationsfunktionen einer Messe im Vergleich zu der des Warenaustausches zu.⁵

⁴ Die erste Leipziger Stadtfernsprecheinrichtung hatte 1881 mit 72 Teilnehmern ihren Betrieb aufgenommen. 1893 wurde in der Post am Augustusplatz die Fernsprechvermittlungsstelle eingerichtet, – und dies als erste im Königreich Sachsen – „unter gleichzeitiger Einführung des Vielfachbetriebes“ (Rodekamp 1997, S. 324).

⁵ Vgl. Bentele 1997, S. 149ff.

4 Die neue Situation – eher ein fließender Wandel, aber für Leipzig nicht ungefährlich (T.L.)

4.1 Industrialisierung brachte Chancen und Risiken für Leipzig

Erste Übergänge von der Waren- zur Messermesse waren bereits im 18. Jahrhundert zu bemerken. Leipzig wurde zum „Hauptumschlagsplatz für englische Waren auf dem Kontinent“. Die Kaufleute aus England – der „Wiege der industriellen Revolution“ – mit ihren Garnen und Tuchen waren die Ersten, die ihre Waren „in Musterbüchern feilboten“ und in Leipzig wohl bereits 1840 „zahlreiche Musterlager“ unterhielten (Leipziger Messe GmbH ca. 2002, S. 11; vgl. auch Rodekamp 1997, S. 216⁶). Auch die Spielwarenindustrie dachte früh, mindestens schon ab 1850, in diese Richtung.⁷

Wichtige, alles in allem aber *sehr ambivalente* Impulse für die Modernisierung der Leipziger Messe lieferten die Entstehung eines einheitlichen deutschen Binnenmarktes und die enorme Beschleunigung des Verkehrs. Die Zeitepoche zwischen 1834 und 1870 stand „im Zeichen der räumlichen Vernetzung (Zollverein, Eisenbahnen, Telegraphen), die mit einer Verstärkung, Entfristung und Generalisierung des Marktgeschehens einherging, im letzten Jahrzehnt ergänzt durch den Vormarsch der Gewerbefreiheit, die 1861 auch in Sachsen gesetzlich verankert wurde“ (Zwahr/Topfstedt/Bentele 1999, Tb. 1, S. 339).

Gefahren und Chancen lagen eng beieinander. Eisenbahnen ermöglichten beispielsweise „unmittelbare Handelsverbindungen zwischen Erzeugern und Großhändlern unter Umgehung der Messen“ (Blaschke 1991, S. 264) und einen schnellen Postversand. Auch erleichterten sie das „Ausschwärmen“ von Handelsvertretern in die Fläche. Allerdings: „Für bestimmte Branchen und Wirtschaftszweige verbietet sich die Nutzung der neuen Absatzwege (vor allem Handelsreisende und Postversand), weil ihre Erzeugnisse entweder zu sperrig, zu vielfältig oder zu zerbrechlich sind, um im Musterkoffer eines Handelsreisenden Platz zu finden“ (Möller 1989, S. 111).

4.2 Berlin griff Leipzigs Domäne an

In einer langen historischen Abfolge mit der Tradition einmal auszusetzen, kann zu ihrem Ende führen. Dies merkten die Leipziger, als sie – wenn auch aus gutem Grund – 1892 die Herbstmesse absagten. Aus reiner Vorsicht: In Hamburg – auch der ‚Leipziger Hafen‘ genannt – und in Russland – einem wichtigen Handelsmarkt – herrschte eine Choleraepidemie.⁸ Zu jener Zeit war den fortschrittlichen Messeakteuren in Leipzig schon klar, dass der Musterlagerverkehr als „der unter allen Bestandteilen der Messe entwicklungsfähigste“ zu betrachten sei, wie in einer Sitzung der Leipziger Handelskammer am 17. Oktober 1892 zu hören war (Blaschke 1991, S. 268).

Berlin, die aufstrebende Reichshauptstadt, sah darin eine Chance. Vor allem nach der deutschen Reichsgründung 1871 unter preußischer Vorherrschaft hatten sich bereits viele Gewich-

⁶ Umso mehr trafen 1806 bis 1813 die Auswirkungen von Napoleons Kontinentalsperre gegen England Leipzig, obgleich sie auch umgangen wurde. Vgl. Rodekamp 1997, S. 229f. Auch schon Blaschke 1991, S. 265. Möller 1989, S. 111.

⁷ Vgl. Rodekamp 1997, S. 304. Und: Zwahr/Topfstedt/Bentele (Hrsg.) 1999, Teilband 1, S. 425. Möller 1989, S. 111.

⁸ Vgl. dazu <http://www.ndr.de/geschichte/schauplaetze/choleraepidemie100.html> (Beitrag heute nicht mehr existent) oder http://de.wikipedia.org/wiki/Choleraepidemie_von_1892

te aus den Teilstaaten in Richtung der Spree-Metropole verschoben. Nun versuchten Wirtschaftskreise aus Berlin – aufbauend auf ihren dortigen Musterlagern –, Branchen aus Leipzig in die Reichshauptstadt zu ziehen. Sie gründeten dazu die „1893er Vereinigung der keramischen, Bronze-, Kurz-, Spielwaaren (sic!) und verwandter Branchen“ (Geyer 1997, S. 115).⁹

4.3 Berlin gab Konkurrenzversuch auf

Die für den Frühherbst 1893 geplante Messe legte wohl einen akzeptablen Start hin, jedenfalls schrieb das Berliner Tageblatt, die Erwartungen „seien bei weitem übertroffen worden“ (Blaschke 1991, S. 269). Möller (1989, S. 115) hingegen, der übrigens das Jahr 1892 angibt, schreibt, der Berliner Konkurrenzmesse sei „nur mäßiger Erfolg bescheinigt“ worden. „Für das Scheitern des Berliner Messeprojektes“ führt er zwei Hauptgründe an: a) Ablehnung von Agenten und Handelsvertretern als Kontaktpersonen (nur die waren in Berlin ansässig, kaum Fabrikanten), b) Randlege Berlins in Bezug auf die Standorträume typischer Messeindustrien.

