

EINFÜHRUNG IN ÄSTHETISCHE VERMITTLUNGSKONZEPTE - T-SHIRT

Jan Mika Heyink



L.116.43360 Sybille Wiescholak Sommersemester 2026
Universität Paderborn
E-Mail: janmika@dse-heyink.de Matrikelnummer: 7338953

Nur ein T-Shirt ?!



Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	5
2. VOR-MUSTER T-SHIRT, ALLTAG, KULTUR, KUNST	5
MUSTER	5
MUSTER INNERHALB DER WAHRNEHMUNG	5
3. ÄSTHETIK UND WIRKLICHKEIT WAHRNEHMEN.....	8
DER BLICK DER ANDEREN	10
4. KREATIVE MUSTER-BILDUNGEN BRAUCHEN MUSTER	12
KREATIVITÄT	13
KONTAKTANZEIGE: DAS BESSERE T-SHIRT	14
WORTSPIEL T-SHIRT.....	15
EXACTITUDES	16
JENNY HOLZER	17
5. ALLTAGSÄSTHETISCHE-BIOGRAFISCHE MUSTER-BILDUNGEN	18
DAS T-SHIRT DUETT IM BETT.....	20
VIVIENNE WESTWOOD	20
6. KULTURWISSENSCHAFTLICH-RATIONALE MUSTERBILDUNG, KULTURELLES GEDÄCHTNIS.....	21
KULTURELLES GEDÄCHTNIS.....	21
BILDERMUSTERUNG	22
YASUMASA MORIMURA	22
WERDEGANG DES T-SHIRTS	23
7. KULTURWISSENSCHAFTLICH-RATIONALE MUSTERBILDUNG, FREMDES UND EIGENES .	28
GENDERMUSTER	28
ROY VILLEVOYE	28
T-SHIRT AUF REISEN.....	29
DAS GENDERDILEMMA.....	31
8. KULTURWISSENSCHAFTLICH-RATIONALE MUSTERBILDUNG, NACHHALTIGKEIT	32

NACHHALTIGER UMGANG MIT T-SHIRTS	32
KATHARINE HAMNETT	32
9. KÜNSTLERISCH-PRAGMATISCHE MUSTERBILDUNG	33
PARASITIEREN UND INFIZIEREN	33
TRANSFORMIEREN UND REFRAMEN	34
PERFORMIEREN UND INSZENIEREN	34
BRICOLIEREN	34
RUPPE KOSELLECK	34
T-SHIRT-VIREN	35
T-SHIRTS IN BEWEGUNG	35
MARTIN MARGIELA.....	36
ICH WAR EINMAL EIN T-SHIRT	37
10. ABSCHLUSS	38
LITERATURVERZEICHNIS:.....	40
ABBILDUNGSVERZEICHNIS:.....	41

1. Einleitung

In dem Seminar „Einführung in ästhetische Vermittlungskonzepte – T-Shirt“ beschäftigten wir uns mit dem T-Shirt und all seinen Bereichen. Wir überlegten, recherchierten und analysierten im Seminar, was ein T-Shirt zu einem macht, was für T-Shirts existieren, welche Funktionen ein T-Shirt hat, was ein T-Shirt über mich aussagen kann, wie ein T-Shirt wirken kann, welche Botschaft ein T-Shirt offenbart, wie man T-Shirts ordnen kann, wie ein T-Shirt in anderen Kulturen gesehen und getragen wird, wie ein T-Shirt in seiner Bedeutung und Verwendung verändert werden kann. Im Folgenden werden alle im Seminar erarbeiteten Erkenntnisse mit Hilfe der bearbeiteten Literatur und der Vorstellung ausgewählter Künstler dargestellt. Zur Untersuchung der Wahrnehmung und Musterbildung in Bezug auf das T-Shirt fokussierten wir uns auf die drei Zugänge der Alltagsästhetischen, Kulturwissenschaftlich-rationalen und Künstlerisch-pragmatischen Musterbildungen. Ziel dieses Portfolios ist es, die ästhetische Wahrnehmung in Bezug auf das T-Shirt und insgesamt zu erweitern. Blinde Flecken sollen aufgedeckt werden. Zudem sollen neue Perspektiven offenbart und neue nachhaltige Muster gebildet werden. Ich werde zunächst die für den Themenblock ausgewählte Literatur darstellen. Diese werde ich anschließend durch praxisorientierte Beispiele anhand von Künstlervorstellungen ergänzen. Abschließend werde ich die Ergebnisse der Seminarübungen darstellen und in Bezug zu der Literatur reflektieren. In der Abschlussreflexion werde ich die Seminarerkenntnisse zusammenfassen.

2. Vor-Muster T-Shirt, Alltag, Kultur, Kunst

Muster

Das aus dem Romanischen stammende Wort Muster existiert seit dem 15. Jahrhundert im deutschen Sprachgebrauch. Es bedeutet zeigen. Des Weiteren kann ein Muster als Vorlage in der Produktion angesehen werden (vgl. Kolhoff-Kahl, 2009, 15).

Muster innerhalb der Wahrnehmung

Iris Kolhoff-kahl beschreibt, dass wir Menschen innerhalb unserer Wahrnehmung immer auf Grundlage unserer eigenen Erfahrungen Muster bilden. Diese Muster umfassen Selektion und Kontingenz. Wir entscheiden uns zwangsläufig für eine Ordnung und lassen eine andere außer Betracht (vgl. 2009, 7 & 2018, 116). Sie beschreibt ergänzend, dass diese Selektion der Wahrnehmung in Muster notwendig für Menschen ist, da sonst die Vielfalt der Möglichkeiten zu Problemen innerhalb unserer Wahrnehmung führen würde. Daher existieren Muster der Wahrnehmung, welche kulturell geprägt sein können (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 8 & 2018, 116). Muster dienen dazu Denk- und Verhaltensweisen sowie Gefühle zu strukturieren (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 15). „Treffen die alltäglichen, normal empfundenen Muster auf unbekannte, irritierende Wahrnehmungen, so müssen wir uns verhalten, vergleichen, anpassen, abwehren oder neue Muster bilden.“ (Kolhoff-kahl, 2009, 8).

Wenn diese Assimilationsschemata nicht durch äußere Einflüsse gestört werden würden, könnte der Mensch nichts dazulernen und beharrt auf seinen bekannten Ordnungsmustern (vgl. Kolhoff-kahl, 2018, 117). Wenn der Mensch die Relevanz der Störung für sich erkennt und sich die Störung aneignet, erweitert er seine Wahrnehmungsmuster sowie seine Erfahrung und erzeugt ein Gleichgewicht zwischen seinem Ich und der Umwelt. Diesen Prozess der Erweiterung und Aneignung von Mustern beschreibt Piaget als Äquilibration (vgl. Kolhoff-kahl, 2018, 117). „Auf diese Weise konstruiert sich der Mensch seine Wirklichkeit, wobei die Problemlösungen der Realität und der Situation angepasst sein müssen.“, erläutert Kolhoff-kahl (2018, 117). Musterungen basierend auf dem uns alltäglich Bekannten können zu Vorurteilen führen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 8). Wenn das Beobachtete die alltäglichen Wahrnehmungsmuster widerspiegelt, endet unsere Beobachtung. Im Kontrast dazu steht der Fall, wenn das Beobachtete unseren alltäglichen Wahrnehmungsmustern widerspricht. In diesem Fall beobachten wir genauer und länger (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 8). „Muster werden assimiliert oder transformiert, Gestaltungszwischenräume entstehen [...]“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 8). Um neue Muster bilden zu können, brauchen wir bestehende Muster (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 15). „Jede Form von Erkenntnisgewinn sucht nach einem neuen Erklärungsmodell, das von bisherigen Mustern abweicht und somit bisher nicht gekannte Handlungs- und Denkräume eröffnet.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 17).



Abbildung 1 Seminarergebnis T-Shirt Ordnung 2026

Im Seminar haben Studierende eine Vielzahl verschiedener ihrer T-Shirts mitgebracht. Wir führten Überlegungen durch, inwiefern sich die T-Shirts nach Gemeinsamkeiten in Kategorien ordnen lassen. Wir ordneten die T-Shirts nach unseren Wahrnehmungsmustern. Wir ordneten die T-Shirts beispielsweise nach Farbe, Größe, Motiv und Thema. Schnell wurde deutlich, dass die verschiedenen Studenten die T-Shirts nach verschiedenen Faktoren ordneten. Einige Studierende ordneten die T-Shirts anhand einer Gemeinsamkeit, welche für andere Studierende bis dahin nicht erkenntlich war oder bisher von ihnen nicht nach dieser Gemeinsamkeit geordnet wurde. Diese Muster stellten bis dahin für sie einen blinden Fleck in ihrer Wahrnehmung dar.

Durch das Diskutieren über die verschiedenen Musterordnungen entstanden immer mehr Muster der Wahrnehmung der T-Shirts innerhalb der Seminargruppe, welche für mich innerhalb weiterer T-Shirt-Ordnungen keinen blinden Fleck mehr darstellen, sondern sich als Muster der Wahrnehmung bei mir ansiedelten. Anhand vorgestellter Muster meiner Kommilitoninnen entwickelten sich bei mir stetig weitere Ideen zur Ordnung der vorliegenden T-Shirts. Die Vielzahl der verschiedenen Ordnungen war überraschend für mich persönlich. Es war spannend zu sehen, wie viele Ordnungen man selbst gar nicht erkennt, welche für andere direkt präsent sind.

Die französische Künstlerin Catherine Balet ordnet Menschen anhand ihrer Kleidung nach Mustern und kategorisiert sie. In Abbildung 2 ordnet sie Menschen, die ein Fußballtrikot tragen, in eine Kategorie. Abbildung 3 zeigt die Kategorisierung von Menschen, die Bandmerch tragen. Sie offenbart die von Kolhoff-kahl herausgestellten Musterordnungen und arbeitet nach einem sehr ähnlichen Prinzip, wie wir innerhalb der Seminarübung, in der wir T-Shirts in Kategorien eingeordnet haben. Durch ihre Arbeiten wird noch einmal deutlich, wie sehr der Mensch in Mustern wahrnimmt und danach ordnet.



Abbildung 2 Balet S.94



Abbildung 3 Balet, S.96

Die Seminarerkenntnisse der T-Shirt-Ordnungen decken sich stark mit denen der Literatur. Muster unterstützen innerhalb der Ordnung und Strukturierung. Im Seminar und der Literatur wurde deutlich, dass die Muster der Wahrnehmung etwas Subjektives und Individuelles sind. Die Wahrnehmungsmuster von Person zu Person unterscheiden sich. Muster, welche für mich bislang einen blinden Fleck darstellten, sind für Kommilitonen prägnant. Meine persönlichen Wahrnehmungsmuster erweiterten sich durch den Austausch mit den anderen Studierenden innerhalb des Seminars. Sie wiesen mich auf mögliche Ordnungen hin. Dadurch sind bei mir neue Wahrnehmungsmuster entstanden. Diese Prinzipien beschrieb Kolhoff-kahl ebenfalls.

