

ÅRETS FRISÖR 2020 *Se de nominerade bidragen*

GLIMRA I VINTER *Härliga håraccessoarer för festen*

FRISÖR

INSPIRERAS
AV KOLLEGOR!

*På salongen
Carl Frisör har alla hyrstol,
inklusive ägarna själva.*

Hyr- stolar i fokus

*"Vi har blivit
en familj"*

Victoria Lindström, Martina Hynd,
Emil Fredriksson, Madelene Larsson, Emma
Forslund och Camilla Oskarsson.

NUMMER 4

2020 *Ett magasin från Frisörföretagarna*



Keune Cares.

For People.

For Planet.

For Generations to come.

Som ett familjeägt företag så tror vi starkt på att det är vår skyldighet att ta hand om vår planet och alla varelser som bor här. Inte bara för oss utan framförallt för kommande generationer.

Vi jobbar brett för att lämna ett positivt avtryck på både jorden och dess innevånare.

Detta är en del av vad vi gör dagligen.

Läs mer på:

www.keune.com/en/keune-cares



VI BEHANDLAR ALLA SOM FAMILJ

Alla förtjänar lika förutsättningar i livet – och alla är välkomna inom vår globala organisation. Sedan 1995, har personer med funktionsvariationer varit en del av Keunes team och jobbar med oss dagligen. På vårt huvudkontor jobbar folk med över 40 olika nationaliteter och alla är högt värderade medlemmar av vår ständigt växande familj.



Vi drivs av solen

Vår tillverkningsanläggning drivs helt och hållet av solenergi som samlas in av de 3682 solpanelerna vi installerat på taket. År 2022 ska anläggningen i Nederländerna dessutom vara helt CO₂-neutral.

3. Vi tänker om, återvinner och minskar



2017 började vi använda återvunnen plast istället för att ersätta nyttillverkad. Till år 2025, kommer vi att ha halverat vår användning av nyttillverkad plast genom att använda återvunnen och bio-baserad plast istället. Samtidigt kommer vi att minska mängden plast i våra förpackningar och göra dem återanvändbara och påfyllningsbara.

Vi sparar aktivt på vatten

Till och med när vi nu växer som mest har vi lyckats minska onödigt användning av vatten med 37%. Vi har även minskat användningen av dricksvatten i fabriken med 56%, tack vare våra lokala brunn och ett nytt reningssystem.



Vi älskar träd och skog

För att säkra framtiden för regnskogar och dess invånare är 75% av den palmolja vi använder RSPO kvalitetscertifierad. Till slutet av 2021, kommer siffran att vara 100%.

För att stödja hållbar skogskötsel är 97% av det papper och kartong vi använder, FSC eller PEFC certifierat – även det ska bli 100% under 2021.



We fight waste

Avfall är ett slöseri med goda resurser. Mellan 2016-19, minskade vi icke återvinningsbart avfall från vår produktion med 28% och vi fortsätter att optimera. Vi skickar absolut noll mängd avfall till nedgrävning som tyvärr fortfarande är vanligt i många länder.



6. Vi testar aldrig någonsin på djur

Vi älskar djur och vi testar aldrig varken ingredienser eller färdiga produkter på våra lurviga vänner. Vi säljer heller aldrig våra produkter till länder som kräver djurtestning av hårprodukter.



VI ERBJUDER SCHYSSTA ARBETSVILLKOR

Alla Keunes produkter tillverkas i Soest i Nederländerna – under samma tak som vårt huvudkvarter. Det gör att vi kan hålla koll på varenda steg i processen och säkra att våra kollegor jobbar under goda förhållanden och får schysst ersättning och stöd.

7. Vi utbildar där det gör skillnad



Alla förtjänar en bra utbildning. Vi är aktiva i flera projekt runt om i världen, bland annat i Brasilien. Vi stöttar Manguera project som erbjuder frisörutbildning till utbildade i slummen och hjälper dem till arbete efter avslutad utbildning.

Stolt distributör i Sverige:

Parfum Lombard AB
040-405310 hej@lombard.se www.lombard.se



Together. A passion for hair.



Schwarzkopf
PROFESSIONAL

Dedicated
to the absolute
coverage
of mature hair





IGORA ROYAL ABSOLUTES

Första hårfärgen med siliamin & kollagen – för att uttrycka din kunds äkta färg och samtidigt ge 100% gråhårstäckning.