In der *offiziellen Messegeschichte Berlins* werden die Ereignisse von 1892/93 interessanterweise nicht erwähnt.¹⁰ „Im Gegensatz zu den Messeplätzen Leipzig und Frankfurt/M. spezialisierte sich Berlin rasch auf Ausstellungen und insbesondere auf Fachausstellungen. Die Themen wechselten zunächst ebenso wie die Standorte innerhalb des Stadtbereiches.“ Die Geschichte beginnt 1822 mit der ersten Gewerbeausstellung, die erste Fachausstellung war 1874 die „Messe der Bau- und Möbelindustrie“. „1897 organisierte der ‚Mitteleuropäische Motorwagenverein‘ die erste Automobilausstellung an der schon damals bedeutenden Straße Unter den Linden, denn das heutige Messegelände gab es noch nicht. Der Grundstein dazu wurde erst 1913 (...) gelegt (...).“ (Messe Berlin GmbH 2014)

5 Ort und Messe: Fernhandelsplatz und Gewerbemarkt (T.L.)

5.1 Ortsgebundenheit einer Mustermesse im Fernhandel weniger bedeutsam

Messe war historisch keine Veranstaltung, die einen zentralen Organisator hatte. Messe war vielmehr eine Vorgabe von periodisch wiederkehrenden Zeiträumen. In einigen dieser Zeiträume spielte der *Geschäftsverkehr der Musterlager* eine zunehmende Rolle.

„Von Jahr zu Jahr kamen mehr Aussteller mit Warenmustern nach Leipzig. Für die Unterbringung ihrer Kollektionen mieteten sie Räume und richteten dort Musterlagerein. Das geschah vielfach noch in den Kaufmannshöfen, die die Messe seit jeher beherbergt hatten. Häufig wurden auch Hotelzimmer als Quartier für Messemusterlager genutzt.“ (Geyer 1997, S. 114; Schreibweise modernisiert)

Die Gefahr für den traditionellen Messestandort Leipzig bestand darin, dass dieses Geschäftsmodell im Prinzip – auf Basis schneller Verkehrsverbindungen – in jeder beliebigen, einigermaßen zentral gelegenen (Groß-) Stadt durchgeführt werden konnte, worauf Geyer (in Rodekamp 1997) hinweist. Aufgrund der dezentralen Struktur Deutschlands lagen viele deutsche Großstädte „zentral“, und bezogen auf Europa sowieso. Zwar sprachen die Gewohnheit und der Name für die Tradition, aber Leipzig erkannte, dass es mit einer Optimierung der

⁹ Auch Leipziger Messe GmbH (Hrsg.) ca. 2002, S. 14.

¹⁰ Das gilt auch für die historische Seite der zuständigen Senatsverwaltung http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/messe/de/geschichte/hist_entwicklung/index.shtml (Abruf am 5.2.2014).

Rahmenbedingungen punkten musste (Vorteile der Zentralisierung an einem bekannten Ort, baulich-räumliche Voraussetzungen, kulturell- unterhaltsame Begleitangebote etc.).

„Um 1890 zeichnete sich ein Rückgang der Messebeteiligung ab, da die dunklen und engen Kaufgewölbe mit sehr schwer zugänglichen Obergeschossen, aber auch mit ungenügender Gebäudetechnik ausgestattet waren und somit schlechte Voraussetzungen für die Einrichtung von Musterlagern boten.“ (Rodekamp 1997, S. 216)

5.2 Parallelentwicklung mit fließender Akzentverschiebung

Der *Wandel von der Waren- zur Mustermesse* vollzog sich in Leipzig nicht reibungslos. Auch blieben zunächst Elemente der Warenmesse erhalten.

„Die Kleinhändler protestierten gegen die Förderung der neuen Messeform, weil sie um die Bedeutung der Warenmessen fürchteten. Die Handelskammer verteidigte vehement ihre Position, wollte aber die Stadt nicht ohne das Flair der Buden und Stände wissen. Seit der Jahrhundertwende liefen deshalb Muster- und Warenmesse, die sogenannte Kleinmesse, nebeneinander. Der Name Kleinmesse hat sich bis heute gehalten und bezeichnet in Leipzig den in vielen Orten ein oder zwei Mal pro Jahr stattfindenden Jahrmarkt.“ (Leipziger Messe GmbH ca. 2002, S. 14 und 16)

In Leipzig fand die Kleinmesse der Kleinhändler und Schausteller zur Belustigung bis 1906 in der Innenstadt statt, wurde dann aber als störend empfunden und verlegt.¹¹

5.3 Leipzig gewann zusätzlich eine starke Gewerbeamarktfunktion

Die *traditionellen Warenmessen* waren, selbst noch in der Neuzeit, vor allem Umschlagplätze des Fernhandels. Deshalb spielten für diese alten Messen die überregionale Erreichbarkeit und die geografische Lage im kontinentalen Fernverkehr eine wichtige Rolle. „Die Lokalisationsprinzipien international bedeutsamer Messestandorte weisen in diesem Zusammenhang enge Interdependenzen mit der Struktur der dominanten Fernhandelsspannungen auf.“ (Möller 1989, S. 112)

Bei der *neuen Leipziger Mustermesse* ergaben sich „deutliche Schwerpunktverlagerungen zugunsten der Gewerbeamarktfunktion“ für die umliegende Großregion.

„Es sind zunächst vor allem die für mitteldeutsche Gebirgslandschaften typischen Holz-, Spiel- und Metallwaren aus Erzgebirge und Thüringer Wald, Glas, Porzellan und keramische Artikel aus Thüringen und Oberfranken sowie Holzprodukte und Kurzwaren aus dem Vo(i)gtland, die um die Jahrhundertwende die wichtigsten Handelswaren der Leipziger Messen darstellen.“ (Möller 1989, S. 112f.)