3. Ästhetik und Wirklichkeit wahrnehmen

Der Begriff der Ästhetik lässt sich auf den griechischen Begriff Aisthesis zurückführen, welcher zwei Bedeutungen umfasst. Aisthesis umfasst die sinnliche Wahrnehmung der Wirklichkeit, welche das Schmecken, Riechen, Hören und Tasten umfasst. Die sinnliche Wahrnehmung dient zur Erkenntnis der Welt und sorgt im Gehirn für Repräsentationen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 17). „Gleichzeitig bedeutet »aisthesis« Empfindung und schließt die Gefühlsperspektive mit ein.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 17). Daraus lässt sich ableiten, dass in der ästhetischen Wahrnehmung die Erkenntnis und Empfindung direkt miteinander verbunden sind (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 17). Mattenklott erweitert diese Definition und beschreibt die Ästhetik innerhalb der kulturwissenschaftlichen Diskurse als weites Bedeutungsfeld von z. B. Natur, Alltag, Lebenserfahrungen und Gestaltungen, wobei es jederzeit mit einer Reflexion auf Gegenstand und das erlebende Subjekt verbunden ist (vgl. Mattenklott, 2012, 115). Kolhoff-kahl führt für das traditionelle Ästhetikverständnis nach Welsch (1996) drei Absolutismen an.

- a. Sinnlichkeitsvernichtender Absolutismus: Disziplinierung der primären vitalen Sinnlichkeit und damit eine Wendung gegen die Materie;
- b. Weltvernichtender Absolutismus: Ästhetik spiele sich lediglich im Subjekt ab, es gebe keine Erfahrung des Verändertwerdens, Hingabe an das Material.
- c. Konkurrierende Orientierungsweisen werden absolut vernichtet, wie z.B. die Kognition oder Ethik.

„Was zu diesen Verabsolutierungen geführt hat, ist der Versuch, das sinnliche Wahrnehmen mit der Reflexion zu überschreiten und damit Strategien der Beherrschung und Disziplinierung des sinnlichen Erfahrens kulturell zu verankern.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 19). Dieses Prinzip lässt sich als ästhetisches Denken definieren. Es wird ein Muster erschaffen, welches die Informationen zugleich ordnet. Es diversifiziert sich jedoch und passt sich an. Bateson beschreibt es als „das Muster, das verbindet“ (vgl. 1982, 15). Die Aufmerksamkeit für ein verbindendes Muster innerhalb eines zeitlichen, räumlichen Kontextes spiegelt nach Bateson die ästhetische Wahrnehmung wider. Es gilt die Kommunikation und Handlungen gemeinsam und nicht einzeln zu betrachten, sondern ein verbindendes Muster zu finden (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 20).

Ästhetische Muster können sich, wenn sie zu tief bei Menschen eingedrungen sind zu anästhetischer Gleichförmigkeit wandeln. Die Muster werden zu einer Form der Ideologie und der Mensch verlernt die Fähigkeit der ästhetischen Wahrnehmung. In diesem Fall lebt er in einer virtuellen Welt, welche nicht sinnlich erfahrbar ist (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 22).

Kolhoff-kahl beschreibt, dass das Verhalten von Menschen bei der Wahl eines Outfits durch Kleidungsmuster geleitet wird (vgl. 2009, 23). Beispielsweise ist für uns ein Muster, dass Farbe A und Farbe B in einem Outfit nicht harmonieren. Daher fällt diese Kombination in der Outfiterstellung weg. Wenn keine Kleidungsmuster existieren würden, müsste der Mensch morgens zwischen allen möglichen Kombinationen selektieren. Kleidungsmuster reduzieren die Anzahl der möglichen Kombinationen massiv und erleichtern den Prozess der Outfiterstellung. Diese Muster sind subjektiv und unterscheiden sich von Person zu Person. Durch diese individuellen Muster entstehen blinde Flecken in der Outfiterstellung. Kombinationen von Kleidungsstücken eines Kleiderschranks, welche für Person A prägnant und modisch erscheinen, sind für Person B keine Option als Outfit oder bleiben unentdeckt. Dies stellt blinde Flecken der Wahrnehmung dar, welche durch die subjektiven Kleidungsmuster entstehen.

Ästhetische Musterbildungen lassen sich gut unter der Berücksichtigung der Systemtheorie und des Konstruktivismus untersuchen, da wir durch unser Wahrnehmen kein korrektes Abbild der Realität erlangen, sondern wir unsere Wahrheit auf den zuvor konstruierten Musterbildungen erzeugen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 27).

„Sinnliches Wahrnehmen erzeugt keine Abbilder von Wirklichkeit, sondern ist ein hochkomplexer Denkprozess, in dem sich verschiedene Informationen aufeinander abgleichen und je mehr Quellen und Verarbeitungsprozesse ein Mensch heranziehen kann, desto komplexer und differenzierter werden seine für »wahr« genommenen Repräsentationsmuster.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 27). Sie beschreibt es als Ziel, dass sich Muster innerhalb der Wahrnehmung nicht festsetzen, sodass die Empfänglichkeit des Individuums eingeschränkt wird und die subjektive Wirklichkeit als einzige Wahrheit existiert (vgl. 2009, 36). Je differenzierter und kulturell vielfältiger die Umwelt eines Menschen ist, desto vielschichtiger werden seine emotionalen, kognitiven und pragmatischen Erkenntnismuster (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 33). Durch eine vielfältige Umwelt existieren weniger blinde Flecken innerhalb der Wahrnehmung eines Menschen. Muster können im Laufe der Zeit „[...] verlernt werden und neue wieder erlernt werden.“ (Kolhoff-kahl, 2009, 38).

Wer künstlerisch-kreativ tätig wird, sucht seinen Gegenstand in den bereits verarbeiteten symbolischen Repräsentationen unserer Erfahrungen, verknüpft und verbindet folglich das, was sich an ästhetischen Erfahrungsmustern im Gehirn abgelegt hat. Dabei gibt es kaum Restriktionen bei der Wahl der Inhaltsträger und es werden alle Sinneskanäle einbezogen. (Kolhoff-kahl, 2009, 41)

Künstlerisch-pragmatisches Handeln ließe sich also als Ausdruck des Versuchs definieren, »Wirklichkeiten erfahrbar zu machen, die aufgrund der reflexiven Struktur unserer Gehirne entstanden sind und erfahrbar wurden und die mit dem rationalen Anteil unserer Sprache nicht abgebildet werden können.« (Singer 2002, 224).

(Kolhoff-kahl, 2009, 42)

Der Blick der anderen

Im Rahmen des Seminars haben wir uns mit der Frage beschäftigt, inwiefern sich die Wahrnehmung des T-Shirts von Person zu Person unterscheidet. Ich habe mich in die Rolle eines Modedesigners versetzt.

Nun stehe ich schon wieder vor dem Spiegel und überlege, welches T-Shirt ich heute trage. Eigentlich spielt es heute keine große Rolle, da Winter ist und ich darüber meinen Mohair-Sweater trage und über diesen meinen Wintermantel. Dennoch gilt es ein T-Shirt zu wählen. Sollte ich ein einfarbiges T-Shirt wählen, eins mit einem Motiv oder ohne Motiv? Innerhalb meiner Designs kommen nur sehr selten T-Shirts vor. Ich stehe immer wieder innerhalb meiner Arbeit vor der Frage, inwiefern das T-Shirt im Design ausgedient hat. Ich habe immer wieder das Gefühl, dass die T-Shirts dieser Welt übersättigt sind. Jeder Kragenschnitt wurde ausprobiert, jede Art von Motiv, jede Farbe, von Abschlussshirts, Fanshirts, T-Shirts mit Städtenamen usw. Im Schnitt habe ich nur einen limitierten Spielraum, da die grundlegende T-Form des Shirts bestehen bleiben muss, sonst ist es kein T-Shirt mehr. Mich treibt die Frage rum, welche Shirts würden noch als T-Shirt anerkannt werden und welche passen noch in das Muster des T-Shirts?

Dieses enggeschnürte Muster und das Verständnis des T-Shirts erschweren mir ungemein, meiner kreativen Arbeit freien Lauf zu lassen. Die klassischen ästhetischen Muster einer Hose offenbaren für Designer wie mich einen breiteren Spielraum in der Schnittgestaltung in der Wahrnehmung und der Akzeptanz der Menschen. Zudem existiert das T-Shirt bereits in jeder mir bekannten Gestaltungsweise im Motiv, Text, Grafik und Farbe. Dies ist der Grund, warum ich es bisher vermieden habe, T-Shirts zu designen. Andererseits liegt genau darin ein spannender Ansatz in dem Bereich, der so auserzählt erscheint, etwas Neues zu schaffen und alte Muster aufzubrechen. Möglicherweise sind die Muster des T-Shirts auch nur fest definiert, weil sich bisher keiner getraut hat, sie anzufassen, weil sie so klar definiert scheinen. Sollte ich das Muster des T-Shirts anfassen und ein neues erzeugen? Oder ist das Muster des T-Shirts doch nicht so eng geschnürt, wie ich es annehme? Wie Katharine Hamnetts Arbeiten zeigen, kann das T-Shirt auch als politisches Sprachrohr dienen. Zudem kann es als Mittel der Zugehörigkeit wie durch Abschlussshirts und Fanshirts fungieren. Gleichzeitig gilt es als modisches Kleidungsstück mit verschiedensten Designs. Eine Hose wird im Vergleich zum T-Shirt tendenziell eher nur als modisches Kleidungsstück eingesetzt. Mir wird deutlich, dass das T-Shirt in seiner Form in der Gesellschaft einem strengen Muster der Form unterliegt und zeitgleich in seiner Gestaltung und Funktion so facettenreich ist, wie kein anderes Kleidungsstück. Nun zurück zu meiner ursprünglichen Frage, welches T-Shirt ich heute wähle. Ich entscheide mich für ein weißes T-Shirt ohne Aufdruck mit einem regulären Schnitt. Ich möchte die grundlegendste Form des T-Shirts innerhalb meines Kleiderschranks wählen und von diesem Ausgangspunkt überlegen, inwiefern ich von diesem Punkt aus das Muster des T-Shirts in seiner Gestaltung im streng definierten Schnitt und der breiten farblichen, motiven, funktionellen Gestaltung verändern kann, um blinde Flecken innerhalb des T-Shirts aufzudecken.