För mer information vänligen kontakta Schwarzkopf Professionals kundtjänst tel 010-480 76 00.

www.schwarzkopf-professional.se

 Schwarzkopf Professional

 schwarzkopfprosverige

FRISÖR

Innehåll

22



ÅRETS FRISÖR

EN TÄVLING AV FRISÖRFÖRETAGARNA

37

68



8 VD HAR ORDET

11 JUST NU

Trender och branschnytt

28 HYRSTOLAR I FOKUS

Hos Carl Frisör i Uppsala är alla hyrstolar - inklusive ägarna själva

37 ÅRETS FRISÖR

Se de nominerade bidragen i Årets Frisör 2020

64 ALLT OM BETALTERMINALER

Vi har jämfört olika typer av betallösningar

68 EN KLIPPNING – FLERA STILAR

Schwarzkopf kollektioner Dark romance och Once upon a time

83 RÅDGIVNINGEN REDER UT

Så ska du tänka kring semesterledighet

85 ÅRETS UNGA FÖRETAGARE

Frida Davidsson blev årets unga företagare i Dalarna

86 NÄR ARBETSMILJÖVERKET KNACKAR PÅ

Detta bör du ha koll på vid en eventuell tillsyn

89 SÅ NÅR DU UT I SOCIALA MEDIER

Intervju med sociala medier-experten Anna Odehammar

93 VÅRA NYA MEDLEMSKAP & FÖRMÅNAER

Allt detta får du som är Frisörföretagare

98 KRÖNIKA

Johan Hellström om hållbart företagande

26



Foto: Josefin Bäckström



28



Our goals is and has been, to make the best and most natural wigs in the world.

Som frisör kan du nu bli en BHBD Friend. Du får andra priser och kommer tjäna pengar på alla köp kunder gör med din kod.



BHBD.

www.bhbd.com

Frisörföretagaren 2020

Ted Gemzell,
vd, Frisörföretagarna



„Vi måste omedelbart vända på detta missförhållande och ge ett mycket större skydd till Sveriges trognaste skatteinbetalare.“

ÅTERIGEN TYDLIGGÖRS hur lite hänsyn och uppskattning samhället ger ett mindre företag som ofta är förknippat med ett livsverk och försörjning för en stor del av Sveriges trognaste skatteinbetalare. Företagaren som även i väldigt liten utsträckning utnyttjar vårt omfattande trygghetssystem. Företagaren belastar inte A-kassasystemet, har mycket låg sjukfrånvaro och kortare föräldraledighet, inte för att ersättningen är lägre utan för att frånvaro från sin verksamhet innebär stora inkomstförluster som är avgörande för att bevara verksamhetens existens. En företagare tar ett extremt stort ansvar för sin egen anställningstrygghet, långt mycket större än någon som är i anställning.

Varför tar man då den risken, utmaningen och samhällsansvaret att driva företag? Alla ni som läser detta vet svaret och det kan såklart variera mellan olika företagare. För många frisörer är det för att kunna utföra det man älskar att göra, ofta i mindre skala själv eller tillsammans med ett par kollegor. Normalt en relativt trygg tillvaro utifrån den enskilda frisörens behov och mål. En frisörverksamhet kräver relativt låga investeringar i kombination med ett fördelaktigt kassaflöde, då man tar betalt direkt efter utfört arbete och omkostnader och löner betalas med viss fördröjning.

Frisören har under 2010-talet ökat omsättningen på ett positivt sätt och det genomsnittliga rörelseresultatet har ökat från 3% till 6%. Antalet anställda har ökat i stor utsträckning och vi ser fler större salongsverksamheter runt om i landet. Den positiva prisökningen som ger högre omsättning har på ett rättvist sätt ökat lönerna för de som är under anställning och ägarna har möjlighet att använda överskott att investera i salongen och för kompetensutveckling.

Lika tryggt som det är när man har etablerat sig som frisör och börjat få en trogen kundkrets lika katastrofalt sårbart är det när 100% av kunderna uteblir med extremt kort varsel. Alla intäkter försvinner och kostnaderna kvarstår för hyror, amorteringar och andra fasta abonnemang. Dessutom sänks lönen till NOLL kronor utan skyddsnet.

