

YEAR IN FASHION 2019

104 miljoen shoppers begonnen dit jaar op Lyst hun zoektocht naar mode. We hebben onze gegevens geanalyseerd. We bekeken zoekopdrachten, paginaweergaven en verkoopstatistieken van zes miljoen modeartikelen van meer dan 12.000 webwinkels, maar ook wereldwijde media-aandacht en vermeldingen op social media van de grootste merken en trends van het jaar. Van streetwear tot spinnenbroches, van Timothée Chalamet tot Texas, dit waren de trends van 2019.

ONTWIKKELINGEN

- **Duurzaamheid**

Het aantal zoekopdrachten, met inbegrip van duurzaamheidsgerelateerde trefwoorden, steeg met 75% op jaarbasis, met een maandelijks gemiddelde van 27.000 zoekopdrachten naar duurzame mode. De zoekopdrachten naar specifieke duurzame materialen namen ook toe: 102% voor econyl, 52% voor biologisch katoen, 130% voor repreve en 42% voor tencel. Duurzame denim en sneakers waren de meest gezochte productcategorieën. Een aantal merken lanceerde dit jaar relevante initiatieven rond duurzaamheid. Deze varieerden van meer aandacht voor het materiaal dat gebruikt wordt in de collecties tot het lanceren van donatieprogramma's en investeringen in re-commerce.

- **Inclusiviteit**

In 2019 gingen er verschillende keren stemmen op over het gebrek aan diversiteit en vertegenwoordiging in de sector. Shoppers zochten naar mode die de behoeften en smaken van verschillende gemeenschappen weerspiegelt, de zoektocht naar adaptieve en ingetogen mode steeg met respectievelijk 80% en 90%. Er was een toename van 52% in zoekopdrachten naar mode in combinatie met de termen 'genderloos' en 'genderneutraal'. De bewuste consument zocht naar ontwerpers en winkeliers die aansluiten bij hun waarden. Als reactie daarop lanceerden enkele van de machtigste merken ter wereld diversiteitscampagnes en -programma's ter bevordering van inclusiviteit, waarbij sommigen nieuwe teams in dienst namen om hen te helpen zich tot op directieniveau te verbeteren.

HET GEVOEL VAN 2019

- **Extra romantisch**

2019 was het jaar van de romantiek en over-de-top-mode. Dit voorjaar groeide het aantal zoekopdrachten naar kralentassen, parelmoeren haaraccessoires, tule rokken en babydoll-jurken aanzienlijk. Spelen met proporties was een wereldwijde trend: 'minitasjes' zagen een groei van 50% in paginaweergaven tijdens de zomer. Terwijl merken als Ganni, Cecilie Bahnsen, Rotate en Jacquemus ervoor zorgden dat grootse pofmouwen de must-have van het jaar werden.

- **Psychedelisch**

Van tie-dye tot neongroen, psychedelische motieven en 'rave'-kleuren waren populair deze zomer. Shoppers omarmden alles wat psychedelisch was, van de gebreide kleding van Proenza

YEAR IN FASHION 2019

Schouler tot Ralph Lauren's tie-dye poloshirt. Zoekopdrachten naar neongroene stukken stegen met 69% deze zomer.

- **Cultmeisjes-zomer**

De ingetogen prairiejurk, een trend met wortels in het landelijke Amerika, was een van de hotste trends deze zomer, het aantal zoekopdrachten bereikte in juli zijn hoogtepunt. Het in New York gevestigde label LoveShackFancy was de grootste nieuwkomer in deze nieuwe categorie zomerjurken, paginaweergaven namen tussen januari en maart met 65% toe.

- **Overlever**

In een politiek turbulent jaar wendden klanten zich tot de mode om te overleven. Cargobroeken en op werkkleding gebaseerde vesten zagen in de herfst een flinke groei in het aantal zoekopdrachten. De vraag naar heuptasjes groeide met 33% in de afgelopen zes maanden. De verkoop van boots met een dikke zool nam in september met 73% toe.