Durch die Literatur und die Übungen und Diskussionen im Seminar wurde deutlich, dass alles, was wir als Wahrheit erkennen, ein subjektives Abbild unserer Wahrnehmung ist. Wir nehmen die Welt nur auf Basis der uns bekannten Muster wahr. Wir wissen nur das, was wir schon kennen. Beispielsweise erkennen wir ein T-Shirt nur als ein T-Shirt, weil wir es dem Muster des T-Shirts, welches auf unseren Erfahrungen innerhalb unserer Wahrnehmung besteht, zuordnen können. Wir würden eine mögliche Weiterentwicklung des T-Shirts nur als diese, basierend auf dem uns bekannten Wahrnehmungsmuster des T-Shirts, erkennen. Auf der Grundlage dieses Musters könnten wir dann ein Neues schaffen, um die Weiterentwicklung einordnen und wahrnehmen zu können. Der künstlerisch-pragmatische Handlungsansatz wird in der Seminarübung durch den Modedesigner vertreten. Sein Ziel ist es, durch das ihm Bekannte etwas Neues zu schaffen. Für ihn stellt sich die Frage, wie ein neues T-Shirt geschaffen werden kann. Die Antwort ist durch seine bekannten Muster. Er kann verschiedenste Muster miteinander verbinden, dadurch neue schaffen und folglich ein neues T-Shirt schaffen. Alle Neuschöpfungen basieren auf dem, was uns bereits bekannt ist und dessen Veränderung.

4. Kreative Muster-Bildungen brauchen Muster

Im vorherigen Abschnitt wurde deutlich, dass Musterbildungen bereits bestehende Muster benötigen, um entstehen zu können. Alle neuen Muster entstehen auf der Basis der Veränderung anderer Muster. Kolhoff-kahl beschreibt die Wichtigkeit der Freiheit in der Gestaltung in der ästhetischen Bildung. Sie plädiert dafür den Lehrauftrag möglichst ohne Vorgaben auszurichten (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 70).

Während meiner Schulzeit im Kunstunterricht wurden zwangsläufig immer mit fixen Vorgaben gearbeitet. Es gab eine Aufgabenstellung, die zu erfüllen war. Wir arbeiteten hauptsächlich mit dem Bleistift und übten verschiedene Techniken der Schraffur. Es wäre möglich zu argumentieren, dass uns in dem jungen Alter in der achten Klasse erstmal alle Möglichkeiten und Techniken beigebracht werden müssen, sodass wir später bei freien künstlerischen Aufgaben ein breiteres Repertoire haben, aus dem wir vollständig schöpfen können. Reinwand-Weiss spricht in diesem Zuge von der künstlerischen Bildung und Erziehung (vgl. 2012, 108-114). Dagegen spricht die Form der Bewertung. Im Vorherigen wurde herausgestellt, dass die Wahrnehmung subjektiv ist. Die Wahrnehmung ist von Mensch zu Mensch anders. Eine Aufgabe war, dass wir einen Apfel zeichnen sollten. Es entstanden verschiedene Darstellungen vom Apfel. Die Darstellungen unterschieden sich in der zeichnerischen Umsetzung und als auch in der Idee. Ich gehe davon aus, wenn ich nur den Apfelstrunk, nachdem der Apfel gegessen wurde, gezeichnet hätte, wären die Erwartungen des Lehrers nicht erfüllt gewesen. Jedoch hätte dies genau mein Wahrnehmungsmuster des Apfels sein können. Zudem wenn meine Wahrnehmung zwar identisch mit der des Lehrers wäre, ich sie nur nicht künstlerisch abbilden könnte, würde ich ebenfalls voraussichtlich schlecht bewertet werden, obwohl ich dieselbe Wahrnehmung habe. Des Weiteren könnte meine zeichnerische Umsetzung dem Lehrer nicht genügen bspw. in der Form und Größe, obwohl der Apfel in meiner Wahrnehmung so aussieht. Basierend auf diesen Szenarien argumentiere ich dafür, dass entweder eine freie Aufgabe gestellt wird ohne Erwartungen des Lehrers, welcher offen für neue Muster ist oder es konkret darum geht ein Abbild bspw. von einem bestimmten gezeigten Apfel zu schaffen, welcher dann nicht anhand von Mustern gezeichnet wird, sondern konkret kopiert werden soll. In diesen beiden Fällen wäre eine möglichst faire Bewertung meiner Meinung nach gewährleistet.

Ein zweiter Auftrag innerhalb des Kunstunterrichts, den wir bei derselben Lehrkraft immer wieder durchführten, war die Produktion eines Kurzfilms, welchen wir mit unseren Handys aufnehmen und schneiden sollten. Dieser Auftrag hat mir persönlich sehr gut gefallen, da er deutlich offener gestaltet war. Die Gestaltung in der Themenwahl und Umsetzung war uns freigestellt. Die einzige Vorgabe war, dass es ein Film sein sollte. Persönlich hatte ich das Gefühl, dass diese Aufgabe mit weniger klaren Mustern bewertet wurde.

Der Lehrer war deutlich offener als bei den Arbeiten zum Apfel. Die Arbeiten der Schüler:innen unterschieden sich wesentlich stärker, da das Muster Film für jeden Schüler andere Assoziationen hervorbringt, während wir bei einem Apfel durch unsere Kultur und Erfahrungen ein ähnliches Muster eines Apfels im Kopf haben. Zudem ist die Bandbreite des Films größer als beim Apfel. Es existieren mehr Möglichkeiten und Kombinationen der neuen Musterbildungen.

Ähnlich lief es beim Töpfern ab. Die einzige Vorgabe war das Material. Die Idee und Konzept war uns Schülern freigestellt. Dadurch entstand ebenfalls eine Vielzahl an Konzepten. Allerdings wurde größtenteils nach der Sauberkeit des Handwerks bewertet. Persönlich konnte ich handwerklich meine Konzepte nicht vollständig korrekt realisieren. Ich gehe davon aus, wenn der Lehrer meine Idee in meinem Projekt gar nicht wiedererkannt hätte, wäre ich schlecht benotet worden. Dies offenbart für mich einen gewissen Widerspruch für das System des Kunstunterrichts, da der künstlerisch pragmatische Ansatz nach Kolhoff-Kahl beschreibt, dass man bekannte Muster neu miteinander verbindet, um neue zu schaffen. Wenn der Lehrer allerdings diese neuen Musterverbindungen nicht versteht, wird die Bewertung voraussichtlich nicht positiv ausfallen. Dadurch wird den Schülern nahegelegt, nicht Kunst zu schaffen, sondern die bekannten Muster der Lehrkraft in ihren Werken darzustellen. Schüler:innen sollten kreativ von klassischen Mustern losgelöst arbeiten dürfen. Was genau ist aber Kreativität?

Kreativität

Kreativität lässt sich nach Paolo Bianchi als Synonym für das Querdenken definieren. Den Prozess immer wieder Probleme aufzuspüren, wo andere mit den Antworten zufriedengestellt sind und Muster aus Erfahrungen immer wieder zu durchbrechen, beschreibt er als Kreativität (vgl. Bianchi, 2017, 69). Bianchi erläutert, dass Kreativität grundsätzlich für jeden Menschen möglich ist, wenn er nicht in autoritäre Verhältnisse wie beispielsweise eine Schule gedrängt wird (vgl. 2017, 69). Nach dem Vier-Phasen-Modell von Graham Wallas zum kreativen Prozess illustriert Bianchi folgendes Diagramm siehe Abb. 4. Der Prozess der Kreativität umfasst folgende vier Phasen: die Präparation (Vorbereitung), Inkubation (Grübbelphase), Illumination (Auftauchen der Lösung) und Verifikation (Testphase der Lösung) (vgl. Abb. 4).

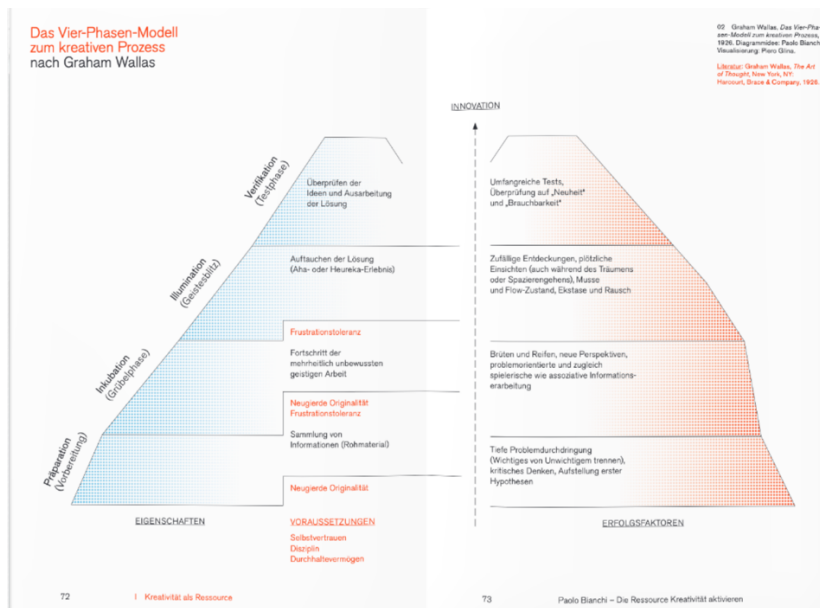


Abbildung 4 Bianchi 2017

Aus der Sicht der Systemtheorie lässt sich Kreativität als „das Ausnutzen von Gelegenheiten“ (Schmidt & Marte, 2017, 126) definieren. Als erste zentrale Eigenschaft von kreativen Menschen stellen Schmidt und Marte die Intelligenz heraus. Dazu zählen u.a. produktives Denken, Flexibilität, Originalität, Komplementierung von Fragmenten, Perspektivwechsel und Reflexivität. Dazu kommt ein hohes Aktivitätsniveau im Bereich der Emotionen und Motivation. Bianchi beschreibt es ähnlich als Komplexität der Persönlichkeit (vgl. 2017, 79). Der dritte Aspekt ist eine hohe soziale Unabhängigkeit und Selbstständigkeit. Eine paradoxe Persönlichkeitsstruktur, „die erhöhte Selbstorganisationsaufgaben stellt und im Gelingensfall innovative Konnektivitätsmuster erlaubt.“ (Schmidt & Marte, 2017, 129) und der Bedarf an Innovation innerhalb der Gesellschaft sind notwendige Bedingungen für Kreativität. Eine Problemlösung, welche einen Bedarf befriedigt, wird als Kreativität angesehen, wenn sie Anschluss für weitere kreative Arbeiten offenbart. Daraus lässt sich ableiten: Kreativität produziert Kreativität (vgl. Schmidt & Marte, 2017, 130). Für den Vergleich und die Einordnung kreativer Arbeiten eignen sich Komplexität und Gestaltsswitch. Der Gestaltsswitch lässt sich durch kreative Arbeiten, welche innerhalb der Gesellschaft eine Innovation schaffen, welche von den Menschen immer wieder als diese entscheidende Innovation beschrieben wird definieren. Je größer diese gesellschaftliche Gruppe, desto größer ist die kreative Arbeit. Die Komplexität lässt sich am besten an Gemälden erklären, je schwieriger ein Bild in seiner Gänze zu analysieren und zu verstehen ist, desto höher ist die Komplexität und somit der Wert der kreativen Arbeit (vgl. Schmidt & Marte, 2017, 133).