Då visar samhället sin otacksamhet för lång och trogen tjänst. Att en frisör som driver enskild näringsverksamhet ska vänta över 8 månader på att få möjlighet att ansöka om stöd för förlorad intäkt, vi vet ännu inte när den första utbetalningen kommer. En anställd fick stöd inom ett par veckor om man omfattades av korttidsarbete, Samhället skiljer agnarna från vetet alldeles vettlöst tyvärr. Administrativt krångliga stöd att söka i kombination med lång handläggning är alltid utmaning för små företag utan administrativa medarbetare.

Nu måste vi omedelbart vända på detta missförhållande och ge ett mycket större skydd till Sveriges trognaste skatteinbetalare. Pågående pandemi måste bli en ögonöppnare för de som fattar beslut för Sverige AB.

Det är med stor beundran som vi ser hur frisörbranschen utan tydliga direktiv från Socialstyrelsen eller Folkhälsomyndigheten sätter upp ökade renhållnings- och skyddsrutiner i verksamheterna, för att frisör och kund ska känna sig trygga. Vi tar ett stort ansvar och bidrar till ett ökat välbefinnande för Sveriges invånare under denna extremt påfrestande tid.

För att få stöd och vägledning under denna tid kontakta Frisörföretagarna via hemsida, sociala kanaler, telefon eller e-post. Vi finns här för en framtida hållbar och välmående frisörbransch.



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 Ted Gemzell ANNONSERING Daniel Blomqvist daniel.blomqvist@frisor.se, Tel: 070 699 61 81

REDAKTÖR Linnéa Wallin, linnea.wallin@frisor.se ART DIRECTION Mari Wigren/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.

HÅROLOGI

STOCKHOLM

Bli Hårolog du också!

- ✓ Nöjdare kunder.
- ✓ Ökad merförsäljning.
- ✓ Bättre lönsamhet.

Alla hår är unika

Öka din merförsäljning med skräddarsydda produkter.

Hårologi kan som enda hårvårdsmärke erbjuda produkter som är personligt anpassade för kundens hår och hårbotten. Vårt tillförlitliga hårtest avslöjar allt du behöver veta för att skräddarsy Hårologis produkter för just din kund. Resultatet är produkter som garanterar bättre hårkvalitet och en mer hälsosam hårbotten.

Hårologi säljs enbart via frisörer. Vi använder ecocertifierade råvaror och produktionen sker i vår egen miljövänliga fabrik i Sverige.





