

Tecoz, Henri François

Article — Digitized Version

Die Universalmesse im Dienste des Welthandels: Eine Idee

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Tecoz, Henri François (1950) : Die Universalmesse im Dienste des Welthandels: Eine Idee, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 30, Iss. 9, pp. 13-16

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/131177>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

ABHANDLUNGEN

Die Universalmesse im Dienste des Welthandels

Eine Idee von Henri François Tecoz, Utrecht*)

Nationale Wohlfahrt und internationaler Handel sind aufs engste miteinander verbundene Begriffe. Das ist nicht überall und immer verstanden worden und wird auch heute noch nicht überall deutlich gesehen. Im Gegenteil, der autarkische Gedanke lebt und wirkt noch allenthalben. Nicht in dem Sinne, daß er in der Außenpolitik der verschiedenen Staaten als richtig anerkannt und möglichst integral durchgeführt wird; vielmehr wirkt er überall als ein passiver, jedoch zäher Widerstand.

Die allgemein angestrebte Liberalisierung des internationalen Wirtschaftslebens kommt nur langsam voran. Man ist zwar überzeugt von der Notwendigkeit einer einheitlichen Gestaltung der westeuropäischen Wirtschaft, um diese dann in die Weltwirtschaft sinnvoll einbauen zu können; der Verwirklichung dieser Pläne stellen sich jedoch immer wieder Bedenken nationalistischer, autarkischer Art entgegen.

In einer Welt, die nach einer Periode der schwersten Erschütterungen ihr Gleichgewicht zurückgewinnen muß, kann dies kaum überraschen. Es ist durchaus verständlich, daß man Risiko und Unsicherheit möglichst vermeidet, wenn man innerlich vor allem das Bedürfnis einer längeren Zeit der Ruhe und Besinnlichkeit fühlt. Darum will man gern über die Bedingungen zur Gründung einer besseren Welt nachdenken und sprechen, es soll aber dabei nicht zuviel geändert und über den Haufen geworfen werden. Das Tragische ist nun aber, daß die Notlage der Welt keine Ruhe und Besinnlichkeit zuläßt, sondern kühne Tatkraft erfordert, die man aber nicht aufbringen kann. Daraus entstehen Spannungen, die oft untragbar scheinen und es manchmal auch wirklich sind.

Diese Spannungen müssen durchbrochen werden. Pläne machen und darüber reden allein genügt da nicht, es muß gehandelt werden. Wenn man nicht will, daß die Spannungen sich in einem Krieg entladen, muß dies „handeln“ buchstäblich genommen werden: der internationale Handel soll soviel wie möglich gefördert werden, und zwar nicht theoretisch in Kongressen, sondern praktisch und faktisch. Die Güter der Welt müssen ausgetauscht werden, die Länder der Welt müssen in Berührung kommen, damit die Aktivität gesteigert wird und die Wohlfahrt sowie ein dynamisches Gleichgewicht wieder hergestellt werden können.

DIE ROLLE DER INTERNATIONALEN MESSEN

Praktische Möglichkeiten, den internationalen Gütertausch ins Rollen zu bringen, sind nur in beschränktem Maße vorhanden. Unter diesen dürften

*) Auslands-Direktor der Utrechter Messe.

aber die internationalen Mustermessen wohl an hervorragender Stelle stehen. Zwar können auch sie einen reibungslosen Ablauf des internationalen Handels noch keineswegs gewährleisten, sie werden aber den Willen und das Können des internationalen Wirtschaftslebens zum Ausdruck bringen. Sie sind die einzigen Stätten, wo zu sehen ist, was die internationale Industrie heute zu leisten vermag und inwiefern internationaler Handel überhaupt möglich ist.

Man wird hierzu wahrscheinlich bemerken wollen, daß die Messen diesen Anforderungen doch nicht restlos entsprechen, und daß auch ihre Funktion eine wesentlich andere sei. Praktisch seien sie nichts anderes als Vermittlungsstellen zwischen Nachfrage und Angebot, im nationalen oder im internationalen Rahmen, und ihre Rolle sei rein passiv. Die Messerverwaltungen selbst haben auf dasjenige, was ausgestellt wird, nur einen geringen Einfluß und können keine Gewähr dafür bieten, daß ihre Ausstellung ein auch nur einigermaßen vollständiges Bild der Weltmarktlage widerspiegelt.

