

YEAR IN FASHION 2018

80 Millionen Shopper aus 120 Ländern haben dieses Jahr ihre Modesuche auf Lyst begonnen. Wir haben über 100 Millionen Suchen verfolgt. Dabei wurden Suchanfragen, Seitenbesuche, Verkaufsdaten und Erwähnungen in sozialen Medien von über fünf Millionen Modeartikeln von 12 000 Designern und Kaufhäusern ausgewertet. Von Dior bis hin zu Dad-Core, Plastik und Prärie-Kleidern: die Daten von Lyst enthüllen, was wir 2018 alle unbedingt tragen wollten.

Wenn Sie Informationen aus diesem Bericht zitieren möchten, vergessen Sie bitte nicht, die globale Mode-Suchplattform Lyst als Quelle zu erwähnen. Geben Sie außerdem einen Link zum vollen Bericht an: <https://www.lyst.de/year-in-fashion-2018>

Pressekontakt: Eva Lindner, eva.lindner@lyst.com, Nils Leidloff, nils.leidloff@tonka-pr.com



T EINFLUSSREICH

Dieses Jahr hat sich Instagram zu einer erfolgreichen Mode-Maschine entwickelt, die sowohl Trends auslöst, als auch Umsatz ankurbelt. Für noch größeren Erfolg auf der beliebten Online-Plattform haben Marken ihre Streetwear Artikel und Logos "Meme-tauglich" gemacht. Das führte zu einer wahrhaftigen "Logo-Manie" und einem Comeback des 90er/00er-Looks.

Promis und ihre Outfits haben immer noch den größten Einfluss darauf, was Kunden online kaufen. Sorgfältig geplante Instagram-Posts von Stars wie Kylie und Kim locken Leute in die Geschäfte und führten 2018 zu den meisten Suchanfragen.

"Meme-Fashion"

In 2018 traf Meme-Kultur auf polarisierendes Produktdesign. Alle haben über sie gesprochen, jeder hat sie gesucht. Der Modekönig Demna Gvasalia revolutionierte mit einem Mantel aus sieben Schichten, Stiletto-Crocs, Souveniraccessoires für Balenciaga und einem Kleid mit Spiderman-Handschuhen für Vetements. Gucci zeigte außergewöhnliche Mode, von Sturmhauben bis hin zum riesigen Bomba-Hüten von Jacquemus und winzigen Slide-Sandalen von Kayne. Marken, die in Memes erschienen, erlebten großen Andrang.

90s/00s

Von kurzen Kapuzenpullis über Trainingsanzüge bis hin zu Buffalo-Schuhen und goldenen Kreolen, dieses Jahr hat Lyst einen deutlichen Anstieg bei Suchanfragen nach Artikeln der Jahrhundertwende verzeichnet. Mode und Kultur können kaum noch unterschieden werden, seit die 90er-Jahre-Sitcom "Friends" bei Netflix ausgestrahlt wurde, Kim Kardashian an ihren 90er-Jahre-Tanga von Gucci herausblitzen ließ und Dior die Satteltasche wieder zum Leben erweckte.

"Dad-Fashion"

Turnschuhe fanden in diesem Jahr Inspiration vom "Dad-Look" und verbuchten fantastische Erfolge, von klobigen Sneaker in allen Preisklassen bis hin zu kuscheligen Strickjacken, Fleece-Pullis und "hässlichen" Oberteilen. Diese Produkte lösten in 2018 einen Anstieg von 439% in Suchanfragen aus und machten somit den "Dad-Look" zum Modeheld 2018.

Sport & Luxus

Streetwear traf auf Sportmode und Luxus-Designermarken orientieren sich weiterhin an der Sportästhetik. 62% mehr Artikel wurden dieses Jahr auf Lyst als Sportmode bezeichnet. Shopper geben generell mehr Geld für Sportmode aus und so stieg der Durchschnittspreis für Leggings im Jahresvergleich um 60%, von \$58 auf \$93.

Western Cowboy

Suchanfragen nach Cowboystiefeln, Fransenjacken und Hemden mit Westernmotiven haben im Herbst deutlich zugenommen.

Plastik

Staud-Shirley-Plastiktasche war das Modell, das den transparenten Trend ausgelöst hat. In der New Yorker Fashion Week wurde sie 5 000 Mal gesucht. Die durchsichtigen Heels von "Jimmy Choo x Off-White" waren im Februar unter den "Top Fünf" High Heels.

