

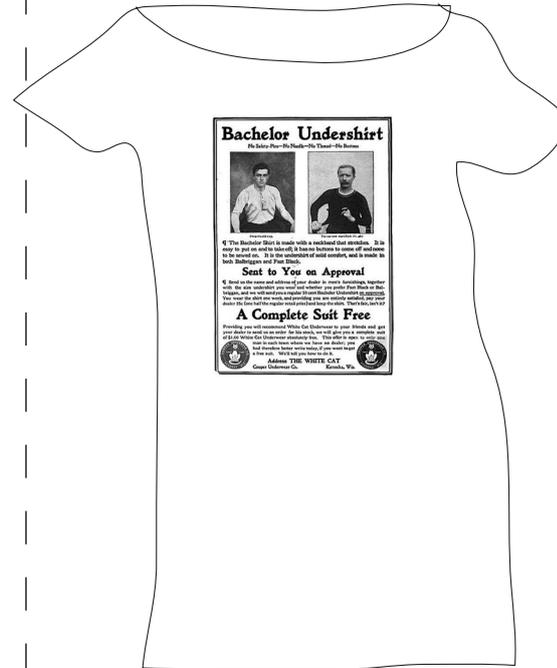


**From Underwear  
to Everywhere**



**Eine Geschichte  
in 8 T-Shirts**

1904 schaltete die „Cooper Underwear Company“ eine Anzeige mit dem Slogan „No safety pins - no needle - no thread - no button“. Das moderne T-Shirt wie wir es kennen war nun zugänglich für jeden im globalen Norden. Vorerst jedoch nur als Unterhemd gedacht, begannen vorallem Menschen der Arbeiterklasse es auch freizeitlich zu tragen. Jedoch war es nicht gängig, sich in der Öffentlichkeit in einem T-Shirt zu zeigen.



1920 erfand Scott Fitzgerald in seinem Buch „This Side of Paradise“ das Wort T-Shirt.

Das genaue Zitat lautet:

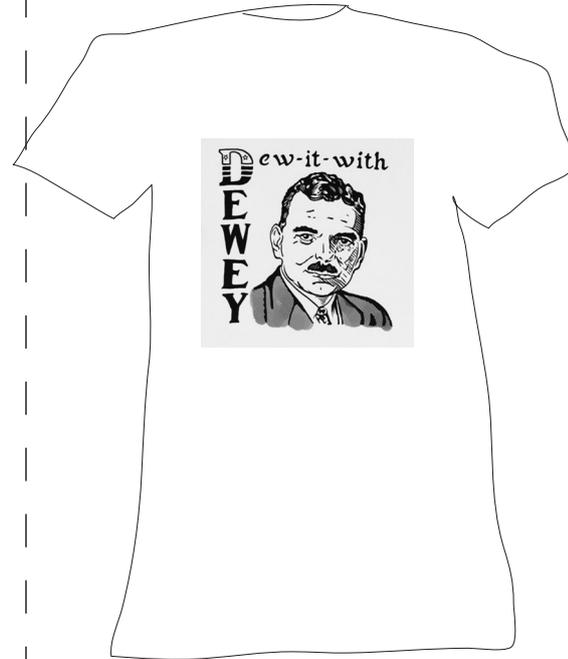
„So early in September Amory, provided with ‘six suits summer underwear, six suits winter underwear, one sweater or T-Shirt, one jersey, one overcoat, winter, etc.’, set out for New England, the land of schools.“.



Das Foto zeigt mehrere Seemänner um 1940. Das weiße T-Shirt wurde schon zu Beginn des 20. Jh. durch das US-Militär als praktische Unterwäsche benutzt. Ab dem Spanisch-Amerikanischen Krieg wurde es unter jeder Soldatenuniform getragen. Man sieht, dass das T-Shirt sich von seinem Unterwäsche-Status emanzipiert und offen getragen wird. Das Kleidungsstück zeigt die Körperformen deutlich und wird zu einem Männlichkeitssymbol.



1948 wirbt erstmals der US-amerikanische Präsidentschaftskandidat Thomas E. Dewey mit Wahlkampf Slogans auf weißen T-Shirts um Stimmen. Er ist somit der Vorläufer für alle späteren politischen Kampagnen, die auf vielen verschiedenen weißen T-Shirts geführt wurden. Das T-Shirt wird zum direkten Kommunikationsmittel, das Zugehörigkeit zu einer Gruppe, Institution oder politischen Gesinnung ausdrückt.



Sugar Ray Robinson wird heute als einer der besten Boxer aller Zeiten angesehen. Auf diesem Foto von 1950 zeigt er sich im Training bekleidet unter anderem mit einem weißen T-Shirt. Durch den popkulturellen Einfluss solcher Spitzensportler, begannen zum Beispiel mehr und mehr Universitäten weiße und andersfarbige T-Shirts zu benutzen und mit Nummern und Namen zu bedrucken, um ihre Spieler beim Sport besser unterscheiden zu können. Desweiteren begannen Student\*innen diese T-Shirts auch außerhalb des Trainings zu tragen.



Mit den Filmen „The Wild One“ 1953, mit Marlon Brando und „Rebel without a cause“ 1955, mit James Dean, wurde der Kleidungsstil einer ganzen Generation, durch die Darstellung des weißen T-Shirts in diesen Filmen, revolutioniert. Das weiße T-Shirt wurde zum Symbol der Rebellion und weiterführend als normales Kleidungsstück anerkannt. In der Folge nutzt auch die LGBTQ-Community das T-Shirt als identitätsstiftendes Ausdrucksmittel.



In dem Film „À bout de souffle“ von 1958, trug Jean Seberg als erste Schauspielerin überhaupt ein bedrucktes weißes T-Shirt. Der Slogan machte Werbung für eine New Yorker Zeitung, jedoch öffnete die grundlegende Möglichkeit des Bedruckens und Zeigens eines weißen T-Shirts auf einer solch großen Bühne, die Tür für alle möglichen Nachrichten, die auf T-Shirts zum Ausdruck gebracht werden konnten. Darauffolgend entwickelte sich das T-Shirt, noch stärker als bei Dewey, zu einer weißen Leinwand die für jeden individuell bespielbar war.



Katharine Hammnet und ihr weißes T-Shirt mit dem Aufdruck „58% don't want Pershing“, welches sie 1984 bei einem Empfang der damaligen britischen Premierministerin Margaret Thatcher trug, ist ein prominentes Beispiel für die Möglichkeit ein T-Shirt als direktes Kommunikationsmittel mit politischer Botschaft zu benutzen. In diesem Fall kritisierte Hammnet die vermehrte Stationierung amerikanischer Nuklearraketen in Europa. Das T-Shirt ist von der Unterwäsche zum Ausdrucksträger einer Identität und Botschaft geworden.