Eine Sonderrolle spielte der *Rauchwarenhandel* im Rahmen der „traditionellen Umschlagfunktion der Warenmesse“. Anfangs des 20. Jahrhunderts wurde er zunehmend „von der Leipziger Kaufmannschaft in eigene Regie“ übernommen und „im Rahmen von Pelzauktionen fortgeführt“.

¹¹ Rodekamp 1997, S. 335.

„Der weltberühmte Brühl – eine Leipziger Innenstadtstraße – und mit ihm die sächsische Handels- und Gewerbetropole steigen bis zu den zwanziger Jahren zu dem neben London und New York weltweit bedeutendsten Zentrum des Rauchwarenhandels auf.“ (Möller 1989, S. 113)

6 Neue Organisation und Infrastruktur (T.L.)

6.1 Verantwortung für Messe wurde auf mehr Schultern verteilt

Wollte die Sachsenmetropole an der Pleiße bestehen, musste sie handeln. Bisher lag die Verantwortung für die Entwicklung der Messe „allein in den Händen des Rates der Stadt“. (Wendtland 1917/18, S. 6) Die neuen Herausforderungen waren nur mit einer *breiten Akteurskonstellation* zu meistern.

Die *Leipziger Handelskammer* schuf in Abstimmung mit dem *Rat der Stadt* 1892 einen gemeinsamen *Messeausschuss*¹². Der Antrag dazu war in der Handelskammersitzung vom 17. Oktober 1892 gestellt worden. In der konstituierenden Sitzung am 29. Oktober 1892 wurde Kommerzienrat C. Gustav Herrmann¹³ zum Vorsitzenden gewählt. Dies war aber nicht die einzige *organisatorische Innovation*: Am 8. Februar 1893 gründete sich der Leipziger (Fremden-) Verkehrsverein.¹⁴ Gesucht wurde also der Schulterschluss mit allen Akteuren vor Ort, was sich auch in der Messeausschusssitzung vom 10. Februar 1893 zeigte: Hier beriet man mit den Komitees des *Leipziger Hausbesitzervereins*.¹⁵

6.2 Messeausschuss mit energischen Schritten

Der Messeausschuss ging die nötigen Schritte an. Vor allem verlegte er die *Termine*. Bereits früher, über die gesamte zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts, hatte es immer wieder Anträge von Ausstellern bzw. Besuchern gegeben, „die Messetermine von dem stark beweglichen Osterfest abzukoppeln und einen früheren Beginn der Messegeschäfte zu gestatten“. Der Rat der Stadt hatte es aber lange nicht für ratsam gehalten, an den traditionellen und durch Privileg geschützten Terminen zu rütteln. 1894 wurde entschieden, eine „spezielle Vormesse für den Musterlagerverkehr einzuführen“ und zwar eine 13-tägige, von der Beweglichkeit des Osterfestes abgekoppelte Vorostermesse (Geyer 1997, S. 113 und 116; vgl. auch Blaschke 1991, S. 272).

In der entscheidenden Bekanntmachung vom 2. Juni 1894, unterzeichnet vom Leipziger Oberbürgermeister Otto Georgi (1831-1918, OB von 1877 bis 1899), wurde die Mustermesse ab 1895 zur „offiziellen Einrichtung“ erklärt. Zuvor, im ersten Halbjahr 1894, fanden noch umfangreiche und nicht unkomplizierte Abstimmungen mit sächsischen und – aufgrund der Zollvereinsverträge – preußischen sowie braunschweigischen Regierungsbehörden statt.¹⁶ Zur ersten Mustermesse – zunächst als Vormesse vor der Ostermesse bezeichnet – kamen 700

¹² Die zeitgenössische Schreibweise war Meßausschuss. Wir modernisieren hier die Schreibweise.

¹³ Schreibweise Hermann nach Rodekamp 1997 (S. 334) mit „r“. Bei Blaschke 1991 (S. 268) mit „rr“ geschrieben: Herrmann. Letzteres dürfte richtig sein: Johann Carl Gustav Herrmann war Leipziger Kaufmann und Kommerzienrat. Sein Sohn Gustav Herrmann war Schriftsteller und Künstler. Dessen Nachlass befindet sich im Staatsarchiv Leipzig. „Nach dem Tod seines Vaters übernahm er 1895, zunächst als Teilhaber, dessen Rauchwarengroßhandlung und -fabrik ‚Rödiger & Quarch‘.“ (<http://www.archiv.sachsen.de/ofind/StA-L/22017/index.htm>)

¹⁴ Liebert 1999, S. 690.

¹⁵ Blaschke 1991, S. 268f.

¹⁶ Blaschke 1991, S. 271.

Aussteller und 800 Einkäufer (Rodekamp 1997, S. 332). Diese Frühjahrsmesse vom 4. bis 16. März 1895 war die „erste reine Mustermesse in der Geschichte der Leipziger Messen“ (Blaschke 1991, S. 275).

6.3 Umgestaltung der Infrastruktur

Der Messeausschuss trieb die völlige Umwandlung der *baulich-räumlichen Infrastruktur* der Messe voran. In den wenigen Jahren bis zur Jahrhundertwende entstanden mit den Messepalästen die architektonische „Bühne“ und logistische Basis für die Mustermesse. Das von 1893 bis 1901 erbaute *Städtische Kaufhaus* war das „erste moderne Messehaus der Welt“ (Rodekamp 1997, S. 221).¹⁷

„Schließlich wurde die fortwährend steigende Mietnachfrage mehr und mehr durch spezielle Raumangebote befriedigt. Die Bereitstellung von Messeflächen wuchs zu einem modernen Geschäftsbetrieb.“ (Geyer 1997, S. 114; Schreibweise modernisiert)

Daneben wandte sich der Messeausschuss weiteren *praktischen Dingen* zu, um es den Ausstellern und Einkäufern so angenehm wie möglich zu machen. 1902 richtete er einen „Zimmernachweis für Messebesucher ein, versuchte Auswüchse des Mietwuchers zu beschneiden.“ Seine „Bemühungen um verbesserte Verbindungen und ermäßigte Beförderungstarife bei den Eisenbahnen“ blieben allerdings erfolglos (Geyer 1997, S. 116).

