

Zeit ist Geld

Für viele Abmachungen wird eine Fristsetzung benötigt, bis zu der bestimmte Leistungen erfüllt werden sollen. Geld muss arbeiten, Gewinne müssen reinvestiert werden oder – wie es bereits vor Benjamin Franklin belegt ist: »Time is money«. Oft haben sich dafür Stichtage etabliert, etwa der Monatserste. Auch in Rom waren am Monatsbeginn, den Kalendae, viele Zahlungen fällig, deren Verschriftlichung in Kalendarien erfolgte. Stichtage haben darüber hinaus den Zweck, einen Überblick über die wirtschaftliche Situation zu gewinnen. Für die Bewertung von Leistung ist Zeit die wesentliche Bezugsgröße. Der zeitliche Aufwand führt zu logistischen Höchstleistungen wie dem Messewesen. Die frühzeitige, belastbare Information führt zu Gewinnen an der Börse.

Für große Unternehmen besteht eine Publikationspflicht ihrer Jahresbilanz. Bilanzierungsgrundsätze wurden in den Banken und Handelshäusern der Renaissance entwickelt und dienen sowohl der Besteuerung, der Kreditvergabe, als auch der Information der Teiler. Das Geschäftsjahr kann dabei durchaus vom Kalenderjahr abweichen. Die im Geschäftsbericht der Daimler-Motoren-Gesellschaft Cannstatt (DMG) publizierte Bilanz von 1903 zeigt das Unternehmen in einer entscheidenden Phase. Die hohe Leistung seiner Motoren hatte es zum führenden Autoausstatter werden lassen. Die eigenen Mercedes Simplex Modelle, von denen man 232 Stück im Jahr 1903 verkaufen konnte, befeuerten Umsatz und Gewinn. 1902 hatte man die Motorfahrzeug- und Motorenfabrik Berlin AG (MMB) eingegliedert.

Diese Bilanz schafft allerdings wenig Klarheit. Sie weist grundlegende Zahlen wie Materialaufwand und Lohnkosten nicht gesondert aus. Ihre Publikation wurde notwendig, weil sich mit der Eingliederung der größeren Autofabrik in Berlin-Marienfelde die Autofabrik in Cannstatt zur Publikumsgesellschaft wandelte. Die guten Ergebnisse ermöglichten den schnellen Aufbau des Werks in Untertürkheim nach dem Brand der Betriebsgebäude auf dem Seelberg in Cannstatt im Juni 1903. Die LKW-Produktion erfolgte künftig in Berlin. Die Gewinne wurden in diesen Jahren weitgehend (94 %) reinvestiert, dennoch sank



Redaktion und Verwaltung: Wien, XIII., Hietzinger Hauptstraße 117a. Telefon 81-8-67. Postcheckkonto 182.391.

Jährlich 12 Nummern. Bezugspreis: Ganzjährig K 12.000.—, für das Ausland Schweizer Franken 8.—, Tschechoslowakei K 2 40.—, Anzeigenpreis laut Tarif

Der Weltbund der Messebesucher und Aussteller.

Eine Anzahl mitten im Geschäftsleben stehender und mit dem Messewesen zumeist vertrauter Persönlichkeiten hat im Hinblick auf die große Bedeutung, die heutzutage dem Wirtschaftswesen und den jetzt an verschiedenen Orten entstandenen Messen zukommt, beschlossen an die Gründung eines Weltbundes zur Pflege der gegenseitigen und wirtschaftlichen Gemeinschaft aller Messebesucher und -aussteller zu schreiten.

Der Weltbund der Messebesucher und -aussteller stellt sich zur Aufgabe, alle im In- und Auslande wohnenden Messebesucher und -aussteller zu erfassen, mit ihnen wirtschaftliche Gemeinschaft zu pflegen und seinen Mitgliedern in allen Messeangelegenheiten mit kostenlosem Rat, Vermittlung von Einkäufer- und Ausstellerlegitimationen und Vertretern, Bekanntmachung mit ausländischen Gesetzen, Tarifen und Zöllen, Herausgabe eigener Nachrichten usw. zu dienen, kurzum, alles zu tun, was den Mitgliedern in allen Messeangelegenheiten nützlich sein könnte.

Der Weltbund der Messebesucher und -aussteller soll seinen Sitz in Wien haben. Er gliedert sich in Bundesgruppen, die sich zu Landes- und Reichsverbänden vereinigen. Es werden Weltkongresse anlässlich der Messen, abwechselnd stets an anderen Orten, in Aus-

sicht genommen. Die Geschäfte des Bundes führt das Sekretariat.

Es ist zu hoffen, daß unter der Führung des Weltbundes die jetzt im Messevereinswesen herrschenden Kollisionsen (wir verweisen nur auf die Unstimmigkeiten zwischen den einzelnen deutschen Messeleitungen und -verbänden) verschwinden und sich tatsächlich alle Messeintressenten zur gemeinsamen Arbeit und zum Besten aller Messebesucher und -aussteller in der ganzen Welt zusammenfinden werden.

Wichtig erkennt, daß nur die Messen es ermöglichen, den Interessenten neue Erzeugnisse und die neuesten Produktionsmöglichkeiten unter intensivster Ökonomie vorzuführen, was das gegenwärtig kostspielige Reisen vom Geschäft zu Geschäft, von Land zu Land nie erreichen kann, wird sich sicherlich unserem Bunde anschließen.