Wenn man dies sagt, hat man eigentlich recht. Tatsächlich kann keine einzige internationale Mustermesse in Europa behaupten, daß sie wirklich universell sei und alles biete, was in der Welt auch nur gekauft und verkauft werden kann. Der „internationale“ Aspekt der meisten dieser Messen ist auch verhältnismäßig unbedeutend; die Zahl der ausländischen Besucher bildet meist nur einen verschwindend kleinen Prozentsatz, und die Teilnahme ausländischer Aussteller beträgt bei den meisten Messen nicht mehr als ein Fünftel bis ein Viertel. Die einzige Messe in Europa, wo seit einigen Jahren die ausländischen Waren die Mehrheit bilden, ist unseres Wissens die Utrechter Messe, die zwar somit die internationalste unter den internationalen Messen ist, doch sie kann wegen ihres relativ geringen Umfanges auf Universalität noch keinen Anspruch erheben.

Man könnte eigentlich sagen, daß keine einzelne Messe den Zweck, eine getreue Abspiegelung des Weltmarktes zu sein, erfüllt, daß höchstens die internationalen Messen in ihrer Gesamtheit diesen Zweck erfüllen. Um ein richtiges Bild des Weltmarktes zu bekommen, sollte man also alle oder zumindest die meisten europäischen Messen besuchen. Wir fürchten, daß die meisten Geschäftsleute unter diesen Umständen auf das richtige Bild des Weltmarktes verzichten werden!

Weiter wäre noch zu bemerken, daß die meisten internationalen Messen doch recht national bedingt sind. Ausländische Waren werden ausgestellt, weil der

einheimische Handel daran interessiert sein kann, und ausländische Käufer sind willkommen, weil sie den nationalen Export fördern. Eine wesentliche internationale Zielsetzung haben diese Messen nicht. An und für sich ist das noch kein Ubel, weil auch so der internationale Handel gefördert und somit der Umfang des Welthandels erweitert wird, was sich auch tatsächlich nachweisen läßt. Trotzdem wäre es wohl besser, wenn der internationale Handel sich größtenteils in einer wirklich internationalen Atmosphäre abspielte, besonders weil unter den herrschenden Umständen die national bedingten internationalen Messen doch nicht imstande sind, die autarkischen Widerstände endgültig zu überwinden.

DIE INSTITUTION DER UNIVERSALMESSE

Darum wäre es sehr erwünscht, wenn neben den heute bestehenden Mustermessen und teilweise als Ersatz für sie in Europa und in den anderen Weltteilen einige „Universal-Messen“ ins Leben gerufen würden. Diese sollen weder in irgendeiner Weise einem bestimmten Staat noch als reine Handelsunternehmen ihrer ausstellenden und besuchenden Kundschaft verpflichtet sein. Es sollte daher zu diesem Zweck eine wirtschaftliche Weltorganisation errichtet werden, die die Mittel verschafft, um diese Universal-Messen in stand zu halten, eine internationale Messe-Gesellschaft. Wie diese Gesellschaft organisiert und finanziert werden soll, kann hier nicht in Einzelheiten erörtert werden, es möge die allgemeine Bemerkung genügen, daß an dieser Gesellschaft nicht nur die Staaten und auch nicht ausschließlich die Wirtschafts-Organisationen der Welt sich beteiligen sollen, sondern daß auf diesem Gebiet eine Zusammenarbeit zwischen den Staaten und dem organisierten Wirtschaftsleben hergestellt werden müßte. Die Erfahrung hat uns wohl gelehrt, daß internationale Zusammenarbeit, die sich auf ein Abkommen zwischen Regierungen beschränkt, selten zu praktischen und fast nie zu befriedigenden Resultaten führt, während internationale Zusammenarbeit zwischen Privatunternehmen, wie mächtig sie an und für sich sind, ohne „offiziellen“ Schutz und Beistand nicht viel vermag.

