

Zalando | Cultural Ties Streetwear Project 2024 | Gegevensblad

1. INTRODUCTION	1
2. YOUNGOV	1
2.1 Zalando x YouGov Streetwear Survey Highlights	1-4
2.2 About Zalando x YouGov Streetwear Survey	4
3. ZALANDO TREND SPOTTER TOOL	4
3.1. About Zalando's Trend Spotter Tool	4-5
3.2. Zalando Trend Spotter Data	5-11
4. APPENDIX	12
4.1. About YouGov	12

1. INTRODUCTIE

Cultural Ties is een verkenning van de rijke streetwearcultuur in Europa, met een focus op zes belangrijke steden: Berlijn, Warschau, Stockholm, Amsterdam, Antwerpen en Parijs.

Op basis van Zalando's unieke gegevens en inzichten, verkregen door 50 miljoen klanten te koppelen aan meer dan 6000 merken in onze rol als één van de toonaangevende platforms voor shopping en lifestyle, en gecombineerd met een YouGov-consumentenonderzoek, bieden we een uniek beeld van het huidige Europese streetwearlandschap; de oorsprong, invloeden en evolutie. Hoewel de gegevens aantonen dat elke stad een unieke kijk op streetwear heeft, met verschillende interpretaties en trends, blijkt hieruit ook het belang van community's voor de cultuur die verbinding en inspiratie biedt.

Dit gegevensblad - dat samen met het persbericht over Cultural Ties moet worden verstrekt - vat de belangrijkste gegevens samen van YouGov (extern) en Zalando's Trend Spotter (intern).

2. YOUNGOV

Dit zijn datagedreven inzichten over het streetwearlandschap in Europa van een externe aanbieder.

2.1. De belangrijkste statistieken van de Zalando x YouGov Streetwear enquête:

Onderstaande statistieken zijn gebaseerd op een steekproef van 20.049 geënquêteerden. Tot de onderzochte landen behoren onder andere Nederland, Polen, Duitsland, Spanje, Italië, België, Zwitserland, Frankrijk, Oostenrijk, Zweden, Denemarken en Finland, inclusief hun steden. De percentages (%) zijn representatief voor het aantal mensen dat voor het antwoord heeft gekozen. Een voorbeeld: slechts 39% van de ondervraagden gaf aan in staat te zijn om actuele streetwear te definiëren. Dat is minder dan de helft van alle ondervraagden.

STREETWEAR IS MOEILIK TE DEFINIËREN: MINDER DAN DE HELFT VAN DE VOLWASSENEN GEËNQUËTERDEN KAN DEFINIËREN HOE STREETWEAR ERUIT ZIET

- Minder dan de helft (39%) van de ondervraagde volwassenen kan definiëren hoe streetwear eruit ziet - een bewijs voor de enorme diversiteit en variëteit aan invloeden in Europa.
- Tot de landen met ondervraagden die het meest zelfverzekerd waren over de definitie van hoe streetwear eruit ziet, behoorden Polen (61%) en Spanje (58%). Omgekeerd was slechts 26% van de consumenten in Nederland zeker van een juiste definitie van streetwear.
- Mannen kozen vaker het antwoord 'helemaal mee eens' [voor de stelling dat ze konden definiëren hoe streetwear eruit ziet] (40%) in vergelijking tot vrouwen (38%), hoewel er geen significante verschillen waren in de algemene overeenstemming.

ONZE COMMUNITY'S HEBBEN MEER INVLOED DAN BEROEMDHEDEN, SOCIALE MEDIA OF MERKEN WANNEER HET GAAT OM INSPIRATIE OP HET GEBIED VAN STREETWEARSTIJL

- De zogenoemde “community” (dat zijn vrienden, gelijkgestemde groepen en/of familie) bleek de populairste inspiratiebron voor streetwearstijl onder de ondervraagden - hieruit blijkt dat op beroemdheden gebaseerde trends aan belang inboeten en dit toont aan dat streetwearmode steeds meer draait om persoonlijke expressie en lokale relevantie.
- De top vier inspiratiebronnen luiden als volgt:
 1. Streetwearstijl van hun community's (19%)
 2. Social media-influencers en/of platforms - zoals TikTok en Instagram - (17%)
 3. Winkels/detailhandelaars (17%)
 4. Muziek/artiesten/festivals (16%)

In vergelijking hiermee gaf slechts 12% aan dat ze op het gebied van streetwear het meest beïnvloed werden door beroemdheden.