Beitrittsanmeldungen und Anträge sind an das Sekretariat des Weltbundes der Messebesucher und -aussteller, Wien, XIII., Hietzinger Hauptstraße 117a, zu richten.

Ebenso werden zur Errichtung von Zweigstellen an allen Orten des Auslandes Anmeldungen von Exporteuren, Speditoren usw. erbeten.

Für das vorbereitende Komitee:

Max Bude, Direktor der Wiener Werkstätte, Wien.
Dr. Leo Derblich, Prag.

Dr. Friedr. Lorinser-König,
S. Falkenberg, Rotterdam.

Robert Lederer, Redakteur,
Dr. Erat, Bordighera—San Remo.

L'union universelle des visiteurs et expositeurs des foires.

Un nombre des personnes qui sont bien informés du manière des foires et en consideration des multiples avantages qu'offrent les foires, ont pris la résolution à fonder l'union universelle pour tous les intérêts des visiteurs et expositeurs des foires.

L'union universelle des visiteurs et expositeurs des foires cherche à faire la communication avec les visiteurs et expositeurs sur tout le monde, elle donne des informations gratuits aux membres, elle procure les cartes de legitimations, elle fait connaître les lois étrangères, des tarifs de chemin de fers et douane etc. elle publie des bulletins, enfin tous ce qu'est nécessaire aux membres de l'union pour faire connaître les affaires des foires.

L'union universelle des visiteurs et expositeurs des foires est siégée à Vienne. Elle fondera des associations en divers pays et à l'occasion des foires ou arrangeras des congrès universels, alternativement en divers lieux.

Les affaires de l'union sont exécutés du secretariat. Nous vous prions de vouloir bien envoyer les déclarations d'inscription et des renseignements aux: Sekretariat des Weltbundes der Messebesucher und -aussteller, Wien, XIII., Hietzinger Hauptstraße Nr. 117a.

Nous demandons encore des déclarations d'exportateurs et des maisons d'expédition etc. pour fonder des agences en tous lieux.

durch Vertreterreisen, Kommissionshandel und Filialbildung in den Hintergrund. Stattdessen entstanden, beginnend in Leipzig, Mustermessen, welche sich vor allem an Händler und größere gewerbliche Verbraucher richteten. Heute dominieren die Kontaktmessen wie die Buchmessen in Leipzig und Frankfurt und die zahlreichen, vielfach internationalen Fachmessen, bei denen Deutschland mit den wichtigsten Leitmessen und den Messegeländen in Hannover, Frankfurt, Köln und Düsseldorf führend ist.

Von der *Internationalen Messezeitung* lassen sich zwischen 1921 und 1926 nur noch Teile nachweisen. Es handelt sich um einen Versuch, die Interessen der Besucher und Aussteller zu koordinieren, da infolge der wirtschaftlich desolaten Situation ein Messebesuch oft zu kostspielig war. Zugleich war durch die Kriegswirtschaft ein erheblicher Nachholbedarf im Konsumgüterbereich entstanden, der auch in den mitteleuropäischen Staaten zu einer Flut neuer Mustermessen führte, da man sich von ihnen jeweils eine Stärkung der wirtschaftlichen Situation vor Ort erhoffte. Auch in Wien gab es eine Messeneugründung. Im Umfeld der Wiener Werkstätten entstand eine Redaktion, welche neben der Publikation dieses zumeist 14täglich erscheinenden, wesentlich durch Anzeigenpublikation geprägten Blattes mit Berichten von den einzelnen Messen ihre Unterstützung in der Vermittlung von Geschäftskontakten anbot. In diesem Zusammenhang versuchte man, eine Interessenvertretung der Messebesucher und Aussteller zu gründen. Erfolgreicher war 1925 die Gründung der Union des Foires Internationales (UFI), vor allem aber des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft (AUMA, 1907), der auch von den Messeveranstaltern und der Industrie getragen wurde.

Die Kontaktmesse sichert den Vorsprung an Information. Informationstechnologie und Internet haben inzwischen effizientere Märkte geschaffen. Amazon und Ebay sind global agierende Marktplätze. Der IT-gestützte Hochfrequenzhandel am Wertpapiermarkt gewinnt aus den Daten kleinste Informationsvorsprünge für erfolgreiche Transaktionen. Auf ihm fußt heute der größere Teil des Umsatzes der Börsen und er trägt wesentlich zur Effizienz der Kapitalmärkte bei.

↳ Rupert Schaab

Literatur

→ Max Kruk / Gerold Lingnau: 100 Jahre Daimler-Benz. Das Unternehmen, Mainz 1986, S. 43–60; → Wilfried Feldenkirchen: »Vom Guten das Beste«. Von Daimler und Benz zur DaimlerChrysler AG, Bd 1: Die ersten 100 Jahre, München 2003, S. 68f.; → Holger Möller: Das deutsch Messe- und Ausstellungswesen. Standortstruktur und räumliche Entwicklung seit dem 19. Jahrhundert, Trier 1989, S. 116–145; → Heinrich G. Neudhart: Wiener Internationale Messe. Vorgeschichte, Anfänge und Entwicklung bis zur kriegsbedingten Einstellung 1942, Lohmar 2011.