

Ausstellungen und Messen Situation 1956 = Expositions et foires, situation en 1956 = Exhibition and trade fair : the situation in 1956

Autor(en): **Nestler, Paolo**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Bauen + Wohnen = Construction + habitation = Building + home :
internationale Zeitschrift**

Band (Jahr): **10 (1956)**

Heft 12

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-329351>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ausstellungen und Messen Situation 1956

Expositions et foires, situation en 1956
Exhibition and Trade Fair. The Situation in 1956

Im Verlauf einer mehrere Stunden lang sich dahinschleppenden Sitzung, welche den im Protokoll festgelegten Zweck zu erfüllen hatte, über die Gestaltung und Thematik eines Ausstellungsstandes auf einer »Verkaufsmustermesse« Klarheit zu schaffen, überraschte (nicht ganz allerdings) einer der Teilnehmer mit der Feststellung, daß eine Verkaufsmesse keine Triennale sei, Gott bewahre, und ... daß der kaufmännische Gesichtspunkt bei allen mit der Messe zusammenhängenden Fragen und auf alle Fälle hier im Vordergrund stehen müsse. Verkaufen ... daß sei das Wichtigste und alles andere unwichtig ... denn ... in Schönheit sterben ... und so weiter ... wir kennen die Redewendung. In unserem Nachkriegswirtschaftswunderdeutschland bekommen wir sie bei allen möglichen Gelegenheiten oft genug zu hören.

Ich wünschte, daß der Verkünder dieser programmatischen Weisheit sich der Mühe zu unterziehen die Zeit gefunden haben mochte, neben einem Oktoberfestbummel die »IKOFA« zu besichtigen. Für diejenigen Leser, die mit der geheimnisvollen Wissenschaft der Abkürzung von Messetiteln nicht vertraut sein sollten, will ich gerne die volle Formel zu dieser Veranstaltung aufschlüsseln. Es handelt sich um die »Internationale Kolonialwaren- und Feinkostausstellung«, stattgefunden in München, vom 21. September bis zum 7. Oktober des Jahres 1956. Ich wünschte es sehr, denn hier hat wirklich alles andere als die Triennale Pate gestanden, im Gegenteil, hier war es so, als ob es auf der Welt Veranstaltungen wie die Triennale überhaupt noch nicht gegeben hätte, so, als ob die zahlreichen, sehr ernsthaften Bemühungen, in das turbulente Bazardurcheinander der reinen Verkaufsmessen eine sichtbare Ordnung zu bringen, Bemühungen, darüber hinaus die große Masse der Aussteller zu einer wenigstens in formaler Hinsicht sachlichen und im heutigen Sinne gestalteten Ausstellungstechnik ihrer Messestände zu bewegen, vollkommen umsonst gewesen seien.

Vor dem Krieg bestand das Messewesen aus einigen wenigen übergroßen, die gesamte Wirtschaft umfassenden Veranstaltungen, etwa in der Art der Leipziger Messe. Heute dagegen haben sich neben den großen Muster-messen, wie sie zum Beispiel jährlich in Hannover, Mailand oder Paris stattfinden, eine Unzahl von kleineren Fachausstellungen entwickelt, die entweder an die Produktion eines gewissen Landstriches oder an die Erzeugnisse eines bestimmten Industrie- oder Handwerkszweiges gebunden sind. Diese kleinen Ausstellungen sind meistens von sehr kurzer Dauer und eigentlich nur für den Fachmann gedacht. Die Überlegung, daß die einzelnen Industriezweige infolge ihrer Entwicklung nicht erschöpfend auf einer allgemeinen Muster- oder Verkaufsmesse vertreten werden können, hat wohl dabei eine bestimmte Rolle gespielt. Im abgelaufenen Jahr 1956 steht im Messekalendar für die ganze Welt die für ein einziges Jahr immerhin beachtliche Zahl von 1195 abgehaltenen Ausstellungen und Messen, wovon 239 allein in der Bundesrepublik stattfanden. Über die Fragwürdigkeit dieser großen Masse von Veranstaltungen, über ihre Zweckmäßigkeit und Richtigkeit innerhalb unseres Wirtschaftsgefüges sind viele Betrachtungen angestellt worden. Sie kommen zum Teil aus Kreisen der Wirtschaft, aber in sehr starkem Maße aus Kreisen, die der Überzeugung sind, daß derlei Veranstaltungen, wenn sie ohne irgendeine geistige oder erzieherische Zielsetzung, sondern nur zu ihrem Selbstzweck stattfinden, sich zu einem billigen Jahrmarkt degradierten, deren wirtschaftliche Funktion zwar irgendwie zu rechtfertigen sei, aber deren kultureller Wert als negativ zu werten ist. Vom wirtschaftlichen Standpunkt aus betrachtet wird die Zeit zeigen, ob diese Entwicklung des Messewesens richtig ist. Sollten die vielen Veranstaltungen überflüssig sein, werden sie eingehen und verschwinden. Zum heutigen Zeitpunkt aber kann man nur feststellen, daß die Zahl der Aussteller und Besucher von Jahr zu Jahr größer wird, und das ist meines Erachtens ein Zeichen dafür, daß diese vielen Messen und die Art ihrer Organisation einfach zu unserer Wirtschaft gehören und daß sie zweifellos als ein wichtiger Faktor innerhalb deren Entwicklung zu betrachten sind. So positiv im großen und ganzen die wirtschaftliche Beurteilung des heutigen Ausstellungsens ausfallen mag, mit um so größerem Vorbehalt muß an sie herangegangen werden, wenn man die zahlreichen anderen Probleme untersucht, die auf einer Reihe anderer Gebiete mit der Organisation, Gestaltung und Durchführung der heutigen Messen zusammenhängen. Ich muß einige Zeilen lang auf das Münchner Beispiel zurückgreifen, denn die hier angerührten Fragen gehören nicht zu dieser Veranstaltung allein. Die »IKOFA« ist vielmehr ein Schul-