Um den internationalen Charakter der Universal-Messen zu wahren, dürfte es sich empfehlen, das Personal zum großen Teil aus anderen Ländern als dem Domizil-Lande zu wählen und ebenso den Verwaltungs- und Aufsichtsrat aus Personen verschiedener Nationalität zusammenzusetzen. Es wird sogar erwünscht sein, daß die Universal-Messen auf wirklich internationalem, also ex-territorialem Gebiet stattfinden.

Die Frage, wo Universal-Messen errichtet werden sollen, ist nicht in wenigen Worten zu beantworten und ruft neue Fragen hervor. Können die jetzt bestehenden internationalen Messen in neuer Form und Gestaltung aufrecht erhalten werden oder müssen es mehrere, wenige oder ganz andere sein? Das Problem betrifft natürlich in erster Linie Europa, denn in den anderen Weltteilen ist das Messewesen noch

kaum bis zum Anfang eines Entwicklungsstadiums gediehen, und die amerikanischen Messen sind oder werden so großzügig aufgezogen, daß hier die gewünschte Universalität wohl von selbst erreicht werden dürfte.

Der an und für sich verlockende Gedanke, die jetzt bestehenden Messen zu Universal-Messen sich entwickeln zu lassen, wird in der Praxis sicherlich auf unüberwindliche Schwierigkeiten stoßen. Um ein vollständiges Bild der Weltproduktion auf jedem Gebiet geben zu können, müßten alle wichtigen Industriebetriebe der ganzen Welt auf allen diesen Messen mit ihren Mustern und ihrem Personal vertreten sein. Es ist leicht einzusehen, daß eine Teilnahme an mehr als zwanzig Messen allein in Europa, wovon mehrere ganz oder teilweise zusammenfallen, für Aussteller und Besucher unmöglich ist.

Andere Bedenken bestehen hinsichtlich des Umfanges der bestehenden Messen, der auf ein Vielfaches erweitert werden müßte, da die jetzt verfügbaren Räumlichkeiten selbst bei den größten der bestehenden Messen für die Ausstellung von Mustern der gesamten Weltproduktion nicht im entferntesten ausreichen. Dazu kommt, daß die Besucherzahl sicher nicht im Verhältnis zu der enormen Ausdehnung steigen wird, so daß von einer Wirtschaftlichkeit der Messen keine Rede mehr sein könnte. Die Praxis wird zeigen, daß nichts anderes übrig bleibt, als die Anzahl der Universal-Messen auf nur wenige zu beschränken. Man wird sie dann selbstredend an solchen Plätzen einrichten, die als hauptsächlichste Knotenpunkte des internationalen Verkehrs in Frage kommen. In den außereuropäischen Weltteilen, wo das Messewesen überhaupt noch organisiert werden muß, kann man sich über diese Angelegenheit ruhig beraten, wenn auch sehr viele Städte versuchen werden, sich gegenseitig den Rang abzulaufen. Was soll man aber in Europa tun, wenn da einmal über die Frage, welche Städte den Vorzug einer Universal-Messe erhalten sollen, entschieden werden muß? Jede Stadt, in der jetzt eine Messe ihren Sitz hat, hält sich natürlich selbst für einen wichtigen Knotenpunkt des Weltverkehrs und wird sich unzweifelhaft auf Tradition und erungene Rechte berufen.

Dieses Problem wird nur gelöst werden können in einer Atmosphäre, in der sich nationalistische und lokal-patriotische Einflüsse in keiner Weise geltend machen können. Wo findet man aber diese Atmosphäre? Wir wollen ruhig gestehen: nirgends. Wir glauben aber, in der heutigen Epoche die Tendenz zu einer beschleunigten Verwirklichung internationaler Projekte spüren zu können, und deshalb halten wir auch die Entstehung einer diesen Projekten günstigen Atmosphäre in absehbarer Zeit für durchaus möglich, besonders weil es sich hier doch nicht um rein ideale, sondern um praktische, sachliche, nüchterne Ziele handelt. Sie wird aus der Not der Zeit geboren werden, gerade so wie in den letzten Jahren des ersten Weltkrieges die Zeit für die Entstehung der Mustermessen reif wurde.

