**Neubayerische PopArt – ein Lebensgefühl**

**Die Münchner Künstlerin Jutta Franklin nimmt mit Witz und Ironie urbayerische Ikonen, Schickeria und Markenkult ins Visier. Ein Interview mit der Journalistin und Autorin Christine Koller (**[www.ChristineKoller.de](http://www.ChristineKoller.de))

Frau Franklin, Sie machen neobayerische PopArt, wie kamen Sie dazu?

JF: Es ist ein Teil meiner Biographie. Zu Zeiten der Neuen Deutschen Welle, dem Song „Skandal im Sperrbezirk“ und „Die Sennerin vom Königssee“ schnitt ich den Saum meiner Dirndl ab, nähte einen kurzen Petticoat und ersetzte das biedere Seidentuch durch ein Arafat Tuch. 1988 arbeitete ich bei einem großen Münchener Partyservice und es hieß „bayerisch muss es sein, aber mach es neu, witzig, verrückt“. Ein Jahr später malte ich meine ersten blauen Hirschen.

Was verstehen Sie unter diesem Kunstbegriff?

JF: Neobayerische PopArt ist neu interpretierte Folklore, Tradition. In der Musik macht es Andreas Gabalier, in der bildenden Kunst ist es die Reaktion auf die intellektuelle Kunstform.

PopArt wendet sich dem Trivialen in einer Verknüpfung von Realität und Kunst zu.

Was genau zeichnet Ihre Arbeiten aus?

JF: Meine neobayerischen Arbeiten sind biographisch und visualisieren dies in vielschichtiger Machart. Meine „Erkennungszeichen“ sind in dieser Kombination Hirsch, Typographie, Collage, Malerei.

Mit welchen Materialien gehen Sie um?

JF: Ich male die meisten Motive auf Leinwand, die ich selbst baue. Mit Keilrahmenleisten in allen möglichen Längen, darüber kommt französisches Leinen vom großen Ballen. Ich arbeite in Mischtechnik, weil ich so mit fetten und wässrigen Farben, Collageelementen, Tusche, Stiften, selbstgeschossenen Fotos und textilen Elemente ein ganz persönliches Unikat mit hoher Tiefenwirkung und interessanten Effekten erarbeiten kann.

Was inspiriert Sie bei der Suche nach Motiven?

JF: Die Farbe und das immer wieder Neue. Es sind die Ideen, die sprießen, wie ein Rasen im Regen und mich kreativ geradezu knechten, denn ich habe mehr Ideen und Visionen, als ich Zeit habe, diese um zusetzen. Ich suche keine Motive, sie kommen von alleine.

Sie nehmen die Schickeria und den Markenkult auf die Schippe, warum?

JF: Vor meinem Kunststudium habe ich in der Spitzengastronomie gearbeitet und da ist die Schickeria keine Unbekannte. In München ist vieles schön und es herrscht ein großer Wohlstand. Ich sehe das auch an meinen vier Kindern, die im Münchener Süden in die Schule gehen. Der Markenkult ist bei den Kids und nicht minder bei deren Eltern sehr ausgeprägt. Ich bringe da gerne etwas Unordnung hinein, um mit Augenzwinkern zum Denken anzuregen. So habe ich zum Beispiel mal das geklonte Schaf Dolly mit als rosa Prada Schaf auf der Maximilianstraße gemalt – da gibt es viele von der Sorte ;-)

Dennoch stellen Sie zum Beispiel in Münchner Restaurants und bei dem hippen Möbeleinrichter BoConcept aus. Wie passt das zusammen?

JF: Gerade deswegen stelle ich dort aus. Meine Bilder gehören zum Menschen. Ich mag es, wenn der Betrachter immer wieder ein Detail entdeckt und schmunzelt. Ich verurteile niemanden, auch nicht die Schickeria – ich porträtiere sie hin und wieder mit Augenzwinkern. Vor allem wenn es um die Wies´n geht.

Wer sind Ihre Käufer, Sammler?

JF: Wer sich Bilder von mir kauft ist Vater, Vorstand, Porschefahrer, Professor, Bäcker, betucht, verliebt, verschuldet, dick oder dünn, die sich ein bezahlbares Unikat leisten.