

Das T-Shirt: Vom Unterhemd zum Statement

Die Geschichte des T-Shirts, wie wir es heute kennen, begann vor etwa 100 Jahren.

Das T-Shirt war lange Zeit lediglich ein Unterhemd, im späten 19. und Anfang des 20. Jahrhundert war das „Leibchen“ mit kurzen Ärmeln eine beliebte Unterbekleidung.

Aufgrund des einfachen Schnitts kann man jedoch teilweise die Grundform des T-Shirts bis ins Mittelalter und sogar bis ins alte Ägypten zurückverfolgen. Erst die Erfindung der Strickmaschine durch William Cotton 1860 ermöglichte die massenhafte Produktion und somit dessen Verbreitung. Doch woher kommt eigentlich der Name des allgegenwärtigen Kleidungsstücks? Die einfachste Erklärung wäre, den Namen an den T-förmigen Schnitt des T-Shirts anzulehnen.

Doch es gibt auch zwei weitere Theorien, wie der Mythos T-Shirt entstanden ist: Zum einen könnte der Ursprung auf die Kleidung der Bediensteten im England um 1900 zurückgehen, die zur Tea-Time ein kurzärmeliges Tea-Shirt anstatt eines Hemdes trugen, um sich nicht die Ärmel mit Tee zu bekleckern.

Weiterhin trugen deutsche, englische und amerikanische Matrosen während des 1. und 2. Weltkrieges die so genannten Takel-Shirts (kurz: T-Shirts) aus Baumwolle als Unterbekleidung.

In den 1920er Jahren holte Coco Chanel T-Shirts im Seemannslook aus Jerseystoff auf den Laufsteg und macht so die sportliche Mode schick.



Im 2. Weltkrieg trugen Matrosen und Soldaten aus praktischen Gründen die T-Shirts immer mehr zur Schau. Die T-Shirts mit Rundhalsausschnitt der U.S. Navy waren aus reiner Baumwolle und somit weitaus angenehmer zu tragen als die Vorgänger aus Wolle. In den 1950er Jahren trugen Kino-Legenden wie Marlon Brando („Endstation Sehnsucht“, 1951) und James Dean („Denn Sie wissen nicht, was sie tun...“, 1955) das klassische weiße T-Shirt. Der Trend wurde von der Jugend aufgegriffen und mit Blue Jeans und Lederjacke als rebellischer Gegenpol zum klassischen Hemd mit Knöpfen getragen. Das T-Shirt als Oberbekleidung war geboren!

T-Shirts mit Motivdruck kommen auf den Markt



Bis Mitte des letzten Jahrhunderts blieben T-Shirts – mit Ausnahme von Trikots – einfarbig und unverziert. Zwar gab es schon länger die Technik des Siebdrucks, aber erst neue Plastisolfarben machten es möglich, auf Textilien zu drucken, da die Pigmente haltbarer und flexibler sind. Mit der Erfindung der Mehrfarben-Rotationsdruckmaschine 1960 und der Entwicklung des Thermo-Sublimationsdrucks wurde die Erfolgsgeschichte des bedruckten T-Shirts begründet. Das Thermodruckverfahren machte es sogar möglich, fotorealistisch auf T-Shirts zu drucken.

So wurden in den 70er Jahren bedruckte T-Shirts immer beliebter. Das T-Shirt wurde zur Leinwand, zum Ausdrucksmittel, zum Protest-Plakat, zur Werbefläche. Große Firmen wie Adidas oder Coca-Cola nutzen es als Werbe-Shirt, um die eigene Marke noch bekannter zu machen, für die Träger wiederum waren sie Statussymbol.

Touristen-Hochburgen verkauften T-Shirts als Souvenirs an Urlauber. Bis heute ist die Aufschrift „I love N.Y.“ der beliebteste T-Shirt-Druck der Welt. Durch das T-Shirt konnte man seine politische Gesinnung oder Protest zum Ausdruck bringen und jedem den eigenen Musikgeschmack präsentieren. T-Shirts können zudem als eine Art Chronik des Zeitgeschehens gesehen werden, denn sie spiegeln wichtige Ereignisse in Politik, Sport und Popkultur wieder.

Bands und Tourshirts sind unzertrennlich



Ab Mitte der 70er gehörte Merchandise fest zu den Touren großer Musiker wie Eric Clapton, Bruce Springsteen oder die Rolling Stones dazu. Man schmückte sich mit den T-Shirts von Bands um zu zeigen, auf welchen Konzerte man war. Konzert-Merchandising entwickelte sich in Kürze von der Handarbeit zur Großindustrie. Merchandising-Firmen wurden zu Lizenznehmern vieler Bands und vermarkteten diese.

Bandshirts rufen auch noch Jahre später Erinnerungen an wilde Konzerte hervor und einige Bandlogos und Designs haben fast ikonenhaften Charakter. Sie prägten eine ganze Generation und spiegeln das Zeitgeschehen jener Dekade wieder. Nicht umsonst werden einige Bandshirts für viel Geld gehandelt und beliebte Motive immer wieder neu aufgelegt, sei es das Smiley von Nirvana, der bekannte Schriftzug von AC/DC oder der Rolling-Stones-Mund.

Das Fun-Shirt der 90er



Ein weiteres Genre ist das Fun-T-Shirt, das in den 90ern immer beliebter wurde. Witzige oder ironische Sprüche sollten frech und unangepasst auf andere wirken und die Individualität des Trägers unterstreichen. Kurze, groß gedruckte Wörter wie „Zicke“ waren das Statement der Zeit. Die Kreativität kannte keine Grenzen, sodass sich Drucke in allen Formen und Farben auf den T-Shirts widerspiegeln. Sonderfarben wie Neon, Glitter oder Glow in the Dark passen zum schrillen Ruf der 90er.

American Apparel brachte 1997 eine Kollektion an blanken, unbedruckten T-Shirts heraus. Basic-Shirts in verschiedenen Farben gehören auch heute noch zum Standardrepertoire aller größeren Bekleidungsmarken und eignen sich bestens, um bedruckt zu werden.

Das T-Shirt heute: Allrounder für jede Gelegenheit

Für das T-Shirt gibt es heute keine Grenzen mehr. Es funktioniert als pures Fashion-Basic genauso wie bedruckt als Fashion-Statement. Verschiedene Schnitte, unterschiedliche Stoffqualitäten, neue Materialien und Spezialfarben bieten unbegrenzte Möglichkeiten bei der Gestaltung des T-Shirts. Nach über 100 Jahren ist es nicht mehr wegzudenken und man kann guten Gewissens behaupten, dass das T-Shirt heute das wohl wichtigste Kleidungsstück ist.



Quellen: Tagesspiegel, Artikel „Hemd mit Aussage“/ [Guetta, Patrick & Marc, Nieder, Alison, „Vintage T-Shirts“, Taschen-Verlag](#)
Bildnachweis: Bella + Canvas, New York Magazine, [welldresseddad.com](#)