- **Wederopstanding van de jaren 90**

Lyst zag dit jaar een aantal jaren 90-trends in een stroomversnelling terecht komen, onder andere ultrakorte tops, hakken met vierkante neus en onderjurken. De Baguette-tas van Fendi zag een groei in het aantal zoekopdrachten van 164% ten opzichte van vorig jaar. Beroemdheden haalden stukken uit de archieven van designers als Jean Paul Gaultier, Thierry Mugler en Versace.

- **Overall 'streetwear'**

Terwijl kledingvoorschriften steeds minder strikt worden en de definitie van luxe, streetwear en sportkleding verandert, werd het fenomeen dat we voorheen 'streetwear' noemden de drijvende kracht achter de grootste trends van het jaar. Shoppers gaven dit jaar gemiddeld \$ 192 uit aan een paar nieuwe sneakers, een groei van 39% ten opzichte van vorig jaar. Het gemiddelde bedrag dat werd uitgegeven aan een T-shirt groeide ook met 16% naar \$ 67. Off-White was dit jaar het merk waar het meest naar gezocht werd.

- **Shapewear-revolutie**

Het aantal zoekopdrachten naar bikershorts bleef stijgen, we zagen een groei van 137% ten opzichte van vorig jaar. De vraag naar body's en gypakjes groeide met 83%. Kim Kardashian West lanceerde een controversiële shapewear-lijn. De op sportkleding geïnspireerde S/S '20-collectie van Tom Ford zorgde voor glamour in deze categorie.

- **Opvallend maatwerk**

Zoekopdrachten naar korte kostuums namen in maart met 19% toe en de Scandi-stijl zorgde tijdens Copenhagen Fashion Week voor een groei van 55% van het aantal paginaweergaven van 'oversized'-blazers. De meest gebruikte zoektermen gecombineerd met kostuums waren 'levendig' en 'fel'.

MOMENTEN

1. 24 januari | Meme-couture

In de modeshow van Viktor & Rolf speelden regenboogkleurige tule jurken voorzien van

YEAR IN FASHION 2019

opvallende teksten de hoofdrol. Binnen een paar uur groeide het aantal vermeldingen van het merk en zijn 'meme-couture'-jurken op social media met meer dan 249%.

2. 19 februari | Afscheid van Karl

De legendarische couturier Karl Lagerfeld overleed op 85-jarige leeftijd in Parijs. Hij was al een aantal weken ziek en was in de maand ervoor afwezig bij twee van Chanel's modeshows. Virginie Viard werd aangekondigd als zijn opvolger bij Chanel.

3. 12 april | K-pop verovert de wereld

Meidenband Blackpink schreef K-pop-geschiedenis toen zij tijdens Coachella optraden op het hoofdpodium. De video van de single 'Kill This Love' brak records op YouTube. Het werd de video die het snelst 100 miljoen keer bekeken werd, de grootste première op YouTube ooit.

4. 1 mei | Mode ontmoet Camp

Het thema van het Met Gala van dit jaar was 'Camp'. Dit had tot gevolg dat we Katy Perry gekleed zagen als kroonluchter en vervolgens als hamburger. Billy Porter maakte zijn entree, gekleed als zonnegod, gedragen door zes mannen. Lady Gaga verwisselde op de rode loper vier keer live van outfit, een van die outfits zorgde voor een groei van 112% van het aantal zoekopdrachten naar ontwerper Brandon Maxwell.

5. 10 mei | Rihanna schrijft geschiedenis

Na maanden van speculaties kondigde Rihanna officieel de lancering van Fenty aan. Hiermee werd ze de eerste vrouw die een origineel merk creëerde bij LVMH. In de eerste maand genereerde het nieuwe luxehuis meer dan 5.000 media-artikelen over de hele wereld en meer dan 7 miljoen socialmediaweergaven.