Kontaktanzeige: Das bessere T-Shirt

Wer kennt es nicht hohe Temperaturen im Sommer und man entscheidet sich für ein T-Shirt und seine Badehose, um an den See zu fahren.

Jedoch existiert ein Problem. Beide Kleidungsstücke beinhalten keine Taschen. Dafür existiert jetzt die einzigartige Lösung das T-Shirt mit Taschen siehe Abbildung 5. Das T-Shirt erfüllt alle Tragefunktionen, wie eine Jeans mit Hosentaschen oder ein Hoodie mit Taschen.



Abbildung 5 eigene Darstellung, Das bessere T-Shirt, 2026

Wortspiel T-Shirt



Abbildung 6 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt-Tanz, 2026



Abbildung 7 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt-Gans, 2026



Abbildung 8 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt-Haus, 2026

Exactitudes

Das aus Rotterdam stammende Künstlerduo Exactitudes besteht aus Ari Versluis und Ellie Uyttenbroek. Sie befassen sich mit der Suche nach den exakten Attituden, wie es ihr Name bereits verrät. Sie untersuchen, inwiefern Muster bestehen, u. a. in dem Kleidungsstil und der Frisur einer gewissen Gruppe von Personen. Dazu beobachten sie die Gesellschaft. In Abbildung 9 sind junge asiatischstämmige Frauen abgebildet. Sie wirken durch ihre Kameras wie Touristen. Zudem tragen sie alle eine eng geschnittene Hose. Obenrum entschieden sich alle für eine breitere Silhouette. Zudem wirken ihre Outfits wie Herbstmode. Basierend auf diesen Gemeinsamkeiten lässt sich durchaus davon sprechen, dass ein gewisses Muster existiert, wie asiatische junge Frauen sich im Herbsturlaub kleiden.



Abbildung 9 Exactitudes 2014

Jenny Holzer

Die amerikanische Künstlerin Jenny Holzer legt ihren Fokus auf Text. Sie setzt auf aussagekräftige Worte und verwandelt diese durch Installationen an Bauwerken zur Kunst siehe Abbildung 10.



Abbildung 10 Jenny Holzer, Kriegszustand Völkerschlachtdenkmal Leipzig, 1996

Innerhalb dieses Abschnitts wurde anhand der Literatur und Seminarinhalte deutlich, dass Muster immer existieren. Sie sind notwendig, um neue Musterbildungen und somit kreative Arbeit zu ermöglichen. Daraus folgt, dass nichts Neues ohne das Bekannte entstehen kann. Kreativität fördert Kreativität und zeichnet sich durch Innovation aus.

Durch neue Musterkombinationen kann Variation geschaffen werden. Bspw. neue Ideen wie „das bessere T-Shirt“ oder ein „T-Shirt-Haus“ entstehen. Holzer liefert ein Beispiel für eine neue mögliche Nutzung von Gebäuden. Sie nutzt die Größe und Strahlkraft, um sie als Plakat für ihre Worte zu nutzen. Dieser Ansatz der Zweckentfremdung vom klassischen Sinn lässt sich auch auf das T-Shirt übertragen. Es kann neben seiner zentralen Funktion des Tragens ebenfalls ein Kommunikationswerkzeug sein. Zudem können Muster, wie die Arbeiten von Exactitudes zeigen zur Analyse sozialer Gruppen verwendet werden.

5. Alltagsästhetische-biografische Muster-Bildungen

Die alltagsästhetischen-biografischen Musterbildungen beschäftigen sich mit dem Subjekt, samt seinem Kleid und Körpererfahrungen. Jedoch sollten kulturelle Kontexte nicht missachtet werden. Unsere Kleidung spiegelt eine zweite Haut wider. Jede Erfahrung mit Kleidung wirkt sich auf unsere Ich-Konstruktionen aus (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 63). Kolhoff-kahl versteht unser Ich als „eine ständige Kommunikation verschiedener Identitätsanteile, die das auto-biografische Gedächtnis zu einem für uns erscheinenden kohärenten Ich fügt, welches sich die ganze Zeit in einem fortlaufenden »Memory Talk« befindet.“ (2009, 64). Der Mensch versucht sein gesamtes Leben das Gleichgewicht zwischen seiner subjektiven Innenwelt und gesellschaftlichen Normalitätsmustern zu finden (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 64). Häufig werden Biografien stringent und klar strukturiert dargestellt, dies ist aber nicht der Fall. Dieses Phänomen nennt sich nach Bourdieu die biografische Illusion. Innerhalb unserer Biografien existieren Sprünge, Brüche und Leerstellen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 64). Innerhalb von Gesellschaften mit wenig hierarchischen Strukturen existiert ein geringerer Identitätszwang. Die Menschen dürfen Vielfältigkeit in ihrem Ich bspw. durch verschiedenste Jobs während ihrer Berufskarriere ausleben. Innerhalb dieser Vielfältigkeit wird die Fähigkeit der konstruktiven Selbstverortung notwendig (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 64). „In diesem aktiven und kreativen Gestaltungsprozess der Ich-Musterbildungen sind Konstruktionsfähigkeiten verlangt, die, je nachdem wie variationsreich ein junger Mensch aufwachsen konnte, sehr unterschiedlich ausfallen und auch sein Denken und Handeln beeinflussen.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 65). Innerhalb dieses Prozesses haben wahrgenommene Lebensmuster und Normalerwartungen einen großen Einfluss (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 66). Menschen verbinden mit textilen Objekten Erinnerungen. Daher sind diese von großer Relevanz für die Alltagsästhetische-biografische Musterbildung (vgl. Kolhoff-kahl, 2018, 105). „Die ästhetische Bildung hat den gesellschaftsdemokratischen Auftrag, diese Normalitätsmuster zu hinterfragen, um oberflächliche Vorurteile über andere Lebensmuster aufzudecken und die nicht wahrgenommenen anderen Möglichkeiten sichtbar zu machen, die aufgrund der Alltagsmuster in den Hintergrund treten.“, beschreibt Kolhoff-kahl (2009, 66). Daraus lässt sich die Relevanz der alltagsästhetischen-biografischen Musterbildungen für die Konstruktion des Ichs eines Menschen ableiten.

Die tausenden alltäglichen Geschehnisse und so auch die Kleidung spielen eine entscheidende Rolle in der Bildung des Ichs eines Menschen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 66). Die Konstruktion des Ichs ist nie abgeschlossen. Es wird immer weiter konstruiert. Kolhoff-kahl bezeichnet es als Baustelle Ich (vgl. 2009, 67). Sie betont die Wichtigkeit der Förderung der Kompetenzen der Musterbildungen der Ich-Erfahrungen junger Menschen innerhalb der ästhetisch bildenden Fächer. Diese Förderung ermöglicht es, sich selbst innerhalb der Gesellschaft immer wieder neu zu erfinden und zeitgleich sein Ich zu bewahren (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 67). Kolhoff-kahl beschreibt es als langen Prozess, bis sich ein Ich trotz der vielen kulturellen vorgefertigten Muster bildet (vgl. 2009, 69).

Ohne Muster, ohne ein Gefühl von Kohärenz der eigenen ästhetischen Biografie, ist Variation, Differenz und Abweichen gar nicht möglich. Diese Differenzerfahrung von alltagsästhetisch-biografischen Mustern entsteht erst in der Kommunikation mit den anderen und somit sind feste ästhetische Muster des Alltäglichen oder Ich-Kohärenzen genauso wie Dissoziationserfahrungen, notwendige Bedingungen dafür, dass innovative Musterbildungen in der ästhetischen Biografie in Gang gesetzt werden können. (Kolhoff-kahl, 2009, 70)

Daraus folgt, dass ohne biografische Muster die Differenz zwischen mir und anderen nicht identifiziert werden kann. Daher sind biografische Muster notwendig für das Erlernen neuer biografischer Muster.

Im Seminar beschäftigten wir uns mit der Frage, was ein korrespondierendes Abbild unseres alltäglichen T-Shirts sein könnte. Ich persönlich trage nur schlichte T-Shirts, vor allem weiße und schwarze. Ich trage nie T-Shirts mit Aufdruck oder besonderem Schnitt. Sie sind immer derselbe Schnitt derselben Marke. Im Normalfall trage ich sie in weiß oder schwarz siehe Abbildung 11. Mir persönlich ist es wichtig, ein möglichst minimalistisches T-Shirt zu tragen, daher habe ich mich für Wasser als passendes Abbild entschieden siehe Abbildung 12. Mein weißes T-Shirt stellt für mich die Grundlage des Outfits in der minimalistischen Art und Weise dar. Wasser spiegelt für mich eine ähnliche minimalistische Grundlage dar. Unser Planet und das Leben könnten ohne Wasser nicht existieren. Für mich stellt das weiße T-Shirt ähnlich wie das Wasser die eine notwendige Grundlage dar.



Abbildung 11 eigene Darstellung 2026



Abbildung 12 www.hammer.de 2026

Das T-Shirt Duett im Bett...



Abbildung 13 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, Bettduett Rotkäppchen, 2026

Vivienne Westwood

Die britische Designerin Vivienne Westwood verwendet das T-Shirt als Mittel der Kommunikation. Durch aussagekräftige Botschaften und Prints nutzt sie es als politisches Sprachrohr und macht auf gesellschaftliche Themen wie beispielsweise den Klimawandel aufmerksam siehe Abb. 14



Abbildung 14 Vivienne Westwood 2013

In diesem Abschnitt wurde deutlich, dass das T-Shirt in einem direkten Bezug zum Subjekt steht. Ein T-Shirt kann viel über die Person aussagen. Bspw. die politische Haltung einer Person kann durch Aufdrucke offenbart werden. Ebenfalls bietet sich das T-Shirt für eine tiefere biografische Analyse an, indem man fragt, warum diese Person genau dieses T-Shirt trägt.

