

NOMINERINGARNA ÄR HÄR! *Se alla bidrag till Årets Frisör 2023*
SOCIALA MEDIER *Så stärker du ditt digitala varumärke*

FRISÖR

INSPIRERAS
AV KOLLEGOR!



*Så fick Alireza Mousavi
tillbaka sin kärlek till frisöryrket*

**”Jag hade allt
men kände mig
inte glad”**

NUMMER 2

2023 *Ett magasin från Frisörföretagarna*

BLO
ND
ME



Together. A passion for hair.



Ta dina blonda kunskaper
till en ny nivå med
BLONDME –
The Authority in Blonde

Med NYA Precision Lightener



För exakta appliceringar i hårbotten

För mer information kontakta Schwarzkopf Professional, tel 010-480 76 00.
schwarzkopf-professional.se E-shop: shop.schwarzkopf-professional.se

 Schwarzkopf Professional  schwarzkopfprosverige



THE FUTURE IS COLORFUL

NYHET MOROCCANOIL PROFESSIONAL HAIRCOLOR

Upptäck vår nya hårfärg berikad med vård.

Som levererar en livfull hårfärg och hållbara resultat med intensiv glans.



MOROCCANOIL®

Vill du veta mer? Kontakta din säljare.
MoroccanoilProfessionals.com

FRISÖR

Innehåll



28

39



17



30



79



8 VD HAR ORDET

11 KOLLEKTION

Essential Looks - Schwarzkopf

17 I HYLLAN

Produkter vi är nyfikna på just nu

18 JUST NU

Trender och branschrytt

20 OMSLAGSINTERVJU

Alireza Mousavi har landat i sig själv

28 PLOCKSIDOR

Inspiration till lata dagar på stranden

30 INTERVJU

*Vi träffar barberarlegendaren
Dennis Liedberg*

36 SOMMARHÅR

*Hur mycket skada tar håret av
sol & bad?*

39 ÅRETS FRISÖR

Se de nominerade bidragen

79 SOCIALA MEDIER

Så når du fram genom bruset

82 SALONGSTEKNIK

Digitaliseringen av frisörsalonger

86 RÅDGIVAREN REDER UT

Anställdas ledighet

90 GÄSTKRÖNIKA

*Helena Lundgren, Frisörföretagarnas
ordförande*

99 EVENTKALENDER



Dags för en ny leverantör med tape extension i toppkvalitet?

Vår nya tape extension, DC Hair Solutions! Den fantastiska hårkvaliteten skapas genom en långsam uppljvningsprocess och processas sedan med silke som ger en hög glans och hållbarhet. Kvaliteten gör att håret kan sättas om fler gånger än vad många konkurrenter klarar.

För mer inspiration och information, boka gärna in dig på våra inspirationskvällar eller dagskurser för att lära dig mer om hur vi jobbar bäst med håret. Se instruktionsvideo på vår hemsida, gocciani.se. Kom in i butik eller kontakta din säljare för mer information och möjlighet att känna på kvaliteten!

Välj mellan 21 väl utvalda nyanser, 2 olika längder och standardfästen (Exten) eller fästen som har hår på ovansidan (Inject) och därför syns mindre. Alla fästen är tunna för att inte skada håret.

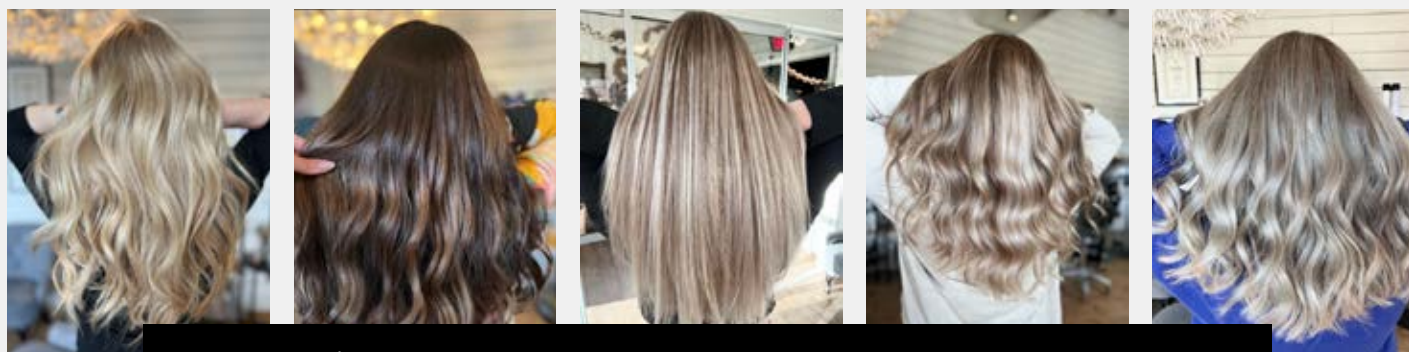
Scanna för att se
film på Youtube



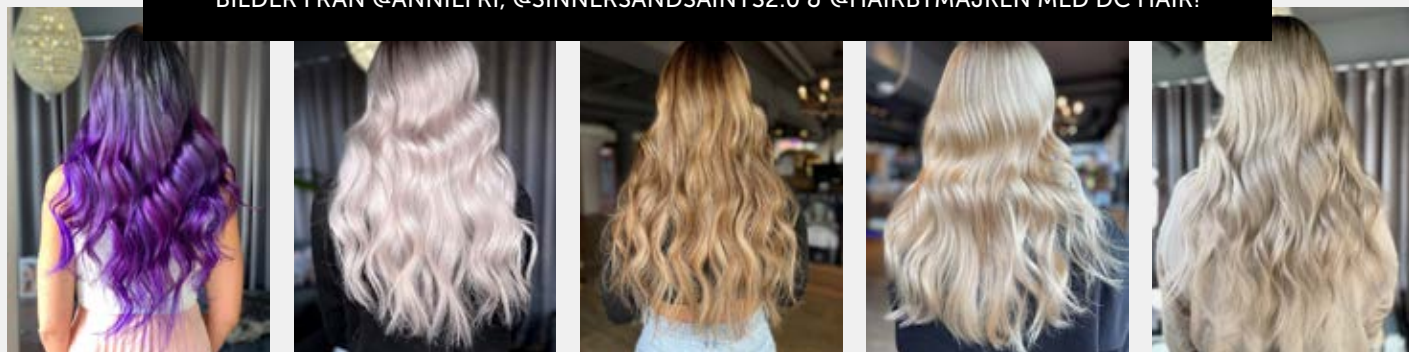
För mer information om DC Hair Solutions, besök närmaste butik, gocciani.se eller kontakta din säljare / ordertel. 0304 - 60 00 60.

GÖTEBORG 031 - 42 49 01 JÖNKÖPING 036 - 16 26 80 LINKÖPING 013 - 35 37 50 MALMÖ 040 - 91 63 00 NORRKÖPING 011 - 23 86 20

STOCKHOLM CITY 08 - 20 35 10 STOCKHOLM GLOBEN 08 - 39 30 80 UPPSALA 018 - 13 09 60 VÄSTERÅS 021 - 30 20 20 ÖREBRO 019 - 611 23 31

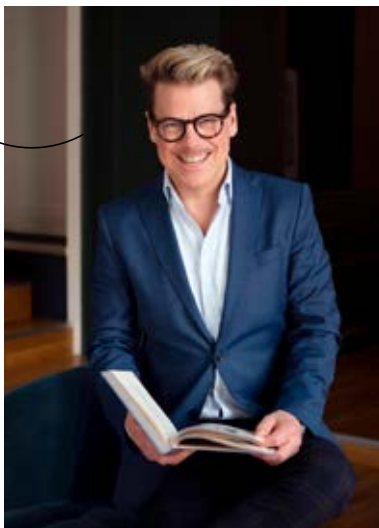


BILDER FRÅN @ANNIEFRI, @SINNERSANDSAINTS2.0 & @HAIRBYMAJKEN MED DC HAIR!



Lönemarket, svag krona och nya möjligheter

Staffan Westman,
Frisörföretagarnas vd



» Er marknadsföring i rätt kanaler kommer att bli en viktig del för att nå dessa köpstarka kunder.

I SVERIGE ÄR DET SEDAN 1998 facken och arbetsgivarorganisationen inom industrin som sätter normen för löneutvecklingen för alla branscher. I slutet av mars blev märket för lönebildningen klart, 7,4 procent fördelat på två år är mycket högre än det varit de senaste 15 åren. Årets förhandlingar har skett i ett extremt läge när Sverige befinner sig i en lågkonjunktur och ännu är inte botten nådd. Såväl företag som konsumenter är hårt drabbade av kraftigt ökande priser och svag krona. Eftersom Sverige är ett exportland kan företag inom industrin leva gott på att vi har en svag krona då andra länder kan köpa billigt från oss. För frisörbranschen och andra tjänstebranscher där lönekostnaderna är en stor del av omsättningen blir ökningarna mer kännbara, vilket i år gör den svenska modellen med märket mer orättvis. I skrivande stund är inte Frisöravtalet klart, men det vi vet är att avtalets värde måste hamna på minst 3,7 procent per år för 2023 till 2025 (sedan 2007 har det varit cirka 2 procent per år). I effekterna av inflationen måste vi också förstå att fackens medlemmar kräver att få en lön som går att leva på.

En positiv effekt av den svaga kronan är att vi ser en ökad gränshandel, företag i Malmöregionen upplever att antalet danskar ökat inom både handel och tjänster. Flera salonger i Skåne vittnar om ett större antal danska kunder som förstått att även hårvård är billigare för dem i Sverige, de får drygt 150 svenska kronor för 100 danska.

För er som inte driver frisörföretag i Skåne kan jag informera om att Visit Sweden ser en stor ökning av sökningar från andra länder på hotell, restauranger och sevärdheter i hela landet. Det betyder att antalet turister troligtvis kommer att vara större i sommar jämfört med andra år. Er marknadsföring i rätt kanaler kommer att bli en viktig del för att nå dessa köpstarka kunder. Ta till exempel kontakt med de hotell som finns i närheten av er salong och be om att få informera deras utländska gäster om att ni finns och er prislista. Skylta era fönster med *Haircut 650 SEK, Blowdry 400 SEK* eller *Haarschnitt und Haarfärbung nur um 2 100 SEK* och sälj massor av produkter till era nya kunder som kommer att tycka att även schampo och balsam är billigt hor er.

Till sist vill jag välkomna sommaren och även om ni kommer att ha fullt upp med era nya utländska kunder hoppas jag att ni unnar er några veckors semester. Frisörföretagarna kommer att flytta till nya lokaler under sommaren och i augusti hittar ni oss på Barnhusgatan 20. Dörren är alltid öppen och ni är så välkomna att komma in och hälsa på gänget som jobbar för er frisörer.



FÖLJ OSS PÅ

SAJT www.frisor.se INSTAGRAM [@frisor.se](https://www.instagram.com/frisor.se) FACEBOOK [facebook.com/frisorforetagarna](https://www.facebook.com/frisorforetagarna)

ANSVARIG UTGIVARE Wiveka Gillow ANNONSERING alice.hurtig@frisor.se, 08-87 04 30

CHEFREDAKTÖR Linnéa Wallin linnea.wallin@frisor.se ART DIRECTOR Anna Wiklund/Mi Madre

KORREKTUR Michelle Bergman KONTAKTA OSS VIA E-POST info@frisor.se KONTAKTA OSS VIA TELEFON 08-87 04 30

MATERIAL Redaktionen ansvarar ej för insänt, ej beställt material. Allt material i Frisör lagras och kan komma att publiceras elektroniskt. Utbetalt arvode inkluderar Frisörs rätt till elektronisk publicering. Icke anställda måste meddela förbehåll mot sådan lagring och publicering.

EMPOWERING YOU

NU I
SVERIGE

LABEL.M
PERSONALISED HAIRCARE
OFFICIAL
LONDON
FASHION
WEEK



Finns hos utvalda salonger. För återförsäljarlista se vår hemsida: kraftgroup.se
Kraft Group, Kalendegatan 25, 211 35 Malmö • Kungsgatan 84, 112 27 Stockholm
040-23 20 90 • info@jkraft.se • [@labelmsverige](https://www.instagram.com/labelmsverige) • labelm.com

Nå oanade höjder med NYA F-SERIES

Möt prisklassens värsting med kraftfull prestanda och
exceptionell kvalitet.

Upplev nya F-series, tillverkad i premiumstål från Hikari.



Du hittar Hikari
F-series här:



TENDENZ
saxkoncept

#tendenzsaxkoncept

@tendenz_se www.tendenz.se

TREND **VIRTUAL EDEN**



TREND **THE MISFITS**



TREND **SELFHOOD**



essential looks

SS/23 möts tre olika trendvärldar baserade på den växande betydelsen av energi och känsla när det gäller att definiera både individens och kollektivets känsla för stil och estetik.

TREND I

VIRTUAL EDEN, INSPIRATION:

Virtual Eden är en blandning av naturalistiska och futuristiska element som går samman för att skapa en alternativ virtuell värld. Detta knyter an till det moderna samhällets strävan efter perfektion och framväxten av metaversen. Det är livet genom ett filter, kurerat av toner som frammanar naturens inneboende skönhet. Detta är livet som en dröm, en utopisk trädgård, där skönhet och perfektionsideal vinner överlag.









TREND 2

SELFHOOD, INSPIRATION:

Selfhood är en ögonblicksbild av nuet, av ungdomskulturen i denna stund i vår tid. Livet är till för att leva och ständigt dokumentera. Hur du ser ut, kläderna du bär och håret du har erbjuder ett annat medium för att berätta din historia. Trenden domineras av en bekymmerslös allt går-positivitet. Detta skapar friheten att inte bara omfamna, utan fira, din unikheter. Selfhood kommer från en mängd olika genrer och stilar för att skapa något som känns fräscht och distinkt.

TREND 3

THE MISFITS, INSPIRATION:

The Misfits kastar ett ljus på dem som lever i skuggorna. De som väljer att hitta sin egen väg. Som förkastar det moderna samhällets hyperkonsumism och girighet. The Misfits utforskar avvikelser och förkastandet av etablerade samhällseliga normer och förväntningar, och är ett ode till dem som målar utanför linjerna.

En hyllning till de dystopiska undertoner som kännetecknar denna subkultur.



Från exfolierande torrschampo till lyxig multifunktionell lotion.
Dessa produkter väcker vår nyfikenhet just nu.

Just nu i hyllan!

Av Linnéa Wallin

1. Torrschampo deluxe

Amika – Perk Up Plus Extended Clean Dry Shampoo

Ett osynligt torrschampo som ger håret en ren och fräsch finish. Avlägsnar lukt från håret och absorberar överflödigt fett. Innehåller AHA i form av mandelsyra som skonsamt exfolierar hårbotten samt skyddande peptider.

2. Följsamma former

Inshape – Form Curl Creme

En fuktighetsgivande produkt som tar fram lockarna och ger lagom stadga. Innehåller bland annat nordisk havtorn, växtbaserat protein och organisk arganolja. Ger glans, liv och form till alla typer av lockar. Innehåller värmeskydd och UV-filter.

3. So long solstrålar!

Balmain – Sun protection spray

En produkt berikad med UVA och UVB-filter som skyddar håret mot att ta skada av sol, havsvatten och klor. Förhindrar att hårfärgen bleknar och tillför glans. Applicera i handdukstorkat eller torrt hår.

4. Skönhetsömn för svallet

Sebastian Professional – Penetraitt

Ett reparerande serum med hyaluronsyra och niacinamid som tränger djupt in i håret och hjälper till att reparera det medan du sover. Applicera 3–5 pumptryck i handflatan. Fördela jämnt i håret från mitten av längderna ut till topparna. Borsta igenom och låt verka över natten. Skölj inte ur.

5. Skonsam djuprengörare

L'anza – Clarifying Shampoo

Reparerande schampo som rengör håret på djupet samtidigt som det bevarar hårfärgen. Avlägsnar inbäddade mineraler, metaller och föroreningar. Naturlig fytinsyra från ris avlägsnar skonsamt missfärgningar. Ett djuprengörande schampo som är skonsamt nog att använda dagligen.

6. Lyxig lotion

R+Co – Zipper

Denna multifunktionella lotion har en frissbekämpande formula som passar för wet setting, wrapping och föning. Produkten torkar snabbt och binds till håret, vilket lämnar det mindre poröst och med mer glans. Applicera i fuktigt hår och kamma igenom. Rulla upp håret och placera det under en torkhuv eller föna med en borste.