6. juli | Céline schittert tijdens Couture Week

Van een Chanel-catsuit tot asymmetrische jeans van Ksenia Schnaider, een bodysuit van Off-White en een Iris van Herpen 3D-jurk, Céline Dion maakte Parijs tot haar eigen persoonlijke catwalk tijdens Haute Couture Fashion Week. Haar talloze couture-looks zorgden voor een stijging van 7.831% van het aantal vermeldingen op social media in een tijdsbestek van 4 dagen.

7. 2 augustus | Een koninklijke kracht van verandering

Meghan Markle, de hertogin van Sussex, was gastredacteur voor het septembernummer van de Britse Vogue getiteld 'Forces for Change'. Op de cover waren 15 vrouwen te zien, gefotografeerd door Peter Lindbergh. De vrouwen, waaronder Greta Thunberg, Adwoa Aboah, Jacinda Ardern en Sinéad Burke, werden door Meghan gekozen vanwege hun "inspirerende impact op het moderne leven".

8. 24 augustus | Een nieuw machtsverbond

De Franse president Emmanuel Macron en algemeen directeur [François-Henri Pinault](#) van Kering introduceerden het Fashion Pact. Het pact werd ondertekend door 32 bedrijven en 150 merken - waaronder Gucci, Chanel, Hermès, Stella McCartney, H&M en Nike – en presenteerde een reeks gemeenschappelijke doelstellingen. Hiermee gaat de mode-industrie zich inzetten om haar impact op het klimaat, de biodiversiteit en de oceanen te verlagen.

9. 20 september | Een 'Savage' show

De Savage x Fenty-modeshow werd exclusief gestreamd op Amazon Prime Video, met gastoptredens van Halsey, Migos, A\$AP Ferg en Fat Joe, maar ook een diverse groep modellen

YEAR IN FASHION 2019

waaronder Alek Wek, Cara Delevingne, Joan Smalls, Laverne Cox en Normani. Zoekopdrachten naar Savage x Fenty-lingerie stegen in september met 43%.

10. 21 september | J-Lo terug naar de jungle

Jennifer Lopez liep de Versace-catwalk tijdens Milan Fashion Week in een heruitgave van haar iconische 'Jungle'-jurk, die in 2001 leidde tot de oprichting van Google afbeeldingen. Haar verschijning zorgde voor een waarde van \$ 9,4 miljoen aan vermeldingen in de media en online engagement.

11. 29 september | Cardi B heerst op de eerste rij

Cardi B bezocht Paris Fashion Week van top tot teen gekleed in de bloemen van Britse ontwerper Richard Quinn. Cardi's outfit droeg bij aan een groei van 17% in het aantal zoekopdrachten naar het merk op Lyst in september. Later in de week tijdens de show van Tom Browne zat ze naast Anna Wintour, gekleed in een professionele look van de ontwerper. Ze bezocht Chanel in een outfit van het modehuis die meer dan \$ 30.000 kostte.

12. 1 oktober | Gigi als reddende engel

Creatief directeur Virginie Viard presenteerde haar eerste solo prêt-à-porter-collectie voor Chanel tijdens Paris Fashion Week. De show werd verstoord toen de Franse YouTuber Marie S'Infiltrate de catwalk op sprong. Ze werd gestopt door model Gigi Hadid. De stunt droeg bij aan een stijging van 2.618% van het aantal vermeldingen van Chanel op social media.

13. 14-18 oktober | Koninklijke mode-diplomatie

Tijdens het koninklijk bezoek aan Pakistan kozen William en Kate voor outfits van lokale ontwerpers en merken, verwijzend naar de regionale cultuur en geschiedenis. Nadat Kate bij aankomst een shalwar kameez droeg, steeg het aantal zoekopdrachten voor het item in de week daarna met 170%. Jenny Packham, Beulah London en Ghost, merken die werden gedragen tijdens het bezoek, zagen een gezamenlijke groei van 139% van het aantal zoekopdrachten ten opzichte van de week ervoor.