6. Kulturwissenschaftlich-rationale Musterbildung, Kulturelles Gedächtnis

„Kulturwissenschaftliche Muster-Bildungen sind unabdingbar, wenn ästhetische Musterbildungen nicht in Alltagsmustern verharren, sondern sich an der Differenz, dem Anderen, der vielen Perspektiven auf eine Sache, ein Ding, eine Idee oder ein Problem weiterentwickeln sollen.“, beschreibt Kolhoff-kahl (2009, 89). Es gilt innerhalb der ästhetischen Bildung die historisch gewachsenen kulturellen Muster zu hinterfragen und zu vergleichen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 89). Kulturen entstehen über das Schaffen von Mustern, Ordnungen oder Kontrollmechanismen innerhalb gesellschaftlicher Gruppen. Kulturen ermöglichen ein alltägliches Zusammenleben von Menschen, ohne dass zwischenmenschliches Verhalten in jedem Fall neu bewertet werden muss (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 90). Der Mensch wird durch die Kultur, in der er lebt, einerseits versklavt. Um dazu zugehören, muss er sich den geltenden Werten und den Normen der Kultur fügen. Jedoch ist er zugleich befähigt, die Muster, Werte und Normen innerhalb der Kultur selbst mitzugestalten, sie zu verändern und sich gegen sie zu widersetzen, da jede Kultur ein dynamisches System ist (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 90-91). Der Mensch besitzt die Fähigkeit im Laufe seines Lebens in jede Kultur hineinzuwachsen, beschreibt Kolhoff-kahl (vgl. 2009, 91). Kulturen können sich bereits innerhalb Regionen und Ländern stark unterscheiden (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 91). „Kultur ist ein Phänomen, in dem Handlungen permanent in Zeichen und Symbole übersetzt werden, die sich immer dann zu kulturellen Mustern ausbilden, wenn sie als relevant, ähnlich und wiederholbar von vielen Menschen erkannt und anerkannt werden.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 91). Die „cultural turns“ helfen kulturelle Muster aus verschiedenen Perspektiven, losgelöst von der eigenen kulturellen Brille, wahrzunehmen und analysieren zu können (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 102).

Kulturelles Gedächtnis

Das kulturelle Gedächtnis umfasst alles, wo Sprache, Wissen, Bilder, Filme etc. gespeichert werden. Darunter fällt das Internet, aber auch Museen. Das kulturelle Gedächtnis ist von großer Bedeutung für die ästhetische Bildung, da es innerhalb der Musterbildungen für Vergleiche, Neuverortungen, Ideologieaufspürung und kreative Arbeit dient (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 104). „Musterbildungen im kollektiven Gedächtnis sind ein fortwährendes Erinnern und Vergessen oder Aufmerksamkeit erzeugen, für das ästhetisch, politisch, ökonomisch oder auch sozial Verbindende und gleichzeitig der sich daraus ergebenden blinden Flecken“, argumentiert Kolhoff-kahl (2009, 106). Je geringer der Zugang zum kulturellen Gedächtnis ist, desto geringer sind die Möglichkeiten der verschiedenen Muster der Gegenwart. Zugleich gilt, desto fokussierter wir auf das eigene kulturelle Gedächtnis sind, umso eingeschränkter fällt unsere Musterbildung aus (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 109). Prinzipiell geht es darum zu verstehen, dass Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsmuster durch kulturelle Gedächtnisse geprägt sind. Diese liefern Orientierung, können jedoch zeitgleich einschränken.

Es liegt bei jedem Menschen individuell, inwiefern er das kulturelle Gedächtnis nutzt, um neue Muster zu erschaffen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 113).

Bildermusterung

Bilder sind wie bereits angeführt Teil des kulturellen Gedächtnisses. Die Bildermusterung ist ein essenzieller Bestandteil innerhalb der Wahrnehmung. Ein Grund dafür ist vor allem die Menge an Bildern, die im Internet herrscht. Zugleich entstehen dadurch neue Möglichkeiten zur Musterbildung (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 126). „Die Macht und Flut der Medienbilder verlangt eine Kompetenz der Selektion oder der sinnstiftenden Musterung, damit sich die ästhetische Aufmerksamkeit nicht im Chaos auflöst.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009,128). Es gilt die Bilder zu mustern, um selbstbestimmt ästhetisch handeln zu können (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 128). Künstler schaffen Bildwelten, indem sie auf die kulturellen Archive zurückgreifen und diese transformieren. Sie treiben dadurch die kreative Musterbildung voran und setzen sich mit Stereotypen und Konventionen auseinander (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 141). Ein Künstler, der Bilder auf der Basis anderer Bilder schafft, ist Yasumasa Morimura.

Yasumasa Morimura

Der japanische Künstler Yasumasa Morimura beschäftigt sich in seinen Werken mit der Fragestellung: „Wer bin ich, wenn ich die Identität einer anderen Person annehme?“ Dafür inszeniert er sich selbst beispielsweise in Porträts bekannter Personen wie beispielsweise Marilyn Monroe siehe Abbildung 15. Er kollaborierte mit dem japanischen Modeschöpfer Issey Miyake. Sie designten gemeinsam T-Shirts. Auf den T-Shirts waren Körper anderer Menschen grafisch abgebildet. Diese Kollaboration spiegelt das Motiv der Arbeiten Morimuras wider: „Ich in der Identität eines anderen“, im Fall der T-Shirts speziell im Körper einer anderen Person vgl. Abb. 16. Morimuras Arbeiten stellen dar, was Kolhoff-kahl mit dem Schaffen neuer Bilderwelten beschreibt. Morimura nimmt als Grundlage Fotos aus den Archiven wie von Monroe und erzeugt auf dieser Basis neue Fotos. Dadurch entstehen neue Muster. Seine Arbeiten offenbaren ein Spannungsfeld im Bereich der Identität und Gender. Es stellt sich die Frage, welches Geschlecht Morimura in seiner Monroe Darstellung darstellt. Zudem stellt sich die Frage, welcher Körper ist der reale Körper, wenn ich ein Kleid mit einem Aufdruck von einem anderen Körper trage?



Abbildung 15 Morimura, *The Portrait of Marilyn Monroe*, 1995



Abbildung 16 Morimura & Miyake 1996

Werdegang des T-Shirts

Die Seefahrer gelten als Erfinder des T-Shirts, da sie bereits vorher ein ähnliches Takelhemd trugen siehe Abbildung 17. Im Laufe der Zeit wurden die langen Ärmel gegen kurze aufgrund der Funktionalität getauscht (vgl. Botur, 2006, 25-26 & Ceballos-Betancur, 2008, 1-2). Im 19. Jahrhundert wurde das T-Shirt ausschließlich als Unterhemd getragen.



Abbildung 17 Hanseheld.de 2026

Den Durchbruch erlangte das T-Shirt nach dem zweiten Weltkrieg. Durch Filmstars wie James Dean und Marlon Brando entwickelte sich das T-Shirt zu einem festen Bestandteil der Popkultur siehe Abbildung 18 (vgl. Botur, 2006, 27). Thomas E. Dewey nutzte das T-Shirt für seinen Wahlkampf für die Präsidentschaftswahl in den USA siehe Abbildung 19.

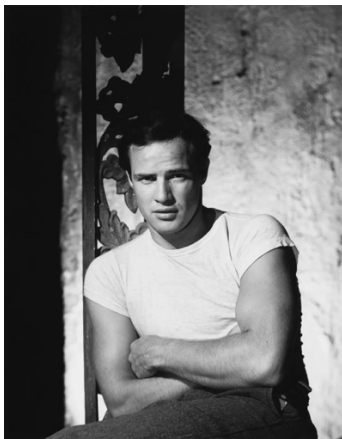


Abbildung 18 Vogue Germany 2026

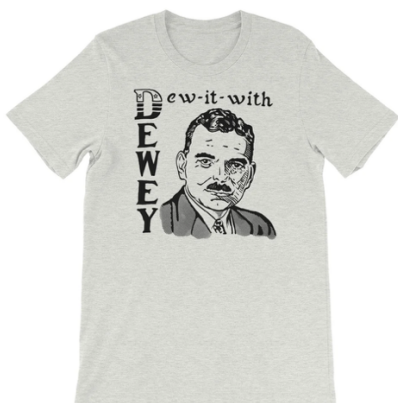


Abbildung 19 Liberymaniacs.com 2026

In den 1970er Jahren gewann das T-Shirt an modischer Beliebtheit. Vor allem bei jungen Männern und Frauen stieß es auf Anklang vgl. Abb. 20, 21.

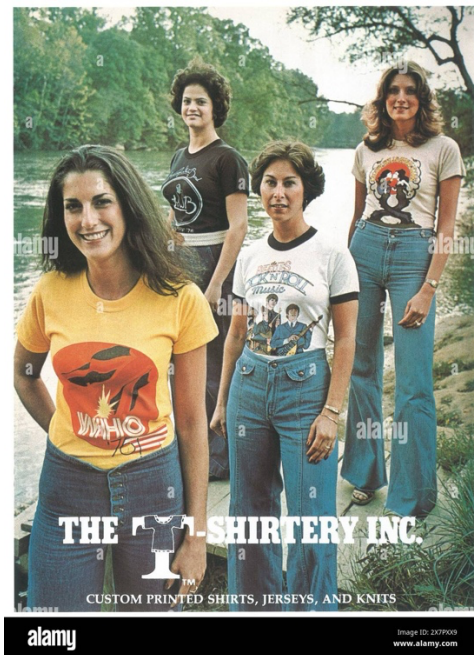


Abbildung 20 Alamy.de 2026

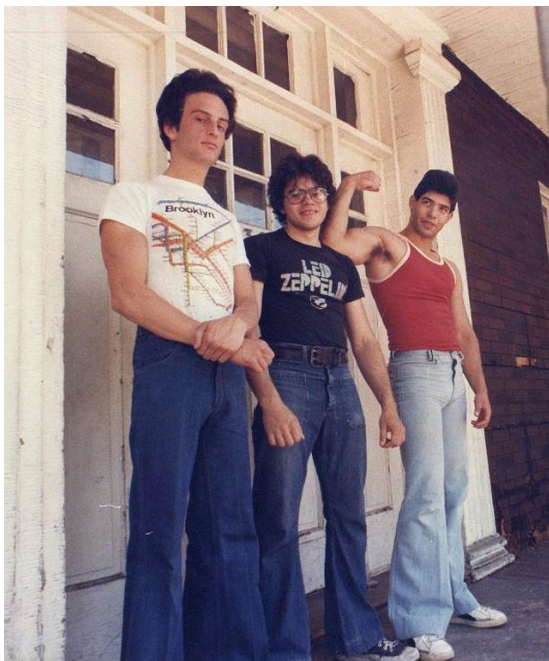


Abbildung 21 Pinterest 2026

In den 80er Jahren wurde das T-Shirt zum festen Bestandteil des Alltags. Es wird mit verschiedensten Schnitten und Aufdrucken in den verschiedensten Bereichen, wie zum Beispiel beim Sport, getragen vgl. Abb. 22, 23, 24. Ab sofort ist das T-Shirt aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken (vgl. Harari, 2010, 289). Besonders auffällig waren in dieser Zeit bauchfreie T-Shirts für Männer siehe Abb. 22. Heutzutage existieren kaum bauchfreie T-Shirts für Männer.

