

PRESSEMITTEILUNG

Mode-Rückblick: Die gefragtesten Trends des Jahres 2018

- **Mode-Suchmaschine Lyst hat die Trends und Comebacks des Jahres ermittelt**
- **Die Nachfrage nach Fair Fashion stieg 2018**
- **Statement-Farben, Prints und auffällige Schnitte waren besonders beliebt**

London, 04. November 2018 – 2018 war das Jahr der Mode-Comebacks: Beliebte Produkte der Jahrtausendwende wie Cropped Hoodies, Trainingsanzügen, goldenen Kreolen und Logo-Allover sind wieder gefragt. Aber auch nachhaltige Mode war in diesem Jahr so angesagt wie nie zuvor. Das sind die Ergebnisse einer Analyse der Mode-Suchmaschine Lyst (www.Lyst.de).

Demnach hat in diesem Jahr bei vielen Marken ein Umdenken stattgefunden, wodurch Nachhaltigkeit wieder wichtiger geworden ist. Gucci zum Beispiel verzichtet seit diesem Jahr auf echtes Tierfell und Marken wie Veja profitieren von prominenten Unterstützern wie Meghan Markle.

Aus „Slim“ wird „Oversize“: Der Dad-Look ist nun salonfähig

Auch Oversize-Kleidung wurde 2018 zu einem wichtigen Bestandteil des anhaltenden „Dad-Fashion“-Trends, der durch die klobigen, sogenannten Ugly-Sneaker, komplettiert wurde. Den beliebtesten „Dad-Schuh“ brachte Balenciaga mit dem Triple S auf den Markt, aber auch andere Modelle wie der FILA Disruptor oder der Nike M2K Tekno erfreuten sich großer Beliebtheit. Mit einem Anstieg der Suchanfragen um über 400 Prozent gehören Dad-Looks eindeutig zu den nachgefragtesten Outfits 2018.

Durch Bilder von oversized Produkten entstand in diesem Jahr auch der Meme-Fashion-Trend. Dem übergroßen Mantel von Balenciaga wurde sogar ein eigener Instagram-Account (@itsmaymemes) gewidmet, der mittlerweile fast 100.000 Follower hat. Zudem gingen in diesem Zusammenhang Fotos von Kanye West in Tiny Slippers um die Welt und ließen eine Welle an Reaktionen folgen. Viele weitere Kleidungsstücke waren ebenfalls so aufsehenerregend, dass sie kurze Zeit nach Veröffentlichung schon in den unterschiedlichsten Memes verarbeitet wurden. Damit wurden Memes 2018 zu einem wichtigen Erfolgsindikator für neue Fashion-Staples.

Verträumt oder auffällig: Das sind die neuen Muster und Schnitte

Ebenfalls sehr beliebt waren 2018 zudem auffällige Prints, Farben und Materialien: Neon, Künstlerische Motive und Präraffaelitische Schnitte waren überall zu sehen. Vor allem im Herbst sorgte das große Interesse an Cowboystiefeln und Fransenjacken sogar für einen weltweiten Western-Trend.

Ausgelöst vom medialen Hype um die Topshop-Jeans mit Plastik-Einsatz im Jahr 2017 hat auch der Materialmix wieder eine neue Dimension erreicht. Ob Highstreet-Tasche von Staud

oder Jimmy Choo-Heels mit durchsichtigem Einsatz – transparentes PVC sorgte dieses Jahr für das besondere Etwas.

Das ist die Untersuchungsgrundlage

Um die relevantesten Trends des Jahres zu identifizieren, hat Lyst über 100 Millionen Mode-Suchen von mehr als 80 Millionen Nutzern weltweit analysiert. Dafür hat die Online-Suchmaschine neben der Anzahl von Suchanfragen auch die Anzahl von Seitenbesuchen sowie Verkaufszahlen und Erwähnungen in den sozialen Medien von mehr als fünf Millionen Produkten betrachtet.

Der komplette Year In Fashion 2018-Bericht steht unter dem nachfolgenden Link zur Verfügung: www.Lyst.de/year-in-fashion-2018/

Über Lyst

Lyst (www.Lyst.de) ist die weltweit führende Online-Suchmaschine für Premium-Mode und wurde 2010 in London von Chris Morton und Sebastjan Trepca gegründet. Das Ziel von Lyst ist es, Konsumenten einen Überblick über das breite Online-Angebot von Luxus-Modemarken und -händlern zu bieten. Im Jahr 2017 stieg der weltweite Branchenführer für Luxusgüter, LVMH, in das Unternehmen ein. Lyst ist seit Dezember 2017 profitabel und steigerte seinen Außenumsatz im Geschäftsjahr 2018 um 45 Prozent auf 270 Millionen Euro. Aktuell beschäftigt Lyst 119 Mitarbeiter in London und New York.

Pressekontakt: Theresa Mayer | theresa.mayer@tonka-pr.com | +49.30.403.647.616
Eva Linder | eva.lindner@lys.st