

Nachdem der traditionelle Musik-Kultur-Betrieb unter heutigen sozio-ökonomischen Bedingungen, dank einer funktionierenden Massenmedienindustrie und dank begnadeter Event-Produzenten immer mehr zum Betreiber von *Mac-Music* degeneriert, ist es an der Zeit, sich nach neuen Schauplätze und alternativen Begegnungsforen zwischen Sendern und Empfängern umzusehen.

Die traditionelle Prämisse von Kunstrezeption war, daß der Umgang mit derselben Begegnungen zwischen Sender und Empfänger voraussetzt, die im gegebenen Falle eines Ereignisses zugleich auch reziprok wirken kann, daß dieser Prozess also einen Austausch darstellt, der die geistige Mitarbeit, i.e. das Mitdenken des sog. Empfängers impliziert.

Das Projektkonzept sozialpalast-mobil neigt sich hier eher einer Art des Voyeurismus zu, einem Publikum, das zunächst "außen" bleibt, passiv ist, während dessen die Akteure "innen" und aktiv sind. Durch die Durchflutung der Ebenen jedoch hebt sich eine genaue Definition von Außen und Innen selber auf: wer agiert, wer rezipiert?

Der Wohnwagen ist zugleich Symbol für den grundlegend hermetischen, neoromantischen Charakter von Kunst heute: nicht der Geschichtenerzähler auf dem Basar, der "öffentliche" Mensch, sondern der originelle, in den Kokon seiner Kunstexistenz eingesponnenen Akteur, dessen "Ausscheidungen" eine anonyme Außenwelt konsumieren kann, ist das realistische Abbild der Gegenwartskunst. Durch den kleinen Kniff des Kameraeinsatzes jedoch fällt Produktion und Selbstbespiegelung der Artisten zusammen und ist somit in einem absurden doppelten Echo gefangen. Signifikanter kann man die Kunstgegenwart nicht darstellen. Wir erwarten Netrebko & Villazón im Wohnwagen zu einem Puccini Tête à tête mit integriertem, jugendfrei inszeniertem Beischlaf, gefilmt und projiziert durch RTL und moderiert von Gottschalk & Bohlen, gesponsort von HARIBO.

Solange werden wir gerne dem ALMA CHURCH CHOIR und seinen Gästen lauschen.

Im Ernst: der Kunst - Wohnwagen des Projektes sozialpalast-mobil gleicht dem guten alten Imbisswagen mit Pommes, Brat- und Currywurst. Alle Produkte bodenständig, aus eigener Produktion, mit Phosphat aber ansonsten gesund, angemessenes Unterhaltungsprogramm durch erfahrene Entertainerinnen/Verkäuferinnen - im Preis inbegriffen. Wer einmal bei CURRY 36 am Mehringdamm Berlin/West oder bei Konnopke auf dem Prenzelberg in Berlin/Ost genossen hat, ist für alle anderen Arten populärer Gastronomie auf immer verloren. So mag der sozialpalast-mobil Wohnwagen in Zukunft ähnliche Bedürfnisse ebenso gefällig und unvergesslich befriedigen wie vorgenannte Etablissements und für den Konsum von o.g. Kunst-fastfood resistent machen.

Ich unterstreiche: ich gehe in jedem Falle zur Currywurstbude!