UNIVERSAL- UND KLEINHANDELSMESSEN

Die Einrichtung von Universal-Messen neben den bestehenden Messen wird auch endlich einem sehr verwirrenden, aber heute noch unvermeidlichen Zustand ein Ende machen. Die Aussteller einer Messe setzen sich heute sowohl aus Fabrikanten als aus Großhändlern, die Käufer aus Groß- und Kleinhändlern zusammen. Wie es bei anderen Messen zugeht, ist uns nicht bekannt, aber bei der Utrechter Messe laufen während und nach jeder Veranstaltung immer Beschwerden von ausländischen Einkäufer-Großhändlern ein, die in ihrer Branche zu wenig Fabrikanten und zu viel Großhändler-Kollegen als Aussteller vorfinden. Gleiche Beschwerden kommen auch von den Einkäufern großer Industrien, Handelskonzerne und staatlicher Organisationen. Je größer die Zahlen der ausgestellten ausländischen Waren und der ausländischen Besucher werden, um so mehr werden sich die Beschwerden häufen. Man kann hieraus die Schlußfolgerung ziehen, daß eine internationale Messe nicht zugleich eine Krämermesse sein darf, wie es heute doch eigentlich überall der Fall ist. Dies wird auch in der wiederholt gehörten Bemerkung deutlich, daß auf den großen Messen immer noch allerlei Kleinram ausgestellt wird, der für den internationalen Handel nicht den geringsten Wert hat und den wirklich welthandelsfähigen Gütern den Platz raubt. Solange aber die „internationalen“ Messen nicht wirklich international sind und auch den Anforderungen des Inlandsmarktes und des Kleinhandels genügen müssen, wird dieser Zustand wohl so bleiben. Die Universal-Messen und die Kleinhandels-Messen können demnach als zwei wohl zu unterscheidende Messe-Gattungen nebeneinander existieren.

Die Universal-Messen sollen ein vollständiges, übersichtliches Bild der Weltproduktion vermitteln. Alle einigermaßen wichtigen Industriebetriebe der ganzen Welt müßten daran teilnehmen, und zwar direkt, d. h. mit eigenem Personal, am besten mit Mitgliedern der Direktion, und nicht durch einen im Ausstellungsland ansässigen Vertreter. Die Besucher sollen sich in der Hauptsache aus Großhändlern und einkaufenden Fabrikanten zusammensetzen, ferner aus Ingenieuren und Betriebswirtschaftlern, für die eine Universal-Messe ein ausgezeichnetes Studienfeld bietet. Es sollen also auf den Universal-Messen fast ausschließlich zwischen Vertretern der internationalen Industrie und Vertretern des internationalen Handels Beziehungen angeknüpft und Geschäfte abgeschlossen werden.

Daneben werden Kleinhandels-Messen mit einem Wirkungskreis bestehen können, der auf ein Land oder auch einen Teil eines großen Landes beschränkt bleibt. Auf diesen Messen wird von der Industrie des Landes oder der Gegend, für die die Messe in Aussicht genommen ist, und von Großhändlern, die sowohl mit einheimischen als auch mit ausländischen Erzeugnissen zum Markt kommen können, ausgestellt. Sie sollen besucht werden von Kleinhändlern und bestimmten Gruppen der Zwischenhändler als Käufer,

ebenso wie sie von den breiten und mannigfaltigen Schichten der indirekt Interessierten als „Sehleute“ besucht werden. In Aufbau und Charakter werden sie den heutigen „internationalen“ Messen sehr ähnlich sein, vielleicht ihnen ganz gleichen. Die heutigen Messen werden dann auch ohne weiteres als Kleinhandels-Messen bestehen bleiben können. Das bedeutet für sie keine Zurücksetzung, denn schließlich sind sie heute auch kaum etwas anderes, und es ist stets besser zu sein, was man ist, als für etwas zu gelten, was man nicht ist.