MACHTIGE STIJLICONEN

De 10 beroemdheden die met hun persoonlijke stijlkeuzes zorgden voor de grootste pieken in zoekopdrachten, verkopen, berichtgeving en vermeldingen op social media gedurende de afgelopen 12 maanden.

1. Meghan Markle, hertogin van Sussex

Meghan Markle was de beroemdheid met de meeste invloed in 2019. Haar outfits zorgden gemiddeld voor een stijging van 216% van het aantal zoekopdrachten naar soortgelijke stukken. Toen ze tijdens het koninklijk bezoek aan Zuid-Afrika vijf verschillende hemdjurken droeg, groeide het aantal zoekopdrachten in die categorie binnen een maand met 45%. De Club Monica-jurk was binnen 24 uur uitverkocht, na een piek in het aantal zoekopdrachten van 570%. Toen ze een J Crew-rok droeg, zagen we een groei van het aantal zoekopdrachten naar het merk van 102%.

YEAR IN FASHION 2019

2. **Timothée Chalamet**

De verfraaide Louis Vuitton-slab van Timothée Chalamet was dit jaar de blikvanger van de Golden Globes. De paillettenhoody die hij tijdens de Britse première van *The King* droeg, zorgde voor een groei van het aantal zoekopdrachten naar herenhoody's van 192%. Zoekopdrachten naar Haider Ackermann zagen een piek van 806% in de week dat hij een pak van het merk droeg.

3. **Zendaya**

Zendaya plaatst de Z in generatie Z en haar Instagram initieerde miljoenen zoekopdrachten. Toen ze de rode loper van het Met Gala opstapte in een lichtgevende Cinderella-jurk van Tommy Hilfiger, compleet met een tas in de vorm van een rijtuig en glazen muiltjes, zorgde haar look voor een groei van 54% van het aantal zoekopdrachten naar het merk. De Vera Wang-jurk die ze droeg tijdens de Emmy Awards in september zorgde voor een piek van 33% in het aantal zoekopdrachten naar het merk.

4. **Billie Eilish**

De zeventienjarige singer-songwriter Billie Eilish heeft meer dan 40 miljoen volgers op Instagram. Nadat zij deze zomer verschillende neongroene outfits droeg, stegen zoekopdrachten naar deze kleur met 69%. Zoekopdrachten naar #bbcicecream zagen een piek van 211% in minder dan een week nadat ze het merk tagde in een Instagram-post.

5. **Cardi B**

Toen Cardi B een vintage Mugler-jurk droeg tijdens de Grammy Awards rezen de zoekopdrachten de pan uit. Binnen vier uur zagen we een piek van 169% in het aantal zoekopdrachten naar het merk. Ze was een van de meest invloedrijke gezichten tijdens Paris Fashion Week in september. Haar outfits van Chanel, Thom Browne en Richard Quinn behoorden tot de outfits die online het meest besproken werden die week.

6. **Lisa, Blackpink**

Dit jaar werd Lisa, bandlid van Blackpink, het K-popidool met de meeste volgers op Instagram met bijna 27 miljoen volgers. Nadat ze deze zomer een serie foto's van zichzelf plaatste waarin ze de Celine Triomphe-tas droeg, zagen we een groei van 66% van het aantal zoekopdrachten naar het accessoire.

7. **Kylie Jenner**

In 2018 was Kylie Jenner de grootste mode-influencer onder beroemdheden en ook dit jaar zorgde ze voor een massale, wereldwijde vraag naar haar outfits. Toen ze in augustus een gebloemde melkmeisjesjurk droeg, was dat goed voor een piek van 66% in het aantal zoekopdrachten naar de stijl. Toen ze een gewaagde gouden jurk droeg naar het huwelijk van Justin Bieber en Hailey Baldwin, brak ze de regels voor huwelijks gasten en had meer invloed op de zoekopdrachten dan de bruid.

