

## Voorspellen meer lipsticks en lange rokken een recessie in de VS?

De 'lipstick index' legt een verband tussen de verkoopcijfers van lipstick en de conjunctuur. Het viel Leonard Lauder, destijds voorzitter cosmeticabedrijf Estée Lauder, voor het eerst op tijdens de recessie in 2001. Foto: Richard Drew/AP

### In het kort

Strateeg Madé Lapuerta van JPMorgan toont recessierisico in VS via stijgende modetrends.

De zogenoemde hemline en lipstick index zijn vaker in verband gebracht met een conjunctuuromslag.

Critici noemen Lapuerta's modetheorie seksistisch, zij meent dat sprake is van het tegenovergestelde.

Waarom zou je naar de aandelenmarkt kijken, als je ook met modetrends een recessie kan voorspellen? Dat vraagt Madé Lapuerta van het sociale media-account Data, But Make It Fashion zich af. Lapuerta werkt als techstrateeg bij zakenbank JPMorgan en studeerde computer science aan Harvard. Als uit de hand gelopen hobbyproject analyseert ze data in de modewereld. Via haar Instagramaccount deelt ze, te midden van alle andere influencers, wat er écht in stijl is.

Zo steeg in de Verenigde Staten de populariteit van maxi skirts vorige week met 393%, die van lipstick met 108% en corporate en minimalist fashion met 38%. 'Dit is mijn stock market en er komt waarschijnlijk een recessie aan', schrijft ze. Een langere rok lengte en hogere lipstickverkoop worden met slechtere economische tijden geassocieerd.

Toeval of niet, Lapuerta's analyse van de modetrends valt samen met een daling van de Amerikaanse S&P 500. Van piek tot dal ging die aandelenindex zo'n 10% onderuit op de onzekerheid rondom het handelsbeleid van president Donald Trump en de inflatieontwikkeling in het land. Het hielp daarbij niet dat Trump midden maart vragen ontweek over de kans op een mogelijke recessie.

### Niet nieuw

Het onderzoeken van rok lengte en lippenstift als indicatoren voor een recessie is niet nieuw. De hemline index werd in 1926 bedacht door econoom George Taylor en gaat uit van een samenhang tussen de beurskoersen en de lengte van rokken. Wanneer de beurzen dalen, worden rokken langer en vice versa.

De lipstick index legt een verband tussen de verkoopcijfers van lipstick en de conjunctuur. Het viel Leonard Lauder, destijds voorzitter cosmeticabedrijf Estée Lauder, voor het eerst op tijdens de recessie in 2001. Hij merkte op dat in economisch zwaardere tijden meer lippenstiften werden verkocht. De theorie is dat vrouwen in zulke periodes liever verschillende bescheiden uitgaven doen aan kleine luxeartikelen, dan aan een grotere aankoop zoals een auto.

## **Verschillende verklaringen**

Er doen verschillende verklaringen de ronde over de twee theorieën. Zo zouden lange rokken beter passen bij de kantooromgeving en wordt in slechte economische tijden sterk vastgehouden aan werk. In diezelfde trant: tijdens een recessie is de arbeidsmarkt competitiever. Met een goed gevoel en verzorgde lippen hoop je een voorsprong te hebben ten opzichte van andere kandidaten.

Een ouderwetse verklaring is dat vrouwen in goede tijden de zijden kousen konden laten zien die ze in mindere tijden niet kunnen betalen. Verder zag de Britse overheid tijdens de Tweede Wereldoorlog lippenstift als een instrument om het moraal hoog te houden. Het dragen ervan werd gepromoot 'to keep spirits high in times of chaos'.

In grote lijnen gaat het om een psychologische drijfveer. Mensen willen zich normaal en optimistisch voelen, en hun financiële problemen even vergeten. Karen Grant van marktonderzoeksbureau NPD Group vindt overigens dat je beter naar een algemenere 'beauty index' kunt kijken, schrijft weekblad The Economist. Welk beautyproduct het goed doet, is trendafhankelijk. Tijdens de neergang bij de coronapandemie steeg niet zozeer de vraag naar lippenstift (vanwege de mondkapjes), maar wel naar andere beautyproducten.

## **Broodje aap**

De meest complete en recente studie naar de hemline index dateert uit 2010 en werd gedaan door hoogleraar Philip Hans Franses en Marjolein Baardwijk van de Erasmus School of Economics in Rotterdam. Ze analyseerden bijna een eeuw aan data van het Franse modetijdschrift L'Officiel en vergeleken die met de conjunctuur van de VS.

Wat blijkt? 'De theorie is een urban legend, in het Nederlands noemen we dat een broodje aap', zegt Franses. 'Er zijn misschien momenten waar de rok lengte en de conjunctuur gelijklopen, maar je moet naar regelmaat en causaliteit kijken, niet naar een toevaligheid.'

## **Seksistisch?**

Lapuerta kreeg online de kritiek dat haar onderzoek seksistisch zou zijn. In een reactie zegt zij dat het juist het tegenovergestelde is. Door vrouwen gedomineerde sectoren die eerder misschien zijn afgewimpeld als betekenisloos, kunnen juist betekenis hebben. Dit is precies waar haar Instagramaccount voor staat, schrijft ze.

Lapuerta berekende de hemline index trouwens ook voor mannen en vond een correlatie met de economie. Er zijn theorieën dat mannen ondergoed minder verkocht wordt in economisch zware tijden. Omdat het niet direct zichtbaar is, wordt daarop als eerste bespaard.