Länets Företagare i Stockholm

Cornelia Samuelssons salong Culör by Cornelia har blivit utsedd till Länets Företagare i Stockholm 2023.

Grattis Cornelia, hur känns det?

– Å, tack snälla! Det känns faktiskt helt galet! Jag är så stolt och imponerad över mig själv och vad mitt företag har blivit!

Vad betyder vinsten för ditt företagande?

– Vinsten för mig är enorm, ett bevis på hårt arbete men också en bekräftelse på att jag 26 år kan detta och att min drivkraft har tagit mig hit på bara två år.

Hur ser du på framtiden?

– Framtiden för mig är att fortsätta att driva Culör på bästa sätt, men även att utvecklas inom en större marknad och att våga drömma om nya möjligheter.



Cornelia Samuelsson är stolt och imponerad över sig själv och sitt företag.



Headons ägare Henrik Danielsson tillsammans med Gabriella Rudbeck Watin från Star for Life.

Klippte ihop 250 000 kronor till Star for Life

EN DAG OM ÅRET klipper Headons frisörer för välgörande ändamål. Under denna dag går samtliga intäkter oavkortat till välgörenhet. 2021 ingick Headon ett långsiktigt samarbete med Star for Life, en icke vinstdrivande organisation som arbetar med barn och unga i södra Afrika.

Förra året klippte företagets frisörer ihop strax över 220 000 kronor, medan det i år blev hela 250 000 kronor, pengar som gick till Star for Lifes mobila hälsokliniker. De mobila hälsoklinikerna besöker skolor och områden i södra Afrika utan tillgång till sjukvård.

– Jag vill ge tillbaka. Vi kan göra det vi gör bäst och tillföra mycket glädje för de mest utsatta, säger Henrik Danielsson, grundare och ägare av Headon.

Hans Sendel till We are one

Hans Sendel har en gedigen karriär inom frisörbranschen och har tidigare arbetat på såväl Wella som Balmid.

Nu går han vidare till rollen som country manager på We are one som distribuerar Aveda och Bumble and bumble.



Frisörföretagarnas Business Days får toppbetyg!

62%

gav oss betyget över förväntan

Vad gav dig mest?

"Ny inspiration, energi att fortsätta framåt, och klarhet över vilka steg jag bör ta härnäst."

"Inspiration till att ta tag i admin på ett effektivt och smart sätt."

Vill du också ta dig till nästa nivå i skräddarsytt frisörföretagande?

Anmäl dig till höstens Business Days i Stockholm, Växjö eller Göteborg på frisor.se!



Frisörföretagarna träffar landets yrkeslärare

Frisörföretagarna har varje år en unik möjlighet att genom SFLF (Stylist och frisörläraryrkesförbundet) träffa landets yrkeslärare i branschen.

Vi presenterar vad som är på gång inom yrket och lärarna delar sina utmaningar inom frisörutbildningen.

I år hölls SFLF:s riksutbildningsdagar på The Winery Hotel i Solna 17-18 april.

JAGUAR

FOR FASHIONISTAS

Jaguart
EDITION 11



INFO@GERTSSONTRADING.COM
WWW.GERTSSONTRADING.COM

ALIREZA HAR HITTAT LUGNET I KAOSET

Alireza Mousavi hade sitt bästa år i karriären i fjol men plötsligt kändes ingenting roligt längre. Han tog en paus, lärde sig att andas, och är tillbaka starkare än någonsin.

Text Lisa Rosman





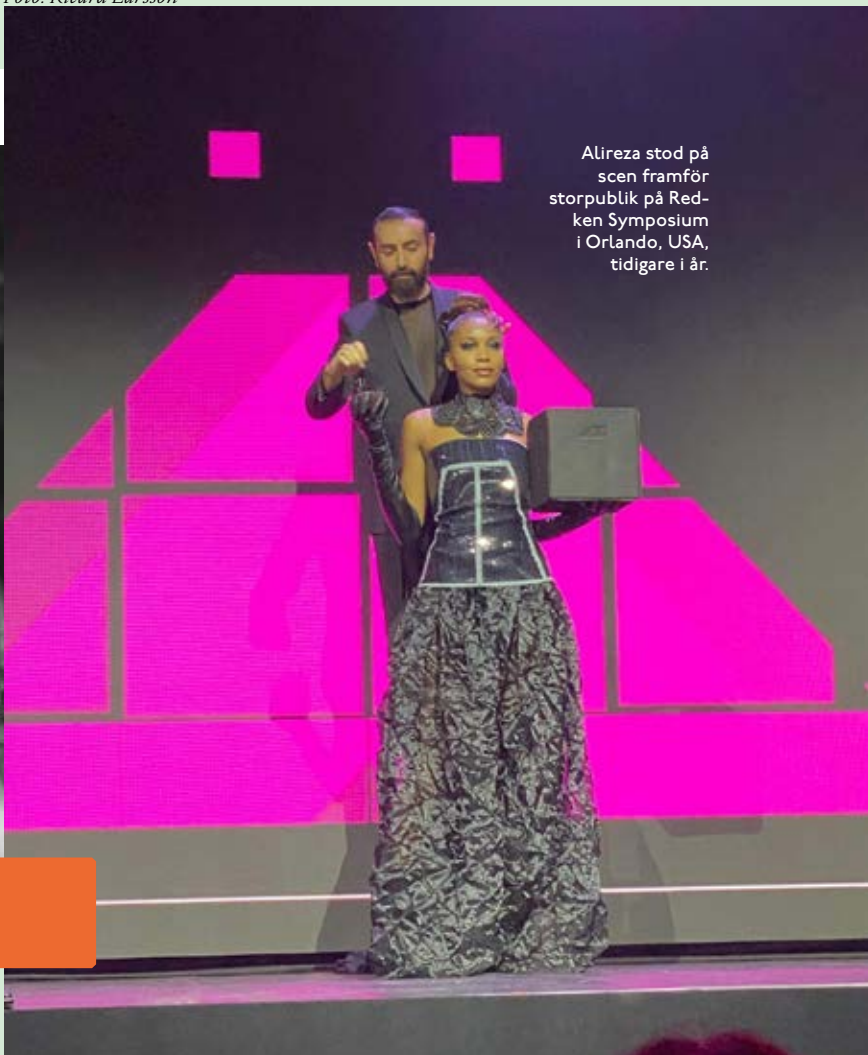
Foto: Anna Murad's

Alireza med amerikanska modellen och skådespelaren Larsen Thompson för Ferrari Style på Milan Fashion Week.

Foto: Mihi Malinovic



Här av Alireza för Pashaon of Swedens lookbook. Modell: Greta Carnbring. Makeup: Galina Nurmi.



Alireza stod på scen framför storpublik på Redken Symposium i Orlando, USA, tidigare i år.

risören Alireza Mousavi har en karriär många drömmer om. Den tvåfaldiga vinnaren av Årets Frisör har förutom sitt jobb på salong Quomodo i Göteborg hela världen som sin arbetsplats – från filmfestivaler i Cannes och Venedig, modeveckor i Europa till utbildningar på scen i USA. Ja, utåt sett har han allt. Men i fjol hände något. Alireza har alltid älskat sitt jobb men för första gången på 18 år kände han att det inte var roligt längre.

FÖR ATT FÖRSTÅ HUR han hamnade där börjar vi från början. Alireza växte upp i Iran och visste tidigt precis vad han ville göra med sitt liv, även om det var något som inte sågs på med blida ögon i samhället han levde i.

– Redan när jag var barn var jag väldigt intresserad av mode, och hur man kunde få människor att se bättre ut och trivas med sig själva. Som tonåring klippte jag och färgade mina vänner och kusiners hår.

Alireza ville bli frisör, men det var inte så enkelt som det borde vara att utbilda sig till det.

– I Iran får inte män arbeta med kvinnors hår. Den enda utbildningen jag kunde få diplom från var för barberare. Jag fick lära mig att klippa kort hår, raka skägg och så vidare. Det var ju bra, men inte vad jag ville göra.

Som tur var fick Alireza hjälp av en frisörlärare utanför skoltiden. Hon lärde honom hur man jobbade med damfrisyrer, hur färger fungerar och hur man lyckas med långt hår.

– Jag kunde ju inte utbilda mig till damfrisör på grund av att det var olagligt att göra det, men intresset var så stort att jag inte kunde stoppa det. Efter barberardiplomet studerade Alireza datorprogrammering i fyra år samtidigt som han jobbade på en salong. I Iran är även alla män förpliktigade att göra militärtjänst i två år. Har man inte gjort den kan man inte få ett pass och lämna landet, vilket var Alirezas plan. När han var 23 år gammal kom dock en ny lag som innebar att om tre syskon



Hår av Alireza för Pashaon of Swedens lookbook. Modell: Greta Carnbring. Makeup: Galina Nurmi.

hade gjort militärtjänstgöring behövde inte det fjärde syskonet göra det. Detta innebar att han slapp. Han skaffade sitt pass och en vecka senare var han i Dubai.

– Plötsligt var jag ute i världen och såg hur andra frisörer jobbade. Män som kvinnor, det spelade ingen roll.

Alireza gick en massa utbildningar och reste runt i olika länder, när han fick ett erbjudande om att komma och jobba på en salong i Ulricehamn i Sverige.

– Där fick jag äntligen göra vad jag drömt om och arbeta med både herrars och damers hår. Parallellt tog jag mitt gesällbrev så jag kunde visa att jag verkligen behärskade yrket.

SEDAN RULLADE ALIREZAS karriär på i raketfart i Sverige. Han började jobba

på en Redkensalong och gick på en utbildning de erbjöd.

– Jag gick i princip alla utbildningar Redken hade i klippning, styling, färgning ... allt! Sedan fick jag frågan om jag ville börja jobba som utbildare för dem. Det var en helt ny värld för mig, jag var ny i Sverige och behärskade inte riktigt språket och hade aldrig jobbat med utbildning innan. Men det blev som en skola för mig också, som jag dessutom fick betalt för. Jag älskade det!

I jobbet fick Alireza träffa massor av frisörproffs från alla världens länder och inspirerades av deras kreativa sätt att jobba med hår.

– Jag sög åt mig all kunskap som en svamp, det var nästan hypnotiserande. Jag samlade på mig inspiration och bestämde mig för att tävla i Årets Frisör. ►

**”JAG SÖG
ÅT MIG ALL
KUNSKAP
SOM EN
SVAMP, DET
VAR NÄSTAN
HYPNOTISE-
RANDE”**



Modellen Toni Garn för Loro Piana på Milan Fashion Week. Hår av Alireza.



Su Park med hår av Alireza. För Dolce & Gabbana, Milan Fashion week.

**”JAG BÖRJADE
UNDRÄ VAD
DET VAR FÖR
FEL PÅ MIG. VAD
VAR DET SOM
SAKNADES?
JAG HADE
ALLT, MEN JAG
KÄNDE MIG
INTE GLAD”**

► **FÖRSTA GÅNGEN ALIREZA** skickade in ett bidrag till Årets Frisör var 2014. Det gick så där.

– Jag tävlade för att pusha mig själv, men jag var inte redo. Helheten satt inte, och det fanns ingen storytelling i mitt bidrag. Så jag samlade kraft, övade på mina skills och nästa gång jag tävlade skulle jag vara redo att vinna.

2020 vann han Årets Frisör.

– Det var fantastiskt. Jag fick jättemycket uppmärksamhet, var med i tidningar och gjorde en massa intervjuer. Dessutom fick jag efter nästan fyra år som utbildare nu stå på större scener och utbilda i större skala.

2022 vann han Årets Frisör igen.

Nu är vi framme vid året där Alireza tappade glädjen, men hittade den igen.

– Det var ett bra och stort år för mig. Fler hade fått upp ögonen för mig och plötsligt fick jag massor av uppdrag inom kändis- och modevärlden. Jag gjorde röda mattan-looks på filmfes-

tivalerna i Cannes och Venedig, blev publicerad i Vogue flera gånger, var med på fashion week i Milano ... det var allt jag drömte om.

Under året gjorde han också fyra stora visningar med olika koncept. Samtidigt som han jobbade på salongen i Göteborg.

– **EFTER DESTINATION** Highlight Nordic XPO i höstas kände jag mig plötsligt väldigt trött. En sorts trötthet jag inte kände igen. Jag blev inte exalterad om jag fick förfrågningar om nya uppdrag. Det var lite konstigt, för jag har alltid blivit väldigt glad och tacksam för nya möjligheter. När jag blev nominerad till International Hairdresser of the Year, något av det största som kan hända oss frisörer, kände jag ingenting, säger Alireza och fortsätter:

– Jag började undra vad det var för fel på mig. Vad var det som saknades? Jag hade allt, men jag kände mig inte glad.

Den perioden började jag ifrågasätta

Foto: Mili Malinovic



Alireza stylade håret på Larsen Thompson för Ferrari Style, Milan Fashion Week.

Alireza Mousavi

Bor: Göteborg

Ålder: 36 år

Gör: Frisör, utbildare och Redken artist

Alireza är återigen redo att ta hårvärlden med storm.

allt under min karriär. Gillar jag ens att jobba som frisör? Är det verkligen det här jag vill göra?

ALIREZA GJORDE DÅ något han aldrig gjort under sitt yrkesverksamma liv. Han stannade upp.

– Jag fann mig själv i en evig cykel av jobb, jobb, jobb, tjäna pengar, tjäna pengar, jobb. Den var konstant. Jag hade aldrig getts chansen att titta på det utifrån, att reflektera och ha tid att analysera saker. Hur mår jag? Jag, Alireza, var aldrig i fokus.

Även om Alirezas karriär är ovanlig är det säkert en situation många kan känna

igen sig i. Att vara fast i ett ekorrhjul utan tid att reflektera.

Alireza behövde komma bort. Han bestämde sig för att hälsa på en kompis som bor i Thailand.

– Jag var jättetrött när jag kom dit och såg inte hur en semester i Thailand skulle ändra något, men då visste jag inte att han hade planerat alla mina fem veckor i Thailand från dag ett till sista dagen. Han är väldigt intresserad av mental hälsa och träning och han lever väldigt hälsosamt.

FÖRSTA VECKAN skickade Alirezas vän honom på en introduktion till mindful- ➤



Toni Garn för Messika Jewelry.
Hår av Alireza.



Alireza stylade håret på Larsen Thompson för Ferrari Style, Milan Fashion Week.

"DEN VECKAN VAR SOM EN BERGOCHDALBANA AV ALLA KÄNSLOR MAN KAN TÄNKA SIG"

► ness och yoga, han fick testa nästan alla sorters yoga som finns.

– Jag kände mig mer förvirrad än inspirerad. Jag hade ångest. Hur skulle jag använda den här informationen? Jag var hela tiden ute efter en quick-fix. Men till slut slutade jag lyssna på min hjärna och bara körde på. Redan efter tre fyra dagar kände jag att något förändrades i mig. Plötsligt slutade jag tänka på framtiden och fann mig själv i stunden.

Alireza fortsatte yoga varje dag i fyra veckor.

– Jag avslutade min resa med en veckas "silent retreat", något som kallas vipassana. Vi gick upp fyra på morgonen och körde tolv timmar meditation och sedan yoga till 22 på kvällen.

Retreatet var långt ifrån den lyxiga världen Alireza blivit van vid.

– Du sover i ett tält, du har inte ens tillgång till varmvatten och måste verkligen utmana dig själv och inse att livet kan vara mycket enklare än vad du tänkt att det ska vara. Tar du bort allt

det materialistiska så finns bara du kvar. Du måste vara med dig själv, det finns ingen som du kan ringa och prata med om dina problem, säger Alireza.

– Den veckan var som en bergochdalbana av alla känslor man kan tänka sig. Men å, vad bra den fick mig att må.

NÄR ALIREZA TILL slut skulle återvända till sitt vanliga liv var han orolig för att han skulle falla tillbaka i samma gamla hjulspår. Han hade hittat tillbaka till glädjen, men var rädd att förlora den igen.

– Det var ganska läskigt att komma tillbaka, men jag fortsatte att vara disciplinerad och göra yoga och en meditation varje dag.

Nu har det gått fyra månader sedan han kom tillbaka från Thailand, och Alireza är fortfarande i balans.

