

Mutter-Depressionen

In Österreich leidet jede fünfte Frau nach der Geburt. Seite II

Vatertag

Mamakind und Papakind. Seite III

Alibifrauen?

Die ersten Gemeinderätinnen in der Stadt Salzburg. Seite IV

Wissenschaft

Ingenieurskunst: Neues Leben mit hochtechnischen Ersatzteilen. Seite V

Gesundheit

Dieselruß schädigt Herz. Geburtsvorbereitung stärkt Selbstbewusstsein werdender Mütter. Seiten IX, X

Reisen

Paradiesische Buchten säumen die Insel Kreta. Seite XIII



„I love New York“-T-Shirt wurde zur Ikone Amerikas. Nach dem Einsturz des World Trade Centers wurde es wiederentdeckt. Bild: S/N/Gravot

le gehüllt zur Geltung: Brigitte Bardot ebenso wie Marilyn Monroe und wie später Demi Moore oder Ende der 1990er Jahre Lara Croft.

Vom Rock 'n' Roll, dem Erkennungsruf der neuen Generation, ist das T-Shirt genauso wenig wegzudenken wie von der Leinwand. Mit Rockgrößen wie Bill Haley („Rock around the clock“ wird 16 Millionen Mal verkauft!) und Elvis Presley ist der Siegeszug des T-Shirts nicht mehr aufzuhalten. Untrennbar verbunden mit Blue Jeans und Lederjacke wird das T-Shirt zum ersten Vorläufer der Antimodeströmungen der 60er Jahre. Was diese Generation zusammenschweißt, ist eine gemeinsame Geisteshaltung: die Ablehnung des Establishments, das Verbannen von alten Konventionen, der Hunger nach Freiheit. Jeans und T-Shirt, oft mit Aufschrift, die Identität und Zugehörigkeit des Trägers dokumentiert, wird zum gemeinsamen Erkennungsmerkmal, zum Synonym für Protest gegen die Gesellschaft. Diese Kleidung fegt die Spuren der Herkunft weg, wird von der Ober- und Mittelschicht ebenso getragen wie von Jugendlichen der Unterschicht.

Flower-Power und freie Liebe auf den „T“

Den „wilden Jungs“ der 50er Jahre folgen die Blumenkinder der 60er und 70er Jahre. Hemd und Bluse werden immer mehr vom Baumwollshirt abgelöst, Sex-Revolutionäre verkünden „freie Liebe“ und Flower-Power ist auch auf den Shirts angesagt. In den 80er und 90er Jahren, als „casual wear“ endgültig die Mode dominiert, erlebt das T-Shirt noch einmal durch die Entwicklung neuer Web- und Drucktechniken einen enormen Produktionsanstieg. Ein Blick ins Internet reicht aus, um die Ausmaße der T-Shirt-Produktion zu erkennen. Angeboten werden Shirts zu wirklich jedem Anlass sowie Shirts mit Motiven für jeden Geschmack: Western-, Tier-, Blumen-, Landschafts-, Kunst-, Auto-, Computer-, Kino-, Erotik-, Sport- oder Trickershirts, die Liste ließe sich ins Unendliche weiterführen.

Eine jüngst von der großen T-Shirt-Firma Jerzeez in Auftrag gegebene Umfrage hat folgende Ergebnisse gebracht: 91% aller Amerikaner besitzen ein Lieblingsshirt; Die Farbe Weiß dominiert die Charts; 62% aller Amerikaner besitzen mehr als zehn T-Shirts, 90% der 18- bis 20-Jährigen besitzen mehr als dreißig Shirts. Als Hauptgrund für die große Vorliebe für das Baumwollshirt: Bequemlichkeit! Dieser Umfrage nach wäre Martin gar nicht die große Ausnahme. Und was sind eigentlich seine Lieblingsshirts? „Die etwas ungewöhnlichen, die, die aus der Norm fallen. Wobei ich mich in den lustigen, mit etwas Zynismus gewürzten am wohlsten fühle.“ Und wie sieht Martins zuletzt erworbenes Stück aus? „Da ist ein Elch drauf“, antwortet er mit einem Augenzwinkern, das auf genau dieses „T“ neugierig macht.

Zeig mir dein liebstes T-Shirt...

... und ich sag dir, wer du bist!

Wer glaubt, das T-Shirt sei rein amerikanischen Ursprungs, liegt wahrscheinlich falsch. Marlon Brando und James Dean machten es zum Inbegriff der rebellischen Jugend.

ELISABETH ESCHER

Martin hat für jeden Anlass und für jede Stimmung das richtige T-Shirt parat. Eine ganze Menge solcher „Leiberl“ liegen fein säuberlich übereinander geschichtet in seinem Kleiderschrank: Mit und ohne Aufschrift, mit avantgardistischen bis hin zu naturalistischen oder märchen-beziehungsweise comicartigen Motiven; von pastellfarbenen bis hin zu schrillen oder klassischen reinweißen oder tiefschwarzen Shirts. Lässige, sportliche, lustige, extravagante, dekorative, anarchistische und sogar elegante Exemplare stehen je nach Lust und Laune zur Auswahl.