Man soll nicht meinen, daß die Kleinhandels-Messen die weniger „wichtigen“ sein werden. Universal-Messen und Kleinhandelsmessens sind in dem hier erörterten Gedankengang lediglich zwei verschiedene der Wirtschaft dienende Institutionen, die sich ergänzen und deren Aufgabenstellung zu unterscheiden ist. Das Ziel der Universal-Messe ist es, den Wirtschaftskreisen der ganzen Welt in regelmäßigen Wiederholungen die Bestrebungen und Errungenschaften der Welt-Industrie zu demonstrieren und diesen Kreisen eine feste und praktische Basis des Austausches zu vermitteln; das Ziel der Kleinhandelsmessens soll sein, der Welt gleichfalls durch regelmäßig wiederholte Ausstellungen ein Bild von den erzielten Resultaten zu geben und die Erzeugnisse auf den Markt zu bringen. Die Universal-Messe richtet sich also an das Wirtschaftsleben im engeren Sinne und hat einen ausgesprochen technischen Charakter, die Kleinhandels-Messe richtet sich an das breite Publikum und ist durchaus kommerzieller Art.

DIE AUSWIRKUNGEN

Mit der Aufteilung der Messen in diese zwei Gattungen wird den Bedürfnissen des Handels sicherlich besser gedient sein als mit den internationalen Messen in ihrer heutigen, zweideutigen Form.

Die Universal-Messen werden besonders der Förderung des Welthandels dienen. Der Umstand, daß sie aus einer mächtigen internationalen Organisation erwachsen, wird sie für das internationale Wirtschaftsleben von außerordentlicher Bedeutung machen; man darf sogar erwarten, daß sie die künftige Entwicklung des internationalen Wirtschaftslebens grobenteils bestimmen werden. Denn es wird „pushing power“ von ihnen ausgehen, so daß sie der wirtschaftlichen Entwicklung nicht einfach folgen, sondern diese richten. Das Ziel dieser Richtung wird der freie internationale Handelsverkehr sein. Wenn dies erreicht ist, wird die Aufgabe der Universal-Messen keineswegs erschöpft sein; sie werden dann zu regelmäßig dem internationalen Handel dienenden Kundgebungen der allgemeinen Leistungsfähigkeit. Zwar werden sie wirtschaftliche Niedergänge nicht immer verhindern oder abwenden können; aber da schon die internationalen Messen der vergangenen Jahrzehnte gerade in kritischen Zeiten viel zur Erhaltung des Wirtschaftslebens geleistet haben, so werden zukünftig die Universal-Messen das gleiche Ziel unzweifelhaft besser erreichen können.

Der Umfang des Welthandels wird nicht von den Universal-Messen allein gefördert werden können. Gerade das hohe Niveau, auf dem sie stehen sollen, wird sie für das breite Publikum unzugänglich machen und dadurch unzugänglich für die in der heutigen Wirtschafts-Konstellation unentbehrliche Propaganda. Man wird hiergegen einwenden können, daß Propaganda nicht Sache der Messen, sondern vielmehr der Ausstellungen ist. Die Kleinhandels-Messen aber werden im gewissen Sinne auch stets Ausstellungen sein, wie es heute die internationalen Messen, und zwar hauptsächlich im nationalen oder sogar regionalen Rahmen, auch sind. Die Verbindung von Propaganda und Geschäft ist gerade eine der faszinierenden Eigenschaften der Messen, weil Käufer und Verkäufer hier direkt die „vox populi“ vernehmen und sich danach richten können, während auch gleichzeitig mit dem Anknüpfen neuer Beziehungen und dem Gewinnen neuer Kunden eine allgemeine Propaganda für die ausgestellten Produkte gemacht werden kann, die wirkungsvoller ist als mancher kostspielige Werbefeldzug. Diese bedeutende Rolle wird in der von uns vorgestellten Konstellation von den Kleinhandels-Messen übernommen werden, die damit auch einen bedeutsamen Anteil an der Förderung des Welthandels erhalten. Die Kleinhandelsmessen haben den Universal-Messen übrigens noch voraus, daß sie spezifisch sein können, d. h. daß eine bestimmte Messe etwas bietet, was man sonst nirgends findet. Auch kann jemand, der

sich auf einer der Universal-Messen über den Stand des Weltmarktes orientierte, sich später auf einer Kleinhandels-Messe mit den spezifischen Eigenschaften eines bestimmten nationalen Marktes vertraut machen. So werden Universal-Messen und Kleinhandels-Messen jede für sich ein besonderes Gebiet wirtschaftlicher Wirksamkeit umfassen, aber in gegenseitiger Ergänzung dem gleichen Ziel, der Belebung und Befestigung des internationalen Handels zustreben.