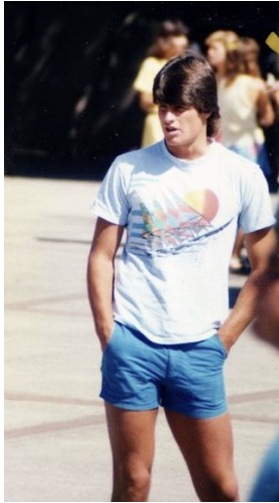


Abbildung 22 I.pinimg.com 2026



Abbildung 23 I.pinimg.com 2026



Abbildung 24 Encrypted 2026

Heutzutage ist das T-Shirt, neben der Unterwäsche, das meistgetragene Kleidungsstück überhaupt. Kaum ein Kleidungsstück ist in seiner Form so anerkannt und fest definiert und erfüllt gleichzeitig so viele verschiedene Zwecke. T-Shirts dienen nicht mehr nur dem Zweck des Tragens, sondern können beispielsweise Zugehörigkeit und Botschaften ausdrücken siehe Abbildung 25, 26. Ein Fußballtrikot strahlt ein besonderes Gefühl der Zugehörigkeit und Verbindung für Fußballfans zwischen ihnen und ihrem Verein aus (vgl. Hagemeister, 2006, 93-98).



Abbildung 25 *Peppermyntha.de* 2026



Abbildung 26 *Contents.mediadecathlon.com* 2026

Das T-Shirt entwickelte sich von einem ungerne gesehenen Bestandteil der Unterwäsche zu dem Kleidungsstück, welches wie kein anderes für Repräsentation steht. Es erlebte verschiedenste Trends und Wandlungen.

7. Kulturwissenschaftlich-rationale Musterbildung, Fremdes und Eigenes

Die Zwischenräume zwischen Fremdem und Eigenem bilden einen kreativen Raum für neue Musterbildungen. „Voraussetzung für kreative Musterbildungen im Dazwischen ist, dass das Fremde und Eigene, das Ich und Du oder Wir und die Anderen nicht als bipolare Systeme gelten, sondern dass sie dialektisch miteinander verknüpft sind, ineinander übergehen und kulturelle Muster dynamisch verstanden werden.“, erläutert Kolhoff-kahl (2009, 115). Es gilt zu bedenken, dass wir von unserer eigenen Kultur geprägt sind in der Wahrnehmung einer Anderen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 115). Durch die Globalisierung, Migration und den Tourismus entsteht eine Transkulturalität. Kulturelle Symbole und Zeichen wandern und schwimmen zwischen den Kulturen immer schneller. Es existiert keine reine eigene oder fremde Kultur. Die Vermischung von Kulturelementen läuft parallel. Je offener ein Mensch anderen Kulturen gegenübersteht und je stärker er seinen eigenen Beobachterstandpunkt reflektiert, desto besser kann er das Fremde als Hinweis auf eigene blinde Flecken erkennen. Folglich kann er selbst neue ästhetische Muster bilden (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 115-120 & 2018, 65). Kolhoff-kahl beschreibt das Fremde als Schlüssel, durch das Erkennen der Differenz innerhalb unserer Muster, zur neuen Musterbildung (vgl. 2009, 121).

Gendermuster

Es existieren kaum ästhetische Muster, welche so gegensätzliche wie die männlichen und weiblichen sind. Ein reflexives Geschlechtermuster thematisiert abweichende Eigenschaften und ermöglicht neue kreative Musterbildungen in der Konstruktion der Geschlechtsidentität (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 121)

Roy Villevoye

Roy Villevoye ist ein niederländischer Künstler, welcher die kulturelle Bedeutung des T-Shirts im Rahmen seines Projekts „Returning“ darstellte. Er reiste zu den Asmaten nach Papua. Im Jahr 1992 reiste er mit T-Shirts mit 24 Löchern, welche mit hautfarbenen Make-Up umrandet wurden, vgl. Abbildung 27, zu den Asmaten nach Papua. Drei Jahre später waren diese T-Shirts kaum wiederzuerkennen. Sie waren tiefbraun, durch schlammiges Wasser gefärbt, mit Schnitten versehen und stark abgenutzt siehe Abbildung 28, 29. Besonders auffällig war, dass die Asmaten die T-Shirts durchweg mit Schnitten veränderten. Teilweise knoteten sie diese in einer anderen Form wieder zusammen. Durch Villevoyes Arbeit wurde deutlich, wie verschieden ein T-Shirt in verschiedenen Kulturen angesehen, interpretiert, verändert und getragen werden kann. Ein T-Shirt ist immer nur das, was der Besitzer daraus macht.



Abbildung 27 Roy Villevoys 1995



Abbildung 28 Roy Villevoys 1995



Abbildung 29 Roy Villevoys 1995

T-Shirt auf Reisen

Mein Universitäts-T-Shirt der Universität Paderborn reist mit mir in die USA. Grundsätzlich würde ich sagen, dass unsere kulturelle Wahrnehmung des T-Shirts und die der Menschen der USA sich sehr ähneln. Unsere Wahrnehmung ist stark geprägt von der amerikanischen Kultur, wie im vorherigen Kapitel beschrieben, prägten amerikanische Stars wie James Dean unsere Wahrnehmung des T-Shirts nachhaltig. Viele T-Shirts Trends strömen aus den Vereinigten Staaten nach Europa. Alles wirkt sehr homogen. Jedoch ist mir ein für mich bestehender großer Kontrast in der Wahrnehmung einer gewissen T-Shirt-Art. Es handelt sich um Universitäts-T-

Shirts. In den USA gelten sie als Kult. Studierende tragen Merch ihrer Uni repräsentativ.

Im Kontrast dazu stehen deutsche Studierende. In Deutschland gehört Merch deutscher Universitäten keinesfalls zum Kult, vereinzelt tragen Studierende Merch ihrer Universität. Die Studierenden, die den Merch ihrer Universität aus Deutschland tragen, tragen diesen meines Erachtens nicht aus einer kulturellen Bedeutung, sondern als Zeichen der Gemeinsamkeit oder simpel, weil sie ihn besitzen. Ich würde behaupten, in Deutschland tragen mehr Studierende Merch amerikanischer Universitäten als den ihrer eigenen. Die kulturelle Bedeutung der Universitäts-T-Shirts existiert hier ebenso wie in den USA, nur eben auch nur für die T-Shirts der amerikanischen Universitäten. Ein Grund dafür könnte sein, dass die amerikanischen T-Shirts ein gewisses Abbild des American Dream und des amerikanischen Lifestyles für Deutsche widerspiegeln. Des Weiteren könnte das Angebot in den Geschäften und die Zugänglichkeit ein Grund sein. T-Shirts mit Logo der großen amerikanischen Universitäten drauf sind in den Kleidungsgeschäften präsent, wohingegen deutsche Universitäts-T-Shirt ausschließlich in der Uni selbst verkauft werden. Ein weiterer Aspekt könnte die kulturelle Aufladung der amerikanischen Universitäten sein. Amerikanische Universitäten werden mythologisiert und zelebriert. Diesen Status haben deutsche Universitäten in Deutschland selbst, sowie auf der gesamten Welt nicht.

Anhand dieser Gegenüberstellung der Universitäts-T-Shirts zweier Kulturen, welche so ähnlich erscheinen, wurde deutlich, dass ein ähnlich erscheinendes Kleidungsstück in zwei unterschiedlichen Kulturen komplett anders wahrgenommen werden kann. Besonders spannend finde ich, dass amerikanische Universitäts-T-Shirts in Deutschland ebenfalls Kultstatus haben und die T-Shirts deutscher Universitäten rein als Merch angesehen, frei von jeder kulturellen Bedeutung, werden.



Abbildung 30 Breuninger.com 2026



Abbildung 31 Unishop-paderborn.de 2026

Das Genderdilemma

Im Seminar stellten wir uns der Frage, inwiefern ein Genderdilemma im Rahmen des T-Shirts auftreten kann. In Kleingruppen diskutierten wir miteinander. Schnell erreichte uns folgender Problemfall. Einer Kommilitonin gefiel der Schnitt meines T-Shirts total gut. Die Ärmel waren weit geschnitten. Es hatte insgesamt einen klassischen Oversize-Schnitt. Sie hat mich gefragt, von welcher Marke mein T-Shirt ist. Ich habe ihr erläutert, wo ich es gekauft habe, allerdings musste ich ihr mitteilen, dass es sich bereits um die kleinste Größe handelt. Sie ist mindestens 15 cm kleiner als ich und mir ist das T-Shirt schon fast zu groß. Gleichzeitig gefiel mir der Print ihres T-Shirts enorm gut. Jedoch musste sie mich auch enttäuschen, das T-Shirt war bereits in der größten verfügbaren Größe ziemlich kurz. Diese mögliche Konversation spiegelt einen klassischen Fall eines Genderdilemmas in Bezug auf das T-Shirt wider. Allerdings ist es kein Fall, der nur das Geschlecht betrifft, sondern mit der Körpergröße eines Menschen zusammenhängt, welche jedoch auch durch das Geschlecht geprägt ist.

In den beiden vorherigen Abschnitten wurde besonders deutlich, dass die Nutzung und Wahrnehmung eines T-Shirts immer stark an seinen aktuellen Besitzer und den Ort gekoppelt ist. Durch Villevoyaes Arbeit wurde die von Kolhoff-kahl beschriebene kulturelle Prägung des Umgangs mit und des Verständnisses von T-Shirts deutlich. Die Asmaten nahmen das T-Shirt basierend auf ihrer Kultur und dem kulturellen Gedächtnis in Bezug auf das T-Shirt ästhetisch deutlich anders wahr, als wir es tun. Im Bereich Gender wird immer wieder deutlich, dass gewisse T-Shirts nur für ein Geschlecht gedacht sind. Zudem existieren gendergeprägte Muster in Bezug auf T-Shirt bspw. bei Kindern tragen Jungs blau und Mädchen oder Frauen tragen bauchfrei und Männer nicht. Besonders spannend ist es unter der Berücksichtigung, dass in Amerika in den 80er Jahren auch Männer bauchfrei trugen, was verdeutlicht, dass Muster sich im Laufe der Zeit enorm wandeln können.

8. Kulturwissenschaftlich-rationale Musterbildung, Nachhaltigkeit

Nachhaltiger Umgang mit T-Shirts

Für einen möglichst nachhaltigen Umgang mit T-Shirts setze ich persönlich auf folgendes Konzept. Ich kaufe mir ein neues T-Shirt und trage dieses so lange, bis es mir nicht mehr gefällt, es Flecken hat oder andere Abnutzungen wie Löcher hat, aber es sich noch tragen lässt. Sobald dieser Zeitpunkt erreicht ist, wandert es in meine Zuhauseschublade und ich trage es ab sofort nur noch zu Hause in meiner Freizeit oder zum Schlafen. In diesem Tragezyklus bleibt es dann, bis es nicht mehr möglich ist zu tragen. Dadurch bleiben T-Shirts recht lange in meinem Besitz und ich werfe sie nur weg, wenn man sie nicht mehr tragen kann. Zudem kaufe ich nicht noch extra welche zum Schlafen. Dieses Modell lässt sich noch weiter optimieren, indem man zwei kaputte T-Shirts zu einem funktionsfähigen zusammenführt, wie es Hedwig Gamm tut (vgl. Derwanz, 2018, 199). Des Weiteren lässt es außer Acht, wie viele T-Shirts man kauft und wie diese produziert wurden. Es wäre sinnvoll, ein Limit zu setzen, wie viele T-Shirts man jährlich kauft und nach welchen Produktionsstandards man einkauft.