Je mehr solcherlei Rahmen- bzw. Nebendienstleistungen – in der Regel durch Leipziger angeboten – den Messeerfolg bestimmten, desto mehr konnten Leipzig und seine Dienstleister auch in Kritik geraten bzw. es zu Interessenkonflikten zwischen ihnen und den auswärtigen Messeteilnehmern kommen (Leipzig will mit den berühmt-berüchtigten Messepreisen möglichst viel verdienen, die Auswärtigen wollen möglichst wenig Kosten haben).¹⁸

7 Kommunikation des Messeausschusses (T.L.)

7.1 Gegen-„Propaganda“ und Zeitschrift

Der 1892 gegründete *Messeausschuss* organisierte und betrieb eine rege Kommunikationstätigkeit, damals unter dem noch nicht negativ konnotierten Begriff *Propaganda*. Zunächst wandte sich diese gegen die „drohende Gegenmesse in Berlin“. Dazu wurde u. a. 1893 eine eigene Organisation ins Leben gerufen, die fünf Jahre lang bestand: der *Verband der Leipziger Messe-Interessenten* (Geyer 1997, S. 116). Offiziell oblag diesem Verband die Aufgabe, den „direkten Verkehr zwischen Fabrikanten und Abnehmern“ zu fördern (nach Rodekamp 1997, S. 332). 1893 wurden die ersten *Messeausweise* als Mitgliedskarten dieses Verbandes herausgegeben.¹⁹

Der Messeausschuss publizierte ab Anfang 1894 (Februar) eine *Zeitschrift* unter dem verantwortlichen Redakteur Dr. Ludwig Pohle – Sekretär in der Handelskammer –, die über 21 Hef-

¹⁷ „... mit Lastenaufzügen, Personenfahrstühlen, an Rundgängen befindlichen offenen und geschlossenen Ständen sowie einem Lichthof.“ „1901 verfügte das Städtische Kaufhaus über 31 Läden an den Straßenfronten, sieben Läden im Hof zum Bibliotheksflügel, 120 geschlossene Stände (Kojen) in den Obergeschossen und 127 offene Stände in den Gängen und im Saal.“ (Rodekamp 1997, S. 221)

¹⁸ Vgl. Geyer 1997, S. 115.

¹⁹ Preil 1961, S. 35.

te lang bis 1896 oder 1897 bestand. Sie widmete sich vor allem dem Erhalt des Messeplatzes Leipzig und der Förderung des Baus neuer Messehäuser.²⁰

Die in zwangloser Folge erscheinende Zeitschrift „erwies sich bald als ein wirksames Sprachrohr für die Interessen und die Belebung der Leipziger Messe, weil sie mit ihrer gezielten Information den Willen zur Behauptung ausdrückte und die Wege zur Neugestaltung vor der gesamten Geschäftswelt offenlegte. Gerade in der Sachlichkeit ihrer Berichterstattung war sie dazu angetan, die Gemeinde der Messeinteressenten in Deutschland und Europa zusammenzuhalten und ihr neue Mitglieder zu gewinnen.“ (Blaschke 1991, S. 270; Schreibweise modernisiert)

7.2 Ausweitung des Instrumentariums

Schnell setzte eine „normale Arbeit“ des Messeausschusses ein, die nicht nur von der „Verlegungsgefahr“ bestimmt war.

Es „wurde für den Besuch der Leipziger Messe allgemein geworben. Zu diesem Zweck wurden nicht nur Annoncen in den verschiedensten Zeitungen aufgegeben. Es entstand das erste Messeplakat. Die Stadt stellte die finanziellen Mittel dafür zur Verfügung, Darüber hinaus übernahm der Messe-Ausschuss der Handelskammer ab 1896 die Herausgabe eines offiziellen Messeadressbuches (...)“. (Geyer 1997, S. 116; Schreibweisen modernisiert)

Erstmals wurde also in größerem Umfange *inseriert*, „wie etwa eine Messebekanntmachung in 19 führenden Inlandsblättern und in Wien (das damals noch weit in den österreichisch beherrschten Donaauraum ausstrahlte)“. (Preil 1961, S. 35) Bentele (1997, S. 152) führt zu *Adressbuch* und *Plakat* näher aus:

„Das 1896 erstmals vom Messe-Ausschuss der Handelskammer herausgegebene *Leipziger-Messe-Adressbuch. Verzeichnis der die Leipziger Messen besuchenden Verkäufer* diente vor Beginn der Messe als Informations- und Werbematerial, während der Messe als Orientierungshilfe und nach der Messe als Bezugsquellennachweis.

Das erste – auf der Basis eines Entwurfs von Walter Illner gestaltete – Messeplakat erschien 1907/08, es erhöhte die Publizität der Leipziger Messe erheblich und wurde etwa zehn Jahre benutzt. Das historische Messemotiv des Plakats wurde – weitsichtig unter kommunikationsplanerischen Gesichtspunkten – beispielsweise auch auf Postkarten abgedruckt, die ihren Weg durch die ganze Welt zurücklegten.“ (Schreibweisen modernisiert)

Aber bereits vor 1896 brachte jedes Jahr eine kommunikative Neuerung oder Steigerung:

1894: *Messeeinladung*: „etwa einen Monat vor dem eigentlichen Messebeginn (wurde) die gedruckte, in Zirkularmanier gehaltene Messeeinladung (verschickt), die mit einer ausführlichen Darstellung der neuen Bedeutung und Stellung Leipzigs begann und dann alle organisatorischen Einzelheiten genau aufführte“;

1895: „Ansätze zu einer intensiven und vorbereitenden Auslandswerbung“ mit Hilfe von *Werberundschreiben*. „Insgesamt gingen 36.000 Exemplare in den Versand, davon 25.000 in deutscher, 3.600 in italienischer, 2.400 in französischer, 2.100 in spanischer, 1.100 in russischer, 1.000 in schwedischer und nur 800 in englischer Sprache.“ (Preil 1961, S. 35)

²⁰ Rodekamp 1997, S. 334. Nach Blaschke 1991, S. 270, bis 1897.