8. **Lizzo**

Net zoals Lizzo's muziek de afgelopen jaren groeide, zo groeide ook de vraag naar haar kenmerkende gypakjes, zoekopdrachten groeiden 28% ten opzichte van vorig jaar. Tijdens de MTV VMA droeg ze een aantal outfits die een hit werden, waaronder een jaren 80 off-shoulder-galajurk. Sinds september is er sprake van een explosie van zoektermen gerelateerd aan Lizzo-mode.

YEAR IN FASHION 2019

9. Harry Styles

Toen Harry een enkele oorbel droeg tijdens het Met Gala, ging vanaf mei het aantal zoekopdrachten door mannen naar losse oorbellen met 28% omhoog. Harry staat bekend om zijn levendige outfits en nadat hij een bijzonder levendig ensemble droeg in New York, was er in maart een groei van 78% te zien in de vraag naar blauwe kostuums.

10. Billy Porter

Billy Porter was verantwoordelijk voor een aantal van de meest besproken rode lopermomenten van het jaar. Toen hij een op maat gemaakte smokingjurk van Christian Siriano droeg tijdens de Oscars, ging het aantal zoekopdrachten naar de designer binnen 24 uur met 101% omhoog.

MERKEN DIE DOORBRAKEN

1. Bottega Veneta

De overname door Daniel Lee maakte van Bottega Veneta een van de meest besproken modemerken van het jaar. Het inspireerde de oprichting van de populaire Instagram-fanaccount @newbottega. De vraag naar de accessoires van het merk piekte naar 53% dit jaar. Bottega Veneta klom 21 plaatsen op de ranglijst van hotste merken op The Lyst Index van het derde kwartaal en kwam daarmee voor het eerst binnen in de top 20.

2. Pyer Moss

De modeshow van Kerby Jean-Raymond is een van de evenementen tijdens New York Fashion Week waar het meest naar uitgekeken wordt. Nadat hij in september zijn S/S '20-collectie showde, zag het merk een piek van 226% in het aantal zoekopdrachten.

3. Jacquemus

Gedreven door de populariteit van het tasje Le Chiquito, blijft de vraag naar Jacquemus groeien. Het aantal zoekopdrachten groeide met 37% in juni nadat het merk zijn S/S '20-show hield in de lavendelvelden van de Provence, vermeldingen in social media piekten met 761% in de 24 uur na het evenement. Jacquemus sprong 37 posities omhoog in de ranglijst van hotste merken in het derde kwartaal van The Lyst Index.

4. Paco Rabanne

Een moderne update van de iconische 1969 maliën-ontwerpen en erkenning door beroemdheden als Priyanka Chopra en Sophie Turner genereerden duizenden vermeldingen van het merk op social media. Het aantal zoekopdrachten naar Paco Rabanne is 31% gestegen ten opzichte van vorig jaar.

5. Molly Goddard

Zoekopdrachten voor Molly Goddard gingen met 46% omhoog ten opzichte van vorig jaar, de tule stukken van de ontwerper bleken vooral populair bij influencers, beroemdheden en consumenten.

6. Richard Quinn

YEAR IN FASHION 2019

De ontwerpen van Richard Quinn werden gezien bij Cardi B, Kendall Jenner, Billy Porter, Céline Dion en Winnie Harlow. Het aantal zoekopdrachten ging met 56% omhoog ten opzichte van vorig jaar.

7. Saks Potts

Toen de Spaanse zangeres Rosalía in juli de signature Foxy-jas droeg, piekten de paginaweergaven van het Deense merk met 1.328%.

8. Telfar

Telfar zag dit jaar een toename van 89% van het aantal zoekopdrachten op Lyst. Het label presenteerde een van de meest besproken shows tijdens New York Fashion Week en socialmedia-engagement piekte nadat de Amerikaanse acteur Ashton Sanders naar het Met Gala kwam in een op maat gemaakte Telfar-look.

VIRALE ARTIKELEN

- **De Zara-jurk**

De stippenjurk van Zara is het meest besproken item van het jaar. Binnen een paar weken had de jurk een eigen Instagram-account en zorgde voor een groei van 1.392% in het aantal vermeldingen van Zara op social media. Vanaf juli groeide het aantal zoekopdrachten naar stippenjurken met 120%.

