

Disertation Berding, Bianca: Der Kunsthandel in Berli – Für moderne angewandte Kunst von 1897 bis 1914, eingereicht an der FU-Berlin 2012, S. 187-190.

## **Zum Kunstsalon Reiner und Keller:**

### **„1.9 Zusammenfassung**

Der Kunstsalon Keller & Reiner vermag eine eindrucksvolle Erfolgsgeschichte aufzuzeigen und ist von den Geschäften in Berlin, die alle Bereiche moderner angewandter Kunst anboten, das Einzige, dem es gelang zu dem Marktprimus Hohenzollern Kunstgewerbehaus aufzuschließen und zu konkurrieren.

Keller und Reiner bewiesen 1897 mit der Eröffnung des Salons an zunächst noch nicht prominenter Stelle, stadteinwärts vor der Potsdamer Brücke, Mut und ein gutes Gespür für den Markt. Der frühe geschäftliche Erfolg ermöglichte Geschäftserweiterungen in 1898, 1899 und 1900/1901. Den Höhepunkt erreichte der Salon 1909 mit der Eröffnung des neuen Geschäftshauses Potsdamerstraße 118b. Der Salon nahm nunmehr die imposante Größe eines kleinen Kaufhauses ein und die Ausstellungsfläche wird ungefähr so groß gewesen sein wie bei A. S. Ball. Die Oberlichtsäle waren hingegen konkurrenzlos. Einzig bei Keller & Reiner fanden auch monumentale Kunstwerke Platz.

Von Beginn an legten Keller und Reiner auf die Ausstellung und Verpflichtung erfolgreicher und namhafter Künstler wie Architekten großen Wert, um ein exklusives und qualitativ hochwertiges Warenangebot vorzuhalten. Das dringliche Werben um die Mitarbeit des etablierten Münchener Künstlers Riemerschmid ist anhand des erhalten gebliebenen Briefwechsels von 1900 beispielhaft dokumentiert. Keller und Reiner werden auch im Kontakt mit anderen Künstlern derart bemüht und gewissenhaft gewesen sein.

Zeit- und trendgemäß gestaltete, großzügige Räume, bestückt mit erlesenen kunstgewerblichen Produkten namhafter Künstler und Hersteller, flankiert von einem stimmigen äußeren Geschäftsauftritt, einem ansprechenden wie exklusiven Rahmenprogramm und die Anerkennung der Fachkreise führten dem Salon die avancierten Käuferschichten aus Adel, Militär, Unternehmer- und Bildungsbürgertum zu. Keller und Reiner gelang es in wenigen Jahren, sich bei dieser anspruchsvollen und verwöhnten Käuferschicht fest zu etablieren. Zwei Hoflieferantentitel bezeugen den Erfolg.

So lässt sich resümieren, dass das „*who is who*“ der kunstgewerblichen Künstler und der interessierten Gesellschaft bei Keller & Reiner zusammenfand. Als besondere Merkmale des Geschäftskonzeptes und –erfolges sind folgende Komponenten festzuhalten: Das Ausstellungswesen in Form von Raumkunst mit großzügigen und attraktiven Räumen, viele, häufig wechselnde und aktuelle Ausstellungen neben der Dauerausstellung, ein attraktives Rahmenprogramm für die erlesene Kundschaft mit bildenden wie literarischen Vorträgen, gesellschaftliche Treffen und musikalische wie künstlerische Veranstaltungen sowie die Darbietung und der Verkauf von Werken renommierter Künstler und Architekten, teilweise exklusiv auf Grund entsprechender Vereinbarungen, besondere Verkaufsattraktionen zum Beispiel durch Auktionen, Wettbewerbe für Künstler und eine Verschlankung der Angebotsvielfalt der Anfangsjahre schwerpunktmäßig auf Möbel, insbesondere im Zuge des 185

Umzugs in 1909. Ein vergleichbar umfangreiches und vielfältiges Geschäftskonzept bot nur das Hohenzollern-Kunstgewerbehaus. Hervorzuheben ist, dass Keller & Reiner auch Leihgaben des Kaiserhauses erhielt. Ausschließlich das Hohenzollern-Kunstgewerbehaus und der Kunstsalon Reiner & Lewinsky konnten sich ebenfalls mit Leihgaben des Kaiserhauses schmücken.

In stilistischer Hinsicht ist bei Keller & Reiner der Wechsel vom Jugend- zum Reformstil erst spät, ab 1909 nachweisbar. Dies war dem Kundenkreis geschuldet, der aus Repräsentationsgründen länger an aufwändig gearbeiteten Einzelkunstwerken festhielt. Die sehr gute Quellenlage zu dem Kunstsalon Keller & Reiner führe ich darauf zurück, dass der Kunstsalon neben der angewandten Kunst auch freie Kunst ausstellte.

Malereiausstellungen fanden in der zeitgenössischen Presse und Kunstliteratur deutlich mehr Aufmerksamkeit als Kunstgewerbeausstellungen. Dadurch ergaben sich für die Autoren wiederholt Möglichkeiten, auch gleich die Kunstgewerbeausstellungen mit zu

beachten und gegebenenfalls zu besprechen. Die Kombination von Malerei und Kunstgewerbe wurde jedenfalls in der Öffentlichkeit stärker wahrgenommen als die rein kunstgewerbliche Ausstellung des Hohenzollern-Kunstgewerbehauses, zu dem die Quellenlage bezüglich der Ausstellungen deutlich weniger umfangreich ist.“  
(S.184-185)

### **Zum Kunstsalon Reiner und Lewinsky:**

#### **„2.3 Zusammenfassung**

Der Kunstsalon Reiner & Lewinsky trat zu einer Zeit in den Markt für moderne angewandte Kunst ein, als dieser schon viele große und namhafte Wettbewerber hatte. Der Markt verengte sich in der Wirtschaftskrise vor dem Ersten Weltkrieg. Die Umsätze von Reiner & Lewinsky dürften deutlich zurückgegangen sein, die Kredite für Grundstückserwerb und Neubau konnten nicht mehr bedient werden, Zwangsversteigerung und Insolvenz waren die Folge. Das Geschäft war nur knapp sechs Jahre von Mitte 1908 bis 1914 am Markt, wobei mindestens ein Jahr für den Neubau in Abzug zu bringen ist. In dieser kurzen Zeit hatte der Kunstsalon Reiner & Lewinsky keinen prägenden Charakter für den Kunsthandel moderner angewandter Kunst in Berlin. Im Hinblick auf den Gesamtmarkt indiziert die Unternehmenshistorie, dass dieser in den Jahren 1908 bis 1911 floriert haben dürfte. Anders ist nicht zu erklären, dass Reiner als ausgewiesener und langjähriger Kenner des Marktes ein neues Geschäft eröffnete und an prominenter Stelle eine Immobilie erwarb, einen kostspieligen Neubau riskierte und dafür auch Geldgeber fand.“  
(S.190)

[Link zur Dissertation](#)