

GROSSVERSUCH ZUM MOZARTEFFECT

TILMANN MEYER-FAJE

WANDERING BANQUETS

BOJANA PANEVSKA

Wandelende beeldhouwwerken die fantastische gerechten klaarmaken en waar geen bord of bestek aan te pas komt: Wandering Banquets is het geesteskind van Marlein Overakker en Inez de Jong, twee Amsterdamse kunstenaars die foodperformances verzorgen in musea, bij openingen van exposities, evenementen, privé-feesten en andere gelegenheden in binnen- en buitenland.

Hierbij streven ze er naar één te worden met de omgeving. In hun performances wordt het publiek op haar wenken bediend: het eten en de kostuums kunnen speciaal voor de gelegenheid worden ontworpen.

Wandering Banquets wordt gepresenteerd door vrouwelijke archetypes in groteske jurken. De metalen mondkapjes die ze dragen zijn gemaakt door de Spaanse kunstenaar en korsettenmaker Manuel Albarran. Ze serveren het voedsel zonder enig commentaar, veelal bijgestaan door concubines en spelen op deze manier met de anonimiteit in de menigte.

De Soepjurk is een van de vele kostuums die ze hebben ontworpen met de mogelijkheid om bijvoorbeeld



Broodjurk - Willemijn Faber

ook een vijfgangendiner te kunnen realiseren.

Bij weer andere kostuums kunnen de bezoekers de gerechten rechtstreeks uit de kleding nemen, die zich soms in verborgen ruimtes van hun jurken bevindt.

Omdat bijna alles wat ze bereiden eetbaar is, inclusief de soepkommen die van brooddeeg gemaakt zijn, hoeft men zich geen zorgen te maken over vieze vingers.



Wandering banquettes - Yolanda Huntelaar

Niet alleen koeien geven meer melk, het bier smaakt ook beter, zwangere vrouwen ervaren minder pijn en nog veel meer; ja zelfs schoolkinderen presteren beter in lessen waar op de achtergrond de muziek van Wolfgang Amadeus Mozart draait.

Ter gelegenheid van het Mozart festival aan het Nationaltheater in het Duitse Mannheim wilden Gesa Henselmans en Tilmann Meyer-Faje zo veel mogelijk mensen laten profiteren van dit zogenaamde Mozart effect, waarover talloze boeken zijn geschreven.

Op 50 verschillende locaties in de stad, draaiden zij tien dagen lang Mozart's muziek nonstop, in fabrieken, winkels, parkeergarage, zwembad, de verkeersleiding van de trams, op het dak van de vuilniswagen en in een kippenboerderij. Het Franse persagentschap strooide een bericht door de wereld waarin stond dat er 3000 kippen in een Duitse Opera naar de muziek van Mozart gingen luisteren.

De hierdoor onverwacht vele bezoeken van televisieploegen op de kippenboerderij kunnen de smaak van de 'Mozart-eieren' die op het festival werden verkocht licht hebben beïnvloed, waardoor de dringende wetenschappelijke vraag naar empirische resultaten rond het Mozart-effect blijft bestaan.

Bewezen is wel het financiële effect van Mozart. Uit de cijfers blijkt dat de wereldwijde omzet van Mozart chocolade producten 60 keer hoger is dan die van zijn muziek (hiermee worden bedoeld zijn live concerten en cd's tezamen!)

De muzikale interventies in de stad werden gevolgd door videokunstenaar en documentairmaker Helle Lyshøj.

Beelden uit het video journaal van Helle Lyshøj. Een project van Helle Lyshøj, Gesa Henselmans en Tilmann Meyer-Faje, Nationaltheater Mannheim 2002