- **Amazon Orolay-jas**

De Amazon Orolay-jas werd voor het eerst gezien bij de hippe bewoners van New York's Upper East Side en ging in februari viral.

- **Khaite kasjmier bh en vestje**

Begin september groeide het aantal zoekopdrachten naar Khaite met 217%, nadat Katie Holmes gespot werd met het kasjmier vestje en bijpassende bh van het merk. De Eda-bralette blijft het artikel van het merk met de meeste paginaweergaven.

- **De spinnenbroche**

Lady Hale, de 74-jarige president van het hooggerechtshof in het Verenigd Koninkrijk, zorgde ervoor dat de spinnenbroche er een veelgebruikte zoekterm werd. Zoekopdrachten op Lyst naar dit accessoire stegen binnen een week met 166%.

- **Vetements Hug Me Bear-pantoffels**

Nadat ze in september op de markt werden gebracht, zagen we een groei van 108% van het aantal naar de Hug Me Bear-pantoffels van Vetements. Ze waren snel uitverkocht bij verschillende winkels.

YEAR IN FASHION 2019

Comeback-artikelen

- **Fendi Baguette-tas**
Fendi's baguette-tas was een van de eerste 'it'-tassen, zoekopdrachten naar de tas gingen met 138% omhoog ten opzichte van vorig jaar. Ook de versie voor heren was kort na de release uitverkocht bij verschillende winkels.
- **Teva-sandalen**
Zoekopdrachten naar Teva gingen tijdens het tweede kwartaal van 2019 met 65% omhoog. In april, na een samenwerking met Anna Sui, zagen de sportieve sandalen van het merk een piek in de vraag van 78%.
- **Klompen**
Met de presentatie van haar 'Diorquakes' op de catwalk veroorzaakte Maria Grazia Chiuri de comeback van de klomp. Zoekopdrachten naar de stevige klompen zagen een hoogtepunt in juni.
- **Waterschoenen**
In april ging de vraag naar waterschoenen flink omhoog met een groei van 82% ten opzichte van de maand ervoor.
- **Dr. Martens**
Zoekopdrachten naar laarzen van Dr. Martens groeiden met 88% ten opzichte van vorig jaar. Dit resulteerde in een enorme populariteit van vergelijkbare stijlen in verschillende prijsklassen.

LOGO VAN HET JAAR

Fendi's Zucca-print

De hotste artikelen ter wereld

1. **Bottega Veneta The Pouch-tas**
Bottega Veneta's The Pouch-tas zorgde sinds zijn introductie voor meer dan 10.000 paginaweergaven per maand. Op Lyst namen de paginaweergaven in september met 297% toe. De tas werd gezien bij redacteurs, beroemdheden en influencers over de hele wereld. Rosie Huntington-Whiteley plaatste het accessoire binnen drie maanden 39 keer op haar Instagram-account.
2. **Bottega Veneta Stretch-sandalen**
Minimalistische sandalen waren een enorme trend dit jaar en de versie van Bottega Veneta was flink in trek deze zomer. Zoekopdrachten piekten in juli met een groei van 471%.
3. **Gucci-riem met GG-logo**

YEAR IN FASHION 2019

De Gucci-riem met GG-logo blijft een van de meest gewilde luxe-accessoires, hij kwam in de afgelopen twee jaar negen keer voor in The Lyst Index. Dit jaar werden er via Lyst per minuut twee Gucci-riemen verkocht.

4. **Jacquemus Le Chiquito-tasje**

Zoekopdrachten naar het tasje Le Chiquito van Jacquemus groeiden met 130% in mei en zorgden tijdens de zomer voor meer dan 20.000 paginaweergaven.

5. **Prada bucket-hoedje met logo**

Het bucket-hoedje van Prada werd gedragen door beroemdheden en influencers en was online verschillende keren uitverkocht. In mei zagen we een hoogtepunt in het aantal zoekopdrachten.