7.3 Austarieren von Interessensunterschieden

Wichtig und diffizil war die *Kommunikation* der Messe mit den *auswärtigen Messeinteressenten*, also den verschiedensten Branchen. Die Interessen Leipzigs und seines Handelsbürgertums mit denen gesamtdeutscher und internationaler Wirtschaftskreise auszutarieren, gestaltete sich nicht immer einfach. War es Leipzig in den 1890ern gelungen, die kollektiven Meinungsbildungsprozesse zum eigenen Gunsten zu führen, so konnte allzu viel Einfluss der Auswärtigen auf den Standort auch gefährlich werden.

Protestpotenzial von Ausstellern und Einkäufern manifestierte sich beispielsweise in der Gründung von speziellen Organisationen, die aber teilweise – nachdem die Sorgen aufgegriffen und abgestellt wurden – wieder eingingen. So erblickten 1904 der *Verein Leipziger Messe* das Licht der Welt, ihm ging es um Raumnot und Mietpreise, oder 1913 der *Verband der Aussteller auf den Leipziger Groß-Messen*. Er wollte Reformen und prangerte die ständigen Preiserhöhungen an.²¹

8 Modernisierungsbemühungen in den letzten Friedensjahren (T.L.)

8.1 Fachausstellungen

Leipzig ergänzte bereits frühzeitig das Konzept der *Universal-* (Muster-) Messe, das sich spätestens in den 1950er-Jahren überleben würde und in der DDR-Zeit nur aus politischen Gründen bis 1989 überdauern konnte. Mit *Fachausstellungen* wurden kurz vor dem Ersten Weltkrieg neue Akzente gesetzt, so 1913 mit der Internationalen Baufach-Ausstellung (IBA) und 1914 mit der Internationalen Ausstellung für Buchgewerbe und Grafik (Bugra).²² Die Bau- und bald auch technischen Messen ergänzten „den bisherigen Schwerpunkt der allgemeinen Messen bei den Konsumgütern“ (Henning 1991, S. 298).

8.2 Wachsende Interessensvielfalt

Letztlich bestand die *eigentliche kommunikative Herausforderung* darin, die Interessen der Stadt Leipzig, ihrer einheimischen Wirtschaft – darunter die vielen Messedienstleister am Ort – und die der nationalen und internationalen Wirtschaft in Einklang zu bringen. Dass dies im Laufe der Zeit nicht mehr optimal gelang, war eine der wesentlichen Ursachen dafür, 1916 das *Messeamt für die Mustermessen* in Leipzig zu gründen.

Spätestens ab 1913 drängte die Handelskammer zu einer Reorganisation der in der ersten Hälfte der 1890er-Jahre etablierten Organisationskonstellation. Ähnlich wie damals brauchte es aber wieder äußerer Anstöße, um auch die Traditionalisten in der Stadt zu Reformen zu bewegen. Jahrhunderte lang war die Messe Lebensgrundlage und Erfolgsgarant für Leipzig: Vor diesem Hintergrund ist eine traditionalistische Haltung, das was einigermaßen funktioniert nicht ohne große Not umzustürzen, durchaus verständlich. Der Erste Weltkrieg, auch als Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts bezeichnet, sollte aber der Messe 1914 und der Wirtschaft insgesamt so zusetzen, dass allenthalben Flexibilität und Kompromissbereitschaft die Oberhand gewannen.

²¹ Geyer 1997, S. 116f.

²² Leipziger Messe GmbH (Hrsg.) ca. 2002, S. 14 und 16.

9 Die Situation zu Beginn des Ersten Weltkriegs (T.L.)

9.1 Auseinandersetzungen um die ersten Kriegsmessen

Kurz nach Kriegsausbruch 1914 kam es zwischen vielen potenziellen Messebesuchern und der Stadt Leipzig zum – teilweise auch publizistisch ausgetragenen – Streit darüber, ob die Michaelismesse stattfinden oder abgesagt werden sollte. Leipzig mit Oberbürgermeister Rudolf Dittrich an der Spitze wollte international ‚business as usual‘ demonstrieren und verschob den Messebeginn lediglich um einige Tage. Die Aussteller hingegen fürchteten, auf den Kosten sitzen zu bleiben, und wiesen auf kriegsbedingt schlechte Verkehrsverhältnisse hin. Trotz kostenseitigem Entgegenkommen der Leipziger sprach sich die überwältigende Mehrheit der Wirtschaftsverbände und Kammern gegen die Kriegsmesse 1914 aus, so dass schließlich das Dresdner Innenministerium das Abhalten der Messe untersagte. Nach Protesten aus Leipzig und nochmaligen Zugeständnissen bezüglich der Kosten nahm Dresden seine Verfügung zurück. „Die Messe fand statt und wurde zum Fiasko.“ (Geyer 1997, S. 118)

Sehr geringe Teilnahme und wirtschaftliche Verluste 1914 waren einerseits Wasser auf die Mühlen der Messegegner auch für 1915. Andererseits dauerte der Krieg inzwischen schon länger als anfangs überall gedacht, und die Wirtschaft sah sich gezwungen mit dem Kriegszustand zu arrangieren. Die Kriegsgegner Frankreich und England eröffneten 1915 „Konkurrenzmessen in London, Birmingham, Lyon und Bordeaux“ (Rodekamp 1997, S. 337).