– Jag har ett helt annat mindset nu. Det innebär inte att jag jobbar mindre. Jag har fortsatt jobba på fashion week, filmfestivaler och utbildat. Jag var nyligen i USA och stod på den största scenen hittills i mitt liv, det var 2000

människor i publiken och jag var inte ens nervös. Anledningen till det är alla olika verktyg jag tagit med mig hem som exempelvis meditation, andning och yoga, säger Alireza och fortsätter:

– Missförstå mig rätt, det är viktigt med jobbet, drömmar och mål men det allra viktigaste är hur jag mår inombords. Bara att jag tar en timme per dag för att checka av: "Hur mår jag i dag?" och uppmärksammar hur balansen känns gör att jag mår så mycket bättre.

ALIREZA POÄNGTERAR att han fortfarande är en nybörjare inom yoga och meditation och att det kanske inte är den rätta vägen för alla. Men det har hjälpt honom.

– De här verktygen har hjälpt mig att älska mig själv, min kropp och mitt yrke mer än någonsin. Tack gode gud för att jag får hålla på med det en dag till! Innan har jag tagit livet för givet.

Har du något tips till andra frisörer?

– Precis som alla frisörer hamnar jag

också i situationer där jag står med en kund som kanske haft en sämre dag eller har vaknat på fel sida. I den stunden funkar inget för dem. Hur ska man hitta balansen då? I de stunderna tar jag några djupa andetag, för det är ingen som kan säga "varför andas du nu?" liksom. Då tar jag de sekunderna till att connecta med mig själv och känna: "Alireza, du är en duktig frisör, you got this". Det funkar faktiskt.

Han tycker även att man ska tänka på hur man kan påverka sitt schema för att faktiskt få tid att just andas och reflektera.

– På något sätt har pauserna försvunnit från vårt liv. En 30 minuters lunch har blivit till fem minuter. Men om du inte tillåter dig själv att äta i lugn och ro, hur ska du då hantera hela din dag? Det kanske till och med är så att man måste ta bort en kund från sitt schema, vilket så klart kostar lite på kort sikt. Men mår man bättre och kan leverera ännu bättre för de kunderna som sitter i stolen kanske det är värt det? ♦

"PÅ NÅGOT SÄTT HAR PAUSERNA FÖRSVUNNIT FRÅN VÅRT LIV. EN 30 MINUTERS LUNCH HAR BLIVIT TILL FEM MINUTER"

LOOMIS—PAY®

Kan det bli enklare?

En enda leverantör som tar hand om alla dina betalningar!



Allt i en lösning.

Hantera hela din affärsverksamhet och alla betalningar i en och samma portal. Mindre administration – mer tid för utveckling. Statistik och nyckeltal i realtid.



Snabba utbetalningar.

Hantera tryggt olika typer av betalningar. Pengarna till ditt bankkonto, snabbt och säkert redan dagen efter.



Kostnadsfri installation.

Vi installerar ditt kassasystem helt kostnadsfritt, utan avbrott eller störningar.



Personlig service.

Få support 24/7 för hela ekosystemet med betalningar genom en enda kontaktpunkt. Vi finns alltid redo att hjälpa till över telefon, chatt eller mail.



349:-/mån.*

Just nu: 6 månader gratis vid tecknande av 36 månaders avtal!

*kostnad för inlösen tillkommer



1

2



3



4

Semestern närmar sig och med den sommar, sol och kravlöst häng vid stranden långt bort från saxar och hårfönar. Inspireras av färg, mönster och smart design.

Av Mari Wigren

Strandliv

- 1. Armband med berlocker, Zara, 259 kr.
- 2. Randig väska i nylon, Zara, 179 kr.
- 3. Badtofflor, Milla, Rusta, 99,90 kr.
- 4. Buckethat i strå, & Other Stories, 390 kr.
- 5. Badbyxa, Oas, 800 kr.
- 6. Solfjäder, Rusta, 29,90 kr.
- 7. Solglasögon, Aviator, Chimi, 1400 kr.
- 8. Strandhandduk, Kaleido, Oas, 700 kr.
- 9. Solparasoll, Madonna, Jotex, 4999 kr.
- 10. Kylbox, Idris, Jotex, 1299 kr.
- 11. Cape i gasväv med fransar, Zara, 859 kr.
- 12. Scarf, Kaiki Sico, Beck Söndergaard, 679 kr.
- 13. Kaffekoppar i tre färger, Paquet, Hay, 105 kr/3-pack.
- 14. Strandfilt, Sète, i velour, Ellos, 799 kr.

5



7



6

8



9



10



11



12



14



13

Mästare på att skapa en relation i barberarstolen

Om du nämner Dennis för någon i branschen (det räcker med hans förnamn) så blir ofta reaktionen: "Dennis är en legend!".

Text Karin Fahlstrom



Även i hemstaden har Dennis Liedberg en slags kultstatus, eller ett "unikum" som Östgöta Correspondenten beskriver honom när han fick ett tresidigt reportage och pryda förstasidan inför sin 75-årsdag före jul. Det finns nog inte en Linköpingsbo som inte känner till den 135 år gamla barberashoppen på St Larsgatan, där det varje dag bildas en kö långt före öppning. Förutom måndagar, den enda dagen som går att förboka en vecka i förväg.

Man måste antingen vara tidigt ute eller ha turen att knipa en tid när telefonväxeln öppnar tio minuter innan dörrarna slås upp. På några minuter är han fullbokad, övriga kunder får hälsningen "men du, testa igen i morgon!".

Ett krångligt bokningssystem kan man tänka, vore det inte enklare att ge kunderna en tid i morgon?

– Nej, för fan, då spricker ju alltihop! Då kan de ju boka när som helst. Det har varit

så här i 60 år och det fungerar alldeles utmärkt.

I regn och rusk står kunderna troget och väntar utanför dörren, det har aldrig hänt på morgonen när han öppnar att det är tomt. Rekordet, det är 22 personer dagen före midsommar för några år sedan.

Dennis skrattar vid minnet och berättar att en av kunderna, 65-årige Gunnar, ramlade ihop och slog sig så att de fick ringa efter ambulans. Den kom samtidigt som en av hans stamkunder cyklade förbi och utropade förvånat: "Dennis, släpp de om platserna nu?!"

Gunnar – han fick sin klippning dagen efter i stället.

Klart att han skulle bli fin till midsommar! säger Dennis med ett brett leende.

Det är sådan han är – Dennis "den glada barberaren". Något han började kallas efter World Beard Day-firandet 2016 under Tele2 Arena i Stockholm. Det skägg-/barberarevent som blev startpunkten för den barbercommunity som finns i Sverige idag.

Dennis ha de fått förfrågan om att visa skäggrimning på scenen bredvid Farzad Salehi från Vancouver (@farzad- ➤

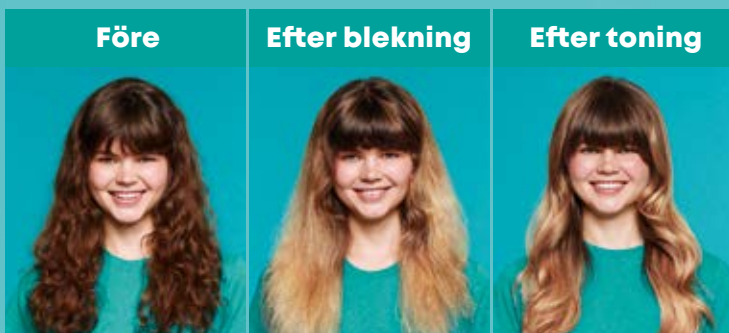




new!

Tonal Control

Vår mest pålitliga och förutsebara toning där färgprocessen kan följas under verkningstiden för flerdimensionella färgresultat.



Scanna här för mer information om Tonal Control, och för att handla dygnet runt på [headbrands.com](https://www.headbrands.com)

Eller ring kundtjänst på 010-49 49 000



Jag var ansvarig för tvålningen så om någon barberare skar sin kund fick jag skiten. Nästa gång brukade kunden säga ”– nu tvålar du in ordentligt, grabbjävel!”

► thehappybarber), en av de bästa i världen på slätraktning. Efterföljande dag höll de en inspirationsdag för barberare.

Det är ett av de ögonblick i sitt yrke som Dennis aldrig glömmet ("det var mitt livs största yrkesögonblick"). Två andra milstolpar var när han som 15-åring frågade om jobb i salongen som Birgitta jobbade i ("hon var skitsnygg"), men i stället blev hänvisad till Frisörfirma Ekros & Lerås, salongen som idag bär hans namn. Och sin 18-årsdag, när han klippte av örsnibben på en kund ("den rullade ner för klippkappan", han visar med fingret hur det såg ut).

Sveriges äldsta barbershop

1887 öppnades herrsalongen Sundins frisersalong av perukmakare Sundin. Idag drivs salongen av Dennis som en klassisk old school barbershop. När man kliver in genom dörren är det lite som att förflyttas tillbaka till 60-talet, med välbevarad inredning och vintageprylar på väggarna, som visar upp salongens resa genom åren.

I augusti 1962 började Dennis som "tvålpojke" på Frisörfirma Ekros & Lerås. Han fick förbereda kunden för rakning och sopa golv.

– Varje tisdag och fredag kl 7 gick hela salongen till Hjälmsätters ålderdomshem och rakade alla gubbar på avdelningen. Jag var ansvarig för tvålningen så om någon barberare skar sin kund fick jag skiten. Nästa gång brukade kunden säga "nu tvålar du in ordentligt, grabbjävel!" säger Dennis och skrattar gott åt minnet.

1962 började Dennis som trummis i ett popband, Candidas. På 70-talet slutade han som frisör för att satsa på musiken. Bytte band 1977 till Tebes, som han fortfarande spelar i.

– Alla i bandet hade mustasch och polisonger. Jag som inte har någon direkt skäggväxt köpte löspolisonger och en Lee Hazlewood-mustasch!

1991 kom han tillbaka till salongen som delägare, och 1995 tog han över den och styrde om inriktningen från herrfrisör till old school barbershop och bytte namn till Dennis Barbershop.

Det handlar om yrkesstolthet

Det var inte bara musiken som fick Dennis att tillfälligt lämna salongen, det var även besvikelsen över att hans yrke "togs bort" på 70/80-talet när man slog ihop herr- och damfrisörutbildningen. I princip försvann plötsligt barberarna från branschen.

– Det var inte bara titeln. Barberarna var inte med när det var möten via Frisörföretagarna. Det var inte en enda herrvisning. I frisörtidningen var det kanske en sida som berörde mig som herrfrisör, resten var bara dam. Vi gamla herrfrisörer, vi hade inget att säga till om. Då gick jag ur Frisörföretagarna, jag blev jättefrustrerad.

Det märks att Dennis tog det hårt, det var som om en del av hans identitet försvann. På frågan hur det blev när han återvände till yrket och vad han kände när barberartrenden tog fart för några år sedan, ändrar han tonläge. Med glädje i rösten uttrycker han: "äntligen, nu händer det!" och berättar att han saknat att gå in till en kollega och bara snacka. Inför barberareventet med Farzad för några år sedan uttryckte han: "Jag har i alla år haft en dröm om att samla barberare i branschen för att hänga och umgås med varandra – och nu kanske det äntligen blir av!" En dröm som på många sätt blivit en verklighet idag då allt fler barberare börjat knyta kontakt med varandra. Dörren till Dennis Barbershop står alltid öppen för branschkollegor.

Lyssna ut kunden

Om det är något som Dennis brinner för så är det just rela- ►



After Work med klassisk herrklippning i Barber Suppliers nya showroom House of Barbers.





Workshop med klassisk slätråkning på Swedish Barber Expo 2019.

Det är inte förbjudet att erbjuda kunderna ett glas till whiskyn, det har gubbarna från kommunen och polisen lärt mig, så det här är vattentätt, vet du!

► tioner. Relationen till yrket, kollegorna och inte minst till kunderna. Över 100 000 huvuden räknar Dennis att han har hunnit klippa under sina år som barberare.

– Inte ett enda samtal är likadant. Det är ett helt liv med bara en massa minnen. Vi delar tårar och glädje!

Dennis förklarar hur det gäller att få kunden att känna sig sedd. Att bry sig om hans bekvämlighet, inte låta kunden sätta sig i en hårig stol eller behöva rätta till klippkappan själv.

– Den personen som sitter i stolen, just då. Han ska känna att han är världens viktigaste person! Du behöver ha stora öron, det gäller att ”lyssna ut” kunden.

– Hemligheten för att få kunden att komma tillbaka är 50 procent hantverket och 50 procent det sociala. Så måste det vara, säger Dennis.

– Vet du de två viktigaste signalerna från en kund? När kunden sätter sig i stolen och tar upp en tidning, eller när kunden blundar. Då ska man vara tyst!

Han skriver kundkort på varje kund. Det står hur de vill ha frisyren, kanske någon anteckning om saker de berättar. Dessa uppdaterar han lite då och då: ”det händer ju att kunden vill byta frisyre efter tio år”.

Eftertraktade kundlådor

Längs med ena väggen finns 413 raklådor. Nummer ett innehas av veterankunden från 1945, och det är i dagsläget fyra års väntan på en egen låda. Dennis berättar om historien bakom dessa.

Vid förra sekelskiftet fylldes salongen varje morgon av handelsresande som skulle rakas. Det gick snabbt mellan kunderna, rakkniven och borsten sköljdes bara av efter kunden. De rika männen ville inte använda samma, för att undvika skäggsvamp.

Dessa kunder betalade för en egen låda i salongen med kniv, borste och tvålköpp. Dennis har fortfarande kvar förteckningen över kunderna. 1915 uppfann Gillette rakbladet och 1925 kom varmvattnet till hemmet, så kunderna började raka sig hemma i stället, och rakningen försvann från salongerna.

När Dennis gjorde om inredningen till klassisk barbershop ville han återskapa lådsystemet. Moppebyråer från Ikea lackades om och fick vintagehandtag med numrering. I dessa lådor ligger kundinfo med klippschema, en egen borste, kam eller rakkniv. Och en liten flaska whisky av varierande märke som kunderna köpt själv. Smart idé, eftersom Dennis på det sättet kringgår regelverket för att bjuda på alkohol.

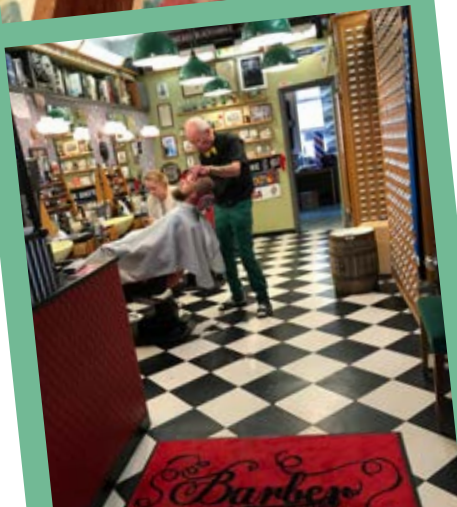
– Det är inte förbjudet att erbjuda kunderna ett glas till whiskyn, det har gubbarna från kommunen och polisen lärt mig, så det här är vattentätt, vet du!

Det sitter i väggarna

Gesällbrevet hänger inramat på en av väggarna, eller ”spegeln av Dennis liv” som han kallar väggen full av minnen. Den var kvittot efter hans år som tvåpojke och sedan fyra år på herrfrisörskolan. 2–3 dagars yrkesskola med lärare Sjöblom, resten av dagarna jobbade han hos Gösta och Harry på salongen han äger i dag. Alla tidigare ägare finns inramade, Clinton på en annan vägg. Det är som att tiden har stannat hos Dennis Barbershop. En fristad för män som gillar *whisky*, *hockey* och *Clint Eastwood*.

– Vi gör samma sak i dag som 1887 – klipper och rakar herrar!

Varje dag öppnar Dennis dörren, ropar ”god morgon, Linköping!” så att det ekar i kvarteret. Kunderna utanför svarar tillbaka. Det är många som innerligt hoppas att det får fortsätta så i många år framöver... ♦



Återvinna och rapportera farligt avfall till Naturvårdsverket?

- Nej fy vad krångligt!



Vi löser det åt dig...

...allting till en fast månadskostnad

Stora Salongen - hämtning varje månad: 799 kr/mån
Lilla salongen - hämtning varannan månad: 499 kr/mån

- Helt bindningsfritt
- Inga dolda avgifter
- Lagkraven uppfylls
Du klipper, vi sköter resten!