6. **Louis Vuitton Multi Pochette-tas**

Al weken voordat hij uit zou komen, was er sprake van een lange wachtlijst voor de Multi Pochette-tas van Louis Vuitton. Toen hij in oktober uitkwam, was hij online binnen een paar dagen uitverkocht.

7. **Ganni geruite cloqué midi-jurk**

Ganni's neon geruite jurk was dit jaar een van de favorieten van influencers en redacteurs. Hij was snel uitverkocht nadat de vraag in juli met 101% omhoog ging.

8. **Sandy Liang-fleecejack**

Het op de jaren 90 geïnspireerde fleecejack van Sandy Liang was dit jaar het populairste artikel van de ontwerper.

9. **Weekday Rowe Sky Blue-jeans**

De duurzame Rowe-jeans van Weekday zijn gemaakt van 100% biologisch katoen en waren op Lyst de beste verkochte jeans van 2019. Zoekopdrachten naar het merk groeiden met 68% ten opzichte van vorig jaar.

10. **Gucci GG Supreme kleine messengertas**

Gucci's GG Supreme-messengertas voor heren was een van de meest felbegeerde accessoires van dit jaar. Zoekopdrachten naar herentassen groeiden met 44% ten opzichte van het jaar ervoor.

SNEAKER VAN HET JAAR

Alexander McQueen oversized sneakers

Iedere 2 minuten gezocht op Lyst

SAMENWERKINGEN

- **Off White x IKEA**

De Off White x IKEA-samenwerking werd in juni 2017 aangekondigd en kwam in november van dit jaar uit. In mei verraste IKEA de fans met een vroege drop van de 'keep off'-mat. Die was binnen 5 minuten uitverkocht en wordt op eBay al voor zeven keer de retailprijs doorverkocht.

YEAR IN FASHION 2019

- **Sacai x Nike**

De introductie van het tweede paar Sacai x Nike LDWaffle-sneakers in september zorgde voor een groei van 344% van het aantal zoekopdrachten naar de collaboratie.

- **Reformation x New Balance**

Reformation werkte samen met New Balance voor zijn eerste sneaker-collaboratie, dit resulteerde in een heruitgave van de 574 en X-90-stijlen van het merk. Met nieuwe kleurstellingen en het gebruik van duurzamere materialen werden deze sneakers een van de hotste samenwerkingen dit najaar.

- **Supreme x Stone Island**

Maanden nadat de eerste drop van de Supreme x Stone Island-samenwerking uitkwam is de vraag nog steeds behoorlijk groot. Zoekopdrachten stegen in september met maar liefst 72%.

- **Rick Owens x Birkenstock**

Zoekopdrachten naar de Rick Owens x Birkenstock-samenwerking groeiden met 400% in april na de tweede drop van de collaboratieve S/S '19 collectie. Een groot aantal stukken was vrijwel direct uitverkocht.

HOE WE SHOPTEN

- **Doorverkoop**

In 2019 zagen we een toename van 255% in het verkeer naar de doorverkoop van luxeartikelen op Lyst. Volgens een rapport van [ThreadUp](#) koopt 26% van de luxeshoppers nu tweedehands kleding. Een ander rapport van [TheRealReal](#) geeft aan dat 32% van de shoppers het kopen van tweedehands kleding ziet als een vervanging van fast fashion. Gucci, Louis Vuitton, Chanel, Prada en Hermes zijn de meest gezochte merken.

- **Huur**

De huurmarkt binnen de mode is op het moment \$ 1 miljard waard. Verwacht wordt dat er tegen het eind van [2023 een omzet van \\$ 1,9 miljard gedraaid wordt](#). Volgens het duurzaamheidsrapport van Mintel heeft ruim een half miljoen millennials al eens mode gehuurd of denkt erover dat te doen. Het huren van kleding wordt makkelijker. Steeds meer merken en winkels zoals Urban Outfitters, American Eagle, Ann Taylor en Bloomingdale's bieden de service inmiddels aan hun klanten aan.