Styled by Stasi Berezovskaya for Flying Solo, NYC

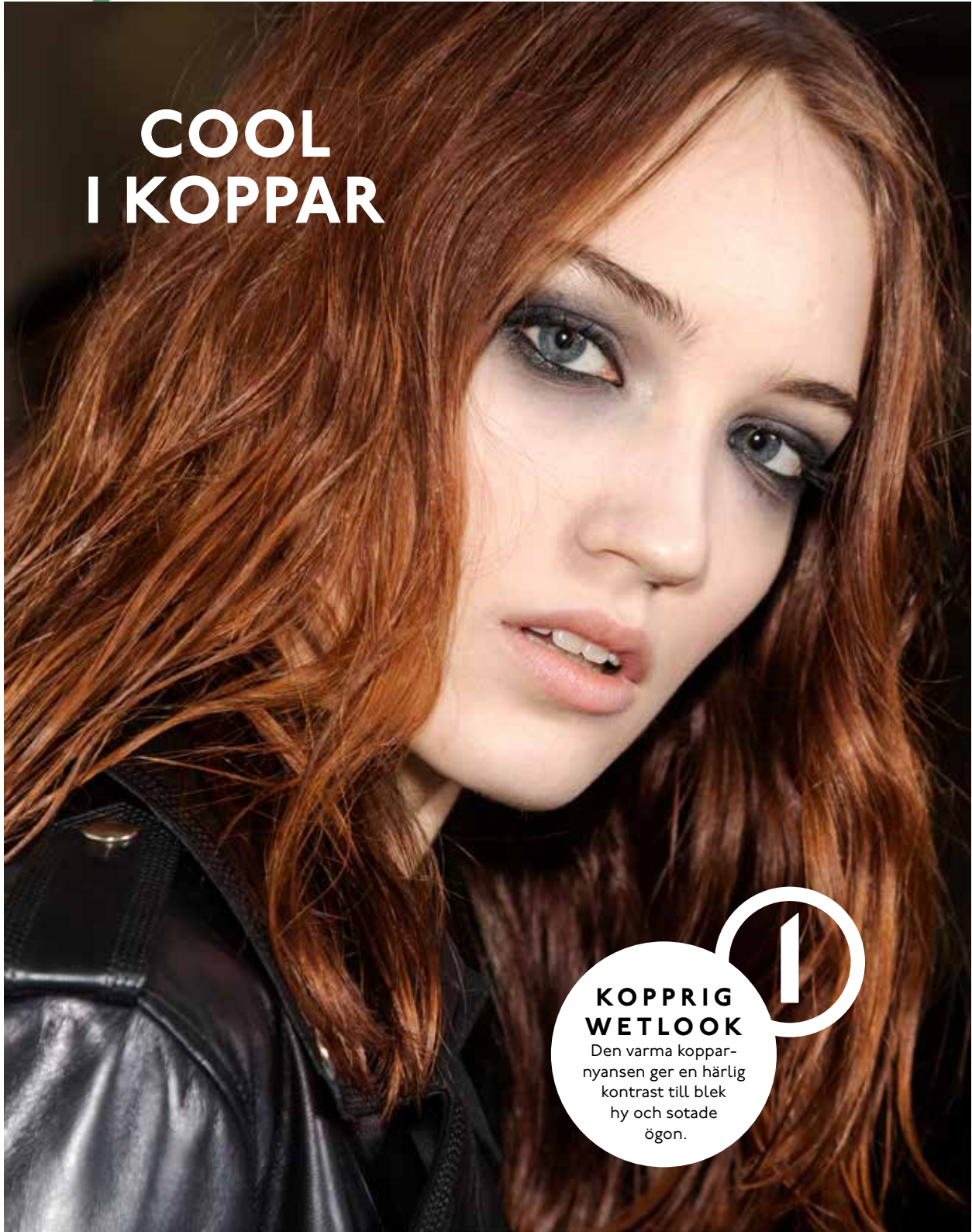


ECRU[®]
NEW YORK

CLEAN. FRESH. MODERN. CLASSIC.

EXKLUSIVT VARUMÄRKE ENBART FÖR PROFESSIONELLA FRISÖRSALONGER.
Distribueras av E. Sæther AB | E-mail: kundservice@saether.se | Tel: 08 - 564 88 921

COOL I KOPPAR



KOPPRIG WETLOOK

Den varma kopparnyansen ger en härlig kontrast till blek hy och sotade ögon.



MOROCCANOIL

ONE BRAND: A WORLD OF OIL-INFUSED BEAUTY

Du har väl inte missat att L'ANZA EP SWEDEN AB har agenturen för MoroccanOil i Sverige och är den officiella och enda leverantören på den svenska marknaden.

L'ANZA EP SWEDEN AB har högt ställda mål för MoroccanOil på såväl kort som lång sikt.

Alla näringsrika formler med antioxidanter från MoroccanOil är tillverkade av högsta kvalitet och med äkta ingredienser. Vi är lika noga med vårt åtagande när det gäller integriteten hos vår försörjningskanaler.

Genom hårprodukter från MoroccanOil får ditt hår bättre lyster och glans och en betydligt starkare elasticitet. Det finns verkligen ingen anledning att inte använda MoroccanOil.

Vi hälsar dig varmt välkommen som kund hos oss.

Med vänliga hälsningar



Andreas Nilsson, VD

L'ANZA EP
SWEDEN AB



2

ELDIGA VÅGOR

En klar och skarp nyans poppar mot fräknig hy och kommer till sin rätt när ljuset reflekteras i vågorna.



3

KORT & COOLT

Mjuka former som ger en kaxig finish med sin orangea ton.



4

VILT & VACKERT

Ju mer, desto bättre. Låt de varma tonerna ta plats i vinter, både på längden och på tvären.



5

**MJUKT &
SOFISTIKERAT**

Den brunkoppriga
nyansen sticker ut precis
lagom och skapar en
lyxig känsla.

DIRTY HAIR

Don't Care!

NYHET

U:DRY Dry Shampoo

HIGH & DRY

Multiprodukt för en extra fet hårbotten och som samtidigt ger volym.

SO EXTRA

För en extra fet hårbotten. Få snabbt en fräsch look.

IN THE CLEAR

För en lätt fet hårbotten eller använd i nytvättat hår för att förebygga fet hårbotten.