Neon

Gelbe und auch braune Artikel wurden dieses Jahr wieder beliebter, ganz besonders Mode in Neonfarben, wie Pink und Grün, wurde 120% öfter gesucht. Dies passierte zweifelsohne dank Influencern wie Blake Lively, Bella Hadid und Kim Kardashian. Für Clutches in Neonfarben zählten wir im September 20 000 Suchanfragen. Die wattierte Neon-Clutch von Prada war hierbei die Tasche, nach der am meisten gesucht wurde.

Künstlerisch

Das "Timothée Chalamet"-T-Shirt von James Ivory und auch die "Fluid Bluse" von Victoria Beckham zeigen, wie beliebt skurrile und illustrierte Motive diesen Frühling waren. Die "Moon Face"-Ohringe von JW Anderson waren im April der heißeste Ohrschmuck und auch Celine Kleider mit Pinselspuren waren dieses Jahr unter den begehrtesten Artikeln in der Vintage-Kategorie.

Präraffaelitische Prärie

Batsheva, Coach, The Vampire's Wife und Erdem haben sich alle von den Präraffaeliten inspirieren lassen. Kleider mit Gotik- oder Prärie-Details waren weltweit im Trend. Diese zurückhaltende Weiblichkeit hat zu mehr Suchanfragen geführt, zum Beispiel bei Begriffen wie "bescheiden", "hochgeschlossen" und "Bauschärmel" (460% mehr Suchanfragen im Jahresvergleich).

Nachhaltig

Nachhaltigkeit war dieses Jahr zu Recht ein heißes Thema in der Modeindustrie und viele Marken betonten ihre nachhaltigen Materialien und Produktionsverfahren. Lyst hat 47% mehr Suchanfragen nach nachhaltigen Begriffen wie "veganes Leder", "Biobaumwolle" oder "Econyl" verzeichnet.

CELEBRITIES

Um die einflussreichsten Promis der Modewelt in 2018 nennen und einordnen zu können, haben wir die Nachfrageanstiege und Erwähnungen von internationalen Celebrities in den sozialen Medien überwacht und sowohl Suchanfragen als auch Verkaufsreaktionen ihrer beliebtesten Outfits gemessen.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Kylie Jenner

2018 war Kylies Jahr. Die jüngste Kardashian (21) hat ein Beauty-Imperium mit über 115 Millionen Instagram Fans aufgebaut, ihr erstes Baby zur Welt gebracht und befindet sich auf dem besten Weg zur jüngsten "Selfmade-Milliardäerin". Kylie hat dieses Jahr über zwei Millionen Suchanfragen inspiriert, von Adidas Trainingsanzügen und Dior Sonnenbrillen bis hin zu Victoria Secret Unterwäsche und Minikleidern von Alexander Wang. Ein pinkes Minikleid, das sie auf ihrer Geburtstagsfeier trug, führte zu 107% mehr Suchen nach "pinken Kleidern" am nächsten Tag.



Kim Kardashian

Dieses Jahr hat Kim Kardashian Geschichte geschrieben. Sie erhielt als erste den CFDA Influencer Preis. 2018 war auch das Jahr, in dem sie Radlershorts cool machte, uns auf Neon-Bademode brachte und den 90er-Jahre-Tanga wieder aufleben ließ. Außerdem hat sie das Fendi-Logo zurück ins Rampenlicht geholt, indem sie ein Foto gepostet hat, auf dem sie von Kopf bis Fuß das "FF Zucca"-Monogramm trug. Hierdurch stiegen Suchanfragen im Monatsvergleich um 16%.



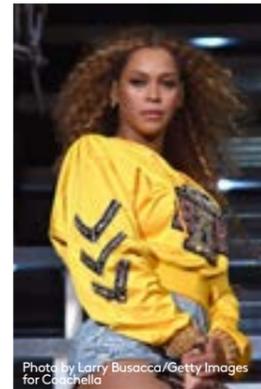
Meghan Markle

Der "Meghan-Effekt" hält rund um die Welt an. Ihre Hochzeitsoutfits haben für Givenchy und auch Stella McCartney eine hohe Nachfrage erzielt. Ihre Alltagslooks haben Millionen Kunden inspiriert, einen "U-Boot-Ausschnitt" oder ein "Smoking-Kleid" auszuprobieren. Gewöhnlich läuft es so: Meghan trägt einen Designer und in der Woche darauf erfährt er einen Zuwachs an Suchanfragen von 200%.