Das größte Problem innerhalb der Nachhaltigkeit des T-Shirts sehe ich im Bereich der Fast Fashion. T-Shirts werden möglichst kosteneffizient produziert. Die Produktionsprozesse sind enorm umweltschädlich. Die produzierten T-Shirts werden kostengünstig an die Kunden verkauft, dadurch können diese sich problemlos mehrere anschaffen, statt nur eins einer teuren Marke. Dadurch wird eine Vielzahl an T-Shirts unter diesen umweltschädlichen Bedingungen produziert. Mögliche Lösungsansätze wären festgelegte geprüfte Produktionsstandards innerhalb der Produktion von Kleidung im Gesamten, welche strikte Umwelt und Menschenrechtsvoraussetzungen erfüllen. Textilien ohne diese Standards dürften beispielsweise in der EU nicht verkauft werden. Ein weiterer möglicher Ansatz wäre eine staatliche Umsetzung eines T-Shirts oder generell Kleidungskontingent. Jeder Mensch dürfte sich jährlich nur eine gewisse Anzahl an T-Shirts zuzulegen. Diese Anzahl muss nicht gering sein. Maximal 20 T-Shirts würde ich als realistisch annehmbare Grenze ansehen. Dadurch würden Menschen ihre T-Shirts nicht so häufig ersetzen, nur weil sie günstige andere kaufen können, welche ihnen aktuell besser gefallen. Zugleich würden die Menschen nicht zu stark eingeschränkt werden. Mit einer Tauschbörse könnte man T-Shirts unabhängig vom Kontingent tauschen. Innerhalb dieser Tauschbörse werden nur bereits gekaufte T-Shirts getauscht. Dadurch entstehen keine weiteren umweltschädlichen Produktionen. Zugleich können die Menschen neue T-Shirts erwerben.

Katharine Hamnett

Eine Künstlerin, die mit ihren Werken immer wieder auf die Nachhaltigkeit aufmerksam macht, ist die Britin Katharine Hamnett vgl. Abb. 32. Sie nutzt das T-Shirt durch großgedruckte Slogans/Statements als Kommunikations- und Ausdrucksfläche.

Mit ihren T-Shirts macht sie immer wieder auf gesellschaftliche Probleme und Missstände aufmerksam. Bezüglich des Gazas Krieges gestaltete Hamnett ein T-Shirt mit der Aufschrift „Stop killing Children“ vgl. Abb. 33. Ihre Werke weisen eine Ähnlichkeit zu den T-Shirts von Vivienne Westwood in der Funktion auf. In der Gestaltung sind Hamnetts Werke durch das Drucken des Slogans noch prägnanter auf den Punkt gebracht und verständlicher.



Abbildung 32 Francis Augusto 2024



Abbildung 33 Katharine Hamnett 2025

9. Künstlerisch-pragmatische Musterbildung

Mit jedem gestalterischen Eingriff, egal ob ich etwas schneide oder bemale, erzeuge ich neue ästhetische Muster. In jeder gestalterischen Arbeit steckt Selektion. Ich entscheide mich für eine Option und lasse andere neue Musterbildungen außer Betracht (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 143-44).

Parasitieren und Infizieren

Parasitieren und Infizieren haben als künstlerisch-pragmatische Strategie eine ähnliche Bedeutung wie in der Biologie.

Sie treten ins Ökosystem ein und werden zunächst geduldet, danach beginnen sie zu schaden (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 149). Künstlerisch parasitäre Strategien sollen sich an herkömmliche Wahrnehmungsmuster andocken und folglich einen ästhetischen Infekt auslösen und das ästhetische Immunsystem herausfordern, um neue Muster bilden zu können, beschreibt Kolhoff-kahl (2009, 150). Sie können als Schutzimpfungen gegen Anästhetik gesehen werden. Das ästhetische Infizieren beschreibt Kolhoff-kahl als wichtige Methode der Musterbildung, welche zur eigenen kreativen Arbeit anregen kann (vgl. 2009, 150-53).

Transformieren und Reframen

Transformieren und Reframen lassen sich als das Verschieben von Bekanntem in einen neuen ästhetischen Kontext/Rahmen definieren. Bekannte Muster werden aufgegriffen und in andere Kontexte transformiert, dadurch sollen sich neue Muster bilden (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 155-57).

Als weitere künstlerisch pragmatische Musterbildungen nennt Kolhoff-kahl u.a. „Art crossing“, „Border crossing“, „Ethnic crossing“, „Fashion crossing“ und „Gender crossing“ (vgl. 2009, 157-160).

Performieren und Inszenieren

Performieren und Inszenieren lassen sich als dargebotene Prozesse vor einem Publikum verstehen. Es handelt sich um eine in der Gegenwart stattfindende Präsentation, welche vom Alltag abweicht (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 164-66).

Inszenierungs-Kunst kann die ästhetischen Musterbildungsprozesse direkt an den biografischen Körpererfahrungen der Menschen ansetzen (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 170).

Bricolieren

Bricolieren beschreibt das Arbeiten mit dem Verfügbaren. In der Bricolage wird mit bekannten Mustern gearbeitet und sich über diese hinweggesetzt, was durchaus humorvoll wirken kann. Es werden neue Muster in bereits Bekannten offenbart (vgl. Kolhoff-kahl, 2009, 171-72).

Ruppe Koselleck

Der deutsche Künstler Ruppe Koselleck setzt in seiner Kunst auf den strategischen Zugang der Infizierung. Beispielsweise tauschte er im Ikea Bielefeld die klassischen Stockfotos, welche auf den ausgestellten Möbeln stehen, mit meist langhaarigen Frauen gegen ein Bild von einem Mann mit einer Glatze, auf der ein Schnitzel liegt. Vielen Kunden fiel es nicht auf, diejenigen, denen es auffiel, waren irritiert, da es von ihren klassischen Wahrnehmungsmustern von Stockfotos im Ikea abweicht. Eine weitere Aktion von Ruppe Koselleck, die für Irritation oder sogar Chaos sorgte war, als er die Angebotskataloge von Lidl mit denen von Aldi und umgekehrt tauschte. Die Kunden suchten nach den Angeboten und waren aufgebracht. Kosellecks Parasiten haben die Wahrnehmung irritiert und das System des Supermarkts gestört.

T-Shirt-Viren

Im Seminar entwickelten wir einen T-Shirt Eindringling nach der Idee von Ruppe Koselleck. Ich erschuf folgende zwei T-Shirt Eindringlinge. Ein klassisches Adidas Drei-Streifen T-Shirt in einem Nike Store siehe Abbildung 34 und ein Nike T-Shirt mit dem bekannten Logo in einem Adidas Geschäft siehe Abbildung 35. Es würde sich argumentieren lassen, dass die beiden T-Shirts in die jeweiligen anderen Geschäfte hineinpassen vom Gebrauchszweck und Stil. Jedoch ist es für die meisten Sportler eine kulturelle Entscheidung, ob sie Nike oder Adidas tragen. Für diese Menschen passen die T-Shirts keinesfalls in das jeweils andere Geschäft, obwohl sie im ersten Moment für viele Menschen als ähnlich wahrgenommen werden. Die beiden Marken sind die größten beiden Konkurrenten im Sport. Die Menschen erwarten in einem Nike Store kein Adidas T-Shirt. Daher lässt sich bei einem Nike T-Shirt im Adidas Geschäft oder andersrum definitiv von einem Eindringling sprechen.



Abbildung 34 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5 2026



Abbildung 35 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5 2026

T-Shirts in Bewegung

Ein T-Shirt wird in der Regel und alltäglichen Wahrnehmung nur von einer Person getragen.

Doch was wäre, wenn auf einmal T-Shirts für zwei Leute existieren würden, vergleichbar mit einem Tandemfahrrad siehe Abb. 36. Es wäre sehr interessant zu untersuchen, wie so ein T-Shirt in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden würde.



Abbildung 36 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt für Zwei, 2026

Martin Margiela

Der belgische Modedesigner Martin Margiela verwendete den Zugang des Parasitierens wörtlich. Er versah seine Kollektion 1997 in Rotterdam mit Bakterien. Die Kleidungsstücke wurden bis zum Ende der Ausstellung völlig zersetzt. Des Weiteren setzt Margiela in seinen Arbeiten häufig auf Dekonstruktion und Neuzusammensetzung. Ein Beispiel dafür wäre eine Jacke aus Handschuhen siehe Abbildung 37. Er verwendete eine Vielzahl an alten Handschuhen und gab ihnen gemeinsam als Jacke eine ganz neue Bedeutung. Diese Bricolage regt neue Musterbildungen bei den Wahrnehmenden an.



Abbildung 37 Uniformity.nyc 2022

Ich war einmal ein T-Shirt

Ein T-Shirt ist nicht immer ein T-Shirt. Manchmal werden von einem T-Shirt andere Funktionen gebraucht, als es im klassischen Sinne liefert. Ich persönlich habe mich in folgendes Szenario versetzt. Vier Freunde sind gemeinsam im Hochsommer im Wald unterwegs. Bei ihnen entsteht Langeweile. Alle lieben den Fußball, nur zu blöd, dass sie keinen Ball dabei haben. Plötzlich kommt einem von ihnen die Idee. Sie nehmen ihre T-Shirts, die sie die ganze Zeit mit sich rumschleppen, weil es eindeutig zu warm ist, diese zu tragen. Sie suchen sich ein paar Sträucher und verbinden damit ihre T-Shirts zu einem kugelförmigen Etwas. Es ist zwar kein perfekt runder Ball, aber sie können das Spiel spielen, das sie so lieben. Keiner der vier Jungs erkennt in ihrem Ball jetzt noch die T-Shirts wieder. Sie sehen lediglich den Ball und das gegnerische Tor zwischen zwei Baumstämmen.

Innerhalb dieses Kapitels wurde besonders deutlich, inwiefern verschiedenste Zugänge bestehen, um unsere ästhetischen Muster der Wahrnehmung zu irritieren und sie damit nachhaltig zu verändern oder neue Muster zu bilden. Margielas und Kosellecks Arbeiten sind Beispiele dafür, dass das, was wir wahrnehmen, immer nur eine von vielen möglichen Wahrnehmungen ist und eine Vielzahl blinder Flecken innerhalb unserer Wahrnehmung besteht, welche durch künstlerische Zugänge wie beispielsweise das Parasitieren, Transformieren und Inszenieren aufgedeckt werden können. Indem man selbst kreativ tätig wird, probiert man sich von bekannten Mustern zu lösen und schafft ebenfalls neue Muster und hebt blinde Flecken auf.