UNITE®

 unite_sweden  unitesverige

Kraft Group, Kalendegatan 25, 211 35 Malmö - Erik Dahlbergsallén 15, 115 20 Stockholm
040-23 20 90, info@jkraft.se, kraftgroup.se

AVEDA

VEGANSK



Professionell bond-building kur med kraften från plantor

5 gånger starkare hår efter endast 1 behandling*. Reparerar skadat hår, stärker, vårdar förhindrar att håret ska gå av. Håret blir synligt glansigare, friskare och livfullt. 93% naturliga ingredienser**. Cruelty free och Vegansk.

NYA Botanical Repair professionella kursystem används tillsammans med hårfärg, blekning eller som den är.

*Based on averaged repeat grooming results of color with botanical repair™ color treatment vs. color with non-conditioning shampoo.

**From plants, non-petroleum minerals or water. Learn more at [aveda.com](https://www.aveda.com).



**“My hair felt stronger
straight away – I’m
obsessed!”**

Bridget, St. Paul, Minnesota,
botanical repair™ campaign model

INNAN


Otvättad skadat hår

EFTER

Resultat med **botanical repair™** shampoo, conditioner, light masque
och leave-in treatment, plus paddelborste och hårtork



www.weareone.se

 @AvedaNordic

Lombards stilfulla salong och showroom har öppnat på Olof Palmes gata i Stockholm.



Dashl vill erövra Europa

Skönhetstjänsten Dashl har fått nya investerare i bland annat H&M-gruppens investeringsarm CO:LAB och Cristina Stenbeck samt fördjupar relationen med tidigare investerare som stärker upp sina andelar i bolaget, detta för att kunna ta sina tjänster ut i Europa.

“Vi är stolta över våra nya investerare och att ha ett globalt bolag som H&M-gruppen med på vår resa mot att bli allas digitala skönhetspartner. Det lyckade samarbetet med H&M-gruppen har lagt grunden för en långsiktig global expansion för Dashl. Genom nytt kapital och nytillskott bland ägarna får vi ytterligare kraft bakom vår vision att fortsätta utmana och digitalisera en uråldrig bransch och anpassa den efter dagens livstilsbehov”, säger Nina Akbari, COO och medgrundare i ett pressmeddelande.

“Beauty är en växande marknad och vi är väldigt glada över vårt partnerskap med Dashl. Vi ser att Dashl är unika i sitt erbjudande och kan bidra till att våra kunder får en än mer inspirerande, modern och personlig shoppingupplevelse”, säger Nanna Andersen, head of CO:LAB, H&M-gruppen.

Två av Dashls grundare, Nina Akbari och Arbilina Nissan.



Ny vd på Balmid

Hans Sendel har tagit över rollen som vd på Balmid Hair AB efter Tom Webersink. Hans har 25 års erfarenhet av frisörbranschen och började sin karriär som säljare på Cutrin och Wella. Därefter har Hans arbetat med allt från pensionsförsäkringar, badkläder, som Sverigechef för Procter & Gamble och senast som egenföretagare och konsult.

Hur känns det att börja på Balmid?

– Det känns härligt! Jag har knappt jobbat en månad, men ändå hunnit med att besöka alla våra shoppar runt om i Sverige och då träffat alla medarbetare och känner mig väldigt varmt mottagen.

Vad tilltalar dig med företaget?

– Det känns väldigt spännande med Balmid Hair. Jag ser en styrka i att vi

kan erbjuda de allra flesta varumärkena som frisörerna jobbar med och även att vi har flera olika alternativ att nå oss och vårt utbud då man kan välja att besöka våra shoppar, få besök av våra säljare och snart också beställa via vår nya webbshop.

Vad ser du mest fram emot med ditt uppdrag?

– Det har varit ganska ensamt att vara konsult och jag ser därför mycket fram emot att få jobba nära både medarbetare och kunder. Det viktigaste i mitt uppdrag är utan tvekan att se till att Balmid Hair är ett ställe där man trivs att vara på. Oavsett om man är kund eller medarbetare!

Hans Sendel



L'ORÉAL FÅR NY VD I VÅR

Senast i maj 2021 kommer L'Oréal att få en ny vd då Jean-Paul Agon går i pension. Den som tar över rollen är Nicolas Hieronimus som arbetar på företaget sedan 33 år tillbaka.

