

# 100 Jahre Mustermesse: Von der Vision zur Institution

**BZ** [badische-zeitung.de/100-jahre-mustermesse-von-der-vision-zur-institution--119047802.html](http://badische-zeitung.de/100-jahre-mustermesse-von-der-vision-zur-institution--119047802.html)

**MCH Group – ein rätselhaftes Kürzel. Darin stecken indes 100 Jahre Basler Wirtschafts- und Messengeschichte. Wichtige Impulse lieferte dabei ausgerechnet der Erste Weltkrieg.**



- Die erste Mustermesse 1917 im Stadtcasino und das zugehörige Plakat Foto: MCH Group



- Ein Blick ins Basler Messe-Areal mit der 2013 eingeweihten neuen Halle 1 (hinten im Foto) Foto: MCH Group



- Die erste Mustermesse 1917 im Stadtcasino und das zugehörige Plakat Foto: MCH Group



- Die erste Mustermesse 1917 im Stadtcasino und das zugehörige Plakat Foto: MCH Group



- Ein Blick ins Basler Messe-Areal mit der 2013 eingeweihten neuen Halle 1 (hinten im Foto)  
Foto: MCH Group

BASEL. Er zwang Schweizer Firmen, neue Vermarktungswege zu eröffnen. Das führte 1917 zur ersten Mustermesse Basel (Muba) – ein Erfolgsmodell. Durch Fusion mit der Messe Zürich entstand daraus schließlich 2001 die Messe Schweiz und mit deren weiterer Internationalisierung die MCH Group. Ausstellungen und ein neues Buch leiten nun deren Jubiläum und 100 Jahre Messe in Basel ein.

Die Schweiz zeichne sich aus durch Erfindergeist, Forschergeist, visionäres Denken, Offenheit, Vielfalt, aber auch durch Fleiß und den Willen "zur positiven Veränderung". So charakterisierte der Basler Regierungspräsident Guy Morin am Mittwoch bei der Vernissage im Basler Großratsaal seine Nation. Die MCH Group und die Muba als deren Keimzelle verkörpern diesen Tugendkatalog geradezu idealtypisch. Schließlich sei das Unternehmen nie ein "Selbstläufer" gewesen, schilderte Patrick Kury. Im Gegenteil. Die Messe habe sich wiederholt neu erfinden müssen und dafür jeweils Grenzen überschritten, erläuterte der Historiker und Mitherausgeber des brandneuen Werkes zum 100-jährigen Messejubiläum weiter.

Diese Grenzgängermentalität zeigte sich schon mit den Anfängen. Inhaltlich stand die erste Mustermesse 1917 für eine völlig neue Messeform: 831 Aussteller präsentierten damals Muster ihre Produkte, daher der Name, für die dann Aufträge eingesammelt wurden. Aber auch personell dokumentierte die Premiere eine spezielle Haltung: Gründungsdirektor Jules de Praetere stammte nicht nur aus Belgien, verkörperte also die sprichwörtliche Weltoffenheit am Rheinknie; vielmehr stand er als Direktor der Gewerbeschule auch für eine Verknüpfung der Sphären Kunst und Messe – eine Anlage in der DNA der Muba, die 1970 mit der Gründung der "Art Basel" gewissermaßen zu ihrer Vollendung kommt.

Tatsächlich aber ist die "Art" nur so etwas wie die Krone der Differenzierung der Einheitsmesse, die bereits in den 50er Jahren einsetzte und zu einer "Dynamisierung des Messewesens" führte, wie es Kury nennt. Diese Entwicklung kreierte zahlreiche Fachmessen wie die Uhren- und Schmuckmesse, deren Premiere 1973 war. Inzwischen heißt diese Baselworld und stellt die "Mutter Muba" in Sachen Besucherzahlen und wirtschaftlicher Bedeutung in den Schatten. Aber auch das war keineswegs ausgemacht. Im Gegenteil. Die internationale Ausrichtung, inzwischen Granat des Erfolges, wurde von Schweizer Ausstellern zunächst misstrauisch beäugt und als unliebsame Konkurrenz abgelehnt, berichtete Kury. Tatsächlich gehöre es denn auch zu den Erfolgsrezepten der Unternehmensgeschichte, Wirtschaft, Kultur und Politik mit dem Mut zu weitblickenden Entscheidungen zu verbinden in einer Strategie, die das "politisch Machbare" mit dem "unternehmerisch Vertretbaren" verknüpfe.

Rund vier Jahrzehnte war die Mustermesse die einzige Veranstaltung der Messe; in den 60er Jahren organisierte sie dann gerade drei eigene Messen im Jahr. Inzwischen sind es 33; dazu kommen weitere 42, die sich als Gäste in den MCH-Hallen einmieten. Aus einem Kleinbetrieb mit 13 Angestellten (1921) und einem Umsatz von knapp 450 000 Franken ist ein Unternehmen mit fast 650 Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz von rund 450 Millionen Franken geworden, das eine Ausstellungsfläche von 221500 Quadratmeter handelt, rund zwei Drittel davon in Basel, wo das nach Plänen der Architekten Jacques Herzog und Piere De Meuron umgestaltete Areal mit der neuen Halle 1 seit 2013 städtebaulich ein weiteres Signal setzt.

Diese spannende und vielfältige Geschichte beleuchtet nun eine öffentliche Plakatausstellung, die am Dienstag eröffnet wurde. In Zusammenarbeit mit der Schule für Gestaltung Basel präsentiert sie auf einer Achse vom Badischen Bahnhof bis zum Bankverein 50 Muba-Plakate sowie deren Geschichte und ihre Gestalter. Eine plakative Zeitreise, die nicht zuletzt dokumentiert, dass die Muba seit 100 Jahren ein Spiegel der Zeit war und ist. Parallel sind im Rappaz Museum unter dem Titel "Basler Grafik für die Muba" weitere Arbeiten zu sehen, die Mitte des 20. Jahrhunderts für die Muba entstanden sind. Entwürfe für Plakate, Pläne, Fotografien und Filmmaterial zu Messeständen sowie Beiträge zur Rezeption geben Einblicke in die Bedeutung der Muba für die Basler Grafik.

Ein weiterer Beitrag zum Jubiläum ist das Buch "Im Takt der Zeit. Von der Schweizer Mustermesse zur MCH Group". Das Werk entstand unter der Leitung von Patrick Kury (Historiker) und Esther Baur (Staatsarchivarin des Kantons Basel-Stadt) und ist im Christoph Merian Verlag erschienen. 13 Autorinnen und Autoren – Historiker und Journalisten – berichten dort unter anderem vom Mut der Gründer, vom Aufstieg der Muba zu einer nationalen Institution und vom Erfolg der MCH Group im internationalen Messegeschäft. Acht Bildstreifen illustrieren zudem die Messen aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

**100 Jahre Messe in Basel:** öffentliche Plakatausstellung bis 25 April; Ausstellung: "Basler Grafik für die Muba", Rappaz Museum; Buch: "Im Takt der Zeit. Von der Schweizer Mustermesse zu MCH Group", Patrick Kury und Esther Baur (Hrsg.), 350 Seiten, Christoph Merian Verlag