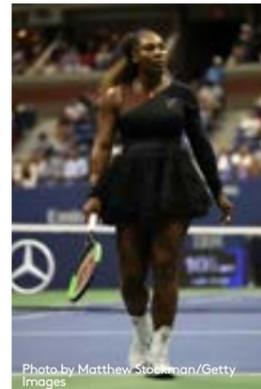
Cardi B

Rapperin Cardi B war dieses Jahr auf der Fashion Week das einflussreichste Gesicht; bei Alexander Wang saß sie in der ersten Reihe neben Anna Wintour und hat Suchanfragen für alle Marken, die sie trug, explodieren lassen; von Christian Siriano bis Jeremy Scott. Cardis Unterstützung der Marke "FashionNova" hat Suchanfragen für den preiswerten Händler in die Höhe schnellen lassen.



Beyoncé

Auch Queen Bey schaffte es dieses Jahr auf die Titelblätter. Als erste schwarze Frau war sie Headlinerin beim Coachella Festival und ihr maßgeschneiderter gelber BAK-Pulli von Balmain führte zu 58% mehr Suchanfragen nach Balmain Hoodies. Ihr pinker Anzug vom viralen "Apehit"-Video führte über zu einem Anstieg an Suchanfragen nach pinken Anzügen.



Serena Williams

Die kontroversen Sportoutfits von Serena Williams haben dieses Jahr aus den US Open ein erfolgreiches Mode-Event gemacht. Ihr "Off-White x Nike Ensemble" hat Suchanfragen nach schwarzer Tenniskleidung, so wie "schwarzer Tennisrock" oder "schwarze Tenniskleider" im Wochenvergleich um 108% wachsen lassen.



Chiara Ferragni

Im September hat die Influencerin Chiara den Rapper Fedez in einem maßgeschneiderten Dior Kleid geheiratet. Die epische Berichterstattung über Chiaras Hochzeit für ihre 15 Millionen Fans in den sozialen Medien, sowie tausende Artikel über ihren großen Tag, führten zu 109% mehr Suchanfragen nach Dior in der folgenden Woche.



Blake Lively

Blake Lively hat dieses Jahr ein Faible für "Statement-Anzüge" entwickelt und Kunden stimmen offensichtlich zu. Bei der Werbetour für den Film "Nur ein kleiner Gefallen" hat ihr zweireihiger cremefarbener Zweiteiler von Ralph Lauren in der folgenden Woche über 4 000 Suchanfragen nach Ralph Lauren Anzügen ausgelöst.



Rihanna

Queen Ri(hanna) war letztes Jahr die einflussreichste Mode-Influencerin. Dieses Jahr konzentrierte sie sich auf ihre eigenen Beauty- und Unterwäsche-Label, als auch auf sehr beeindruckende Looks. Für ihren 30. Geburtstag wählte sie ein Saint Laurent Kleid mit Ballonrock in Fuchsia aus, das dann im Handumdrehen weltweit vergriffen war. Sogar die Gucci-Sturmhaube, die sie auf dem Coachella Festival trug, hat Suchanfragen um 19% steigen lassen.



Ariana Grande

Mit über 130 Millionen Fans auf Instagram kann man durchaus behaupten, Ariana habe eine ganze Armee an Fans, die verrückt nach ihrem Stil sind. Sie trieb dieses Jahr tausende Suchanfragen nach Marken wie Reebok, Burberry und Vera Wang an. Außerdem sind Suchanfragen nach Oversized-Kapuzenpullis dank Ariana im Jahresvergleich um 130% gestiegen.

INSTA BRANDS



Um die begehrtesten Marken auf Instagram nennen und einordnen zu können, haben wir 2018 die Anstiege bei Suchanfragen mit Erwähnungen und Marken-Verlinkungen auf Instagram verglichen.

1

Veja

Die umweltfreundliche Turnschuhmarke Veja versucht die nachhaltigsten Sneaker der Welt herzustellen. Auch Meghan Markle unterstützt die Marke, die zu einem Streetwear-Liebling geworden ist und im Jahresvergleich 113% mehr Suchen verzeichnet hat.

2

Reformation

Die nachhaltige Marke Reformation ist ein Liebling der Influencer. Ihr "Thelma Kleid" war in der "Top Ten" der meistgesuchtesten Kleider des Jahres.

3

Attico

Prominente Unterstützung von Rosie Huntington-Whiteley hat die Marke Attico dieses Jahr in Instagrams Fokus gerückt.

4

Realisation Par

Einige "It" Artikel, die durch globale Influencer unterstützt wurden, haben Realisation Par das ganze Jahr an Instagrams Spitze katapultiert. Besonders beliebt war Naomi, ihr Rock mit Leodruck und ihr "Christy"-Kleid.