Plötzlich wurde eine Messe, auf der die (deutsche) Wirtschaft Stärke zeigen und zugleich friedlich handeln konnte, bei vielen ökonomischen, politischen etc. Akteuren wieder zu einer attraktiven Vorstellung. Leipzig griff dieses Interesse der Branchenverbände auf und signalisierte weitestgehendes Entgegenkommen, „wenn die Verbände ihrerseits für einen guten Besuch der kommenden Messe einträten“ (Geyer 1997, S. 118).

9.2 Unmittelbare Vorgeschichte der Messeamtsgründung

Flugs darauf, am 6. Januar 1915, gründete sich in Berlin als Verein die *Zentralstelle für Interessenten der Leipziger Musterlagermessen*. Vereinsvorsitzender wurde der Porzellanfabrikant Philipp Rosenthal. Als Geschäftsführer fungierte ab Sommer 1916 der Verbandsfunktionär Dr. Raimund Köhler, der später zum Direktor des Leipziger Messeamtes werden sollte. Dem darin zum Ausdruck kommenden stärkeren Einfluss der Reichswirtschaftsverbände auf die Messeangelegenheiten hatte sich Leipzig in den kommenden Monaten und Jahren zu stellen.

In einem komplizierten Ringen verständigten sich alle Akteure auf eine Organisationslösung, die Selbstverwaltung sowie Professionalisierung ermöglichten und die Messe damit „zu einer Angelegenheit der Wirtschaft“ machte (Geyer 1997, S. 122). Die innovative und juristisch selbstständige, als Verein konstruierte Institution trat als *Messeamt* im Februar 1917 in Aktion. Gegründet worden war das neue Amt bereits im Sommer 1916 und im zweiten Halbjahr 1916 genehmigte der Reichstag jährliche Zuschüsse. Die Mitarbeiter des ehemaligen Messeausschusses der Handelskammer gingen in das Messeamt über.²³

²³ Vgl. Geyer 1997, S. 118-122.

10 Ausblick auf die Weimarer Republik (T.L.)

10.1 Geografische Ausfächerung

Sowohl im Ausland als auch im Inland – hier vor allem zur regionalen Wirtschaftsförderung und im Rahmen zunehmenden Konkurrenzkampfes der Städte untereinander – kam es zur „Auffächerung der Mustermessen während der Zeit der Weimarer Republik“.

Interessanterweise ging diese „Auffächerung“ aber mit einem *Wiederaufstieg der Leipziger Messe* einher, auch weil der „Bedarf an Messeleistungen stark anstieg“. „Über die zwanziger Jahre hinaus überstanden (...) außer dem traditionellen Standort Leipzig lediglich die Messen zu Frankfurt/M. und zu Köln die weitere Entwicklung aus eigener Kraft (...)“ (Henning 1991, S. 298 und 299f.).

10.2 Funktionale Ausdifferenzierung

Messen wurden nicht mehr allein aus wirtschaftlichen Motiven etabliert:

„Für die Gründung einzelner Messen spielten in Deutschland (...) auch politische Überlegungen eine Rolle. Dies führte zu dem Grenzlandargument (Grenzmessen). Breslau, Königsberg, Danzig, Flensburg, Kiel, Wesel und Köln sind hier zu nennen. Hinzu kamen aus anderen Gründen Magdeburg und Stuttgart. Einige dieser Pläne wurden nicht, einige nur vorübergehend oder andere mit einigen Jahren Verzögerung verwirklicht.“ (Henning 1991, S. 298)

Aber auch die wirtschaftlichen Funktionen erfuhren eine Differenzierung. Waren die mittelalterlichen Warenmessen vor allem Umschlagplätze für den Fernhandel, so „fungieren die Messen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts vornehmlich als *Gewerbemärkte*, über die die Erzeugnisse“ in die jeweils übergeordneten Märkte eingespeist werden: a) die Erzeugnisse einer Region über *regionale Mehrbranchenmessen* in Köln, Frankfurt am Main, Breslau und Königsberg sowie *regionale Fachmessen* in Berlin, Düsseldorf, Essen, Hamburg, Hannover, Magdeburg ...; b) „die Produkte zahlreicher Gewerbe- und Industriegebiete des *Deutschen Reiches* (bei den Leipziger Messen) in den nationalen und internationalen Handel“. (Möller 1989, S. 307f. Hervorh. T.L.)

11 Stadt- und messehistorisches Zwischenfazit: Blütezeit bis 1914 (T.L.)

11.1 Leipzig vor 1914 als eine deutsche Metropole und auf dem Weg zur Weltstadt

Die Entwicklung von Stadt und Messe *nach* dem Ersten Weltkrieg wird zum Teil widersprüchlich interpretiert. Aber unbestritten ist wohl, dass die Zeit im deutschen Kaiserreich, also *vor* dem ersten Weltkrieg, als Boomperiode Leipzigs und seiner (Muster-) Messe anzusehen ist.

„Leipzigs größte Blüte lässt sich genau datieren. Denn zwischen 1885 und 1910 explodierte die Einwohnerzahl von 170.000 auf 613.000. In dieser Zeit macht die Mustermesse die Stadt zur wichtigsten Drehscheibe des Welthandels; auch im Verlagswesen und im Rauchwarenhandel wurden starke internationale Führungspositionen errungen. Wäre diese Entwicklung nicht abrupt abgebrochen, könnte Leipzig heute wie Berlin, Hamburg und München den Ruf einer Weltstadt beanspruchen.“ (Tappert 2004, S. 48)

Leipzig entwickelte sich in jenen Jahren zu einer deutschen und europäischen Metropole, zu einer Top-City, was auch die späteren und gegenwärtigen Ambitionen und Visionen Leipzigs (zum Beispiel Olympiabewerbung) historisch-mental zu erklären vermag.