Läs mer och beställ.

www.nemax.se • info@nemax.se • 0585-26095



"DOPP I POOL OCH
HAV KAN OCKSÅ
TORKA UT OCH GE
TESTARNA EN FRÄSIG
NYANS AV ... GRÖNT"



Solsäkert sommarhår

Äntligen är ljuset tillbaka. Snart väntar dagar på stranden och dopp i det blå – men inte utan skydd. Hur påverkas håret av sol, klor och salta bad, och hur tar man hand om det på bästa sätt? Vi har dykt ner i farorna och tipsar om hur sommarens solenergi blir till merförsäljning och skötselråd till kunderna.

Text: Jenny Olsson

Solljuset har många positiva effekter på oss, till och med livsnödvändiga för att vi ska må bra både fysiskt och psykiskt. Vi blir piggare och gladare och de flesta känner sig fräschare med lite färg på kinderna. Samtidigt är solen varken hudens eller hårets bästa vän.

Det är lätt att glömma bort att det är lika viktigt att skydda sitt hår som sin hud. Solens ultravioletta strålning har en förmåga att skada håret. Och dopp i pool och hav kan också torka ut och ge testarna en fräsig nyans av... grönt.

PETER JANSSON är sakkunnig inom kosmetiska produkter på branschorganisationen Kosmetik- och hygienföretagen. Han lyfter fram just klor och salt som två riktiga hårbovar.

– Klorerat vatten torkar ut håret och gör det mer mottagligt för spårämnen, salter, mineraler och annat som finns i vattnet. Håret kan även missfärgas eftersom poolvattnet innehåller kopparsalter som ärgar och metallrester som fastnar i håret. Även saltvatten torkar ut håret och gör det mer mottagligt för yttre påverkan. Därmed behöver håret ha mer vård än normalt i form av vårdande och återfuktande produkter, säger han.

Om håret blivit missfärgat bör man först klargöra vad missfärgningen beror på. Har håret gröna nyanser från till

exempel metallen koppar som i varierande halt finns i poolvatten (förekommer även i kopparrör man har hemma), ska man inte bleka bort det. Kvarvarande koppar reagerar med väteperoxid, vilket inte är önskvärt.

Missfärgningar på grund av andra metalljoner, till exempel järn eller mangan, vanligt förekommande i brunnsvatten, bör hanteras med produktinnehåll av kelatbildande ämnen. Kelatkomplexet binder fristående metalljoner oavsett art och på så sätt kan håret renas från dessa.

NUMERA FINNS DET en uppsjö hårvårdsprodukter av hög kvalitet på marknaden, från serum och inpackning till silvershampo och solskydd. Mycket av det som erbjuds håller hög kvalitet och gör nytta, anser Peter Jansson. Men han påpekar samtidigt att, som sakkunnig ser han många gånger övertramp mot gällande regler vad gäller märkning. Man bör därför vara uppmärksam på överdrivna säljbudskap för vad produkter utlovar för resultat.

– **KOSMETISKA PRODUKTER** och ingredienser i dessa som marknadsförs i EU ska vara säkra. De ska leva upp till de påståenden som görs om dem på förpackning eller i reklam. Sedan måste man förstås



Peter Jansson

förstå att vi alla är olika och olika produktformuleringar fungerar olika bra för olika personer. Den största myten är att kemikalier rent allmänt är farliga. Då brukar jag säga att allt innehåller kemikalier, även

vi själva. Det viktiga är att ingredienser och produkter är dokumenterat säkra och korrekt märkta, samt att kommunikationen om produkterna är ansvarsfull och inte bryter mot reglerna. Då kan konsumenten välja den produkt som fungerar bäst för just henne eller honom.

”DEN STÖRSTA MYTEN ÄR ATT KEMIKALIER RENT ALLMÄNT ÄR FARLIGA. DÅ BRUKAR JAG SÄGA ATT ALLT INNEHÅLLER KEMIKALIER, ÄVEN VI SJÄLVA.”

Fakta

2

Förebygg – Bra knep

Hårvårdsrutin – Rätt produkter för hår/skalp och en bra hårvårdsrutin är A och O. Många behöver byta ut sitt schampo och balsam mot lättare sommarprodukter. Överdriven schamponering och överdosering av balsam och inpackning lämnar gärna beläggningar och restprodukter i hårbotten, så det bör undvikas.

UV-skydd – På samma sätt som huden så behöver även håret solskydd. Utbudet av produkter med UV-skydd i form av sprej, lotion och mousse som hjälper till att bevara hårfärg och glans är stort. Håroljor med UV-skydd och andra leave-in-produkter är perfekt för håret under sommaren.

Boostande produkter – Återfuktning i form av serum, olja och inpackning gör stor skillnad för att hålla håret smidigt och mindre frissigt. Hårolja fungerar som en skyddande hinna på varje hårstrå och behöver särskilt appliceras på topparna. Vårdande serum och inpackning ger en extra fuktboost som håret behöver för att inte bli strävt och torrt.

Vila och vårda – Att ta paus från värmeverktyg och överdriven styling under sommaren är inte bara smart. Det öppnar också för att prova nya sätt att styla sin beach-look utan att skada håret. Leave-in-produkter både skyddar och skapar naturliga looker för längre hår. I kortare hår ger en lättare gel en snygg slickad look.

Hatt på – En hatt, keps eller sjal är ett effektivt solskydd för både håret och hårbotten som gärna bränns lätt. En bredbrättad hatt är dessutom ett utmärkt ansiktshudskyddande plagg.

Rätta accessoarerna – Välj kammar, borstar och hårspännen som är skonsamma mot trassligt hår.

”EN BRA KLIPPNING LÖSER
SNABBT KUNDENS PROBLEM
MED SLITET, BLEKT OCH
MISSFÄRGAT HÅR”

3 Rädda – När skadorna redan skett

Klippning – Ibland hjälper inget annat än att ta till saxen. En bra klippning löser snabbt kundens problem med slitet, blekt och missfärgat hår. Dessutom är ett frisörbesök en utmärkt nystart inför hösten.

Silverschampo – Den negativa effekt solen kan ha på färgat/slingat hår kan dämpas med olika korrigerande produkter. Blont hår som förlorat sin lyster och blivit missfärgat neutraliseras med ett bra silverschampo som adderar kalla nyanser.

Extra färgpigment – Ett mörkare hår som missfärgats får tillbaka både glans och nyans genom en vårdande toning eller inpackning med färgpigment. Ska man färga håret under sommaren är det viktigt att tänka på att slitet hår drar till sig mer färg än normalt, vilket kan ge ett mörkare resultat än man tänkt sig.

Fuktbomba hårbotten – Hårbotten glöms ofta bort men behöver lite extra kärlek under sommaren. Ett neutraliserande schampo tar bort restprodukter och åtgärdar den obalans som kan uppstå på grund av temperaturväxlingar och solbränna. Även hårinpackning som masseras in i skalpen fungerar lugnande och tillför rikligt med fukt.

1 Undvik – Farorna för sommarhåret

Klor i swimmingpooler är en vanlig anledning till att håret blir torrt och matt och missfärgat efter bad. Klorvattnen innehåller kopparsulfat som kan ge framför allt blont hår en grön ton. Nytvättat hår är extra känsligt då hårets egna skyddande oljor precis tagits bort. Hårnålar kan också reagera kemiskt av klorvattnet och orsaka bruna märken i håret.

Saltvatten kan ha en förödande effekt på håret. Liksom klorerat vatten verkar saltet blekande på håret och öppnar strånas fjällskikt som gör att det lättare torkar ut. Vid bad i saltvatten (och klorvatten) är det bra att skölja håret med sötvatten så snart man kan efteråt.

Sol torkar ut och gör håret sprött och glanslöst. Den kan även ge missfärgningar, i synnerhet om håret är färgat/slingat. Solens ultravioletta strålar lockar fram varma undertoner, vilket gör att blont hår ofta får en gul nyans och mörkt hår lätt blir rödorange.

Värme har en skadlig effekt på håret, inte bara värme från stylingverktyg som fön eller plattång. Även solskensvärme är påfrestande. Många upplever sig ofräscha på grund av svett som bildas och tvättar därför håret för ofta.

3



Årets Jury

Årets Frisör:

Peter Hägelstam, Marta Spizewska,
Joakim Roos, Sarah Åsard, Hans Nilsson,
Hillewi Gottfridsson och Josefin Gligic Rognsøy.

Årets Barberare:

Kenneth Johnsson, Ryan Lewis,
Mahesh Hayward och Jen Winters.

Årets Arbetsgivare

Staffan Westman, Marika Grönroos,
Helena Lundgren och Thomas Francke.

ÅRETS FRISÖR

EN TÄVLING AV FRISÖRFÖRETAGARNA

2023

*Efter ett gediget utfört arbete av
Årets Frisörs jury är de nominera-
de i alla tävlingskategorier klara.
Vinnarna presenteras på Årets
Frisör-galan den 13 maj!*

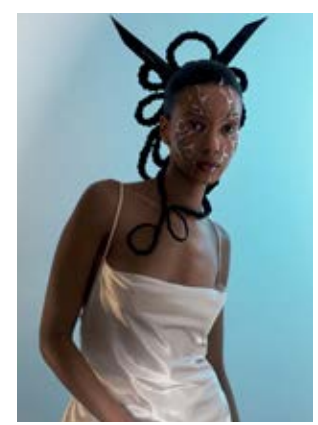
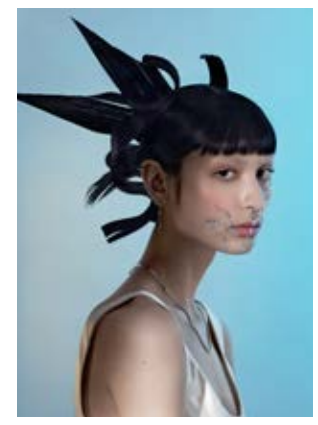
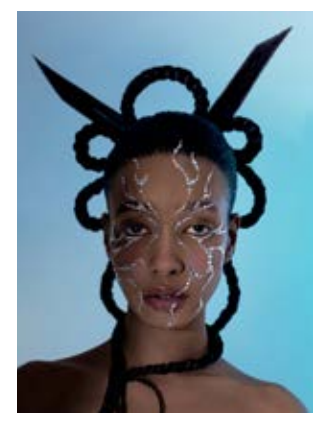
NOMINERAD ÅRETS ARBETSGIVARE

Gro Hår & Skägg
Göteborg

Bergfeldts Frisörer
Kalmar, Växjö, Karlskrona, Älgshult

Znygg
Luleå

Salong Tingeling
Skövde



NOMINERAD

ANNIE ANKERVIK

— ÅRETS AVANTGARDE —

Swimming on Mars, Västervik
Fotograf: Linda Andersson

NOMINERAD

HAISAN BEKIROGLU

— ÅRETS AVANTGARDE —

Ekman Hair, Stockholm
Fotograf: Linda Andersson



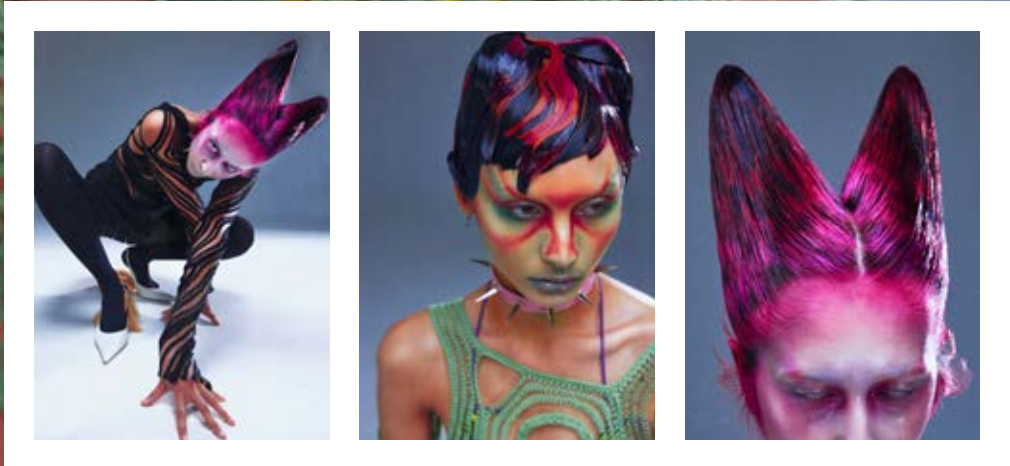
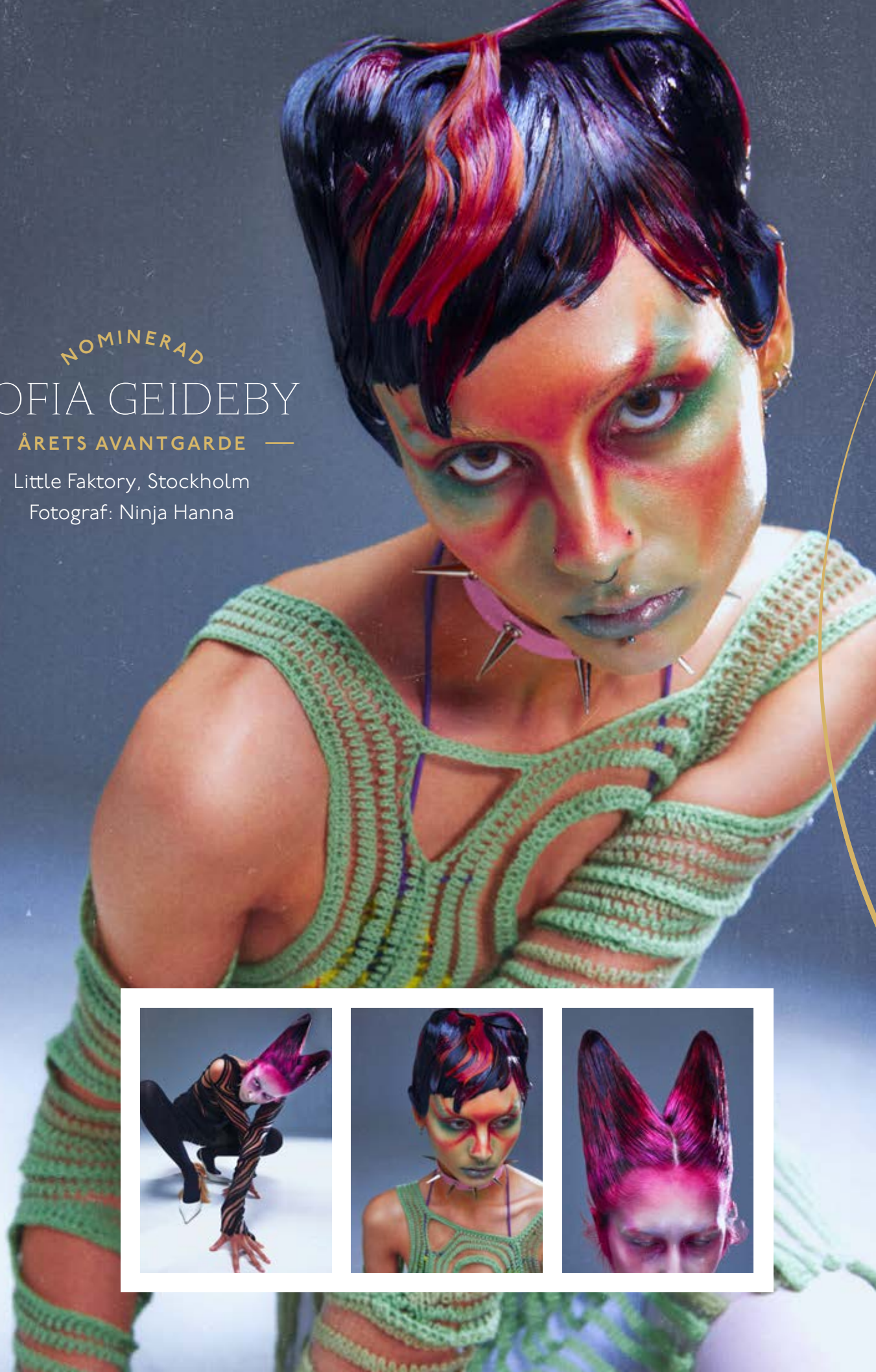
NOMINERAD