5

Ganni

Die Modemarke Ganni aus Kopenhagen ist dieses Jahr, dank den einflussreichen #GanniGirl-Influencern, ein globales Phänomen geworden. Suchanfragen für die Marke sind im Jahresvergleich um 52% gestiegen.

6

Staud

Die Shirley-Tasche war den ganzen Sommer ausverkauft und ihre "Moreau Macramé" und "Leder Bucket"-Tasche erlebten im Modemonat Februar einen deutlichen Ansturm.

7

Nanushka

Eine weitere nachhaltige Marke hat dieses Jahr weitere Erfolge verbucht. Nanushkas Jeanskleider und Jumpsuits sind sowohl bei Influencern, als auch bei Kunden sehr beliebt.

8

Faithfull The Brand

Höchst beliebt bei Damen, die gern reisen ist dieses Jahr Faithfull The Brand. Die Marke sah man dieses Jahr an Candice Swanepoel, Vanessa Hudgens, Lucy Williams und Carmen Grace Hamilton, wodurch Suchanfragen im Jahresvergleich um 12% zunahmen.

9

Rouje

Von Juli bis September gab es wöchentlich über 9 000 Suchanfragen für das "Rouje Gabin"-Kleid.

10

Stine Goya

Die Nachfrage nach den stylischen "Statement-Artikel" von Stine Goya steigt weiter an. Suchanfragen nach der Marke aus Kopenhagen erreichten im Juni einen Höchststand.

LOGGOS



Um die beliebtesten Logos nennen und einordnen zu können, haben wir Anstiege der Nachfrage und Verkaufsreaktionen auf Logo-Produkte, sowie Erwähnungen der beliebtesten Logo-Marken in den sozialen Medien überwacht.

1

Supreme

Das ikonische Logo von Supreme ist das heißeste Statussymbol der Modewelt. Vom Ansturm mit +1 000% Suchanfragen bei Kollektionslaunch, bis hin zu himmelhohen Wiederverkaufswerten der Artikel, Supreme war das beliebteste Logo des Jahres 2018.

2

Champion

Champion hat dank einiger Kooperationen mit Kollegen, wie BEAMS, Beauty & Youth, Timberland und End sein Logo jenen Kunden, die auf der Suche nach klassischen Artikeln mit Logos waren, stets wieder ins Gedächtnis gerufen. Von Kimonos bis hin zu Gürteltaschen, das Champion Logo war dieses Jahr überall (über 3 000 Suchanfragen in diesem Monat).

3

Fila

2018 war ein großes Comeback-Jahr für den italienischen Sport-riesen Fila. Teddyjacken mit dem Firmenlogo bis hin zu T-Shirts mit dem Fila-Schriftzug wurden im Mai alle sechs Sekunden angesehen. Dank einer Zusammenarbeit mit Fendi hat Fila zusätzlich gepunktet.

4

Prada

Die Nachfrage nach den ikonischen Nylonaccessoires von Prada nahm dieses Jahr stark zu. Auch Suchen nach Produkten mit dem Prada-Logo, von Badelatschen bis zu Socken, haben weltweit zugenommen.

5

Fendi

Das "FF Zucca"-Monogramm fand im Februar wieder ins Rampenlicht, nachdem Kim Kardashian ein Foto gepostet hat, auf dem sie eine Strumpfhose und ein T-Shirt mit Fendi-Logo trug. Artikel mit dem Fendi Logo wurden 70% mehr als letztes Jahr gesucht, gleichermaßen bei neuen und Luxus-Vintagehändlern.

6

Gucci

2017 wollte jeder das Logo-T-Shirt von Gucci. 2018 bleibt dies unverändert. Der Logo-Gürtel war das heißeste Produkt in 2018 und Artikel von Gucci (und Guccy) Design werden weiterhin jeden Monat Millionen mal gesucht.

7

Kappa

Von Slide-Sandalen bis hin zu Trainingsjacken, Produkte mit dem Kappa-Logo wurden im Jahresvergleich 51% öfter angeklickt.

8

Versace

Die große Nachfrage nach Vintage "Logo-mania"-Sandalen hat dazu geführt, dass nach Versace Schuhwerk dieses Jahr 59% öfter gesucht wurde. Herren- und Damen -Schmuck mit dem ikonischen Medusa Kopf Logo war im Sommer zudem sehr beliebt.

