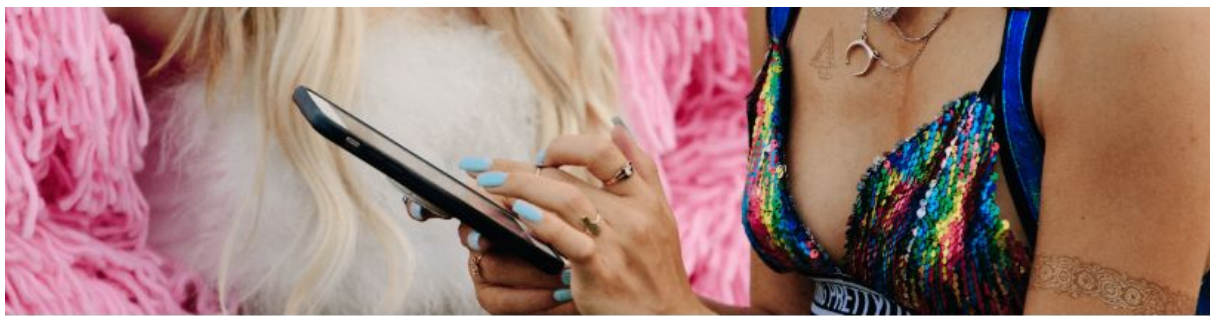




lyst

PRESSEMITTEILUNG

Coachella-Rückblick: Das sind die Festival-Trends 2019

- **Mode-Suchmaschine Lyst untersucht die Trends und einflussreichsten Promis auf dem diesjährigen Coachella-Festival**
- **Caro Daur und Lena Gercke sind die wichtigsten deutschen Influencer vor Ort**
- **Die Festival-Trends des Jahres sind Batik, Neon und All-White**

London, 23. April 2019 – An den letzten beiden Wochenenden sind tausende Fashion- und Musikbegeisterte aus aller Welt nach Kalifornien gepilgert, um am Coachella-Festival teilzunehmen. Die Outfits, die dort von den bekanntesten Influencern getragen werden, geben Aufschluss über die Festival-Trends 2019. Zu den Must-Haves in der Festival-Garderobe zählen in diesem Jahr Batik, Neon und All-White. Das ist das Ergebnis einer Analyse der Mode-Suchmaschine Lyst (www.lyst.de).

Diese deutschen Prominenten haben den größten Style-Einfluss

Influencerin Caro Daur und Model Lena Gercke haben mit ihren Outfits das diesjährige Coachella geprägt. Ob Lena Gercke in einem roten Kleid mit weißen Cowboystiefeln oder das Maxikleid von Caro Daur – die Suchanfragen nach den beiden Deutschen und ihrer Kleidung sind gestiegen. Auch Influencer wie Stefanie Giesinger, Caroline Einhoff und Leonie Hanne haben mit ihren Looks die Nachfrage positiv beeinflusst.

Batik, Neon und All-White sind die wichtigsten Festival-Trends des Jahres

Von Justin Bieber über Gigi Hadid bis hin zu A\$AP Rocky und Virgil Abloh – in diesem Jahr hat nahezu jeder Besucher auf dem Coachella Batik getragen, wodurch die Nachfrage nach dem Muster um rund 390 Prozent angestiegen ist. Auch Neon ist dank der Outfits von Katy Perry oder Winnie Harlow ein absolutes Muss der aktuellen Festival-Saison (etwa 280 Prozent gestiegene Nachfrage), genau wie All-White (gestiegene Nachfrage um knapp 230 Prozent).

Seit Beginn des Festivals wird zudem vermehrt nach Maxikleidern gesucht. Dafür ist unter anderem Caro Daur verantwortlich, die im schulterfreien Maxikleid von Chloe auf dem Festival für Aufsehen sorgte. Auch die Nachfrage nach Cowboy-Stiefeln ist innerhalb der ersten 24 Stunden um über 210 Prozent gestiegen. Trends wie Federn (Nachfrage um 44 Prozent gesunken), Blumenmuster (39 Prozent gesunken) und Metallic (15 Prozent gesunken) sind 2019 nicht mehr so relevant wie in den Jahren zuvor.

Coachella-Garderobe: Diese Marken sind wichtig

Louis Vuitton hingegen war auf dem diesjährigen Coachella allgegenwärtig: So trug zum Beispiel Sängerin Billie Eilish bei ihrem Treffen mit Justin Bieber einen Zweiteiler mit Logo-Print. Dadurch sorgte sie bereits innerhalb der ersten 24 Stunden des Festivals gemeinsam mit anderen Künstlern wie Cardi B, die in einer Jacke des französischen Modehauses performte, für eine 75 Prozent höhere Nachfrage nach Louis Vuitton-Artikeln.

Chanel (gestiegene Nachfrage um rund 155 Prozent) und Ganni (Nachfrage um rund 125 Prozent gestiegen) sind in dieser Saison ebenfalls wichtig. Doch auch preiswertere Marken wie Vans (gesehen an Hailey Bieber), New Balance (Jaden Smith), Nike (Billie Eilish), Levis (Hailey Bieber, Stefanie Giesinger) und Mango (Alessandra Ambrosio, Gigi Hadid) waren überall auf dem Festival zu sehen.

Sämtliche relevanten Daten der Analyse stehen unter dem nachfolgenden Link zur Verfügung: www.lyst.de/artikel/coachella-rueckblick-das-sind-die-festival-trends-2019/

Das ist die Untersuchungsgrundlage

Um die relevantesten Trends und Influencer des diesjährigen Coachella zu ermitteln, hat Lyst die Online-Nachfrage von fünf Millionen Shoppern für Modeartikel von über 12.000 Designern untersucht. Analysiert wurden Suchanfragen, die zwischen dem 12. April 2018 und dem 23. April 2019 über Lyst getätigt wurden. Zudem berücksichtigt die Analyse Social-Media-Kennzahlen wie den Einfluss von Influencern und Marken, die Erwähnungen von Modeartikeln oder Interaktionen in den sozialen Netzwerken.

Über Lyst

Lyst (www.lyst.de) ist die weltweit führende Mode-Suchmaschine 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 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 Lindner | eva.lindner@ly.st | +49.151.2020.1181