- Van alle onderzochte landen was de streetwearstijl van community's met name belangrijk in Spanje (29%), waar ook winkels en/of detailhandelaars een sleutelrol speelden (25%).
-

LONDEN, IN HET VK, WERD GENOEMD ALS DE MEEST INSPIRERENDE STAD VOOR STREETWEARSTIJL, GEVOLGD DOOR BERLIJN EN PARIJS

- Van alle onderzochte markten staat Londen aan de top als de meest invloedrijke stad voor streetwearstijl. 19% van de ondervraagden koos deze stad tot de belangrijkste trendsetter. **Berlijn** (11%) en **Parijs** (9%) volgen vlak hierachter. Hieruit blijkt hoe belangrijk iconische steden zijn voor de streetwear-scène.
- Toch is de lokale voorkeur ook duidelijk zichtbaar, met veel respondenten die op de stad in hun eigen land stemden (bijvoorbeeld respondenten in Nederland stemden op Amsterdam). Uit de gegevens bleek bovendien dat veel steden het hoogste stemaandeel hadden onder respondenten uit diezelfde stad. Een voorbeeld: Amsterdam (17%) en Antwerpen (9%) ontvingen de meeste stemmen van lokale respondenten. Hieruit blijkt duidelijk de trots die streetwearliefhebbers voelen voor hun eigen cultuur en stijl.

ONDANKS DE STIJGING VAN “DROPS” EN “EXCLUSIVES” IN STREETWEAR, BLIJKT UIT DE GEGEVENS DAT RESPONDENTEN BIJ HET KOPEN VAN MERKEN MEER GEÏNTERESSEERD ZIJN IN STREETWEAR DIE HUN PERSOONLIJKE EN GEMEENSCHAPPELIJKE WAARDEN WEERSPIEGELT.

- Bij het ontdekken of kopen van streetwearmerken zijn de drie belangrijkste factoren (voor de ondervraagden) bij de aankoopbeslissing:
 1. Het ontwerp en/of de afwerking van het product (25%)
 2. Of het merk hun waarden deelt of vertegenwoordigt (17%)
 3. Als het trending is binnen hun streetwear community (10%)
 - Het ontwerp en de afwerking van de producten waren het belangrijkste in Spanje (45%) en Italië (35%).
-

FORMULE 1 (DANKZIJ PILOOT LEWIS HAMILTON) HOORT NU NAAST VOETBAL EN BASKETBAL TOT DE MEEST INVLOEDRIJKE SPORTEN OP HET GEBIED VAN STREETWEAR.

BILLIE EILISH, JUSTIN BIEBER EN FEDEZ BEHOREN TOT DE MEEST GENOEMDE STREETWEAR-ICONEN.

*NB, aangezien deze vraag - wie zijn de meest inspirerende beroemdheden op het gebied van streetwear? - een open vraag was, zijn de verzamelde gegevens onvoldoende om hieruit statistische informatie af te leiden. Deze namen werden het vaakst genoemd.

- Als het gaat om de meest inspirerende beroemdheden op het gebied van streetwear, zijn muzikanten de grote winnaars. Billie Eilish (meer dan 100 vermeldingen), Justin Bieber, Eminem, Taylor Swift, Fedez, Rosalía en Rihanna waren enkele van de meest genoemde artiesten in de onderzochte landen.
- Naast muziek blijft sport een grote inspiratiebron voor streetwear, met de Formule 1 als een verrassende nieuwe binnenkomer dankzij Sir Lewis Hamilton, die de meest genoemde sporter was (met 21 stemmen).
- Ook voetbal blijft dominant - Cristiano Ronaldo, David Beckham, Lionel Messi en Kylian Mbappé stonden allemaal op de lijst van inspirerende namen. De andere belangrijke sport is basketbal, met zowel Michael Jordan als LeBron James die als inspiratiebron genoemd werden.
- Andere A-listers uit de modewereld die genoemd werden, zijn Hailey Bieber (met meer dan 27 vermeldingen), Heidi Klum en Bella Hadid. De Kardashians, met Kim en Kylie voorop, werden ook genoemd. Verrassend genoeg werd Jennifer Lopez vaker genoemd dan Beyoncé Knowles, met 26 vermeldingen tegenover 21.