SOFIA GEIDEBY

— ÅRETS AVANTGARDE —

Little Faktory, Stockholm

Fotograf: Ninja Hanna





NOMINERAD

EMMA FALKENSJÖ

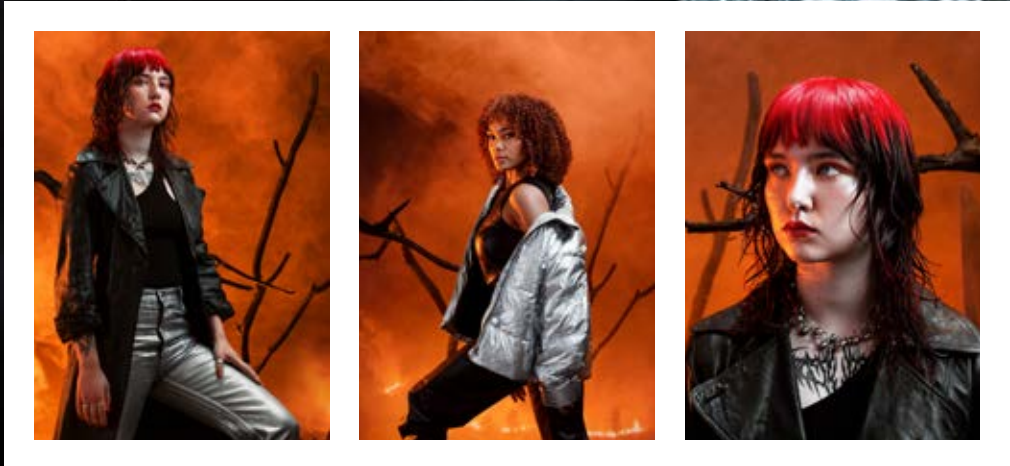
— ÅRETS AVANTGARDE —

Endorfin Hårvård, Göteborg
Fotograf: Gunnar Jönsson

NOMINERAD
SESSILI JERING

— ÅRETS LÅNGA —

Studio Lugga, Göteborg
Fotograf: Kristian Krän & Marco Grizelj



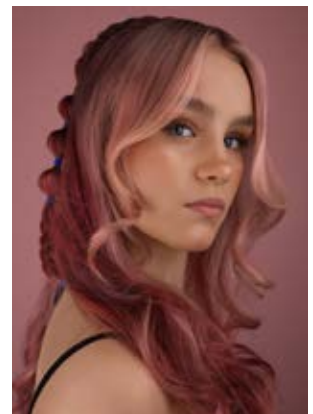
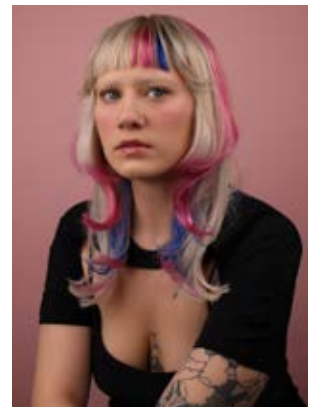


NOMINERAD

MIN JI NAM

— ÅRETS LÅNGA —

Hårgänget, Stockholm
Fotograf: Henrik Korpi



NOMINERAD

ISABELLE TIMLÖV

— ÅRETS LÅNGA —

Highlights Hairteam, Eskilstuna

Fotograf: Isabelle Timlöv

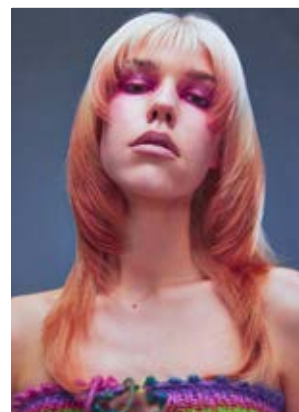
NOMINERAD

WERONIKA K. CIEMNA

— ÅRETS LÅNGA —

Little Faktory, Stockholm

Fotograf: Ninja Hanna





NOMINERAD

LINDA STRIDBECK BOLIN

— ÅRETS KORTA —

Hårgänget, Stockholm
Fotograf: Magnus Tinglöv

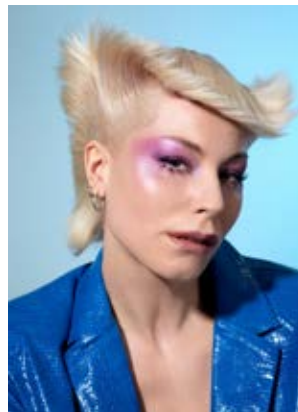
NOMINERAD

ANNIE ANKERVIK

— ÅRETS KORTA —

Swimming on Mars, Västervik

Fotograf: Linda Andersson

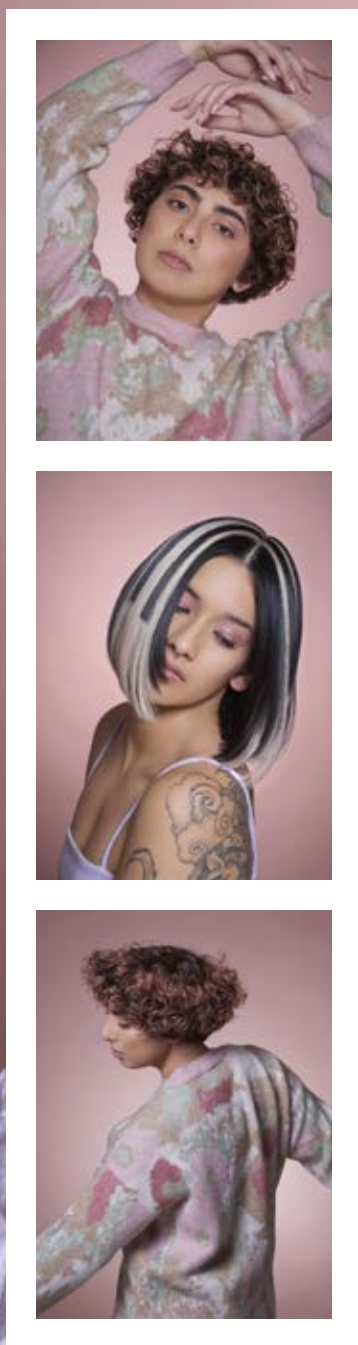


NOMINERAD

MIRJAM ELIASSON

— ÅRETS KORTA —

Salong Guld, Göteborg
Fotograf: Rebecka Bjurmell





NOMINERAD

KOCHI FARAJ

— ÅRETS KORTA —

Élan by Kochi, Stockholm

Fotograf: Leonard Gren

“
**MAKE YOUR
STATEMENT.**
”

VI ÄR BARBERARE TILL YRKET OCH KREATÖRER I SJÄLEN.
TILLSAMMANS HAR VI SKAPAT ETT VARUMÄRKE SOM
OMDEFINIERAR NORMERNA FÖR GROOMING.

DETTA ÄR VÅRT STATEMENT. VILKET ÄR DITT?

Nomad Barber

@NOMADBARBER

TRAVELING BARBER,
PHOTOGRAPHER & FILMMAKER

Stay Gold

@STAYGOLD31

AWARD-WINNING BARBER,
EDUCATOR & CONTENT CREATOR

Julius Caesar

@JULIUSCAESAR

SESSION BARBER, PLATFORM EDUCATOR
& CREATIVE DIRECTOR

STMNT

STATEMENT
GROOMING GOODS



@STMNTGROOMING STMNTGROOMING.COM

STMNT
STATEMENT
GROOMING GOODS

Shaped by our collaborative vision and formulated by our passion, this brand is more than just its products. As creatives and innovators alike, we've developed a high performance range to not only contribute, but help rewrite the standards of grooming. This is our **STATEMENT.**

Normal Barber Jay P. J. J. J.

SHAMPOO

SHAMPOOING

300 ML NET / 10.14 FL. OZ.



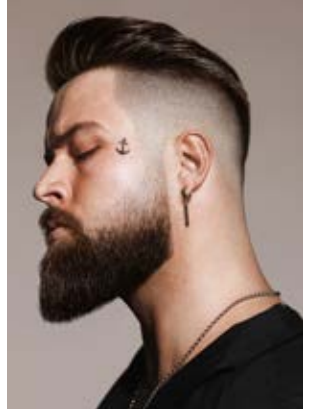
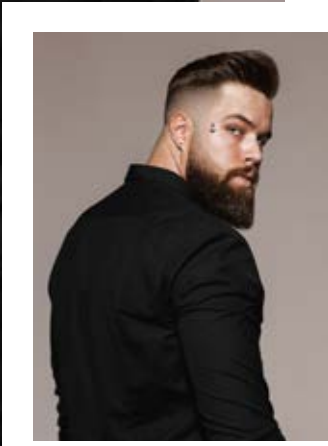
NOMINERAD

KOCHI FARAJ

— ÅRETS BARBERARE —

Élan by Kochi, Stockholm

Fotograf: Leonard Gren



NOMINERAD

ALAN MANNERSTÅL

— ÅRETS BARBERARE —

Mannerståls Herrfrisering, Stockholm

Fotograf: Johan Bergmark





NOMINERAD

CHRISTOFFER ZETTERLUND

— ÅRETS BARBERARE —

Gro Hår & Skägg, Göteborg

Fotograf: Johan Dirfors



NOMINERAD

HOMAN TAGHIZADEH

— ÅRETS BARBERARE —

Sharper of Sweden Barbershop, Göteborg

Fotograf: Nissor Abdourazakov



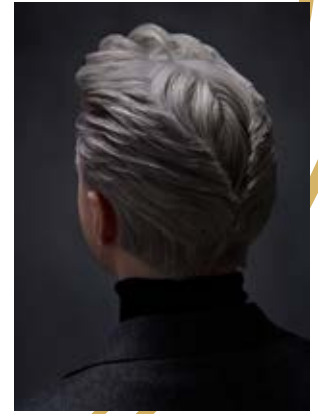


NOMINERAD

ELIAS HABIBSON

— ÅRETS BARBERARE —

Oaklake Barbershop, Eksjö
Fotograf: Mikael Strandh



NOMINERAD

ALI ALAHMAD

— ÅRETS BARBERARE —

Troy Salon, Kalmar
Fotograf: Zakaria Hosseini

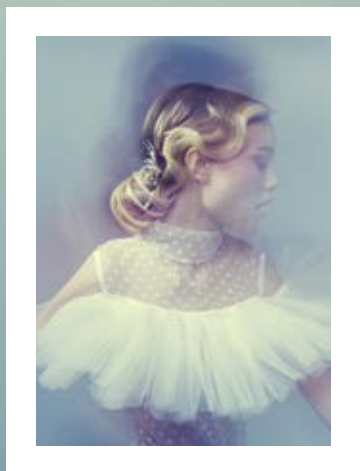


NOMINERAD
CHRISS BERNER

— ÅRETS BRUD —

Novo, Stockholm

Fotograf: Andreas Lundberg





NOMINERAD

OLIVIA JONSSON

— ÅRETS BRUD —

Annelis Hårdesign, Luleå

Fotograf: Per Bergbom



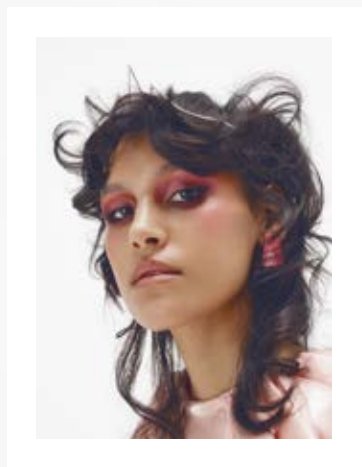
NOMINERAD

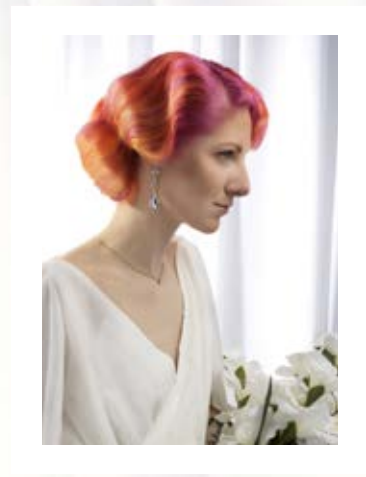
SOFIA GEIDEBY

— ÅRETS BRUD —

Little Factory, Stockholm

Fotograf: Beata Cervin





NOMINERAD

LINDA SCHUSTER

— ÅRETS BRUD —

Etage, Karlskrona
Fotograf: Linda Schuster



NOMINERAD

ANNA LE

— ÅRETS BRUD —

Victor Noblesse, Göteborg

Fotograf: Dani Abunar



NOMINERAD

SALONG TINGELING

— ÅRETS KOLLEKTION —

Sheriin Emanuelsson, Nilla Lindstrand,
Ida Lake, Skövde
Fotograf: Örjan Jakobsson



NOMINERAD

NOVO

— ÅRETS KOLLEKTION —

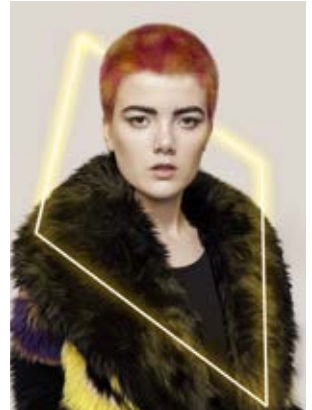
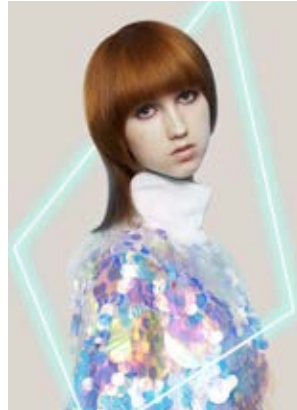
Chriss Berner, Jannie Olofsson,
Ola Oterkjaer, Stockholm
Fotograf: Andreas Lundberg





NOMINERAD
HÅRGÄNGET
— ÅRETS KOLLEKTION —

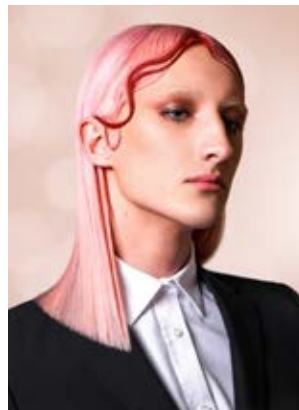
Linda Stridbeck Bolin, Min Ji Nam,
Filippa Koski, Karin Dazzi, Stockholm
Fotograf: Henrik Korpi



NOMINERAD
HOLY HAIR

— ÅRETS KOLLEKTION —

Jessica Svensson, Matilda Gunnarsson,
Moa Parsson, Saga Andersson, Helsingborg
Fotograf: Elina Liljeholm





NOMINERAD

ENDORFIN HÅRVÅRD

— ÅRETS KOLLEKTION —

Pia Tidholm Carstens, Emma Falkensjö,
Åsa Drivemark, Göteborg
Fotograf: Gunnar Jönsson

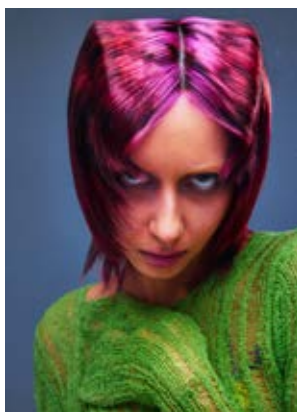
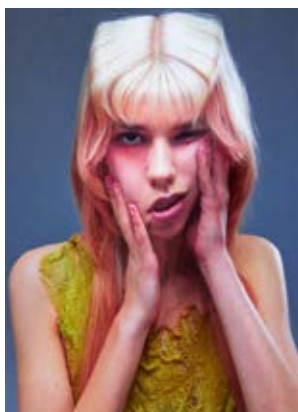
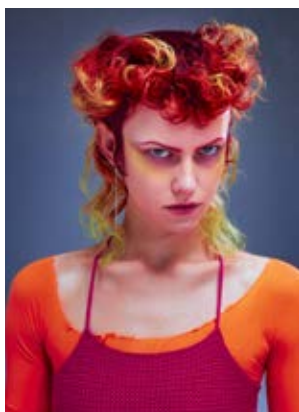
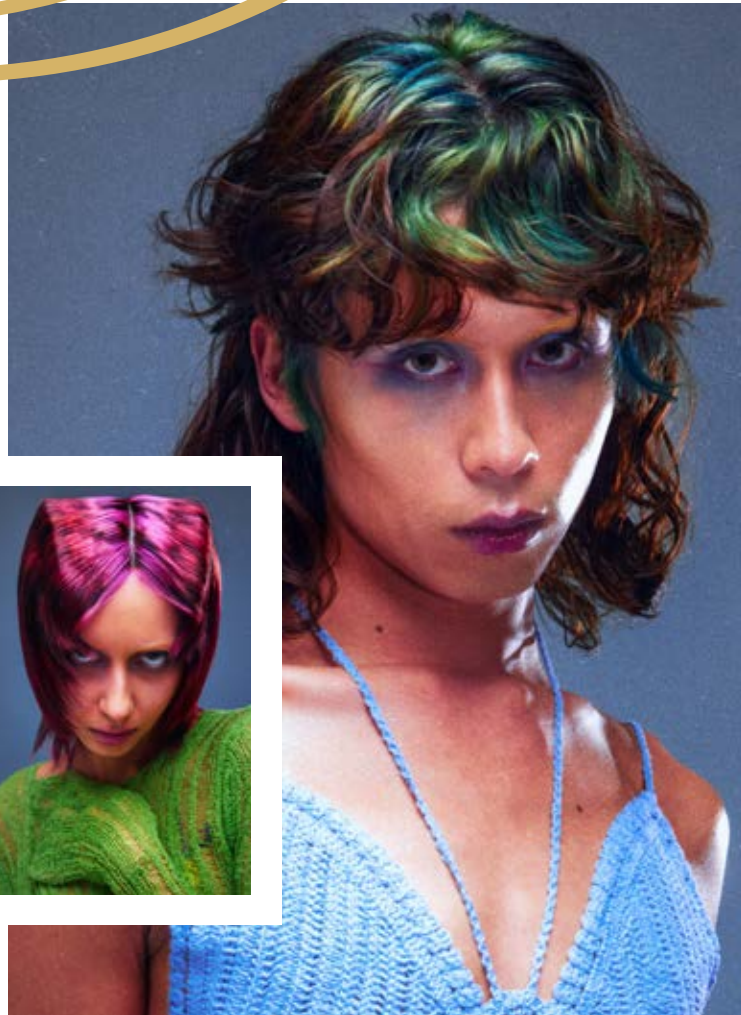


NOMINERAD

LITTLE FAKTORY

— ÅRETS KOLLEKTION —

Sofia Geideby, Annica Carlander,
Weronika K. Ciemna, Stockholm
Fotograf: Ninja Hanna



NYFIKEN REDAN NU? LYSSNA PÅ AVSNITTET HÅLLBART MED BRUNS FRISÖRER AV HAIR TALKS

BRUNS

ALWAYS GREAT HAIR DAYS

NYFIKEN PÅ REN HÅRVÅRD?

