

Das ist meine

Wer sagt, das T-Shirt sei tot? Jedes Jahr kommt es wieder – mit neuen Bildern, Logos, Sprüchen und Farben. Für die einen ist es Mode, für die anderen ein Mittel zur Kommunikation: „Das ist meine Botschaft!“ JUMA hat den Jugendlichen auf's Hemd guckt und nachgefragt.

Musikalisch: Ann-Kathrin, 16 Jahre, spielt Gitarre in einer Band. Ihr Herz schlägt für Rockmusik. Das T-Shirt trägt sie auch bei Auftritten.

Musikfan: Dennis, 15 Jahre, steht auf „Offspring“. Das Hemd bestellte er in einem Musikversand.

Botschaft!



*Friedliebender Mensch:
Natalija, 14
Jahre, hat
zwei T-Shirts
mit Peace-
Logo.*

So ...

Sie sind witzig, zweideutig, doof oder nichts sagend: Sprüche und Bilder auf T-Shirts. „I love my dog“ – ist der Träger Tierfreund? „Ich möchte gern einer Jugendbewegung angehören“ – hat die Frau Probleme mit ihrem Alter? Was soll der Spruch „Who (r) You?“ – will mich da einer kennen lernen, oder was? Warum trägt die Oma ihren Enkel auf dem Bauch – als aufgebügeltes Bild, versteht sich? Kann man den Kleinen kaufen?

Fragen über Fragen. Eine bleibt übrig: Was wollen die T-Shirt-Fans erreichen – Provokation oder Anmache? „Ich find es einfach witzig.“ – „Hat mir gefallen.“ Das antworten die meisten. Faule Ausreden – ich glaube, da steckt mehr dahinter! Eigentlich sollen alle T-Shirts das gleiche sagen: „So bin ich!“ Die kinderliebe Oma, der sympathische Mädchenverstehler, die jugendliche Hausfrau, der nette Hundehalter. Doch Vorsicht: Wer so für sich wirbt, hat's vielleicht nötig! Und dann lernt man plötzlich ganz andere Leute kennen. „So möchte ich sein!“ – darum geht's. Oder nicht?

Blumenfan: Ein Hemd, das Lust macht auf den Sommer. Anja, 15 Jahre, hat es gerade gekauft.

Selbsterkenntnis: Anjas Freundin Sandra, 15 Jahre, probt die „Zicke“. „Meine Mutter meint, ich wäre eine.“

... oder so?

Es ist ganz einfach ein absoluter Klassiker: das T-Shirt. Als die ersten Astronauten zum Mond flogen, trugen sie die Dinger noch als Unterwäsche. Doch dann kamen die T-Shirts ans Licht: Die Rolling Stones bedruckten sie mit einer roten Zunge und den Daten der damals laufenden Tournee. „Atomkraft – nein danke!“ konnte man in den 80-ern auf den Hemden lesen. In den 90-ern verfremdeten pfiffige Leute bekannte Firmenzeichen und druckten sie auf die Shirts. Das gab nicht nur eine Menge Ärger mit den Firmen, sondern auch einen Mega-Erfolg bei den Kids. Letzten Sommer kamen dann „Zicke“, „Hexe“ und ähnlich freche Selbstbekenntnisse auf die Brust.

T-Shirts haben eine ganze Reihe Vorteile: Man kann sie selbst gestalten und bedrucken. Sie kosten nicht viel Geld. Sie lassen sich mit den meisten Hosen, Röcken, Jacken usw. kombinieren. Sie sind schick, witzig, originell oder dezent – ganz wie du willst.

Und: Sie gehören einfach zur Jugendkultur dazu. Stell dir vor, es gäbe keine bunten, lustigen, verrückten T-Shirts – die Welt wäre ärmer! Oder nicht?

Tierfreund: „Nicht unbedingt“, sagt André, 14 Jahre. „Das T-Shirt fand ich einfach nur lustig.“



Fake: Von seinen Eltern bekam Fabian, 16 Jahre, dieses Hemd, obwohl er noch nie in einem Hardrockcafé war.



Farbenfroh: Eva, 15 Jahre, trägt ein besonders modisches T-Shirt. Das Hemd gefiel ihr wegen der Farben.



Witzig: Marc, 18 Jahre, will provozieren. Viele Mädchen lachen über seinen Spruch.



Nüchtern: Ihrer Freundin Laura gefallen neutrale Zahlen besser als kesse Sprüche.

Anmache: Anja, 16 Jahre, ist sonst eher schüchtern. Trotz des Spruches wurde sie noch nicht spontan geküsst.

Hintergedanken: Jasmin, 15 Jahre, bekam das Shirt von ihrer Schwester, die sich oft über sie ärgert.

Kultauto: Tobias, 19 Jahre, ist Autofan und würde am liebsten selbst so einen alten Ford fahren. Um das Motiv zu schonen, dreht er das Hemd vor dem Waschen auf links.