2.2. Over de Zalando x YouGov Streetwear-enquête

Deze enquête werd uitgevoerd onder de YouGov -panels, waarbij elk lid heeft ingestemd om deel te nemen aan online interviews en een e-mailuitnodiging met een link naar de enquête heeft ontvangen. Volwassenen (leeftijd 18+) in heel Europa werden voor de enquête geselecteerd. De gegevens werden gewogen op basis van de factoren geslacht, leeftijd en geografie volgens een ideale weging, zodat de resultaten representatief zijn voor de bevolking in relatie tot de bovengenoemde doelgroep.

Het onderzoek werd uitgevoerd tussen 26 augustus en 6 september 2024.

3. ZALANDO TREND SPOTTER-TOOL

3.1. Over Zalando's Trend Spotter-tool

De Trend Spotter-tool, gelanceerd door Zalando als een ontdekkingsstool voor nieuwe modetrends, belicht opkomende modetrends via Zalando in tien belangrijke Europese modehoofdsteden. Zalando beschikt over een unieke positie aangezien het bedrijf duizenden merken met miljoenen klanten in Europa verbindt en kan zo zijn eigen gegevens gebruiken om wekelijks actuele trends onder de aandacht te brengen en toekomstige trends te voorspellen.

Hoe werkt de Trend Spotter-tool?

De tool werkt door de snelheid te volgen waarmee op een product werd gezocht en hoe snel het werd geliked of aan het winkelwagentje werd toegevoegd, waardoor Zalando overeenkomsten of verschillen in winkelgedrag per regio kan analyseren.

Zalando's mode-experts zullen deze gegevens vervolgens gebruiken om aan consumenten uit te leggen waarom een trend populair is en of deze gebaseerd is op lokale of globale trends. Deze fusie van mode-expertise en technologie biedt consumenten een nieuwe manier om items te ontdekken, gebaseerd op actuele modetrends.

Hoe werden de producten, trends en merken, en lokale merken voor Cultural Ties bepaald?

De trends, producten en merken werden bepaald door Zalando's deskundige inkoopteam voor streetwear dat zijn insiderkennis gebruikte om 300 specifieke zoektermen te identificeren op het gebied van trends, producten en merken, elk afgestemd op Antwerpen, Stockholm en Parijs, gebaseerd op wat zij dachten dat daar zou trending zijn.

De Zalando Trend Spotter-tool voerde vervolgens analyses uit op basis van deze trefwoorden om de onderstaande gegevens te extraheren en te onderzoeken welke merken, producten en trends binnen die zoektermen trending waren in de respectievelijke steden.

Voor meer informatie over de Trend Spotter--tool of voor toegang tot aanvullende inzichten, neemt u contact op met uw lokale marktteam via [VOEG DETAILS TOE].

3.2. Zalando Trend Spotter-gegevens

*Deze gegevens werden geëxtraheerd op 30 augustus 2024, waarbij de zoekgegevens werden vergeleken met die van 30 juli 2024.

Hoe moeten deze gegevens worden geïnterpreteerd?

De categorie “producttrends” verwijst naar de geïdentificeerde trends. Die kunnen gebaseerd zijn op merkproducten, bijvoorbeeld Salomon RX Moc, of meer algemene producten en trends, zoals witte baggy broeken of retro sportswear.

De categorie “merken + lokale merken” verwijst naar het specifieke merk.

De zoekterm geeft de specifieke zoekterm aan waar consumenten naar op zoek zijn,. Die kan product-, merk- of trendgerelateerd zijn.

De statistiek vertegenwoordigt een trendpercentage (%) dat de toename in populariteit aangeeft. Als we alles combineren, kunnen we bijvoorbeeld stellen dat in Antwerpen de zoekopdrachten naar ‘witte baggy broeken’ met 1500% zijn gestegen (ten opzichte van recente maanden*).

ANTWERPEN

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Producttrends	Salomon RX Moc	1100%
	Witte baggy broeken	1500%
	Asics Gel-NYC	1000%
	Asics Gel-Nimbus 9	700%
	Carhartt Bib Overall	650%
	Reebok Club C Bulc	500%
	Uniseks hoodie	216%
	Luipaard-print	200%
	Lammy jassen	200%
	New Balance 9060	186%
	T-shirt met slogan	178%
	Adidas Originals SL72	160%
	Denim top	101%
	Converse Run Star	88%
	Adidas Campus 2000	83%

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Merken + Lokale merken	Former	3300%
	Soulland	950%
	JA	233%
	Pegador	600%
	Carne Bollente	156%
	Oakley	200%
	Dickies	160%
	Asics Sportstyle	80%

