

WWW.MARRIAGEISSOGAY.COM



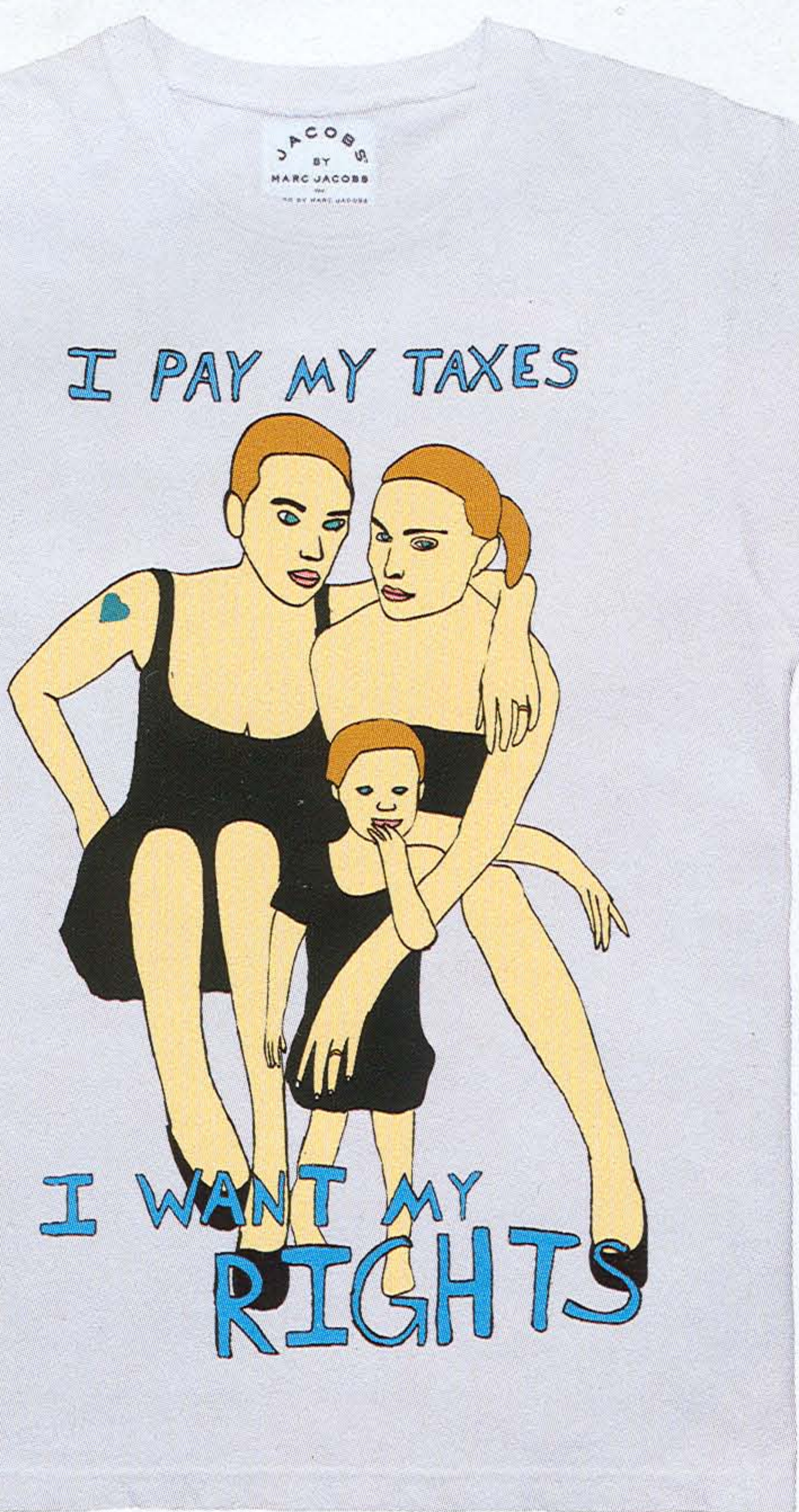
WWW.MARCJACOBS.COM



BRYAN BATT & PATRICK STEWART IN „JEFFREY“

MODE MIT MESSAGE

IN DER KOMÖDIE „JEFFREY“ von 1995 erklärt ein bezaubernd schwuler Patrick Stewart seinem besten Freund, warum er und sein Partner den „Pink Panthers“ beigetreten seien. „Es war seine Idee“, sagt er, „wir sind jetzt Teil einer Patrouille gegen das Schwulenklatschen. Aber eigentlich wollten wir endlich mal was mit T-Shirts machen.“ Es hat eine Weile gedauert, bis auch die Modeindustrie verstanden hat, dass der durchschnittliche homosexuelle Mann ganz gerne Geld für Klamotten ausgibt und es sich lohnt, hin und wieder mal Partei zu ergreifen. So sponserte Levi's im vergangenen Jahr die Premierenfeier von „Milk“ und mahnte mit verknoteten Taschentüchern, den sogenannten „white knots“, in den Schaufenstern zur Teilnahme an der bevorstehenden kalifornischen Abstimmung über die Homoehe. Nach der traurigen Niederlage der Aktivisten übernahm das ebenfalls in Kalifornien beheimatete Label American Apparel den Staffelstab und lancierte eine große T-Shirt-Kampagne unter dem Motto „Legalize Gay“. Doch nicht nur große Unternehmen versuchen, per Oberbekleidung eine Message zu transportieren. „Es geht uns um die Öffnung der Ehe“, erläutert Reggie Solomon von der Initiative „marriage is so gay“. „Gleichzeitig wollen wir aber stilvoll um Unterstützung werben.“ Das Ziel seiner Kampagne: 100.000 verkaufte T-Shirts mit der Aufschrift „marriage is so gay“ („Ehe ist total schwul“). Doch der Ton wird schärfer, das jüngste Beispiel für den boomenden T-Shirt-Aktivismus stammt aus der Welt der High End Fashion. Marc Jacobs, amerikanischer Star-Designer, fasste unlängst das zentrale Argument der Bewegung auf einem Hemdchen zusammen: „I pay my taxes, I want my rights!“ (ja) ◀



WWW.MARCJACOBS.COM



FOTOS: KINOWELT, DIRK BAUMGARTL, PR