Vi på BRUNS kommer gärna till dig för att prata om våra rena produkter, vårt sätt att jobba och ren hårvård!

Vi ger handfasta tips och kunskap på hur du som frisör kan arbeta hållbart. Bjud in dina frisörkollegor, oavsett hur ni arbetar idag, för att lära er mer om BRUNS sortiment.

BESÖKET ÄR HELT KOSTNADSFRETT!

KONTAKTA OSS FÖR ATT VETA MER: cecilia@brunsproducts.com





NOMINERAD

JOSÉ HÖRNBLAD

— ÅRETS TEXTURERADE —

Gro Hår & Skägg, Göteborg
Fotograf: Johan Dirfors

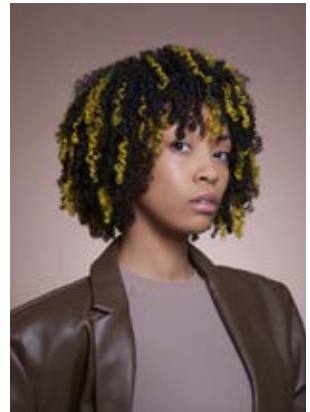
NOMINERAD

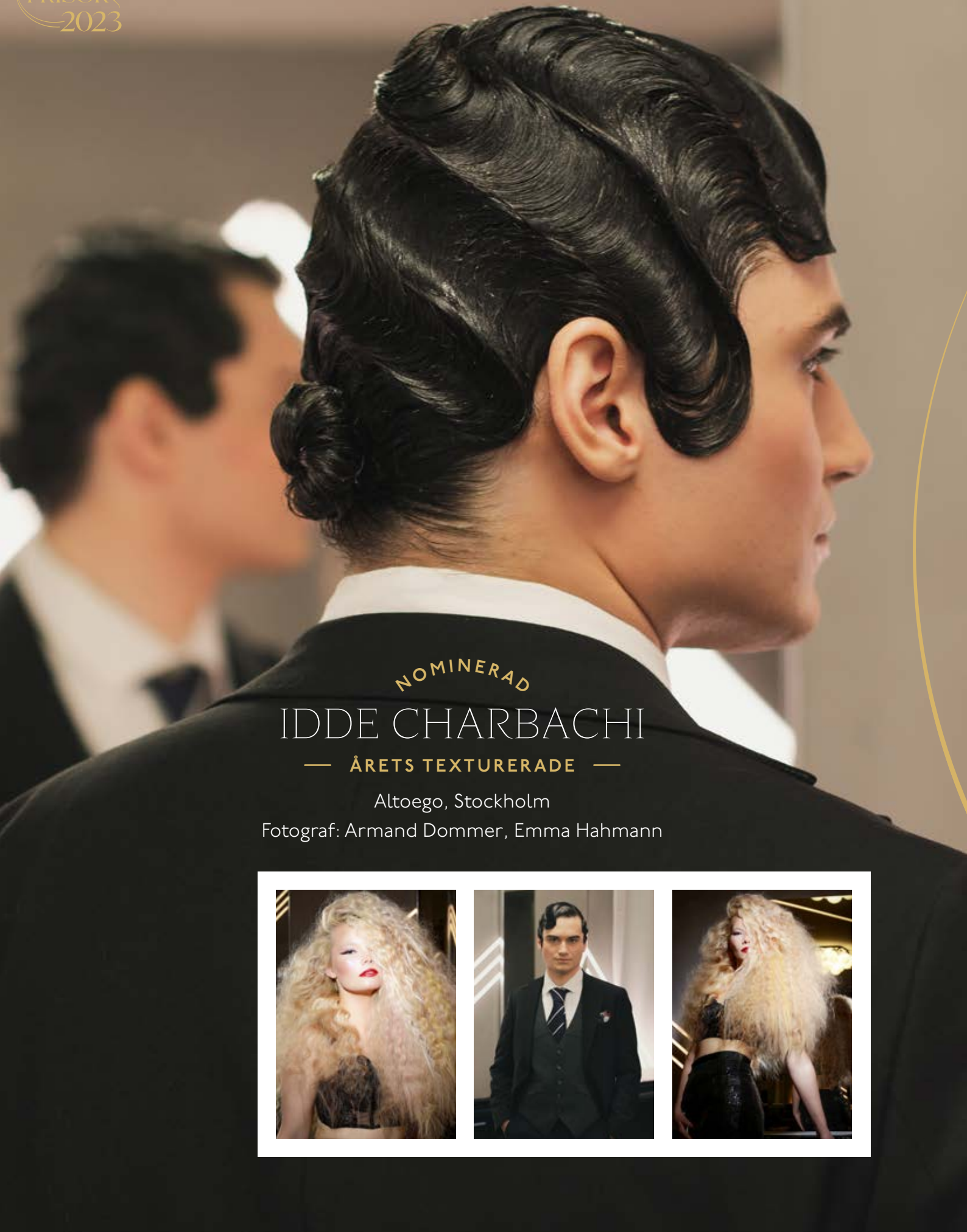
VICTORIA KIESSLING

— ÅRETS TEXTURERADE —

Salong Guld, Göteborg

Fotograf: Rebecka Bjurmell





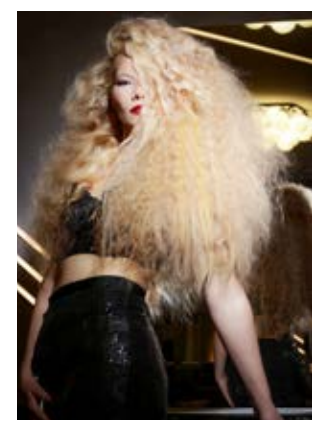
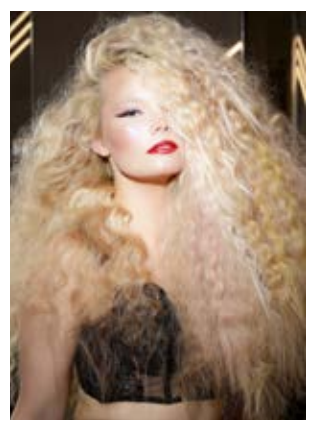
NOMINERAD

IDDE CHARBACHI

— ÅRETS TEXTURERADE —

Altoego, Stockholm

Fotograf: Armand Dommer, Emma Hahmann





NOMINERAD

LINDA STRIDBECK BOLIN

— ÅRETS TEXTURERADE —

Hårgänget, Stockholm
Fotograf: Magnus Tinglöf



NOMINERAD

SARA LUNDKVIST

— ÅRETS NYKOMLING —

Evolve, Skellefteå

Fotograf: John Carlsson

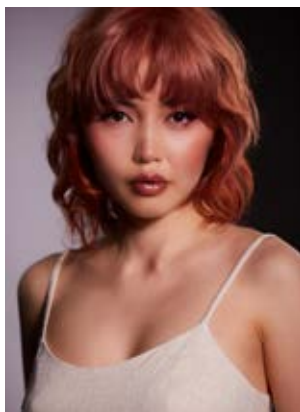
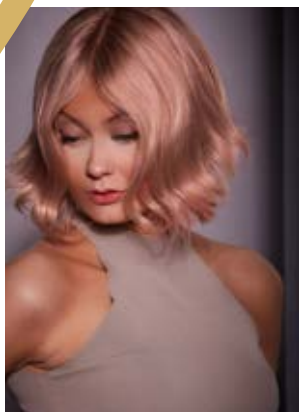
NOMINERAD

MAHSA ABBAS

— ÅRETS NYKOMLING —

Victor Noblesse, Göteborg

Fotograf: Dani Abunar



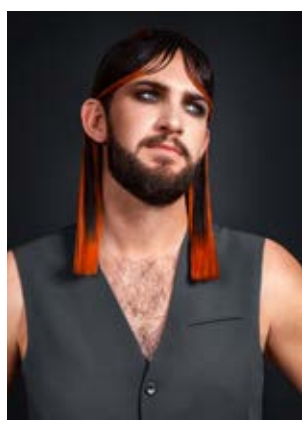
NOMINERAD

MOA PERSSON

— ÅRETS NYKOMLING —

Holy Hair, Helsingborg

Fotograf: Elina Liljeholm





NOMINERAD

CLARA GUSTAFSSON

— ÅRETS NYKOMLING —

Klippstället, Malmö
Fotograf: Adrian Florén

NOMINERAD

— ÅRETS LOOK —



KOCHI FARAJ

Élan by Kochi, Stockholm
Fotograf: Leonard Gren



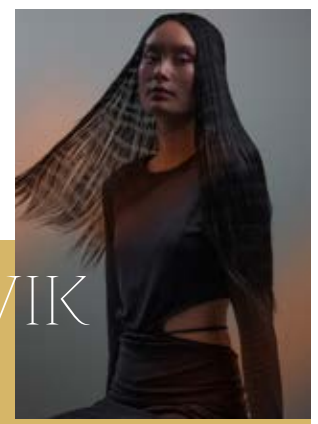
LINDA SCHUSTER

Etage, Karlskrona
Fotograf: Linda Schuster

HENRIK DANIELSSON



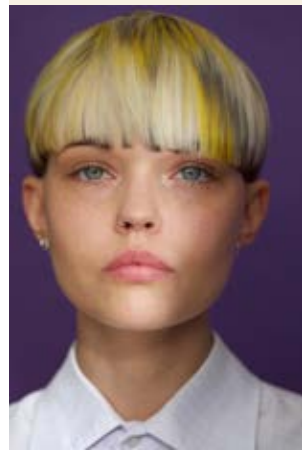
Headon, Malmö
Fotograf: Christopher Rosenfeldt



ANNIE ANKERVIK

Swimming on Mars, Västervik
Fotograf: Mathias Sterner

DEJAN CEKANOVIC



Oh Yes, Stockholm
Fotograf: Henrik Korpi



JESSICA SVENSSON

Holy Hair, Helsingborg
Fotograf: Elina Liljeholm

NOMINERAD

— ÅRETS LOOK —



ANNIE ANKERVIK

Swimming on Mars, Västervik

Fotograf: Linda Andersson



EMMA FALKENSJÖ

Endorfin Hårvård, Göteborg

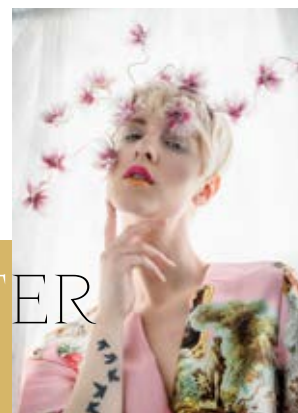
Fotograf: Gunnar Jönsson

LINDA STRIDBECK BOLIN



Hårgänget, Stockholm

Fotograf: Henrik Korpi



LINDA SCHUSTER

Etage, Karlskrona

Fotograf: Linda Schuster

HOMAN TAGHIZADEH



Sharper of Sweden Barbershop, Göteborg

Fotograf: Mehdi Kabirzade

JOICO
the joi of healthy hair

MÖT NYA & UPPDATERADE

BLONDELIFE®

Familjen utökas!

Nu med **Demi Gloss** som nyanserar, vårdar och återuppbygger håret, **Balayage Lightener** som erbjuder full kreativitet och **Developers** som är extra vårdande och återfuktade med kokosolja.

Upptäck
Blonde Life här:



TENDENZ

@joicosweden
www.joico.se

BLI EN BÄTTRE FÖRETAGARE MED FRISÖRFÖRETAGARNA

MEDLEM



Frågorna är många

– VI HJÄLPER DIG
MED SVAREN!

Teknikens utveckling i salongerna går i en rasande fart och vår ordförande tillika gästkrönikör slår fast att kvinnors företagande bygger detta land. Häng med!

ÄNTLIGEN FRISÖRGOLF-SM

För alla härliga frisörer och barberare som spelar golf. Anställda, ägare och leverantörer **BOKA IN DIG IDAG!**



Datum: 1-2 september

Bana: Lannalodge

Pris: 2 800 kr plus moms

Kontakt:

Anette Petersson 070-858 40 65

Veronica Stalquist 070-332 35 36

Freddi Holm 070-622 75 31

Wiveka Gillow 070-656 58 11



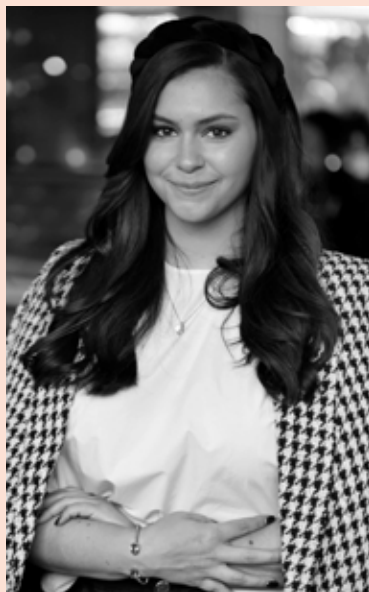
Anmälan och mer information: frisor.se. Begränsat antal platser.



Stärk ditt varumärke på sociala medier

Syns du inte, så finns du inte. Att jobba med marknadsföring via sociala medier kan vara minst lika viktigt för dina affärer som andra insatser. Men det finns stora skillnader mellan de olika medieplattformarna, så det gäller att välja kanal med omsorg. Var ska man synas som frisör, vad ska man posta och hur ofta? Vi bad experten Alexandra Wiseman ge sina bästa tips om hur du fångar din målgrupp.

Text: Jenny Olsson



Experten Alexandra Wiseman vet var man når ut bäst.

Med hjälp av sociala medier kan du marknadsföra dig själv och dina tjänster och bygga relationer med både befintliga och framtida kunder. Enligt Internetstiftelsen använder åtta av tio svenskar sociala medier och runt 40 procent följer olika varumärken och företag. Nyckeln till att lyckas och inte lägga resurser på fel saker är att veta var just din målgrupp rör sig och vad den inspireras av. Bra frågor att ställa sig är "Vilka problem har mina kunder?" och "Hur kan jag inspirera dem på sociala medier att lösa dessa?".