beispiel für alle anderen Messen jeder Art, die im Ablauf eines Jahres auf der ganzen Welt abgehalten werden.

Bei dem Plakat fängt es an. Es ist merkwürdig, daß die Veranstalter fast immer an die unbegabtesten Plakatal-maler geraten. Wenn man das »IKOFA«-Plakat betrachtet, möchte man meinen, daß alle guten Münchner Grafiker ausgewandert seien. Schwarzer Grund (vielleicht weil einige Kolonialwaren aus Afrika kommen), mit einem Gebilde unten rechts, das irgendwie als Languste anzusprechen ist, und — wie sollte es anders sein — einem, raten Sie mal ... jawohl ... Zuckerhut! Fürwahr eine pikante kulinarische Verbindung, und das in der Heimatstadt von Herrn Walterspiel.

Die Aufgabe eines Veranstalters ist zunächst eine rein kommerzielle. Ihm stehen einige tausend Quadratmeter in Hallen und Freigelände zur Verfügung, und die müssen, soll sich das Unternehmen rentieren, gefüllt werden, wie und mit wem ist im Grunde gleichgültig. Also wird die Trommel geschlagen. Der Vertragsarchitekt teilt Flächen ein, schiebt auf dem Papier das Ganze ein bißchen hin und her, bis alles untergebracht ist, schreibt Höhen vor, die nie eingehalten werden, und wenn er nach der Gestaltung des Haupteinganges noch ein wenig Geld übrig hat, denkt er vielleicht an eine Art Rahmgestaltung um das Ganze herum. Das Geld bleibt natürlich nie übrig. Und so kommen sie alle. Die Aussteller. Unter ihnen hat der eine oder andere das Glück gehabt, an einen guten Architekten oder Gestalter zu geraten, oder er hat sich bewußt dazu entschlossen —welche Seltenheit —, einen namhaften Mann mit der Gestaltung seines Standes zu beauftragen. (In unserem Falle zum Beispiel die Jener Glaswerke mit dem ausgezeichneten Stand des Prof. Arnold Bode, der voraussichtlich die deutsche Abteilung auf der nächsten Triennale gestalten wird.) Aber die meisten anderen? Ich habe mir die Zeit genommen, einen Tag vor der Eröffnung einen Rundgang durch die für den Presseempfang bereits hergerichteten Bazarstände der »IKOFA« zu unternehmen. Und bei dem, was ich gesehen habe, kann ich nur sagen: »Ihr Herren Werbeleiter der großen Industrieunternehmen, ihr Herren Junior-chefs und in eurer Eigenschaft als Standaussteller, ihr wildgewordenen Herren Tapezierermeister, bedenkt, bitte, daß wir das Jahr 1956 schreiben und nicht das Jahr 1905! Versucht doch zu vermeiden, mit derselben Eichen-garnitur auf eine Ausstellung zu kommen, mit der eurer Großvater ausgezogen ist, versucht den Fortschritt nicht nur darin zu sehen, daß euer Mercedes 220 S draußen vor der Halle steht, und versucht euch mit dem Gedanken zu befreunden, daß es bei weitem nicht mehr ausreicht, wenn ihr euch dazu durchringt, Fotos in gewisser Nierenform an die in den Fabrikarben gestrichenen Hartfaser-platten eures Standes unregelmäßig anzuheften.«

Der Presseempfang — einen Tag vor der Eröffnung — spielte sich nach einem schnellen, selbstgefälligen Rundgang mit den Veranstaltern im sogenannten chinesischen Restaurant ab, bei Weißwurstessen und Bier. Und da das Bier und die Weißwürste gut waren und der eigentliche Zweck ihrer Mission irgendwie hier seine Erfüllung gefunden hatte, schrieben die Reporter in den nächsten Tagen von der gelungenen und ausgezeichneten »IKO-FA«-Ausstellung. Ja, ich möchte sagen, von einem einmaligen Ereignis.

