

Lyst-Index Q3 2020: Mode ist immer noch in Mode

29.10.2020, 15:52 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Lyst ltd.*



Lyst-Index Q3 2020

London, der 28. Oktober 2020

Die globale Mode-Suchmaschine Lyst hat die weltweit begehrtesten Modemarken und -artikel des dritten Quartals 2020 ermittelt. Lyst ermöglicht es Shoppern, die weltweit größte Auswahl an Mode an einem Ort zu kaufen, und die Rangliste des Lyst-Index hebt die Marken und Produkte, die im Laufe des Quartals am gefragtesten waren, hervor. Während die Coronavirus-Pandemie die Modebranche nach wie vor auf den Kopf stellt und die Gewohnheiten der Verbraucher verändert, zeigen unsere Daten des vergangenen Quartals, dass Shopper Mode nach wie vor lieben und bereit sind, Geld für Marken und Produkte auszugeben, die Aufregung und Freude auslösen. Der Lyst-Index Bericht Q3 2020 zeigt, dass Hoffnung besteht, trotzdem Unsicherheit und Vorsicht weiterhin bestimmen.

Das zeigen die Daten von Lyst für Q3:

? Gucci ist die angesagteste Marke der Welt, die zwei Plätze gut gemacht hat und somit zum ersten Mal seit Q2 2019 wieder den ersten Platz belegt. Als die Marke ihre Epilogue Kollektion im Juli live übertrug, wurden weltweit mehr als 35 Millionen Zuschauer gezählt - damit ist es das meistgesehene digitale Event von Gucci aller Zeiten. Auf Lyst stiegen die Seitenaufrufe für Gucci im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 52%.

? Nach der Debüt-Kollektion mit Raf Simons als Co-Creative Director rückt Prada um einen Platz nach oben und wird zur viert angesagtesten Marke; dies ist die höchste Platzierung, die die Marke seit Beginn des Lyst-Index jemals erreicht hat.

? Unterdessen bleibt Jacquemus auf dem 11. Platz des Rankings der angesagtesten Marken im dritten Quartal. Die Marke gehörte zu den ersten, die seit Beginn der Krise eine sozial distanzierte Modenschau veranstaltete - in einem Weizenfeld in der Nähe von Paris. Die Nachfrage nach Jacquemus stieg innerhalb von nur 24 Stunden nach der Veranstaltung um 186%.

Eine neue Generation der Mode-Klassiker

Der Shopper von Telfar ist in diesem Quartal das heißeste Damenprodukt der Welt. Die Leitung von Telfar ist schwarz und stand schon lange vor der Black Lives Matter Bewegung für Inklusion. So war die Marke gut positioniert und konnte den Zuwachs bewusster Shopper abschöpfen, wobei die Nachfrage nach der Tasche um 270 Prozent stieg. Im Laufe des

Quartals stieg die Suche nach der Marke insgesamt um 61 Prozent. Des Weiteren taucht Marine Serre zum ersten Mal im Ranking der begehrtesten Marken des Lyst-Index auf und belegt in diesem Quartal Platz 20, nachdem die Nachfrage nach der Marke um 83 Prozent gestiegen ist. Die Suchen nach dem Halbmondprint der Marke erreichten nach der Veröffentlichung des Black is King Films und nachdem er von Berühmtheiten wie Beyoncé und Adele getragen wurde, einen Spitzenwert von 426 Prozent - was dazu führte, dass er in der Liste der angesagtesten Damenprodukte dieses Quartals den 2. Platz belegt.

Das Quartal der "Collabs und Clogs"

Die Air Jordan 1 High OG Sneaker von Dior* x Nike sind zu den meistgesuchten Schuhen der Welt geworden und stehen auf der Liste der heißesten Männerprodukte des Lyst-Index an erster Stelle. Mit einer Anmeldeliste von mehr als 5 Millionen Menschen und nur 8.500 verfügbaren Paaren ist die Nachfrage nach dem Schuh beim Wiederverkauf himmelhoch. Ursprünglich lag der Verkaufspreis bei 2.200 Dollar, und da Wiederverkäufer nun bis zu zwölf Mal so viel verlangen, sind die Turnschuhe für viele unerreichbar - aber dennoch das heißeste Herrenprodukt des Quartals. Die Boston Clogs von Birkenstock sind das zweit angesagteste Herrenprodukt des Quartals, dicht gefolgt von den Scuff Deco-Pantoffeln von UGG auf Platz 4, die bei zahlreichen Einzelhändlern ausverkauft gewesen sind. Das Coronavirus hat die Regeln der Mode auf den Kopf gestellt, wodurch die Nachfrage nach Herren-Sandalen um 47 Prozent und Socken um 39 Prozent im Laufe des Quartals stiegen, was den anhaltenden Aufschwung der Nachfrage nach bequemen Slippers widerspiegelt. Darüber hinaus stehen auch praktische Clogs auf der Liste der angesagtesten Frauenprodukte. An 9. Stelle stehen die Clogs von Grateful Dead x Chinatown Market x Crocs im Batik-Look, die am Tag ihrer Veröffentlichung eine virtuelle Schlange von mehr als 45.000 Menschen bildeten. Crocs feiern zurzeit einen modischen Moment, wodurch die Suche nach der Marke um 41 Prozent zugenommen hat.