10. Abschluss

Liebes Lieblings-T-Shirt,

in diesem Seminar wurde mir deutlich, dass du nicht einfach nur ein T-Shirt bist. Du bist Teil meines Lebens. Du sagst viel über mich aus. Du offenbarst Informationen über mich, wenn ich dich trage. Du kannst Ausdrucksfläche für mich sein, beispielsweise kann ich meine Gedanken oder meine Haltung zu Themen auf dir äußern, in Textform oder auch in einer grafischen Darstellung. Du kannst meine Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Gruppe sichtbar machen. Das, was du für mich bist, bist du für keinen anderen, denn meine Wahrnehmung dir gegenüber ist subjektiv. Für einen anderen Menschen stellst du etwas ganz anderes dar. Vielleicht gefällst du ihm mit deinem Motiv nicht oder deine Ärmel sind ihm zu kurz oder er versteht deine Aussage nicht. In anderen Kulturen wirst du vielleicht gar nicht als T-Shirt erkannt, weil die Leute dort keine T-Shirts kennen oder du entsprichst nicht ihren klassischen Mustern des T-Shirts. Es wäre auch denkbar, dass sie dich in einer anderen Art und Weise tragen, als ich es tue. Sie nutzen dich vielleicht anders und gehen anders mit dir um. Sie waschen dich nicht so häufig wie ich es tue. Auch wenn es dir Angst macht, es kann sein, dass sie dich zerschneiden, ein Statement auf dich schreiben, dir eine andere Funktion zuschreiben. Beispielsweise könnten sie dich zerteilen und in Form eines anderen Kleidungsstücks bringen oder dich ab sofort nur noch als T-Shirt für die eigene Wohnung oder sogar als Putzlappen verwenden. Sie könnten dich an einen Ort bringen, an den du nicht passt, nur um ein Zeichen zu setzen. Stell dir einmal vor, du würdest im Geschäft der größten Mitbewerbermarke landen. Aber all das wird nicht geschehen, denn du bist mein T-Shirt und ich nehme dich wahr, so wie ich es tue, obwohl unzählige andere Möglichkeiten bestehen würden dich wahrzunehmen und zu behandeln, aber für mich bleibst du mein geliebtes T-Shirt. Jedoch muss ich zugeben, dass sich durch den Austausch und die Interaktion mit anderen über dich meine Wahrnehmung dir gegenüber stetig verändert. Ich sehe neue Ordnungen, wie ich dich einsortieren könnte und sehe neue mögliche Handlungen mit dir. Jedoch werde ich aktiv selektieren, welche ich davon wahrnehme.

Bis bald, dein Jan Mika

Durch das Seminar erweiterte sich meine Wahrnehmung des T-Shirts enorm. Ich wurde auf Wahrnehmungsbereiche des T-Shirts aufmerksam gemacht, welche für mich zuvor blinde Flecken darstellten, beispielsweise die Möglichkeit ein T-Shirt in seiner Funktion zu verändern oder die Vielzahl der möglichen Ordnungen von einer Gruppe an T-Shirts. Besonders spannend fand ich es zu untersuchen, für welche Zwecke ein T-Shirt genutzt werden kann und es nicht nur ausschließlich ein Kleidungsstück ist, sondern als Mittel genutzt werden kann, um seine Meinung zu einem gewissen Thema zu äußern oder auf dieses aufmerksam zu machen, wie es Hamnett tut. Zudem fand ich es enorm interessant, wie sich meine Wahrnehmung gegenüber dem T-Shirt veränderte, durch das Aufdecken der blinden Flecken nahm ich alle T-Shirts, die ich sah, mit anderen Augen wahr.

Ich interpretierte und analysierte sie, besonders meine eigenen. Ich überlegte, was mein T-Shirt und die alltägliche Wahl für ein T-Shirt über mich aussagt. Des Weiteren hinterfragte ich, wie andere Menschen mich durch mein T-Shirt wahrnehmen und was sie basierend auf meinem T-Shirt über mich denken könnten. Ich fand die Frage sehr interessant, was sehen wir, wenn wir ein T-Shirt vollständig losgelöst von unseren alltäglichen Wahrnehmungsmustern sehen. Diese Fragestellung weitete sich bei mir aus. Sie regte mich an, darüber nachzudenken, wie ich alltägliche Dinge losgelöst von meinen bekannten Wahrnehmungsmustern aus anderen Perspektiven betrachten könnte und was ich dann sehen würde. Zudem fand ich die Auseinandersetzung und den Austausch mit anderen Studierenden sehr interessant, da es spannend war, ihre Sichtweisen bezüglich eines bestimmten T-Shirts zu sehen. Häufig stellte sich heraus, dass sie das T-Shirt ganz anders als ich wahrnahmen. Dadurch wurde ich auf meine blinden Flecken der Wahrnehmung aufmerksam und konnte basierend auf ihren Wahrnehmungsmustern neue Muster bilden. Insgesamt erweiterte das Seminar meine Wahrnehmung bezüglich des T-Shirts enorm. Ich wurde auf blinde Flecken aufmerksam, nahm neue Perspektiven ein und bildete neue Muster. Durch das Seminar erhielt ich insgesamt eine ganz neue Sichtweise auf meine eigene Wahrnehmung, welche sich nicht nur auf das T-Shirt bezieht, sondern sich auf das gesamte Leben übertragen lässt.

Besonders gut am Seminar haben mir die Übungen gefallen, da man das in der Literatur Beschriebene selbst anwenden konnte und sich somit das Erlernte festigte. Den Aufbau in der Dreiteilung zwischen Literatur, Künstlerpräsentation und Übungen erachte ich als sehr sinnvoll, da er einem zunächst die wissenschaftliche Grundlage offenbart. Diese wissenschaftliche Grundlage wird daraufhin mit Künstlerbeispielen ergänzt, welche das Verständnis der Literatur fördern. Die abschließenden Übungen regen dazu an, das Erlernte selbst anzuwenden. Die verschiedenen Präsentationsformen der Künstlerpräsentationen sorgten für eine spannende Abwechslung.

Ampelsystem:

Grün: Umsetzung der Übungen

Gelb/Rot: wissenschaftlicher Ausdruck/Schreibstil

Literaturverzeichnis:

- Bianchi, Paolo (2017): Die Ressource Kreativität aktivieren, S. 68-91 In: Kunstforum International, Bd. 250
- Botur, Axel (2006): Der weiße Riese. Das T-Shirt In: Alfons Kaiser, Susanne Kusicke (Hrsg.): Poncho, Parka, Prada-Täschchen: Kleines Glossar der unentbehrlichen Kleidungsstücke. C. H. Beck. München
- Ceballos-Betancur, Karin (2008): Hemd mit Aussage
- Derwanz, Heike (2018): Zwischen Kunst, Low-Budget und Nachhaltigkeit, S. 197-224 In: Krebs, S., Schabacher, G., & Weber, H. Kulturen des Reparierens: Dinge–Wissen–Praktiken Transcript Verlag.
- Hagemeister, Volker (2006): Zeug zum Heiligtum. Das Fußballtrikot In: Alfons Kaiser, Susanne Kusicke (Hrsg.): Poncho, Parka, Prada-Täschchen: Kleines Glossar der unentbehrlichen Kleidungsstücke. C. H. Beck. München
- Harari, Justine (2010): T-Shirt, Ein globales Kleidungsstück
- Kolhoff-Kahl, Iris (2009): Ästhetische Muster-Bildungen, München
- Kolhoff-Kahl, Iris (2018): Textildidaktik, Donauwörth
- Mattenklott, Gundel (2012): Ästhetisch-Aisthetisches Lernen In: Bockhorst, H., Reinwand-Weiss, V. I., & Zacharias, W. (Hrsg.): Handbuch Kulturelle Bildung. München
- Reinwand-Weiss, Vanessa-Isabelle (2012): Künstlerische Bildung - Ästhetische Bildung - Kulturelle Bildung In: Bockhorst, H., Reinwand-Weiss, V. I., & Zacharias, W. (Hrsg.): Handbuch Kulturelle Bildung. München
- Schmidt, Siegfried J. & Marte, Sabine (2017): Kreativität produziert Kreativität, S. 126-133 In: Kunstforum International, Bd. 250

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1 Seminarergebnis T-Shirt Ordnung 2026	6
Abbildung 2 Balet S.94.....	7
Abbildung 3 Balet, S.96.....	8
Abbildung 4 Bianchi 2017	14
Abbildung 5 eigene Darstellung, Das bessere T-Shirt, 2026	15
Abbildung 6 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt-Tanz, 2026	15
Abbildung 7 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt-Gans, 2026	16
Abbildung 8 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt-Haus, 2026	16
Abbildung 9 Exactitudes 2014.....	17
Abbildung 10 Jenny Holzer, Kriegszustand Völkerschlachtdenkmal Leipzig, 1996 ...	17
Abbildung 11 eigene Darstellung 2026	19
Abbildung 12 www.hammer.de 2026.....	19
Abbildung 13 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, Bettduett Rotkäppchen, 2026	20
Abbildung 14 Vivienne Westwood 2013.....	20
Abbildung 15 Morimura, The Portrait of Marilyn Monroe, 1995.....	23
Abbildung 16 Morimura & Miyake 1996	23
Abbildung 17 Hanseheld.de 2026	24
Abbildung 18 Vogue Germany 2026	24
Abbildung 19 Liberymaniacs.com 2026	24
Abbildung 20 Alarmy.de 2026.....	25
Abbildung 21 Pinterest 2026	25
Abbildung 22 I.pinimg.com 2026	26
Abbildung 23 I.pinimg.com 2026	26
Abbildung 24 Encrypted 2026	26
Abbildung 25 Peppermynta.de 2026	27
Abbildung 26 Contents.mediadecathlon.com 2026.....	27
Abbildung 27 Roy Villevoys 1995.....	29
Abbildung 28 Roy Villevoys 1995.....	29
Abbildung 29 Roy Villevoys 1995.....	29
Abbildung 30 Breuninger.com 2026	30
Abbildung 31 Unishop-paderborn.de 2026	31
Abbildung 32 Francis Augusto 2024	33
Abbildung 33 Katharine Hamnett 2025	33
Abbildung 34 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5 2026	35
Abbildung 35 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5 2026	35
Abbildung 36 eigene Darstellung generiert mit ChatGPT Image 2.5, T-Shirt für Zwei, 2026	36

Abbildung 37 Uniformity.nyc 2022.....	36
---------------------------------------	----

KI-Hinweis:

Zur Bildgenerierung einiger eigener Darstellungen wurde die künstliche Intelligenz ChatGPT Image 2.5 genutzt. Diese sind entsprechend gekennzeichnet.