– Det finns många olika parametrar som avgör, men det viktigaste är att man förstår vem man pratar med. Du måste tillföra ett värde för kunden, du skapar inte innehållet till dig själv. Har man inte jobbat med sociala medier tidigare är det lätt att ramlar i fällan att bara prata om sig själv och sin produkt. Fokusera i stället på att prata om sådant din målgrupp kan relatera till, säger Alexandra Wiseman, expert på digital marknadsföring.

FOKUSERA PÅ ATT skapa relevans. Budskapet måste anpassas till både målgruppen och mediet; att synas bara för sakens skull är sällan någon bra idé.

Genom att ta fram en strategi och en inne-

hållsplan för vad du ska publicera, hur och med vilken frekvens, säkerställer du att du kan upprätthålla hög kvalitet. Men gör det inte för avancerat, poängterar Alexandra Wiseman. Agera smart och fundera över hur mycket tid du faktiskt kan lägga på dina sociala medier.

– **MAN MÅSTE GÖRA** ett grundarbete, så lägg tid på att prata med kunderna och fråga vad de blir inspirerade av, vad de söker hos en frisör och vilka hårutmaningar de har. Utnyttja det och prata om och visa lösningarna. I dag finns kunderna nästan överallt så stirra dig inte blind på de olika kanalerna eller att du måste finnas på alla samtidigt. Känner du dig bekväm med Instagram kanske du ska fokusera på det först. Sänk ribban och bara kör igång!

En sak att tänka på är också att avsätta tid till att interagera med målgruppen i kommentarsfältet och din DM. Sociala medier är socialt och inte en envägs-kommunikation. Det skapar förtroende och hjälper ditt konto att växa. Dessutom får du djupare insikter i vad dina kunder faktiskt behöver.





Hur använder man de olika sociala medierna på bästa sätt?



LinkedIn

En webbtjänst och ett socialt nätverk med inriktning på arbetslivet och nätverkande mellan arbetssökande och företag. Här kan du bygga upp en professionell företagsida i syfte att marknadsföra salongen och vad ni gör, hitta nya kunder, rekrytera medarbetare och hålla koll på konkurrenterna. Snarare än inspirationsinlägg så är LinkedIn en bra kanal för att driva frågor inom frisöryrket, lyfta utmaningar i branschen etcetera. Kanske vill du bygga ditt varumärke för att bli en profil i branschen?

Målgrupp: Linkedins användare består nästan enbart av personer i åldern 18–65 år. Användandet är särskilt stort bland tjänstemän.

Frekvens: Precis som på andra sociala nätverk är kontinuitet och relevant innehåll för dina följare viktigt. Fokus bör inte ligga på "sälj" utan på att dela med sig av kunskap och nyheter.

Tänk på: Kombinera en personlig profil med din företagsida för bästa resultat. "Se till att dina anställda som använder LinkedIn är kopplade till företaget och att deras profiler också ser okej ut. Då ökar chansen att dina spekulanter konverterar till kunder."



"KANSKE KAN DU BJUDA IN TILL EN AW I SALONGEN MED BUBBEL OCH GRATIS STYLING?"



Facebook

Världens största sociala nätverk där användare delar text, bilder, filmer och interagerar med andra. I Sverige är Facebook sett till antal användare en av de tre största plattformarna (tillsammans med Youtube och Instagram). Olika generationer använder Facebook på olika sätt. En av de vanligaste aktiviteterna är att gratulera sina vänner på födelsedagen och chatta med folk man känner. Även att anmäla sig till och själv skapa och bjuda in till evenemang är populärt. Kanske kan du bjuda in till en AW i salongen med bubbel och gratis styling?



Målgrupp: Personer i alla målgrupper, men framför allt äldre generationer. Användandet av Facebook är som störst bland personer födda på 70-, 80- och 90-talet.

Frekvens: Hitta en metod som fungerar för dig. Facebook är lite speciellt då du inte får samma räckvidd som till exempel på Instagram eller Tiktok. Det betyder inte att inläggen är oviktiga. Betald annonsering fungerar ofta väldigt bra på Facebook.

Tänk på: Håll inläggen familjära och med glimten i ögat, till skillnad från Instagram som är mer för inspiration och det kreativa.

Instagram

Kreatörernas epicentrum där interaktionen huvudsakligen är centrerad runt bilder och videor (inlägg, händelser, rullar med mera). Idealiskt för frisörer och salonger för att skapa en spännande visuell relation med kunder. Bland funktionerna finns exempelvis möjligheten att göra rullar/reels, vilket är ett utmärkt sätt att bygga en följarskara. Varför inte lägga upp håruppsättningstutorials någon gång i veckan?

Målgrupp: Över en miljard användare globalt. I Sverige är det personer födda på 80-, 90- och 00-talet som använder Instagram i högst utsträckning. Därefter

sjunker det successivt i de äldre generationerna.

Frekvens: Ett viktigt steg för att få likes och följare är att publicera kontinuerligt och skapa engagemang. Sätt ett mål för hur ofta det är rimligt för dig att hinna med. Fungerar 3–4 gånger i veckan så är det jättebra; en gång i veckan är för lite för att ge resultat.

Tänk på: Fokusera på bra copy. Kom också ihåg att lägga lite tid på din profil så att den blir tydlig och informativ.



”EN VIDEO OM DAGEN ÄR ULTIMAT MEN ÅTERIGEN, UTGÅ FRÅN VAD DU MÅKTAR MED OCH SÄTT RIMLIGA MÅL SOM DU KLARAR AV ATT HÅLLA”

Tiktok

En av de roligaste sociala plattformarna där personer skapar och delar korta mobilfilmer, ofta med musik och ljud i centrum. Varför rolig? Därför att klippa många gånger bygger på humor. Tiktok är en väldigt annorlunda plattform med en viss jargong. Men allt är inte tjo och tjim och dansvideor så du måste inte ställa dig och dansa i din salong, däremot förstå hur plattformen fungerar.

Målgrupp: Framför allt populärt bland barn och unga men växer i äldre målgrupper. Som störst är användandet bland 00-talister; drygt hälften av dem använder Tiktok dagligen.

Frekvens: En video om dagen är ultimat men återigen, utgå från vad du måktar med och sätt rimliga mål som du klarar av.

Tänk på: Skapa engagerande innehåll som rimmar med tonen och communityt. Ha ett positivt anslag och var äkta. Det får gärna kännas hemmagjort.



Youtube

Videotjänst som länge varit populär. Används i första hand för att se videoklipp för underhållning, eller för att titta på instruktionsfilmer och kursmaterial. Det går också att prenumerera på kanaler, vilket fler barn än vuxna gör. Vill du utbilda inom någonting så fungerar tutorials jättebra.

Målgrupp: Används förhållandevis brett över generationerna, men framför allt av de unga. Alla under 25 använder

plattformen och en stor del gör det varje dag. Användningen är även hög i äldre åldersgrupper 65-plus.

Frekvens: På Youtube är frekvensen inte lika viktig eftersom materialet lever väldigt länge. Har du gjort en riktigt bra video så kan den leva i många år. En utbildningsvideo i månaden fungerar fint.

Tänk på: Satsa på professionell klippning med bra övergångar, samt att ljudet är bra.





Framtidens frisörsalong

Kunden hittar dig via Google, visar sin drömfrisyr med ett Snapchatfilter och betalar sin klippning med mobilen. Hur digital måste en salong faktiskt vara? Det är inte alltid lätt att hänga med i den digitala teknikens fram-marsch – men framtidens kund kanske kräver det.

Text: Lisa Rosman



Frisörsalonger och teknik hör ihop. Inte bara klipptechnik och apparater som används på golvet, utan det krävs många tekniska lösningar för att få en salong att fungera – och för att ge kunden en bra upplevelse.

Björn Axén införde Sveriges första datoriserade frisörbokningssystem redan 1984. I dag kan det vara svårt att ens föreställa sig att inte använda datorn för att hålla koll på sina kunder. I de nya digitala bokningssystemen får kunden ofta mata in alltifrån hårtyp till längd och utgångsläge innan de bokar sin önskade behandling, vilket ger frisören en bra indikation på hur besöket kommer se ut och en chans att vara väl förberedd.

ÄVEN HUR KUNDERNA hittar salongen har med teknik att göra. Att ha en bra hemsida, ranka högt på Google och ha en närvaro på sociala medier för att locka in kunder är nästan lika viktigt som att ha en fin lokal och bra personal. För att inte tala om hur mycket själva upplevelsen har förändrats.

Kunden som sätter sig i stolen i dag förväntar sig något helt annat än hen gjorde för bara några år sedan. Pandemin accelererade digitaliseringen i samhället och i dag ställer människor allt högre krav på funktion och tillgänglighet.

Digmi är en startup som har tagit fram en skräddarsydd salongsplatta för att göra det enklare för frisörer att digitalisera sina salonger. >

Kunderna som sätter sig i stolen i dag förväntar sig något helt annat än de gjorde för bara några år sedan.



- – Via vår platta får man tillgång till hela Readlys utbud av magasin och tidningar, det var så Digmi startade. Vi ville erbjuda ett mer hållbart alternativ till papperstidningar som dessutom har den senaste upplagan av kundernas favoritläsning, säger Annie Grönblad, marknadschef på Digmi, och fortsätter:
 - När vi började samarbeta med salonger insåg vi att det fanns ett behov av att i högre grad nyttja en platta för att jobba smartare med flera delar av kundresan. I dag finns mängder av sätt att lyfta fram salongens erbjudanden, genomföra konsultationer och spara tid genom att effektivisera arbetet i våra plattor. Vi jobbar nära våra kunder för att ständigt utveckla vår tjänst vidare med fokus på att vara ett verktyg som ger service, sparar tid, skapar tillgänglighet och ökar lönsamheten.

underhållning i stolen innebär inte att man kan luta sig tillbaka med den personliga servicen och interaktionen med sina kunder, säger Annie.

Hon menar snarare att den digitala världen vi lever i ställer större krav på social kompetens och det personliga bemötandet.

Den artificiella världen tar sig in i verkligheten

Det går fort i den digitala världen. För bara några årtionden sedan var AI (artificiell intelligens) och AR (augmented reality) något vi såg i sci-fi-filmer – nu använder vi filter som förändrar vårt utseende, styr våra husapparater med rösten och matar in frågor till en chatrobot som genererar fram (ganska) bra svar. Det är inte alls främmande att tänka att framtidens salonger använder AR-filter för att visa kunden potentiella frisyrier.

– Vi behöver inte föreställa oss det, förklarar Annie. Redan i dag använder Amazons hårsalonger AR vid sina hårkonsultationer, och LA-frisören Ted Gibson har integrerat Alexas röststyrning på sin salong. Där kan kunderna med hjälp av Alexa välja ljussättning, musik och enkelt få tillgång till allt salongen erbjuder direkt på en skärm framför sig.

ÄVEN OM FÅ SALONGER i Sverige har budgeten att använda ny teknologi i lika stor utsträckning som de ovan nämnda är det inte dumt att hålla koll på vilka digitala lösningar andra använder, menar Annie Grönblad. Det kan vara så att du kan göra mer än du tror.

– Mycket teknik finns redan där för dig att använda, L'Oréal har ju till exempel ett kostnadsfritt håranalysverktyg som de har utvecklat som kan underlätta konsultationer. Att kolla vad stora bolag och coola salonger gör kan ge en inspiration och idéer för hur man kan ge sina kunder en bättre upplevelse. Och en kund som är nöjd med sin upplevelse kommer tillbaka, säger Annie.

Så, framtiden är alltså redan här. Vad kommer näst? ♦

Fallgropen med digitalisering är att tro att de nya funktionerna ska ersätta mänskliga relationer.

94 PROCENT AV Sveriges befolkning använder nät-tjänster dagligen. Swish, Klarna, Kivra och digitalt bank-id är exempel på lösningar som underlättar vår vardag. I skönhetsbranschen finns det mängder av appar och funktioner skapade för att skapa värde för salonger och konsumenter. Detta ökade i snabb takt under pandemin, när det inte fanns andra alternativ för att nå ut.

– Som kunder är vi vana vid en smidig, enkel och tillgänglig digital service i mängder av branscher. Det ökar förväntan på just det, oavsett var man befinner sig och gör att de företag som inte följer med i utvecklingen riskerar att utkonkurreras. Det är viktigt att våga investera i digital teknik för att inte hamna efter.

I vår bransch finns dock något unikt som inte riskerar att helt ersättas av teknik – frisörers yrkeskunnighet. Det kommer alltid att finnas ett behov av frisörer, det är frisören som kan ge personlig service, få kunden att känna sig välkommen och såklart även utföra arbetet som kunden faktiskt kommit in för att få.

– Fallgropen med digitalisering är att tro att de nya funktionerna ska ersätta mänskliga relationer. Att man har en platta i handen som kan hjälpa vid allt från konsultation och betalning till att erbjuda



Vi hjälper dig att ta steget mot den digitala framtiden

Ge dina kunder en lyxigare upplevelse samtidigt som du förenklar din vardag. Med Digmi blir du en mer digital och hållbar salong utan dyra investeringar. Testa Digmis salongplattor redan idag.

digmi.se



Kontakta Stefan Bergenrot
Stefan@digmi.se
076 536 52 84



Kontakta Annie Grönblad
Annie@digmi.se
073 530 09 59

FÖRDELARNA MED DIGMI

- Skräddarsydd efter just din salong
- Senaste numret av 7 000 + magasin
- Tillgång till ditt bokningssystem i plattan
- Ökad merförsäljning av produkter & tjänster
- Vi sköter allt tekniskt & alltid fri support

Prova Digmi i 3 månader



Som medlem i frisörföretagarna så bjuder vi på startkostnaden när du testar digmi utan bindningstid i 3 månader. (495:-)

Total månadskostnad för 3 st plattor = 795 kr

NÅGRA AV VÅRA 100-TALS NÖJDA KUNDER:

BJÖRN AXÉN

BANGS
STOCKHOLM

VITA

VACKER

Larsson & Lange

TONI&GUY

Marika Grönroos
är rådgivare på
Frisörföretagarna.



Ledig tid



]] *Tjänstledighet är
inte semester-
lönegrundande
frånvaro*

FÖRUTOM SEMESTER så finns det andra typer av ledighet som anställda kan ansöka om och som påverkar beräkningen av betalda semesterdagar då en del av ledigheten är semesterlönegrundande och en del inte.

Nedan tar jag upp den vanligaste typen av ledighet vi får frågor om i rådgivningen.

Föräldraledighet

Som förälder har man rätt till föräldraledigt, hel ledighet tills barnet är ett och ett halvt år. Man kan då vara ledig med eller utan föräldrapenning från Försäkringskassan.

Ledighet i samband med barns födelse ska meddelas så snart som möjligt. Det behöver även uppges hur länge ledigheten är planerad att pågå. 120 dagar är semesterlönegrundande. För ensamstående förälder är det 180 dagar.

Ledighet efter att barnet är 18 månader

Ska ansökas om två månader innan. Föräldern ska då ta ut föräldrapenning. Som arbetsgivare kan du begära att få se om föräldrapenning har begärts eller utbetalats.

Tre perioder/ansökningar per kalenderår har anställd rätt att ta ut. Om en period sträcker sig över ett årsskifte räknas perioden till året då den började.

Som en period räknas till exempel den tid föräldern är helt ledig – även om det bara gäller en dag. Om ledigheten ändras vad gäller omfattning eller förläggning börjar en ny period att gälla. Avbrott i påbörjad ledighet på grund av sjukdom eller semester medför inte att en ny period påbörjas.

Vård av barn/vab

Huvudregeln är att vård av sjukt barn kan tas ut upp till barnet har fyllt tolv år. Det finns situationer där det är möjligt även i högre ålder. På Försäkringskassan hittar du information om detta.

120 dagar är semesterlönegrundande. Har man tvillingar gäller 180 dagar.

Ledighet vid utbildning

En anställd har rätt till ledighet för studier om han/hon haft en anställning hos dig de senaste sex månaderna i följd alternativt minst tolv månader de senaste två åren.

Det finns inte någon gräns för hur länge ledigheten för utbildningen ska vara.

I ansökan ska anställd uppges tidsperioden för tjänstledighet för studier och om det gäller för heltid alternativt deltid.

Tjänstledighet är inte semesterlönegrundande frånvaro.

Marika Grönroos



Söderberg
& Partners

Få mer, betala mindre!