*Dior steht aufgrund ihres Verteilungsmodells nicht im Lyst-Index der angesagtesten Marken, aber trotzdem hat das Modehaus ein starkes Quartal hinter sich, dank Livestream der Modeschauen von Apulien und Paris sowie des Zuspruchs zahlreicher Prominenten.

Der Einfluss der Influencer

Nachdem Kendall Jenner das Kleid in einem Bild auf Instagram trug, das sie mit ihren 140 Millionen Anhängern teilte, war das Modell umgehend ausverkauft. In der Rangliste der beliebtesten Artikel schafft es das 'Hockney' Kleid von House of Sunny auf den 5. Platz. Viele weitere Influencer trugen das grüne Strick-Modell und die Suchanfragen nach der Marke stiegen um 45 Prozent. Die Springerstiefel von Prada mit Täschen am Knöchel landeten auf Platz 7 der Liste der begehrtesten Herrenprodukte. Nachdem die Stiefel zuvor in der Rangliste der angesagtesten Damenprodukte erschienen waren, fassen sie die in diesem Jahr beliebte Survival-Ästhetik zusammen. Darüber hinaus finden sich auch Stiefel mit dicken Sohlen in der Liste der heißesten Damenprodukte, wobei ein Paar aus Leder und Gummi von Bottega Veneta auf Platz 4 zu finden ist, was den sich abzeichnenden Trend zu "hochmodischen Springerstiefeln" widerspiegelt. Andere, von Influencern getragene Produkte, die es in diesem Quartal in die Rangliste der angesagtesten Produkte geschafft haben, sind die Slipper mit Logo und dicker Sohle von Prada sowie das Kleid mit Ballonärmeln von Ganni.

Jogginghosen und Gesichtsmasken

Die graue Jogginghose von Nike ist das drittheißeste Produkt des Quartals, während die Baggy-Shorts aus recyceltem Nylon von Patagonia in der Liste der heißesten Männerprodukte auf Platz 8 landeten. Die Nachfrage nach Freizeitbekleidung stieg im Laufe des Quartals weiter an, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass Menschen ihre Garderobe auch im Homeoffice diversifizieren wollen. Die Nachfrage nach Gesichtsmasken stieg während des gesamten Quartals kontinuierlich um 389 Prozent, was zwar unter dem Anstieg von 510 Prozent zu Beginn des Jahres lag, aber ausreicht, um die Entscheidung weiterer Luxusmarken wie Burberry und Missoni zu rechtfertigen, in den Markt einzusteigen. Da die Regeln für das Tragen von Schutzmasken an vielen Orten ausgeweitet oder verstärkt wurden, kommt der Gesichtsschutz von Adidas im Lyst-Index auf Platz 9 der Liste der angesagtesten Männerprodukte, nachdem er nach seiner Veröffentlichung zunächst ausverkauft war.

Das ist die Untersuchungsgrundlage

Um die begehrtesten Produkte des Quartals zu identifizieren, hat Lyst die Mode-Suchanfragen von mehr als 104 Millionen Nutzern weltweit analysiert. Dafür hat die Online-Suchmaschine neben der Anzahl von Suchanfragen bei Lyst und Google auch die Anzahl von Seitenbesuchen, sowie die Verkaufszahlen von mehr als sechs Millionen Produkten betrachtet. Außerdem berücksichtigt der Bericht Social-Media-Kennzahlen wie die Veränderung bei Follower-Zahlen, die Erwähnungen von Marken und Produkten in den sozialen Medien sowie relevante Suchbegriffe und Hashtags.

Den gesamten Bericht hier lesen: <https://www.lyst.de/data/the-lyst-index/q320/>

Portrait

Über Lyst

Lyst (Lyst.de) ist die weltweit führende Mode-Suchmaschine, die jedes Jahr von über 104 Millionen Käufern genutzt wird, um ihre Lieblingsstücke zu finden und zu entscheiden, was sie kaufen möchten. Mehr als 6 Millionen Produkte von Marken wie Burberry, Fendi, Gucci, Prada und Saint Laurent sind über eine einzige Suchleiste und App von Lyst zugänglich und bieten den Käufern Bequemlichkeit und eine unvergleichliche Auswahl. Von aufkommenden Trends bis hin zu weltweiten Modebewegungen – Lyst ist eine einzigartige Quelle für globale Modeinformationen.

News-ID: 1105891 • Views: 1544 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1105891/Lyst-Index-Q3-2020-Mode-ist-immer-noch-in-Mode.html>