9

Louis Vuitton

Das klassische LV Monogramm bleibt weiterhin rund um den Globus eins der begehrtesten Luxusmotive. Nach Taschen, Geldbeutel und Gürtel in braun auf braunen Monogrammen haben Shopper überall gesucht (sowohl neu als auch Vintage).

10

Celine

Céline hat unter Hedi Slimane eine kontroverse Veränderung erlebt; der é Akzent im Logo wurde abgeschafft. Suchanfragen nach Celine Logo-Artikel aus der Pilo-Ära waren sofort auf Secondhand Seiten in die Höhe geschneilt. Besonders beliebt waren hier die Plastikeinkaufstasche und die "Classic" Leder Tote.

2

JEDER WOLLTE...

2018 war ein Jahr für Comeback-Marken; Fendi, Versace und Prada sind wieder voll auf der Bildfläche. Gleichzeitig hat die Nachfrage nach modernen Labels, wie Ganni, Réalisation Par und Staud weltweit deutlich zugenommen. "Dadcore", "hässliche" Turnschuhe und "Meme-Mode" gaben 2018 den Ton an und inspirierten Suchanfragen das ganze Jahr über.

Gleichzeitig hat es sich der bescheidene, weiße Sneaker in jeder Preisklasse gemütlich gemacht. Die heißesten Taschen waren von Streetweareinflüssen und ungewöhnlichen Design- und Stildetails (zum Beispiel Dreiecken) geprägt.

FAVORITEN



Um die beliebtesten Kult-Artikel 2018 auf Instagram nennen und einordnen zu können, haben wir sowohl die Anstiege bei Suchanfragen, als auch Erwähnungen und Verlinkungen auf Instagram das ganze Jahr überwacht.

- 1 Gucci Logo-Gürtel**
Am längsten hielt sich dieser Artikel im Lyst Index der heißesten Produkte; der ikonische Gucci-Gürtel wurde dieses Jahr mehr als eine halbe Million Mal gesucht.
- 2 Off White "Industrial" Gürtel**
Der gefragte Gürtel von Off White, vom "Industrie-Look" inspiriert, war eines der begehrtesten Produkte von Designer Virgil Abloh und ist das ganze Jahr schon in allen Farben im Trend.
- 3 Strumpfhose mit Fendi Logo**
Kim Kardashian hat das The "FF Zucca"-Monogramm wieder ins Rampenlicht gerückt, als sie die Strumpfhose in einem Instagram Post trug. Gleich waren sie weltweit ausverkauft.
- 4 Pinker Overall von Ganni**
Der Overall von Ganni war diesen Herbst bei Influencern unter den absoluten Lieblingen.
- 5 Realisation Par Leo-Rock**
Diesen Artikel kennt man als "Naomi," ein "Produkt Held", den alle großen Influencer trugen und welcher mehrmals online vergriffen war.
- 6 Jonathan Simkhai Schnür-Jeans**
Jonathan Simkhais Schnür-Jeans, gesehen an Bella Hadid, erinnern zweifelsohne an die 00er Jahre und waren diesen Sommer super im Trend.
- 7 Chloé Pferde-Print Anzug**
Von Haim und Alexa Chung bis hin zu Jeanette Friis Madsen und Leandra Medine; der Cord-Anzug hat die "Levi Vision" von Natacha Ramsay für Chloé ins Rampenlicht geholt. Der Anzug wurde im Februar über 30 000 Mal angesehen.
- 8 Prada Socken**
Luxus-Logo-Sportsocken waren dieses Jahr absolut im Trend. Diese Socken wurden im September am meisten angeklickt.
- 9 Saint Laurent LouLou Sonnenbrille**
Suchen nach Sonnenbrillen in Herzform sind in den Sommermonaten um 49% gestiegen. Dies war Saint Laurents LouLou Gestell zu verdanken.
- 10 Flamen-Heels von Prada**
Die Prada-Heels mit Flammen waren in Minuten ausverkauft und wurden im August über 45 000 Mal angesehen.

GLOBALE BESTSELLER

- 1 "Ugly" Sneaker**
Wenn auch nicht jeder Modeliebhaber ein Paar ergattern oder sich leisten konnte, die "Ugly Sneaker"-Silhouette war in allen Preisklassen weltweit ein Hit.
- 2 Gürteltaschen**
Ein Streetwear-Basic der Fashion Week waren Gürteltaschen. Suchanfragen nach diesem Produkt sind im Jahresvergleich um 80% in die Höhe geschossen. Gucci und Topshop waren die Bestseller.
- 3 Leggings**
Leggings waren weiterhin eines der meistverkauftesten Modeartikel weltweit, mit mehr als 400 000 Suchanfragen pro Monat.
- 4 Daunenjacken**
Daunenjacken waren das meistgesuchtete Mantelmodell auf Lyst, mit 59% mehr Suchanfragen im Jahresvergleich.
- 5 Slide-Sandalen**
Die "Gucci GG Supreme"-Sandalen waren das zweite Jahr in Folge die beliebtesten Schuhe des Sommers.

