



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

55. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 19. SEPTEMBER 1930 / Nummer 38

Die Leipziger Herbstmesse in Seitenbeleuchtung

Es gibt in der Welt Dinge, über die der Fernstehende nie ein richtiges Licht bekommt, obgleich von allen Seiten, aber eben widersprechend, reichlich Nachrichten gegeben werden. Dazu gehört Rußland vor und nach dem Kriege, das ganze Amerika, aber auch die Leipziger Messe. Ganzen Bevölkerungsschichten ist die Leipziger Messe nur als ein mehrwöchiger Rummel im Frühjahr und im Herbst bekannt, eine Art Vogelwiese, ein Jahrmarkt mit allen Waren und dazu gehörigem Schaustellerhaufen, den man auch „Vergnügungspark“ nennt.

Dank der Riesenpropaganda, die in allen Teilen der Welt mit großen, auch städtischen, Staats- und Reichsmitteln gemacht wurde, weiß zum wenigsten der Kaufmann, was wirklich unter Leipziger Messe gemeint ist und was sie für den Handel zu bedeuten hat, dessen verschiedenen Zweigen sie mehr und mehr durch Branchenteilung, auch zu anderen Meßzeiten, entgegenzukommen sucht.

Immer vor der Messe ergehen aus der Feder der dafür berufenen Schriftsteller die voller Rosigkeit gehaltenen Aufforderungen zur Teilnahme als Aussteller oder Einkäufer und ermutigen immer wieder, und nun erst gerade, den Kaufmann, der wegen andauernder Mißerfolge oder Nichtbefriedigung ihr abgesagt hatte.

Es läßt sich denken, daß in dieser schlechten Zeit schon ein starker Mut dazu gehören muß, die lockenden Weisen ertönen zu lassen, aber die Messe, insbesondere die Herbstmesse, kämpft ja um ihr Bestehen, und deshalb darf man nicht zu peinlich sein und auch etwas mehr Optimismus bemerken lassen, als tatsächlich die Seele beschwingt. Der Ausgang der diesmaligen Herbstmesse, als im hoffentlich tiefsten Stande unserer Wirtschaft stattfindend, schien vielen als Kriterium dafür gelten zu sollen, ob ihr Fortbestand berechtigt sei oder nicht. Und zu aller Erstaunen hat sie sich — angesichts allerdings schwacher Hoffnungen — besser gehalten, als erwartet wurde. Das gilt von den Ziffern der Aussteller und Einkäufer, auch des Auslandes, als auch von den Verkäufen. Es kam sogar vor, daß Firmen, die nicht ausgestellt hatten, von Ausländern gesucht wurden. Die Verteidiger der Herbstmesse schreiben sich schon den Sieg zu und behaupten, sie habe ihre Notwendigkeit bewiesen.

Man muß bei der heutigen Weltwirtschaftslage allerdings jede Geschäftsmöglichkeit begrüßen, und da auch für den Export gilt, daß manche Firmen zur rechten Zeit an den Einkäufer heranzukommen wußten, den Absatz vergrößern, den Umsatz beschleunigen und den Gewinn

steigern konnten, so soll man sie ruhig jubeln lassen und sich darüber freuen.

In schweren Zeiten ist es immer so gewesen, daß die Einkäuferzahlen nicht so groß, dafür aber ernst zu nehmen waren. Auch auf den Messen unserer Branchen fanden wir eigentliche Unzufriedenheit nicht. Die Großfirmen der Industrie hatten nicht ausgestellt, aber ihre Verkaufskojen geöffnet, und siehe da, es kamen allerlei Kunden, die sich besonders für neue Sachen im Stil interessierten, wobei sie sich aber mit Zeichnungen zufrieden geben mußten.

Es liegen noch keine Schätzungszahlen über die Meßverkäufe vor, und es läßt sich auch gar nicht sagen, ob eine relative Zufriedenheit von jedem behauptet werden kann. Es wird sogar von Spöttern gesagt, daß es gar nicht der Hauptzweck der Anwesenheit in Leipzig sei, Geschäfte zu machen, sondern mit gutem Grunde einige Tage von zu Hause fortzukommen. Ganz unwahr ist das erfahrungsgemäß in manchem Falle nicht; es gilt von Einkäufern wie von Verkäufern. Doch scheinen die heutigen Umstände und auch die in Leipzig zur Messe immer verteuerte Preisstellung der Hotels und zentral gelegenen Wirtschaften vielen den Spaß zu verderben. Die Preiserhöhung der an sich schon hohen Preise für Speisen betrug 20–25%, was man in Hinsicht auf den anderwärts selbst beim Gastwirt erfolgenden Abbau als unerhört bezeichnen muß. Andere Fachzeitungen, insbesondere der Textilbranche, nehmen ihre Freunde in den schärfsten Ausdrücken in Schutz; wir möchten die Bezeichnungen nicht wiederholen, um unschuldige Leipziger nicht zu verletzen. Es genügt uns, im Namen der Aussteller und Einkäufer der Uhrenbranche öffentlich dagegen zu protestieren. Merkwürdigerweise sind die Leipziger Behörden mit dieser temporären Erhöhung der Preise einverstanden, weil die Gastwirte erhöhte Unkosten durch den stärkeren Besuch haben. Die fehlerhafte Logik ist damit erwiesen, daß ein Kaufmann, der auf der Messe große Aufträge erhält, die ihn zwingen, zeitweise mehr Arbeiter zu beschäftigen, seine Preise auch nicht erhöhen kann. Durch den Mehrumsatz ist ein schon berechtigter größerer Gewinn vorhanden, die Gastwirtslogik will zweimal Mehrgewinn: a) durch Absatz, b) durch gesteigerten Preis.

Ähnliche Dinge in der Vermietung der Hotelwohnungen sind schon seit langen Jahren Gegenstand der Klage.

Die Antwort der Meßbesucher besteht darin, daß alle, die mit dem Auto nur zwei bis drei Stunden zu fahren