“Jean-Paul Agon har lett företaget med stor framgång under de senaste 15 åren och har i grunden transformerat företaget för att anpassa det till vår tids utmaningar. Vi är övertygade om att den föreslagna nya organisationen garanterar hållbarheten för koncernens resultat, värderingar och åtaganden samt kvaliteten på dess styrning. Förändring är bra, det öppnar upp för nya perspektiv och möjligheter, och vi tror att Nicolas Hieronimus långa historia i företaget och breda kunskap kommer att komma till stor nytta framåt. Vi vet att svenskarna och det nordiska folket ofta ligger i framkant för förändring och utveckling, så vi välkomnar naturligtvis Nicolas Hieronimus och ser fram emot en ny era på L'Oréal, samtidigt som vi förblir trogen mot L'Oréals grundläggande värderingar”, kommenterar Kent Thomsen, general manager på PPD Nordics.

I dagsläget finns inga indikationer om att detta kommer att betyda några speciella förändringar för den nordiska marknaden.

Nicolas Hieronimus





Storskogen förvärvar Baldacci Hair Care och L'anza EP

Storskogen har gått in som majoritetsägare hos frisörgrossisterna Baldacci och L'anza EP. Baldacci har i dag cirka 40 anställda och omsätter cirka 90 miljoner kronor medan L'anza EP har lika många anställda och omsätter 110 miljoner kronor.

"Vi ser fram emot att få in Storskogen som huvudägare i Baldacci där vi tillsammans bygger en struktur för att långsiktigt fortsätta vara den bästa partnern för våra kunder. Storskogen kommer bidra med långsiktig kontinuitet och stabilitet för Baldaccis fortsatta utveckling." säger Daniel Odehn, vd på Baldacci i ett pressmeddelande.

"Vi är glada att få Storskogen som långsiktig och finansiellt stark huvudägare. Vi ser fram emot att fortsätta att driva och bygga bolaget med Storskogen under många år framöver." säger Andreas Nilsson, vd L'anza EP Sweden AB i ett pressmeddelande.

Storskogen är en svensk privatägd företagsgrupp som förvärvar och utvecklar små och mellanstora bolag, primärt i Sverige. Storskogen startades 2012 och har en diversifierad bolagsportfölj innehållande 40 fristående företag med en samlad omsättning på cirka 6,6 miljarder kronor.

Lombard öppnar ny salong och showroom

Hösten drog igång med en rasande fart för Lombard som slog upp portarna till sin första salong och showroom i Stockholm. Vi kontaktar Markus Aneskog, vd på Lombard, för att ta reda på mer.

Berätta, vad är det ni öppnat?

– Vi öppnar Salong Lombard som blir vår första academy och showroom utanför Skåne och det har vi glädjen att göra på Olof Palmes gata 18, precis bredvid Drottninggatan i Stockholm. Vi gör det tillsammans med Keune och Takara Belmont för att skapa den bästa inramningen för att visa upp vad vi kan erbjuda.

Hur känns det att satsa i coronatider?

– Det känns såklart både kul och läskigt på samma gång men vi gör som vi alltid gör och tänker långsiktigt. Man måste våga satsa och vi tror att tillfället är perfekt att sprida lite framtidstro igen. I våra nya lokaler hoppas vi kunna inspirera fler till att satsa på sig själva, sin karriär och sin salong.

Vad kommer att vara ert fokusområde?

– Vi fokuserar på utbildning och inspiration. Vi kommer att hålla utbildningar varje vecka inom allt från färg,

klippning, hårförlängning till make-up, samtidigt som det är ett levande showroom för vårt fantastiska möbelsortiment med en aktiv salong under dagtid.

Vilka är välkomna till er?

– Alla såklart! Vare sig du är nyfiken på vilka vi är, ny inredning till din salong eller behöver en ny frisyr eller färg så är du välkommen in till oss. Salongen och Academyn är redan öppna och sedan kommer vi att hålla en officiell invigning när vi ansvarsfullt kan samla en större grupp glada människor igen!



En kraftfull fön som lyckas med att blåsa håret torrt, och forma snygga frisyrer

dual air®
enhances your craft

"Vi valde **Dual Air** för vi fokuserar på Hälsa, Miljö och Säkerhet, samt Ergonomi. Vi letar alltid efter utrustning och produkter som kan underlätta frisörernas arbetsdag, vilket gör att de kan stanna kvar länge i yrket."