- 6 Winzige Sonnenbrillen**
Klein aber oho; dieser Trend begann auf dem Laufsteg, erreichte aber schnell die Massen. Die "Le Specs x Adam Selman" war die begehrteste Sonnenbrille des Jahres. Dieses winzige Gestell hat 2018 mehr als eine halbe Million Suchanfragen verzeichnet.
- 7 Röhrenjeans**
Dieses Jahr haben gekürzte und gerade geschnittene Jeans total eingeschlagen, aber Röhrenjeans verkauften sich weltweit immer noch am besten. Von Januar bis März haben Topshops Joni Jeans die meisten Suchanfragen verzeichnet.
- 8 Radler-Shorts**
Ein Kardashian-Liebling: Radler-Shorts wurden im Jahresvergleich 78% öfter verkauft.
- 9 Vernünftige Sandalen**
Sandalen waren dieses Jahr besonders praktisch. Birkenstock, Teval und Crocs haben alle diesen Sommer ein Comeback erlebt.
- 10 Cropped Hoodies**
Von Jennifer Lopez und Sophie Turner bis hin zu Bella Hadid und Serena Williams. Promis liebten das ganze Jahr über den kurzen Hoodie. Im Monat März wurden über 30 000 Suchanfragen verzeichnet

DIE NEUE IT BAG GENERATION

- 1 "Gucci Marmont"-Gürteltasche**
- 2 "Dior"-Satteltasche**
- 3 Balenciaga "Triangle Duffle"-Tasche**
- 4 Saint Laurent Monogram Geldbeutel mit Kette**
- 5 "Staud" Shirley-Tasche**
- 6 Prada Nylon-Gürteltasche**
- 7 Louis Vuitton "Neverfull"-Tasche**
- 8 "Danse Lente Phoebe"-Tote**
- 9 "Shrimps Antonia Queen"-Tasche**
- 10 "Loewe"-Tote aus geflochtenem Raffiabast mit Lederbesatz**

- 1 Balenciaga Triple S**
- 2 Fila Disruptor**
- 3 Weiße Stiefel von Zara**
- 4 Nike M2K Tekno**
- 5 Gucci GG Bloom Supreme-Slides**
- 6 "Saint Laurent Opyum"-Heels**
- 7 "Flammen-Heels" von Prada**
- 8 Nike Air Vapormax**
- 9 Balenciaga Plateau Crocs**
- 10 Veja V10 Sneakers**

DIE SCHUHE NACH DENEN WIR ALLE SUCHTEN





LEAST EXPECTED

- 1 Fendi "Touch of Fur"-Schal**
Im Oktober hat dieser Fendi-Schal das Internet aus dem Konzept gebracht. Suchen nach dem Designer stiegen im Monatsvergleich um 77%.
- 2 Versace "Joots"**
Im Juni trug Jennifer Lopez ein Paar locker sitzende Versace-Denimstiefel, die wie Jeans aussahen und kombinierte sie mit einem weißen Oversize-Shirt. Suchen nach Versace-Stiefel stiegen in der Woche um 11%.
- 3 Lobster Print**
Suchen mit dem Begriff "Lobster" stiegen im Frühling um 45% und waren folglich sehr beliebt bei Bademode und Strandaccessoires.
- 4 Gucci Sturmhaube**
Nachdem Rihanna auf dem Coachella Festival die Gucci Sturmhaube trug, wurde in den darauffolgenden 24 Stunden 19% mehr danach gesucht.
- 5 "Jacquemus La Bomba"-Hut**
Der riesige, geflochtene Hut war ein sehr kontroverses Thema. Weltweit war er ausverkauft und hat den Instagram-Trend, sich hinter großen Hüten zu verstecken,