„Anfang des 20. Jahrhunderts war Leipzig die fünftgrößte Stadt in Deutschland. Unter den führenden Industriestädten lag sie an zweiter Stelle nach Berlin. Als Zentrum des gesamten mitteldeutschen Industriegebiets, der nach dem Ruhrgebiet zweitgrößten Wirtschaftsregion Deutschlands, war ihre Stellung unangefochten.“ (Dunte 2004, S. 48)

11.2 Leipzig zog noch einmal alle Register und entfaltete eine Ausstellungsoffensive

„Als Leipzig im 19. Jahrhundert zu einem wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Zentrum in Deutschland aufstieg, erwarb die Stadt auch eine hohe Attraktivität als Sitz neu geschaffener nationaler Institutionen.“ Dies bezog sich vor allem auch auf dauerhafte Sammlungen und zeitweilige Expositionen von Wissen und Innovationen. Dies zahlte sich Anfang des 20. Jahrhunderts aus, man denke hier zum Beispiel an die *Deutsche Bücherei* – die noch heute für jeden Studierenden, Wissenschaftler und sonstigen Wissensbegierigen einen Glücksumstand darstellt.

International wirkte die Bugra 1914, wengleich die „Weltpolitik“ den Leipzigern einen Strich durch die Rechnung machte.

„Sogar die New York Times geriet ins Schwärmen: Sie pries die Bugra 1914 als das Kulturereignis im deutschen Sommer 1914. (...) Leipzig war einst das Zentrum von all den Dingen, die zur Herstellung eines Buches gehören. Deshalb war es folgerichtig, dass die *Internationale Ausstellung für Buchgewerbe und Graphik* (Bugra) nach Leipzig einlud. Vom Mai bis Oktober 1914 kamen Gäste aus 22 Nationen auf das Gelände der späteren *Technischen Messe*, auf dem ein Jahr zuvor die *Internationale Baufach-Ausstellung* stattgefunden hatte. Vorgestellt wurden Maschinen und Produkte der Papierherstellung über Schriftgießerei, Druckverfahren, Reprinttechnik, Buchbinderei und Buchhandel bis zu Zeitungs- und Nachrichtenwesen, Bibliothekswesen und Bibliophilie. Etwa 2,3 Millionen Menschen aus aller Herren Länder besuchten die Ausstellung, welcher der Ausbruch des Ersten Weltkrieges allerdings ein jähes Ende bereitete.“ (Orbeck 2014, S. 14)

„Die Vision der Veranstalter, dass nicht Pulver und Blei, sondern Lettern und Druckerschwärze die internationalen Beziehungen prägen mögen, musste in den Wirren des Kriegsbegins begraben werden“, sagt Stephanie Jacobs, die Leiterin“ des *Deutschen Buch- und Schriftmuseums* Leipzig. (Orbeck 2014, S. 14)

Aber es gab auch weitere Initiativen, wie die eines *Reichswirtschaftsmuseums*: Der Ursprung dafür (...)

„liegt im dritten Kriegsjahr des Ersten Weltkrieges, als die ‚Volksaufklärung‘ und Propaganda nach innen und außen neu organisiert und verstärkt wurde. Die *Leipziger Handelskammer* regte die Gründung eines *Deutschen Kriegswirtschaftsmuseums* an, das eine Sammlung über die Veränderungen während des Weltkrieges aufbauen und daraus Wanderausstellungen erarbeiten sollte. (...) Kurz vor Ende des Ersten Weltkrieges ging das Museum mit einer propagandistischen Sonderausstellung ‚Kriegswirtschaft und Weltblockade‘ an die Öffentlichkeit. Als Ausstellungsort war der 1917 fertiggestellte Monumentalbau des *Verbandes Deutscher Handelsgesellschaften* (VDH) in der Zeitzer Straße 8-14 (heutige Karl-Liebknecht-Straße) gewählt worden.“ (Held 2015, S. 14)

Da es allerdings nicht gelang, mit verschiedenen Akteuren eine Finanzierung auf die Beine zu stellen, kam 1923 das Aus. (Held 2015, S. 14)

11.3 Der Erste Weltkrieg und folgende Krisen als „Dämpfer“

Der „Erste Weltkrieg traf den internationalen Handel besonders hart und die Messe gewann anschließend nie wieder die frühere Position.“ Weitere Faktoren wirkten sich aus:

„Die Oktoberrevolution (in Sowjetrußland – T.L.) sorgte dafür, dass die Rauchwarenhändler jahrelang ihren Hauptlieferanten verloren. Gleichzeitig nutzte Englands Hauptstadt London geschickt Deutschlands internationale Isolierung und zog diesen Markt an sich. Die Weltwirtschaftskrise ließ auch noch den Buchabsatz einbrechen und die Nachfrage der Leser nach Zeitschriften anziehen. Berlin und München gelang es dadurch, Leipzig als Druckstandort zu überflügeln.“ (Tappert 2004, S. 48)

12 Anhang

12.1 Der Autor der Texte über die Leipziger Messe als Mustermesse bis zum Ersten Weltkrieg

T.L. = Tobias Liebert

Die Basis vorstehender Abhandlung bilden unveröffentlichte Texte von T.L. aus dem Umfeld der wissenschaftlichen Konferenz von 1997 (*Leipzigs Messen 1497-1997*). Die Texte wurden 2013/2014 von T.L. überarbeitet und wesentlich ergänzt. Eine weitere Ergänzung fand 2015 statt.

12.2 Literaturverzeichnis

Bentele, Günter (1997): Messe, Medien und Kommunikation. In: Rodekamp, Volker (Hrsg.) (1997): Leipzig Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg. Leipzig: Leipziger Messe Verlag. S. 145-154.²⁴

Bentele, Günter; Liebert, Tobias (2005a): Medien- und Kommunikationsstandort Leipzig In: Schmidt, Helga u. a. (Hrsg.) (2005): Der Leipzig-Atlas. Unterwegs in einer weltoffenen Stadt am Knotenpunkt zwischen West- und Osteuropa. Köln: Emons. S. 206-207.