- **Virtueel**

In mei gaf een technologisch directeur \$ 9.500 uit aan een virtuele jurk die gedragen werd tijdens een 'fotoshoot', waarbij gebruik gemaakt werd van augmented reality. Gucci en Nike begonnen met het gebruik van AR-technologie om het winkelend publiek in staat te stellen hun kleding en schoenen virtueel 'te passen'. Merken als New Balance en Gucci bleven zich richten op de gamingmarkt met merkartikelen voor persoonlijke avatars.

YEAR IN FASHION 2019

HET VOLGENDE YEAR IN FASHION

- **Inspiratie van het ruimtevaarttijdperk**
Met vier missies naar Mars, het testen van de herbruikbare raket van SpaceX en een nieuwe generatie bemande ruimtevaartuigen, gaat er in 2020 nogal wat de ruimte in. Het belooft een intergalactisch jaar te worden. Na het zien van de S/S '20 catwalks, voorspellen we holografische stoffen, bovenkleding gebaseerd op ruimtepakken en buitenwereldse styling.
- **Japanmanie**
Er wordt verwacht dat de Olympische en Paralympische spelen in 2020 in Tokyo 600.000 overzeese toeschouwers gaan aantrekken. Alle ogen zijn gericht op Japan, dus bereid je voor om je te laten inspireren door de gewaagde Harajuk-streetstyle en hedendaagse Japanse cultlabels als Sacai, Undercover, Visvim en Neighborhood. Zoekopdrachten naar de Japanse merken groeiden dit jaar met 8%.
- **De energie van de 'big bag'**
Dit jaar meldden we dat, voortkomend uit de mini-tasjestrend, het gemiddelde oppervlak van een handtas 40% kleiner was geworden. Voor 2020 voorspellen we de terugkeer van de XL-shoppers van de jaren 00 en dan vooral de nieuwe zachtleren stijlen van merken als Little Liffner en The Row.
- **Politieke mode**
2019 was een turbulent jaar voor de mode-industrie. Het was een weerspiegeling van de wereldwijde politieke en culturele spanningen die overal ter wereld invloed hadden op de mindset van consumenten. De dassen van de democratische presidentskandidaat Tom Steyer veroorzaakten in Amerika een flinke deining op Twitter en ook zoekopdrachten naar soortgelijke stukken kwamen op gang. Met de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten in zicht voorspellen we voor 2020 meer politieke modestatemets van politici, merken en winkels.
- **5 merken die je in de gaten moet houden**
Gebaseerd op een fikse groei in het aantal zoektermen in de afgelopen zes maanden voorspellen we een groots jaar voor Rotate Birger Christensen (+27%), GCDS (+23%), ALYX (+36%), Marine Serre (+32%) en Cecilie Bahnsen (+38%).

METHODOLOGIE

Machtige stijliconen

De 10 beroemdheden die in de afgelopen 12 maanden met hun persoonlijke stijlkeuzes de grootste pieken veroorzaakten in zoekopdrachten, verkoop, nieuwsberichtgeving en vermeldingen op social media.

Merken die doorbraken

Om de snelst groeiende merken van het jaar te benoemen, volgden we de labels waarvoor we in de loop van 2019 de meeste groei in belangstelling zagen.

YEAR IN FASHION 2019

Logo van het jaar

Om het hotste logo van 2019 te benoemen, volgden we de pieken in vraag en verkoop van artikelen met een zichtbaar logo, gecombineerd met vermeldingen van het merk op social media.

De hotste artikelen ter wereld

Om 's werelds meest gezochte artikelen te rangschikken, volgden we de pieken in vermeldingen op social media, producttags, zoekopdrachten en verkoop in de loop van 2019.

Sneaker van het jaar

De hotste sneaker van het jaar is gebaseerd op de totale hoeveelheid wereldwijde zoekopdrachten en verkoopcijfers.