STOCKHOLM

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Producttrends	Nike V2K Run	1382%
	Nike Field General	900%
	Bordeauxrode tassen	600%
	Adidas Originals Gazelle Bold	400%
	Adidas Originals Samba	293%
	Blokette	400%
	Rugby jersey	304%
	Timberland 6 inch Premium Boot	215%
Producttrends	Vans Knu Skool	177%
	Hoefijzerjeans	133%
	Nike Vomero 5	131%
	Chuck Taylor All Star	120%
Categorie	Zoekterm	Statistieken
Merken + Lokale merken	Hi-Tec HTS74	1200%
	Eckhaus Latta	900%
	Carhartt WIP Michigan	400%
	J.Lindeberg	260%
	Rains	239%
	Salomon	183%
	Klättermusen	118%
	Last Resort AB	60%

PARIJS

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Producttrends	Wit sweatshirt	1600%
	Baggy jeans met lage taille	655%
	Slouch tas	563%
	Sweater met grafische print	500%
	XXL-tas	494%
	Oversized jassen	400%
	Retro Sports	300%
	Nike Pegasus 2005	217%
	Campus 00s	202%
	Light academia	150%
	Puma Suede XL	167%
	Zwarte print	100%
	Nike Tech Fleece	80%
	Carpenter pants	41%
Minimalisme	100%	

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Merken + Lokale merken	Rip Curl	21300%
	Hi-Tec HTS74	367%
	Hoka	281%
	PAL Sporting Goods	200%
	New Era	200%
	Carne Bollente	129%
	Aurélie Bidermann	91%

	Etudes	23%
--	--------	-----

AMSTERDAM

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Producttrends	Adidas Originals Gazelle Indoor	1150%
	Asics Gel-1090	700%
	Adicolor	50%
	Reebok Classic Leer	313%
	Nike Cortez	160%
	Carhartt shorts	29%
	Tasbedels	420%
	Nike Field General	240%
	Asics Gel-Quantum 360	200%
	Denim	70%
	Losvallende broeken	62%
	Breisels	274%

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Merken + Lokale merken	Manastash	625%
	Stan Ray	400%
	Etudes	325%
	The North Face	300%
	Bareen	300%
	Nike SB	170%

BERLIJN

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Producttrends	Fenty Creeper	400%
	Reebok Instapump Fury 94	400%
	Reebok Beatnik	271%
	Goth Core	200%
	Hoefijzerjeans	350%
	Camouflagebroeken	200%
	Parka	126%
	Gorpcore	88%
	Jordan Retro	118%
	Nike Shox	106%
	Vans Rowley	86%
Salomon ACS	77%	

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Merken + Lokale merken	Former	611%
	Oakley	225%
	Saul Nash	600%
	GMBH	230%
	Stam	195%
	032c	157%
	Adidas Originals	154%

WARSCHAU

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Producttrends	Puma Arizona	3260%
	Salomon Sandy Liang	3260%
	Oversized breisels	538%
	Fenty Avanti	500%
	Carhartt WIP Detroit	345%
	Reebok Club C Grounds UK	333%
	Witte jorts	350%
	Vans Hylane	325%
	Nike Phoenix Fleece	260%
	Adidas Taekwondo	244%
	Salomon Pouch	200%
	Jordan Brooklyn Fleece	181%
	Timberland Classic Boot	132%
Onitsuka Tiger Mexico 66	112%	
Oceanside broek	69%	

Categorie	Zoekterm	Statistieken
Merken + Lokale merken	Sunnei	1000%
	Stamm	975%
	BLKVIS	612%
	2Y Studios	586%
	GMBH	343%
	GCDS	218%

4. BIJLAGE

4.1. Over YouGov

YouGov is een internationaal online bureau voor marktonderzoek en gegevensanalyse. Het bedrijf werd opgericht in 2000 en wordt beschouwd als de pionier op het gebied van online marktonderzoek en is de meest geciteerde bron voor marktonderzoek ter wereld. YouGov staat bekend om zijn nauwkeurige data en beschikt over één van 's werelds grootste onderzoeknetwerken binnen 55 markten. Met een wereldwijd panel van meer dan 24 miljoen geregistreerde leden kan YouGov nauwkeurige, bruikbare consumenteninzichten leveren. Daarom hebben wij voor deze partner gekozen.

- EINDE -