- 6 Nike Slides mit Gürteltasche**
Nike hat ein Hybrid aus zwei Bestsellern geschaffen; Gürteltaschen und Badelatschen. Das Ergebnis ließ Shopper ausrasten.
- 7 Vetements Spidermann-Kleid**
Einer der großen "Meme-Hits" der Modewelt stammte von Demna Gvasalia und wurde im September über 20 000 mal angesehen.
- 8 Ugg "Fluff Yeah"-Sandalen**
Die flauschigen Badelatschen kosten \$155 und haben das Internet gespalten. Sie wurden nicht nur am Pool getragen und handelten der Marke somit 25% mehr Suchanfragen ein.
- 9 "The Ragged Priest" Backless-Jeans**
Diesen absurden Jeanstrend hat Topshop 2017 mit seinem Plastikmodell losgetreten. "The Ragged Priest" zog dieses Jahr nach und stellte im Januar eine "backless"-Jeans vor. Die Marke erlebte einen Zuwachs von 167% bei Suchanfragen im Monatsvergleich und das Modell war prompt ausverkauft.
- 10 Gucci Köpfe**
Alessandro Michele's Fantasie ging mit ihm durch, als er für die Gucci Herbst/Winter 2018 Kampagne Models mit lebensgroßen Repliken menschlicher Köpfe auf den Laufsteg schickte. Diese Köpfe haben viele Halloween Kostüme und über 1 000 Suchanfragen im Oktober inspiriert.

3

MOMENTE

Um diese Zeitachse zusammenzustellen, haben wir Veränderungen in der Modenachfrage über das ganze Jahr hinweg analysiert. Sie besteht aus den großen Momenten, die wir rund um die Welt verfolgt haben. Von den Golden Globes bis hin zur WM: 2018 war ein Jahr, in dem Politik, Mode und Kultur so verknüpft waren wie nie zuvor.

ENTSCHEIDENDE MODE-MOMENTE 2018

7. JANUAR ALLES SCHWARZ BEI DEN GOLDEN GLOBES

Der rote Teppich bei den Golden Globes war ganz und gar schwarz. Das sollte ein Zeichen setzen, um die "MeToo" und "Time's Up"-Bewegungen zu unterstützen. Im folgenden Monat wurden schwarze Kleider 39% mehr gesucht.



Photo by Frazer Harrison/Getty Images

26. MÄRZ VUITTON & VIRGIL

Nachdem sich Kim Jones im Januar von Louis Vuitton verabschiedete, wurde der Off-White-Designer Virgil Abloh künstlerischer Leiter der Herrenkollektion von Louis Vuitton. Er ist der erste farbige Designer in solch einer hochrangigen Position in der Modewelt.

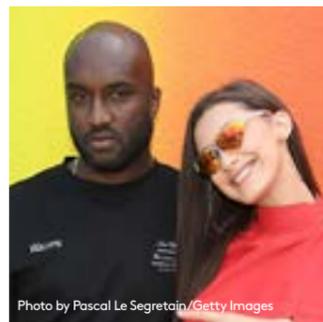


Photo by Pascal Le Segretain/Getty Images

7. MAI DER PAPST TRÄGT PRADA

Bei der Met Gala lautete das Thema des Jahres "Himmliche Körper: Mode und die katholische Fantasie". Hier benötigte es einigen Aufwand, um es auf die Liste der besten Outfits zu schaffen. Rihanna hob "Papst-Chic" auf ein neues Niveau, Jennifer Lopez glänzte in Balmain und Priyanka Chopra entschied sich für roten Samt.



Photo by Jamie McCarthy/Getty Images

21. JUNI MELANIA: MIR ECHT EGAL... UND DIR?

Wir erinnern uns: Melania wählt eine Zara Jacke mit einem kontroversen Slogan, um Kinder zu besuchen, die an der Grenze in Texas festgehalten wurden. Kommentatoren in der Presse und den sozialen Medien diskutierten ihre Absichten wie wild, gleichzeitig war die olivgrüne Jacke weltweit längst ausverkauft.



Photo by Chip Somodevilla/Getty Images

15. AUGUST CRAZY RICH ASIANS: EIN MODEMÄRCHEN

Der erste Hollywood Film seit 25 Jahren mit ausschließlich asiatischen Amerikanern war ein wichtiger kultureller und Mode-Moment. Glamouröse Looks von Valentino, Dolce & Gabbana und Missoni führten zu starken Anstiegen in Suchanfragen nach im Film gezeigten Outfits.



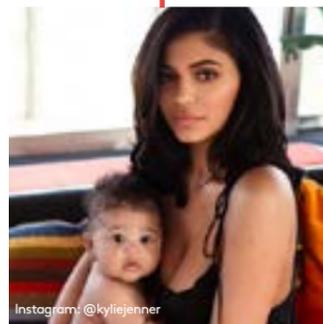
Photo by Alberto E. Rodriguez/Getty Images

5. SEPTEMBER NIKE - GESAGT, GETAN

Zur Feier des 30. Jahrestags der "Just Do It"-Kampagne hat Nike einen kontroversen neuen Spot mit Colin Kaepernick vorgestellt. Trotz Kritik von Präsident Trump und Androhung eines "#JustBurnIt"-Rückschlags wurde die Kampagne zehn Millionen Mal in den sozialen Medien erwähnt und führte zu 13% mehr Besuche der Nike Seite.



