



STUDIUM erleben

# Auf den Hut gekommen

Jan Lengwenat verhilft in seiner Diplomarbeit dem „alten Hut“ zu neuem Glanz

Etwas aus der Mode gekommen ist er, der Hut. Ein verstaubtes Image haftet ihm an. Auch wenn man ihm hin und wieder bei offiziellen Anlässen begegnet, ist doch klar: Hut zu tragen ist eher etwas für Leute reiferen Alters. Noch vor 50 Jahren sah das ganz anders aus: Der klassische Hut war ein gern getragenes Kleidungsstück mit langer Geschichte und historischer Bedeutung. Trotz der Versuche der Kleidungsindustrie, den Hut durch Abwandlung zu Kappen, Mützen und jeglicher anderer Kopfbedeckung wieder zum Trend zu erwecken, ist bisher kein nennenswerter Verkaufserfolg geglückt.

Eigentlich schade, dachte sich Jan Lengwenat, und stellte den Hut in den Mittelpunkt seiner von Prof. Doris Casse-Schlüter betreuten Diplomarbeit im Studiengang „Kommunikationsdesign“. Mit Hilfe der Pro-Hut-Kampagne „chapeau.cc“ wirbt er für mehr „Mut zum Hut“ bei jungen Menschen. Mit Online-Plattform, Kampagne

und Label schafft er einen Auftritt, der die Neugier des Verbrauchers weckt und dem in Vergessenheit geratenen Hut zu einem neuen, frischen Image verhilft. Die Geschäftsbasis der Marke chapeau.cc stellt die Online-Plattform dar, über die die Hüte angeboten und Hut-Designer, Hersteller und trendbewusste, junge Käufer zusammengebracht werden. In Etiketten, Hut-Boxen, Tragetaschen und Briefbögen setzt sich der visuelle Auftritt des Unternehmens fort. Das Ergebnis kann sich sehen lassen – dieser Meinung war auch die Jury des „red dot award: communication design 2007“, einem der größten internationalen und in Fachkreisen hoch geschätzten Wettbewerb für Jungdesigner. Aus insgesamt 3.880 Arbeiten aus 34 Ländern, die in diesem Jahr bei der international renommierten Expertenjury eingingen, wurde seine Arbeit in Anerkennung der Kreativität und der hohen Gestaltungsqualität gemeinsam mit 335 anderen mit dem Label „Red dot“ ausgezeichnet. (sk/cd)

Today, the hat is rather old-fashioned. To see the hat worn by the older generations on special occasions from time to time confirms its image as an out-dated accessory. However, times have changed: 50 years ago the classical hat was a highly fashionable headdress with a long history and tradition. Nevertheless, the efforts of the clothing industry to bring the hat back to market in the form of canopies, bonnets or other trends of hair dresses remained unsuccessful. What a pity, thought Jan Lengwenat. Thus, the student set focus on the hat in his thesis of the study course „Communication Design“, attended by Prof. Doris Casse-Schlüter.

„chapeau.cc“ als Ausstellung und Website auf der DIPLOMA, präsentiert vom stolzen Designer



