

## Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Inhaltsverzeichnis	6
Tabellenverzeichnis	9
Abbildungsverzeichnis	9
Verzeichnis der Abkürzungen und Zeichen	10
<b>E I N F Ü H R U N G</b>	<b>13</b>
<b>A. Zur Anlage der Arbeit</b>	<b>13</b>
I. Fragestellung und Vorgehensweise	13
II. Literatur und Quellenlage	17
III. Terminologische Abgrenzungen	19
<b>B. Ursprünge der Kölner Messe</b>	<b>21</b>
I. Rückblick auf fast 1000 Jahre deutsche Messegeschichte unter besonderer Berücksichtigung Kölner Entwicklungen	21
I.1 Vom Markt zur Messe	21
I.2 Bedeutungswandel vom Mittelalter bis zum Ende des 19. Jahrhunderts	24
I.3 Neuorientierung im Messewesen des frühen 20. Jahrhunderts	33
I.3.a Veränderungen der Messelandschaft	33
I.3.b Leipzig	37
I.3.c Die Grenzlandmessen	43
I.3.d Ansätze zur Ordnung des Messewesens	46
I.3.e Fazit	48
II. Die Etablierung der neuen Kölner Messe	48
II.1 Großstadtambitionen	49
II.2 Köln soll Messestadt werden	53
II.3 Wirtschaftlicher Erfolg und politische Zwangslagen der Kölner Messe	58
<b>H A U P T T E I L</b>	<b>65</b>
<b>ERSTES KAPITEL</b>	<b>65</b>
<b>DIE WIEDERAUFGNAHME DER MESSETÄTIGKEIT NACH KRIEGSENDE</b>	<b>65</b>
<b>A. Ansätze zur Neuordnung des Messewesens</b>	<b>65</b>
I. Das Leipziger „Erbe“	65

II.	<b>Der Wettbewerb um Messestandorte in den Westzonen in der Gründungsphase der Nachkriegsmessen</b>	68
II.1	Hannover	68
II.2	Frankfurt	72
II.3	Andere Standorte	73
III.	Fazit	74
B.	<b>Die Situation in Köln 1945/46</b>	77
I.	Folgen der Kriegseinwirkungen für die Rheinmetropole	77
II.	Der Aufbau administrativer Strukturen nach der sog. „Stunde Null“	80
III.	Fazit	83
C.	<b>Die Errichtung der Messe- und Ausstellungsgesellschaft m.b.H. Köln</b>	85
I.	Vorbereitungen zur Wiederaufnahme der Messeaktivität in Köln	85
I.1	„Köln soll wieder Messestadt werden“	85
I.1.a	Die Auswirkungen des Krieges	86
I.1.b	Denkansätze zu einer Nachkriegsmesse	87
I.2	Das Ringen um eine Genehmigung für die Kölner Messe	93
I.2.a	Hermann Pünder als Wegbereiter der Kölner Messe	93
I.2.b	Verhandlungen der Stadtverwaltung	95
I.2.c	Zwischen Bangen und Hoffen	99
I.2.d	Die Wende bei den Zonenbehörden	101
I.2.e	Triebkräfte der Messegenehmigung	104
II.	Von den Plänen zur Realisierung: Der Weg zur ersten Nachkriegsmesse 1947	106
II.1	Die Reaktivierung der Messegesellschaft	106
II.2	Beginn des Wiederaufbaus auf dem Messegelände	108
II.3	Die erste Nachkriegsveranstaltung	111
II.4	Wohin mit den Messegästen?	112
II.5	Kölner Herbstmesse 1947	114
III.	Fazit	118

## ZWEITES KAPITEL

DER AUFBAU DER KÖLNER MESSE ALS WIRTSCHAFTSUNTERNEHMUNG 1947 - 1956	121	
A.	<b>Deutsche Messepolitik der Aufbaujahre unter besonderer Berücksichtigung der Kölner Positionen</b>	121
I.	Die Behauptung Kölns als Messestandort (1947/48)	121
I.1	Der Beschuß von Königstein und seine Folgen	121
I.2	Das erste Scheitern eines Messegesetzes	125
I.3	Die Kölner Messeveranstaltungen 1948	128
I.3.a	Die Frühjahrsmesse	128

I.3.b Die Herbstmesse	131
I.3.c Die politische und finanzielle Unterstützung des Aufbaus 1948/49	133
<b>II. Ansätze einer einheitlichen Messepolitik (1949 - 1954)</b>	<b>136</b>
II.1 Erste Initiativen	136
II.2 Die Gründung des AUMA	138
II.3 Zwischen „Kölner Empfehlungen“ und „Messekrieg“	141
II.4 Das zweite Scheitern eines Messegesetzes	150
<b>III. Fazit</b>	<b>156</b>
<b>B. Das Unternehmen Kölner Messe- und Ausstellungsgesellschaft</b>	<b>160</b>
I. Eigenschaften, Besonderheiten und Zielsetzungen kommunaler Betriebe	160
II. Die Kölner Messegesellschaft zwischen Markt und öffentlicher Kontrolle	165
II.1 Die Rechts- und Eigentumsverhältnisse	165
II.2 Die Finanzierung der Kölner Messe	172
II.2.a Theoretische Aspekte	174
II.2.b Kapital für den Wiederaufbau	175
III. Erfolgsfaktoren der Messegesellschaft	188
III.1 Die Unternehmensziele	188
III.2 Die Unternehmensorganisation	193
III.3 Persönlichkeiten der Unternehmensführung	196
III.4 Die internationale Ausrichtung	201
IV. Fazit	206
<b>C. Der wirtschaftliche Werdegang der Kölner Messe</b>	<b>208</b>
I. Das „Wirtschaftswunder“ der Kölner Messe	208
I.1 Die Haustrat- und Eisenwarenmesse	209
I.2 Die Textil- und Bekleidungsmesse	216
I.3 Die Möbelmesse	224
I.4 Die photokina	227
I.5 Die ANUGA	231
II. Grenzen und Fehlschläge beim wirtschaftlichen Aufbau	236
III. Die Messe als städtischer Wirtschaftsfaktor	240
IV. Exkurs: Das Verhältnis der Messeplätze Düsseldorf und Köln	244
V. Fazit	246
<b>S C H L U S T E I L</b>	<b>248</b>
I. Der Abschluß des Wiederaufbaus der Kölner Messe	248
II. Zusammenfassung der Ergebnisse	251
<b>Quellen und Literatur</b>	<b>257</b>