Photo by Justin Sullivan/Getty Images



Instagram: @kyliejenner

1. FEBRUAR KYLIES SCHWANGERSCHAFT HAT DIE WELT MITGERISSEN

Sie hielt sich bis zur Geburt ihrer Tochter aus dem Rampenlicht und das führte zu viel Spekulation und Diskussion, sicherte ihr aber bis zur frohen Botschaft die Aufmerksamkeit ihrer Fans. Kylie lies Suchanfragen nach gelben Bikinis um 81% ansteigen, als sie endlich ein Foto von ihrem Baby und sich in einem gelben Bikini auf Instagram teilte.



Photo by Chris Jackson/Getty Images

23. APRIL DIE HERZOGIN VON CAMBRIDGE: IKONE DER UMSTANDSMODE

Kate hat immer wieder große Aufmerksamkeit für ihre Umstandsmode erhalten, darunter für einige ihrer meistgetragenen Jacken und Kleider, die in Sekunden ausverkauft waren. Suchen nach Jenny Packham verdreifachten sich beinahe, nachdem Kate ein rotes Kleid der Designerin trug, als sie sich mit neugeborenem Prinz Louis präsentierte.



Photo by Jane Bollen - WPA Pool/Getty Images

19. MAI DIE HERZOGIN TRUG... GIVENCHY

Über Meghans Hochzeitskleid wurde endlos spekuliert und dabei standen Ralph & Russo, Erdem und Roland Mouret ganz oben auf der Liste. Doch dann erschien Meghan in "Clare Waight Keller für Givenchy", einer Designerin, die niemand erwartet hat. Suchanfragen stiegen sofort um 184%.



Photo by Matthias Hainst/Getty Images

14. JUNI - 15. JULI MODE-ANSTOSS BEI DER WM

Im Laufe der WM haben Modesuchen mit Begriffen wie "Fußball" um 340% zugenommen. Dabei waren die Trikots von England, Nigeria und Kroatien die begehrtesten Artikel. Der England Trainer Gareth Southgate trägt gern Westen. Sofort begann die Welt zu suchen und seine Weste von Marks & Spencer war nach wenigen Minuten ausverkauft.



Instagram: @chiaraFerragni

1. SEPTEMBER DIE INFLUENCER HOCHZEIT: FERRAGNI EHELICHT FEDEZ

Die Hochzeit von Chiara Ferragni wurde in den sozialen Medien fast 250 000 Mal erwähnt und ihre Couture-Kleider erwirtschafteten Dior knappe 5,2\$ Millionen für digitale Werbung. Ihr Dior-Kleid inspirierte 45% mehr Suchanfragen nach weißen oder cremefarbenen Spitzen-Playsuits.

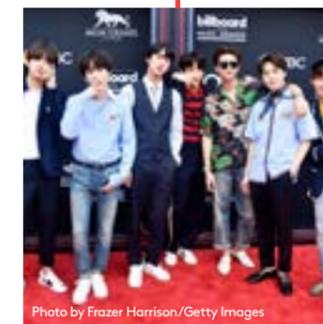


Photo by Frazer Harrison/Getty Images

OKTOBER K-POP MODE AUF DER WELTBÜHNE

K-Pop Stars BTS erlebten mit der Hit Single "IDOL" im August ihr allergrößtes YouTube Debüt. Sehun, Mitglied der Gruppe EXO saß bei der Louis Vuitton Resort Modeschau in der ersten Reihe. Was Mode betrifft, sind K-Pop Stars furchtlos und entpuppen sich als globale Influencer, die Suchanfragen für Moschino und Chrome Hearts stark ankurbeln.

YEAR IN
FASHION
2018

Wenn Sie Informationen aus diesem Bericht zitieren möchten, vergessen Sie bitte nicht, die globale Mode-Suchplattform Lyst als Quelle zu erwähnen. Geben Sie außerdem einen Link zum vollen Bericht an: <https://www.lyst.de/year-in-fashion-2018>

Pressekontakt: Eva Lindner, eva.lindner@lyst.com, Nils Leidloff, nils.leidloff@tonka-pr.com