Frisörföretagarnas medlemsförsäkring är en av marknadens absolut bästa och billigaste försäkringar för frisörföretag. Sedan årsskiftet kan vi dessutom lämna en villkorsgaranti och en premiegaranti som säkerställer att du får samma eller bättre omfattning till minst 20% lägre pris än annan jämförbar försäkring*

Har du ännu inte skyddat ditt företag ordentligt är det hög tid att göra det nu!

Skicka oss en kopia på ditt försäkringsbrev samt ange hur många verksamma ni är i företaget (ägare & anställda) så hjälper vi dig med resten.

Mejla till: frisor@soderbergpartners.se



**Minst
20%
rabatt!**

Frisörföretagarnas medlemsförsäkring
frisor@soderbergpartners.se
08-87 04 30 (Knappval 5)

* För att gälla måste företaget måste vara korrekt försäkrat. Erbjudandet omfattar företag med upp till 20 anställda och/ eller en maximal årsomsättning på 20milj kr.



Varannan vecka träffar Frisörföretagarnas Linnéa Wallin spännande personer i och kring branschen för att prata om allt som hör hår, och företagande, till.



Hair Talks- podden

”En inspirerande podd som handlar om det jag ägnat hela mitt liv åt. Jag älskar den!”

AVSNITT:



Kreativiteten i fokus med Matthias Lavesson

Matthias är frisör och tillika mångsysslare inom all form av skapande. I veckans avsnitt får du ta del av det som pågår innanför skallbenet på denna fantastiske kreatör. Vad är det som driver honom, hur kommer det sig att han skapat huvudbonader åt Lady Gaga och varför är han innerst inne emot det vi kallar trender? Detta vill ni inte missa!



Cancer, smink och gemenskap med Look Good Feel Better

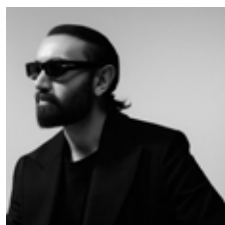
Look Good Feel Better är organisationen som i över tjugo år hjälpt cancerdrabbade kvinnor att hitta gemenskap och vinna tillbaka självförtroendet den dag då håret börjat falla.

Vi träffar människorna bakom organisationen och volontären Pia som själv drabbats och som nu ger sin bild av känslan att inte längre känna igen sig själv i spegeln.



Toni&Guy - Historia, trender och den berömda wolfcuten

Erkänn, visst har du precis som vi varit extremt nyfikna på hur det skulle vara att jobba inom det mytomspunna och multinationella företaget Toni&Guy? Med oss har vi inga mindre än Karin Jones-Quartey, vd för Toni&Guy Sweden, och Sara Ekstrand som innehar titeln "in salon art director".



Från förbjudna drömmar till röda mattor i Milano - Alireza Mousavi

När en blott fem år gammal Alireza såg ett modeinslag via den olagliga parabolantennen i barndomens Iran visste han vad livet skulle komma att handla om – hår! Vägen dit visade sig dock vara svår men i dag kan han titulera sig tvåfaldig vinnare av Årets Frisör och har även en blomstrande karriär med eftertraktade kändisuppdrag.



Inflation, lågkonjunktur, ekonomisk kris - Vad betyder det?

Den senaste tiden har vi inte kunnat öppna en tidning utan att matas av rubriker om ekonomins svåra läge. Ord som inflation, lågkonjunktur och kris känns ständigt närvarande. Men vad innebär det och framför allt, vad betyder det för dig som är frisörföretagare? Det låter vi Företagarnas chefsekonom Johan Grip svara på.



Kochi Faraj - Sveriges dolda stjärna

Med över 700 000 följare på Instagram, egna produkter och verksamheter både i Sverige och utomlands är det väl ingen överdrift att kalla Kochi för en riktig stjärna! Men vem är han och varför har vi hört så lite om honom här på hemmaplan? Det tar vi reda på.

Kvinnors företagande bygger Sverige

Helena Lundgren,
Ordförande
Frisörföretagarna



» Endast en fjärdedel av alla företagare i Sverige är kvinnor, vilket är under EU-snittet.

ENLIGT GEM (Global Entrepreneurship Monitor) har det kvinnliga företagandet i Sverige rasat med 30 procent under de senaste två åren och den negativa utvecklingen ser ut att fortsätta. Detta resulterar i att endast en fjärdedel av alla företagare i Sverige är kvinnor, vilket är under EU-snittet.

Nedgången förklaras delvis av att andelen kvinnliga mikroföretagare, som äger och leder ett företag som sysselsätter 1–4 personer, minskar. I denna grupp återfinns många frisörföretagare och andra företagare inom service- och hantverksyrken. Kort sagt de företagare som utgör motorn på vår inhemska och lokala arbetsmarknad och som är en garant för samhällsbygget och välfärdslandet. Vi tar helt enkelt inte tillvara de samlade resurser som finns i samhället för att skapa tillväxt och det måste vi givetvis ta på allvar och göra någonting åt.

JAG TÄNKER ATT den negativa utvecklingen delvis ska ses i ljuset av hur det är att driva ett litet företag, det vill säga villkoren för att vara arbetsgivare i dag, kostnader och ansvar. Lägg till detta bristen på ett fullt ut fungerande trygghetssystem och ett utvecklat socialt hållbart synsätt när det gäller att kunna kombinera företagande och familjeliv. Många kvinnor upplever sig dessutom bli diskriminerade i sitt företagande. Omkring 43 procent i ovan nämnda studie upplevde att de någon gång blivit diskriminerade, varav 90 procent på grund av kön. Till exempel kan detta kopplas till möjligheten att hitta riskvilligt kapital, krediter med mera. Så långt har det svenska jämställdhetsarbetet alltså kommit. Den politiska debatten om jämställdhet handlar än i dag om att kvinnor har andra förutsättningar än män när det kommer till ekonomi och företagande.

FRISÖRFÖRETAGARNA SOM arbetsgivarorganisation organiserar både arbetsgivare med fler än en anställd och så kallade soloföretagare där ägaren är ensam anställd i företaget. Generellt för frisörbranschen gäller att nära 90 procent av totala antalet företagare är kvinnor. I vår medlemsgrupp arbetsgivare med fler än en anställd utgör företag som ägs av kvinnor över 80 procent och motsvarande siffra för gruppen soloföretagare är över 90 procent. Lägg till denna gruppen företagare som driver verksamhet genom att hyra frisörstol hos annan frisörföretagare och andelen hamnar på

liknande höga nivåer av kvinnligt företagande. Skönhetsbranschen är en av Sveriges snabbast växande branscher med många nya företag som ofta startas och drivs av kvinnor.

Om skönhetsbranschen och servicenäringar generellt samt frisörföretag specifikt ska fortsätta utvecklas med lönsamhet för ägaren och med möjlighet att växa på lokala arbetsmarknader och skapa lokal sysselsättning måste kostnaderna för att anställa personal bli lägre. En tydlig åtgärd som antagligen skulle få fler kvinnor att våga starta företag vore att förbättra och förenkla tillgången till trygghetssystem för företagare. Trygghetssystemen måste utformas så att de inte bara passar anställda, utan också kan nyttjas av företagare, oavsett vilken företagsform de använder. Det är kvinnor som är gravida och föder barn, fler kvinnor än män är föräldralediga med små barn och kvinnor vabbar i större utsträckning än män. Kvinnor tar också oftare ett större socialt ansvar för familjen som helhet samt för äldre sjuka släktingar. Allt detta sker ofta samtidigt som företaget ska startas, etableras och drivas.

ARBETSGIVARANSVARET för sjuklöner bör ses över då detta också är en hämsko för många företagare när det kommer till att våga anställa. Generellt sett har Sverige ett skatte- och regelsystem som är utformat med industriföretag som norm, medan vi har bestraffning av tjänsteföretag. Det är klart diskriminerande mot alla de kvinnor som försöker driva företag inom i service- och välfärdssektorn.

Jag skulle också gärna se fler möjligheter att starta privata alternativ i välfärdssektorerna, där kvinnor ofta kommer in som entreprenörer och företagsledare. Vi behöver fler förebilder och vi behöver bryta ny mark när det kommer till normer och attityder. Om fler kvinnor väljer att starta företag kan det dessutom bidra till att minska utanförskapet i samhället.

Frisörföretagarna kommer med start under detta år att bjuda in till breda branschträffar där villkoren för kvinnors företagande är ett fokusområde. Vi vill med dessa träffar dels lyfta kvinnors företagande och möjligheter, dels visa på hinder och utmaningar. Sverige har allt att vinna på att fler vågar och kan starta livskraftiga företag.

» *Jag skulle också gärna se fler möjligheter att starta privata alternativ i välfärdssektorerna, där kvinnor ofta kommer in som entreprenörer och företagsledare.*

BARBER

S U P P L I E R

NORDENS STÖRSTA SORTIMENT FÖR BARBERARE



BLÄDDRA I VÅR ONLINEKATALOG MED **344** SIDOR BARBERARINSPIRATION

BARBER SUPPLIER NORDIC AB | WWW.BARBERSUPPLIER.SE | 08-6618828
SHOWROOM: ULVSUNDAVÄGEN 178, BROMMA





Gör det du är bra på – vi tar hand om resten!

”VILKET MEDLEMSKAP ÄR DU?”



Vi vill göra det lätt för dig att veta vilket medlemskap just du ska ha. Det enda du behöver göra är att välja ett som är skraddarsytt efter just din verksamhets behov. Och du, hela medlemsavgiften och mer därtill sparar du in genom att nyttja de fantastiska förmåner som ingår, bra va?

Ett medlemskap hos Frisörföretagarna betyder mer än du kanske tror. Vi säkerställer branschens framtid och värnar dina intressen!

VI FINNS DÄR VÅRA MEDLEMMAR FINNS:



Hair Talks-podden



@frisor



Magasinet Frisör



Frisörföretagarna

Vilket medlemskap

Tillsammans har vi kraften att påverka vardagen och framtiden för Sveriges frisörer. Självklart ska du vara med!

SOM MEDLEM FÅR DU ALLTID:

- ✓ Hundratals medlemsförmåner
- ✓ Branschanpassade försäkringar
- ✓ Support gällande kollektivavtalet
- ✓ Frisörlicens
- ✓ Rabatt på våra event
- ✓ Rådgivning för arbetsgivare
- ✓ Företagarutbildning
- ✓ Support i utbildningsfrågor
- ✓ Inlogg* till vår informationsbank

*Gäller vissa medlemskap

**PRATA MED
OSS 08-87 04 30**

HYRSTOL/ KONSULT

*För dig som är egenföretagare
och hyr stol eller är konsult
hos ett annat företag*
Försäkring ingår i priset

850 kr/kvartal
+ 600 kr/år

SALONG ARBETSGIVARE

*För dig som har anställda
och äger en egen salong*
Från:

1350 kr/kvartal
+ 600 kr/år
per ägare

LÄS OM MEDLEMSKAPENS

passar dig?

ELEV

För dig som är under utbildning och på väg till behörighet

Gratis

Partner-medlemskap

För leverantörer och andra aktörer i branschen.

5000 kr/år

BEHÖRIG FRISÖR

För dig som är anställd som behörig frisör (utan företag)

600 kr/år

SALONG SOLO

För dig som arbetar ensam i din salong eller hyr ut stolar/är hyresvärd

850 kr/kvartal

+ 600 kr/år per ägare

Skol-medlemskap

För kommunala och fria gymnasieskolor med HV-frisör eller privata frisörutbildningar som är godkända av FYN

1 440 kr/år


epres™

NYHET!

EN NY GENERATION AV BOND REPAIRS

Epres är en unik reparerande behandling som återskapar hårets struktur med maximal effektivitet – allt i ett enkelt, syrafritt steg som inte påverkar pH-värdet vilket är viktigt i samband med kemiska behandlingar, där påverkan av pH-värdet annars kan hämma färgning och uppljusning. Epres är utvecklat för att på ett så enkelt sätt som möjligt passa in i dina vanliga rutiner och ge dig full kontroll på resultatet oavsett om du jobbar som professionell frisör och använder Epres i salongen eller använder Epres hemma-kit

LÄR DIG MER

 epresbeautysverige www.epres.se



GESÄLLPROV FÖR ERFARNA

HAR DU ARBETAT SOM
FRISÖR I ÖVER TIO ÅR
OCH ÄNNU INTE AVLAGT
GESÄLLPROV?
LÄS VIDARE FÖR NU
HAR DU MÖJLIGHET
ATT BLI BEHÖRIG FRISÖR!

Under en tidsbegränsad period är det möjligt för frisörer som arbetat i över 10 år att göra sitt gesällprov med start 1 januari 2022 till och med den 31 december 2023.

Den arbetade tiden verifieras med anställningsavtal, lönespecifikation eller med underlag från Skatteverket om man driver eller har drivit företag.

Provet är komprimerat och utförs på en dag med moment plockade från både del- och gesällprov.

Kriterierna för provet finns på frisor.se. Anmälan görs till: utbildning@frisor.se



TA CHANSEN!

Hej!

Här är vi som jobbar på huvudkontoret



Till oss kan du vända dig med alla dina frågor, lätta som svåra. Lyft bara luren eller mejla oss så hjälper vi dig! Se oss som ditt back office – en hel stab av kunniga personer med lång erfarenhet från branschen som du har tillgång till. Vi stödjer dig i ditt företagande och i din yrkesroll. Varje vecka tillhandahåller vi medlemservice till hundratals frisörföretagare. Testa oss, du med!



Staffan Westman
Vd
staffan.westman@frisor.se



Wiveka Gillow
Vice vd
Affärsområdeschef:
Marknad, Kommunikation
och Försäljning
wiveka.gillow@frisor.se



Linnea Wallin
Kommunikationsansvarig
- Hair Talks-podden
& Redaktör för
tidningen Frisör.
linnea.wallin@frisor.se



Ted Gemzell
Rådgivare
ted.gemzell@frisor.se



Camilla Halexander
Rådgivare
camilla.halexander@
frisor.se



Mia Ramqvist
Ekonomi
mia.ramqvist@frisor.se



Annette Fogelmark
Utbildningskoordinator
- Rådgivning, Utbildnings-
och behörighetsfrågor.
annette.fogelmark@frisor.se



Marika Grönroos
Rådgivare
- Rådgivning &
Medlemsupport.
marika.gronroos@frisor.se



Ulrika Emanuelsson
Frisörernas Yrkesnämnd
- Frisörlicens, AD och
Marknadsassistent.
ulrika.emanuelsson@
frisor.se



Lotta Linde
Utbildningskoordinator
Utbildnings- och behörig-
hetsfrågor samt Ambassa-
dörskontakt.
lotta.linde@frisor.se



Tova Idensjö
Medlemsupport
& Studiovärdinna.
tova.idensjo@frisor.se



Alice Hurtig
Försäljningskoordinator
alice.hurtig@frisor.se

Vi arbetar för dig!

Besöksadress: Dalagatan 7, Box 626, 101 32, Stockholm
08-87 04 30



EVENTKALENDER 2023

Läs mer om alla event
och boka på [frisor.se](https://www.frisor.se)



MAJ

13/5

Årets Frisör-gala

Sergel Hub
Stockholm

31/5

Inspirationskväll

Frisörföretagarna & Wella
Karlstad

SEPTEMBER

1-2/9

Frisörgolfen

Lannalodge
Vintrosa

7-8/9

Business days

Yasuragi
Stockholm

28-29/9

Business days

Jacy'z Hotel & Resort
Göteborg

OKTOBER

19-20/10

Business days

PM & Vänner
Växjö

NOVEMBER

11-18/11

Business week

Gran Canaria



LABEL.M OFFICIAL HAIRCARE TECHNOLOGY LONDON FASHION WEEK
PERSONALISED HAIRCARE



M-PLEX BOND TECHNOLOGY

**SKYDDA HÅRET OCH REPARERA
HÅRBINDNINGARNA PÅ SALONG
OCH HEMMA MED NYA M-PLEX
PRODUKTERNA FRÅN LABEL.M**



**SALONGSPRODUKTER: SKYDDAR OCH
REPARERAR HÅRET VID BLEKNING
OCH FÄRGNING**

**HEMMAPRODUKTER: REPARERAR, VÅRDAR
OCH GÖR HÅRET MJUKT OCH SILKIGT**

Finns hos utvalda salonger. För återförsäljarlista se vår hemsida: kraftgroup.se
Kraft Group, Kalendegatan 25, 211 35 Malmö • Kungsgatan 84, 112 27 Stockholm
040-23 20 90 • info@jkraft.se • [@labelmsverige](https://www.instagram.com/labelmsverige) • labelm.com