Bentele, Günter; Liebert, Tobias (2005b): PR-Geschichte in Deutschland. Allgemeine Entwicklung, Entwicklung der Wirtschafts-PR und Berührungspunkte zum Journalismus. In: Arnold, Klaus; Neuberger, Christoph (Hrsg.) (2005): Alte Medien – neue Medien. Festschrift für Jan Tonnenmacher. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. S. 221-241.

Blaschke, Karlheinz (1991): Der Übergang von der Warenmesse zur Mustermesse im 19. Jahrhundert. In: Koch, Rainer (Hrsg.) (1991): Brücke zwischen den Völkern. Zur Geschichte der Frankfurter Messe. Bd. 1. Frankfurt am Main: Dezernat für Kultur und Freizeit. S. 263-280.

²⁴ Vgl. auch den weitgehend identischen Beitrag von Bentele in: Zwahr, Hartmut; Topfstedt, Thomas; Bentele, Günter (Hrsg.) (1999): *Leipzigs Messen 1497-1997*. Teilband 1. Köln; Weimar; Wien: Böhlau. S. 33-48.

Dunte, Andreas: Stadt der Messen, Pelze und Fabriken. Leipzig – einst wichtige Industriemetropole. In: *Impulse*. Beilage der Leipziger Volkszeitung. 8. September 2004. S. 48.

Geyer, Jochen (1997): Der langsame Abschied vom Privileg. Die Gründung des Meßamtes für die Mustermessen in Leipzig. In: *Rodekamp, Volker* (Hrsg.) (1997): *Leipzig Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg*. Leipzig: Leipziger Messe Verlag. S. 113-122.²⁵

Held, Steffen (2015): Vor 95 Jahren begann Aufbau des Reichswirtschaftsmuseums. In: *Leipziger Volkszeitung*. 29. Juli 2015. S. 16.

Henning, Friedrich-Wilhelm (1991): Zentraleuropäische Mustermessen von 1914 bis zur Gegenwart. In: *Koch, Rainer* (Hrsg.) (1991): *Brücke zwischen den Völkern. Zur Geschichte der Frankfurter Messe*. Bd. 1. Frankfurt am Main: Dezernat für Kultur und Freizeit. S. 295-316.

Heubner, P. L. (1909): *Die Leipziger Messe*. München: Georg D. W. Callwey.

Koch, Rainer (Hrsg.) (1991): *Brücke zwischen den Völkern. Zur Geschichte der Frankfurter Messe*. Bd. 1. Frankfurt am Main: Dezernat für Kultur und Freizeit.

Leipziger Messe GmbH (Hrsg.) (o. J., ca. 2002): *Geschichte(n) der Leipziger Messe*. Leipzig.

Liebert, Tobias (1999): Messe und mehr? Kommunale Imagepolitik für Leipzig. In: *Zwahr, Hartmut; Topfstedt, Thomas; Bentele, Günter* (Hrsg.) (1999): *Leipzigs Messen 1497-1997*. Teilband 2: 1914-1997. Köln; Weimar; Wien: Böhlau. S. 687-702.

Liebert, Tobias (2003): *Der Take-off von Öffentlichkeitsarbeit. Beiträge zur theoriegestützten Real- und Reflexions-Geschichte öffentlicher Kommunikation und ihrer Differenzierung*. Leipzig: Univ., Inst. f. KMW.

Messe Berlin GmbH (2014): *Historie*.

In: <http://www.messe-berlin.de/Unternehmen/Geschichte/>

Und: *Die Geschichte des Messeplatzes Berlin (Langfassung)*.

In: http://www.messe-berlin.de/media/mb/mb_media/mb_pdf/unternehmen_1/geschichte_1/Historie_Langfassung.pdf (das Dokument ist heute nicht mehr oder nicht mehr unter dieser Adresse verfügbar)

Möller, Holger (1989): *Das deutsche Messe- und Ausstellungswesen. Standortstruktur und räumliche Entwicklung seit dem 19. Jahrhundert*. Trier: Zentrallausschuss für deutsche Landeskunde.

Orbeck, Mathias (2014): Die vergessene Weltausstellung. In: *Leipziger Volkszeitung*. 28. Februar 2014. S. 14.

Pohl, Hans (Hrsg.) (1989): *Die Bedeutung der Kommunikation für Wirtschaft und Gesellschaft*. (= VS VVG-Beiheft 87). Stuttgart: Franz Steiner.

²⁵ Vgl. auch den in Teilen ähnlichen Beitrag: *Geyer, Jochen* (1999): *Selbstverwaltete Messe*. In: *Zwahr, Hartmut; Topfstedt, Thomas; Bentele, Günter* (Hrsg.) (1999): *Leipzigs Messen 1497-1997*. Teilband 2: 1914-1997. Köln; Weimar; Wien: Böhlau. S. 451-470.

Preil, Eberhardt (1961): Werbehistorie um die Leipziger Messe. In: Neue Werbung. Jg. 1961, Nr. 11. S. 30-35.

Rodekamp, Volker (Hrsg.) (1997): Leipzig Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg. Leipzig: Leipziger Messe Verlag.

Stadt Leipzig (Hrsg.): Allgemeiner Verwaltungsbericht des Rates der Stadt Leipzig 1914-18. Leipzig, 1920/21.

Tappert, Andreas: Warum wurde Leipzig keine Weltstadt? In: Impulse. Beilage der Leipziger Volkszeitung. 8. September 2004. S. 48.

Wendtland, Dr. (1917/18): Der Aufbau des Messeamts. In: Die Leipziger Muster-Messe. Amtliche Zeitung des Messeamts für die Mustermessen in Leipzig. Erster Jg. 1917/18. Nr. 13. S. 6ff.

Zwahr, Hartmut; Topfstedt, Thomas; Bentele, Günter (Hrsg.) (1999): Leipzigs Messen 1497-1997. Teilbände 1 und 2. Köln; Weimar; Wien: Böhlau.