Damit sind wir am Kern der ganzen Angelegenheit angelangt und eigentlich mitten in den Problemen, von denen vorher die Rede war. Ich bezweifle keineswegs, daß die »IKOFA« wirtschaftlich, das heißt für die Veranstalter und für die Aussteller, ein großer Erfolg gewesen sein mag, aber ist das alles? Ich möchte sogar sagen, daß es bestimmt eine gewisse ökonomische Bewandnis mit der Tatsache auf sich hat, daß innerhalb der Wirtschaft unserer Tage und unserer Länder Veranstaltungen wie die »IKOFA« stattfinden. Sie gehören zweifellos in das Gefüge unseres Wirtschaftslebens, ja sie sind ganz bestimmt charakteristisch für seine Entwicklung, aber genau betrachtet ist ihre erschreckende Einseitigkeit, ihre amüsische Geistlosigkeit und ihre sture Krämergesinnung ein Armutszeugnis für unsere Zeit. Die Kluft zwischen dem Fortschritt und der kulturellen Bändigung seiner geschwinden Entwicklung wird an solchen Beispielen immer deutlicher. Wie ist es sonst möglich, daß eine wirklich schön gestaltete, perfekt funktionierende Maschine immer noch auf einem Chippendelepodest ausgestellt wird, umgeben von Lorbeerbüschen und Samtdraperie? Die Möglichkeit und die Mittel hätten wir, diese unsere Maschine mit den straffen Requisiten unserer heutigen Ausstellungs-technik sachlich dem Betrachter zu präsentieren, ganz im Dienste der Maschine. Ganz im Dienste einer richtigen Einstellung zu dem Betrachter selbst, der sonst wie in einer Schafherde an einer Ansammlung von mehr oder weniger dekorierten Gegenständen, die ihn mehr oder weniger interessieren, apathisch vorbeizieht. Gerade die Triennale und eine Reihe von Veranstaltungen dieser Art zeigen uns, mit welchem Charme, mit welchem Witz und mit welcher Kultur das gemacht werden kann. Die kleine Sensation, der kleine billige Dekoreffekt, den mancher Aussteller seit Jahren von Messe zu Messe schleppt, ist wirklich kein Deus ex machina mehr, auch wenn er jahrelang für einen solchen gehalten worden ist. Unser Deus ex machina kommt wo ganz anders her. Und wenn wir verhindern wollen, daß die Messen immer mehr den Charakter von nordafrikanischen Bazars annehmen, wenn wir wollen, daß sie durch ihre eigene Ordnung, die Haltung ihrer Anlage und die Gestaltung derjenigen Teile, die eine unmittelbare Verbindung zwischen Ware und Betrachter herzustellen haben, auf die Millionen Menschen, die sie besuchen, auch erzieherisch wirken sollen, dann ist es höchste Zeit, daß die verantwortlichen Leute innerhalb der Industrie und innerhalb der Messebetriebe dertart stereotype Formulierungen über das Verhältnis zwischen dem Triennalegedanken und der Verkaufsmesse gar nicht erst in den Mund nehmen. Beide können sehr gut und fruchtbar miteinander verbunden werden. Dabei brauchen die kaufmännischen Gesichtspunkte keineswegs vernachlässigt zu werden. Es soll nach wie vor verkauft werden ... und vielleicht wird sogar mehr verkauft. Womit der Sinn einer Messe doppelt erfüllt wäre.

- 1 Luftfahrtmechanische Geräteindustrie; Stand auf der Mailänder Messe 1955. Beispiel für einen »Bazar«-Stand üblicher Art.
Industrie aéronautique: Pavillon à la Foire de Milan 1955.
Aeronautical Industry: Pavilion at Milan Fair 1955.
- 2 Messestand der Schott-Glaswerke in Hannover. Beispiel für einen entworfenen und gut detaillierten Stand. Entw.: Prof. Arnold Bode.
Pavillon de foire des Verreries Schott à Hanovre.
Exhibition Pavilion of the Schott Glasworks in Hanover.
- 3 Messestand einer Kunstfaserindustrie, Mailänder Messe 1956. Beispiel für einen sauber gestalteten Messestand. Entw.: Bianchetti, Mailand.
Pavillon de foire d'une industrie de fibres synthétiques, à la Foire de Milan 1956.
Exhibition Pavilion of a Synthetic Fibre Industry, Milan Fair 1956.