Hälsningar Kristin Lerbekk, Frisørinstituttet Sandnes

Exklusiv tillgång på
utbildningsvideor i olika fönstekniker
www.dual-air.com/members



Kontakta oss
sales@dual-air.com
Besök vår webbplats
www.dual-air.com



BLONDME

Together. A passion for hair.

NYHET!


Schwarzkopf
PROFESSIONAL

Dedicated
to perfectly toned
blonde hair

BLONDME BLONDE TONING

- **Pastel Toning** för blond tonförbättring eller neutralisering av oönskade varma toner
- **Deep Toning** förstärker uppljusade mörka utgångslägen och naturligt blonda utgångslägen 5-8, perfekt för low lights och skuggeffekter i botten
- **pH-neutral** blandning med en **integrerad Bonding Enforcing Hydrolock-teknologi**

För mer information vänligen kontakta Schwarzkopf Professionals kundtjänst tel 010-480 76 00.

www.schwarzkopf-professional.se

 Schwarzkopf Professional

 schwarzkopfprosverige



2



Från en hel serie som ska skämma bort gråa hår till härliga skägg- och lysteroljor och lyxiga volymgivare – dessa produkter väcker vår nyfikenhet just nu.

Just nu i hyllan!

3



4



5



1



1 Volym till vardags och fest

Glamtex - Backcomb Effect Spray
Hållbar volym med touperingseffekt, dramatisk höjd och flexibel stadga. Denna torra och lätta texturspray skapar voluminösa looker omedelbart. Från vardaglig volym till stora uppsättningar och mer extrema looker utan att ge en tung eller oljig känsla. Passar fint till normalt hår i alla längder. Spraya på torrt hår och styla enligt önskemål.

2 Frisstämjande sprayvax

Reuzel - Clay Spray
Ett sprayvax som ger kunderna en matt look med stadga utan känslan av att vara stylad. Tämjer frissighet och adderar volym till alla hårtyper och längder.

3 Lysterboost för alla

Joico - K-PAK Color Therapy Luster Lock Glossing Oil
En lätt, vårdande olja som ger ett kraftfullt skydd för att säkra hårets lyster. Gör håret mjukt, bevarar hårets färg och skyddar det mot yttre miljöpåverkan. Applicera 1-2 pumpar i torrt eller fuktigt hår. Styla som vanligt.

4 Skäm bort skägget

Davines - Pre-Shaving Oil
Davines lanserar en helt ny herrserie, Pasta & Love, bestående av denna goding, Pre-Shaving Oil, som lika bra kan användas före rakning som till skäggolja. Två andra produkter i serien är Softening Shaving Gel och After Shave and Moisturizing Cream.

5 Glammig i grått

Oribe - Illuminating Treatment Masque
En dermatologiskt testad inpackning som verkar djupt återfuktande. Inpackningen innehåller bland annat extrakt från rosenrot och snow mushrooms som återuppbygger hårets styrka, elasticitet och glans samtidigt som den lugnar och återfuktar hårbotten. En blandning av blått och silvrigt pigment korregerar gula undertoner på både naturligt och artificiellt färgat grått hår och förhindrar missfärgning.

Oribe - Illuminating Pomade
En flexibel pomada för naturliga gråa eller artificiellt färgade hår som bygger in en skulpterad textur och kontroll. Unika silverpigment highlightar och ger glans medan en blandning av essentiella aminosyror och linolsyra mjukgör och ger nytt liv åt åldrande hår.

COLOR THROUGH A NEW LENS

NYHET! NUTRI COLOR™ FILTERS

En ikon är tillbaka, starkare, effektivare och mer vårdande än tidigare!

- NY DESIGN** med fokus på **EFFEKTIVITET** och **HÅLLBARHET**
- NY FORMEL** med förbättrat resultat och nya **TRENDIGA** nyanser
- NY TEKNOLOGI** för mer intensiva **FÄRGER, VÅRD** och **GLANS**



REVLON
PROFESSIONAL®

Create Boldly. Live Boldly.

FRISÖRTEKNIK

Slitna toppar - ett minne blott?

Kontrollpigg

Ser till att håret blir jämnt fördelat så att endast topparna blir trimmade.



Se processen

I det genomsklinkliga fönstret kan man följa processen.

Av/på-knapp

Knappen är försedd med ledljus och är placerad för att passa både höger- och vänsterhänta.