Dieses alles ist Theorie und keine Wirklichkeit. Wird es je Wirklichkeit werden? Offen gesagt, es hat nicht immer den Anschein. Die hier aufgezeigte Entwicklung des Messewesens hat bis jetzt noch nicht viel Zustimmung in Messe-Kreisen gefunden. Trotzdem glauben wir an die Verwirklichung dieser Idee, wenn sie sich in Einzelheiten vielleicht auch anders realisieren mag. Die Gründe für diesen Optimismus? Der erste Grund ist nichts weniger als optimistisch; die Notlage Europas wird gerade dazu zwingen, wie sie überhaupt zu einer weitgehenden internationalen Verständigung und zu einer viel besseren internationalen Organisation zwingt. Der zweite Grund liegt in Amerika. Die dort zu errichtenden Mustermessen werden zwar nach europäischem Vorbild aufgezogen, doch werden sie zugleich amerikanisches Gepräge erhalten; großzügig und weitsichtig. Sie werden internationale Messen im wahren Sinne werden, und Europa wird ihnen etwas Gleichwertiges gegenüberstellen müssen.

Summary: The universal fair in the service of world trade. International fairs hold a prominent place amidst the practical possibilities of promoting the international exchange of commodities. The international fairs which are organized to fulfil this task should represent a true-to-life picture of the present day efficiency of international industry and the possibilities of international trade. The international aspect of most of the present fairs however is relatively unimportant and the fair administrations only exert small influence to ensure that the exhibitions reflect a more or less complete picture of the situation of the world market. In order to achieve this end the author proposes the establishment of international universal fairs, organized by an international company and serviced by international personnel. The establishment of universal fairs would probably eliminate the unhappy state of the present fairs at which producers as well as wholesale dealers are exhibiting and wholesale dealers and retailers are appearing as purchasers. Thus, the present fairs could continue to exist as typical retail trade fairs without it proving necessary to change their present character.

Résumé: La foire universelle au service du commerce mondial. Parmi les possibilités d'encouragement pratique de l'échange des marchandises internationales une grande importance incombe aux foires d'échantillons. Afin de répondre à cette tâche de telles foires internationales devraient refléter et la capacité de production des industries dans toute leur diversité et l'étendue du commerce international. Cependant l'aspect international de la plupart des foires actuellement en existence est relativement insignifiant, et les services d'administration de ces foires n'ont que peu d'influence sur l'aménagement de l'exposition de façon qu'elle fournisse un tableau plus ou moins complet de la situation du marché mondial. Afin que ce but soit atteint l'auteur propose l'institution de foires universelles et internationales qui seraient organisées par une société internationale et menées par un personnel international. L'organisation de telles foires serait de taille à abolir l'inconvénience du caractère mixte des expositions actuelles, auxquelles participent les producteurs aussi bien que les commerçants en gros et les exposants.

Resumen: La feria universal al servicio del comercio mundial. Entre las posibilidades prácticas para el fomento del intercambio de mercancías entre los diferentes países, las ferias internacionales de muestras ocupan un lugar preponderante. Pero para que tales ferias internacionales pudiesen llegar a cumplir sus fines, habrían de ser una real representación de la eficiencia de la industria internacional, y de las posibilidades del comercio internacional. Pero el aspecto internacional de la mayor parte de las ferias de hoy es relativamente insignificante. Las administraciones de las ferias ejercen tan sólo una influencia insignificante con respecto a que dichas exposiciones reflejen de manera más o menos completa la situación del mercado mundial. Para conseguir este fin, el autor propone la organización de ferias universales internacionales las cuales habrían de ser dirigidas por una entidad internacional de ferias y con personal también internacional. Con el establecimiento de ferias universales se eliminará seguramente el desgraciado estado de las presentes ferias, en las cuales exhiben sus productos los fabricantes y mayoristas, y acudiendo a estas los mayoristas y minoristas como compradores.