Aus Feinripp oder glatter Baumwolle dokumentieren ganze Jahrgänge von Shirts Besuche von Rockkonzerten und anderen Veranstaltungen, Freundschaften und Begegnungen sowie Reisen des T-Shirt-Fans. Dabei muss sich Martin immer wieder von gewissen Stücken trennen, sonst würde der Schrank überquellen. Niemals abgestoßen werden jedoch jene Shirts, die Freunde für ihn selbst angefertigt haben: Solche mit appliziertem Herz etwa, oder „Literatur-T-Shirts“, ganz persönliche Stücke eben.

Über das T-Shirt gibt man sich zu erkennen und tut Zugehörigkeiten kund. Es unterstützt den Kampf gegen die Umweltverschmutzung oder Globalisierung ebenso wie rassistische Slogans Rechtsradikaler. Gesinnung und Solidarität werden über die bedruckte Baumwolle zum Ausdruck gebracht. Künstler, Modeschöpfer und Politiker nutzen das Shirt genauso wie Versicherungen oder Autoproduzenten als wirkungsvollen und preisgünstigen



Pop-Künstler Keith Haring mit T-Shirt.

Webträger für ihre Anliegen und Produkte. Nicht jeder verfügt über eine derartige Menge des wohl beliebtesten und meistgetragenen Oberbekleidungsstückes wie Martin, aber ganz ohne T-Shirt kommt kaum jemand aus.

Ein Unterhemd macht Karriere

Die Erfolgsgeschichte des Shirts vom Typ „T“ und wie aus dem Basic ein Kultartikel geworden ist, kann man in dem jüngst erschienenen Buch „T-Shirt“ von Charlotte Brunel (Brandstätter Verlag) nachlesen. Reich bebildert informiert der Band nicht nur über die Geburt eines Mythos, er gibt auch Einblick in die verschiedensten Verzierungstechniken, beschreibt den Aufstieg des „Unterhemdes“, beschäftigt sich mit der Bedeutung des Slogans sowie mit dem T-Shirt als Webträger und Kunstobjekt.

Wer nun glaubt, das T-Shirt sei rein amerikanischen Ursprungs, liegt wahrscheinlich falsch. Ameri-

Baumwollhemd nämlich vor etwa 85 Jahren sozusagen als Kriegsbeute aus Europa in ihre Heimat mit. Fest steht, dass das Kleidungsstück zu Beginn des 1. Weltkrieges erstmals in großen Mengen in Auftrag gegeben wurde, um die schwere wollene Unterbekleidung von den Soldaten durch leichte Baumwolle zu ersetzen. Die ersten Träger waren von der Baumwollmasche, die sich dem Körper anschmiegt und dennoch Bewegungsfreiheit lässt, begeistert und nahmen die bequeme Erfindung dankbar an. Auch in zivilen Kreisen sprach sich der Tragekomfort dieser „zweiten Haut“ schnell herum, jedoch wurde das Shirt erst nur als Unterwäsche getragen.

Im 2. Weltkrieg kämpfte die gesamte US-Armee im Hemd aus 100% Baumwolle mit Rundhalsausschnitt in Form eines „T“. „Man braucht nicht Soldat zu sein, um sein eigenes T-Shirt zu haben“, war ein neuer Nachkriegslogan der



Signierte Künstler-T-Shirts im Museum.

US-Jugend und bald schaffte es das T-Shirt – nunmehr Symbol des siegreichen Amerikas – von seinem Image als Unter-, Kriegs- oder Sportbekleidung wegzukommen. Hollywoodstars wie Marlon Brando und James Dean machten als coole T-Shirt-Träger in Kultfilmen wie „Der Wilde“, „Endstation Sehnsucht“ oder „Denn sie wissen nicht, was sie tun“ das Baumwollhemd über die Leinwand auch in Europa zum Inbegriff der rebellischen Jugend der 50er Jahre und erhoben das Kleidungsstück zur Ikone.

Ives Montand und Charles Vanel verewigten mit „Lohn der Angst“ das Trägerleinchen in der französischen Filmgeschichte. Und in Jean-Luc Godards Film „Außer Atem“ läuft Jean Seberg mit einem sexy Werbe-T-Shirt der New York Harold Tribune neben Jean-Paul Belmondo auf der Straße; ein Bild, das sich eingepägt hat als Verkörperung einer neuen weiblichen Jugend: frei und verführerisch zugleich. Das Shirt, bisher männliches Attribut, hat die Damenwelt erobert. Junge Schauspielerinnen bringen ihre Traumgröße von nun an am liebsten in