Låsmekanism

Den metallklädda spaken låser fast håret och är försedd med gummi för bästa komfort.

Beklädda handtag

Handtaget är klätt med gummi för ett bra grepp.

Strömför-sörjning

För snabb laddning av batterier som även tillåter användning under tiden den förses med ström.

Verktaget Split Ender PRO ska hjälpa frisörer att fånga upp och trimma bort de absolut yttersta millimetrarna på alla hårstrån. Detta för att skapa ett friskare hår med mer glans. Vi synar den i sömmarna och ser om den håller vad den lovar.

Hur känns Split Ender PRO i handen?

– Den har ett runt handtag med bra grepp så den känns ungefär som en plattång eller locktång.

Hur lättarbetad är den?

– Mycket lätt att jobba med. Man fångar upp sin passé och drar några tag med verktaget över håret på samma passé, that's it!

Upplever du att den får med allt hår?

– Ja, man ska inte ta för breda passéer, då kan inte maskinen göra det den ska. Om man tar tunnare passéer så glider den bra och man får med allt hår. Ett helt huvud tar kanske 10–20 minuter att klippa igenom beroende på tjocklek och längd.

Känns den trygg att arbeta med?

– Ja, absolut! Man ska komma ihåg att dra verktaget med samma hastighet från mitten av passén till toppen och inte stanna av i rörelsen. Den klipper endast av den sista millimetern på toppen och det är perfekt för en kund som inte

vill klippa av så mycket på längden. Den är toppen att använda på extensionkunder när man ser att håret börjar klyva sig och man får onda ögat av kunden när man tar fram saxen.

Hur blir resultatet?

– Man får ju bort de allra yttersta torra topparna i både interiör och exteriör, så håret blir därför mjukt, lent och glansigt.

På vilka hår passar den bäst?

– På raka hår till lätt vågiga hår lämpar den sig bäst då håret behöver vara helt slätt när man drar över sina passéer, om håret är för lockigt så plattar man det innan.

Vad tycker du om prissättningen, 2499 kronor?

– Den är inom ramen för vad som är rimligt för elverktyg kan jag tycka. Det finns dessutom extradelar som man lätt kan byta ut på maskinen efter en tids användning, så livslängden torde bli lång.



Frisören testar

Uppsalabaserade Marielle Ecklund som går under smeknamnet "Sveriges egen balayage-drottning", har fått i uppgift att testa och utvärdera Split Ender PRO.

N°6 & N°7

THE PERFECT DUO

Förstärk den vårdande effekten hos N°6 Bond Smoother med några droppar N°7 Bonding Oil för det perfekta håret.



Hårspänne med pärlor
och guldfärgade dekorationer,
249 kr, Glitter.

Set om tre guldfärgade
spännen med kristaller, 1500 kr,
från Lelet NY, Net-a-porter.

Hårdiadem
med strass, 269 kr,
från Mango.

Hårband i guld,
6 990 kr från
Balmain Hair.

Guldfärgat
diadem med pär-
lor, 4 798 kr från
Sarah & Sebastian,
Net-a-Porter.

Hårspänne, 89 kr, från Zara.

Krona av guld
och kristaller,
2 955 kr, från Lelet
NY, Net-a-porter.

BLING BLING!

Äntligen är det tid för välstylat
svall och glimrande håraccessoarer.

Av Mari Wigren

A top-down view of various hair care products and a hair dryer. In the center, a large black lowercase 'k' is positioned above the brand name 'KEVIN.MURPHY'. To the left, there are several bottles of 'EVER.SMOOTH' hair care products. To the right, a black hair dryer is visible. The background is a light, neutral color.

k

KEVIN.MURPHY

Skincare for your *best* hair

KEVIN.MURPHY eftersträvar samma hållbarhet, resultat och vård för hår som återfinns i hudvårdsbranschen. Du kan vårda ditt hår enligt samma princip som du vårdar din hud genom att använda dig av våra produkter. Produkterna är utformade för att viktlost ge prestanda, styrka och styling som håller.

DISTRIBUERAS I SVERIGE AV **SESSION.MAP™**

DREAM- TEAM

Egenföretagarna som blivit en familj

Madelene Larsson och Victoria Lindström driver salongen Carl Frisör i Uppsala sedan elva år tillbaka. Alla på salongen är hyrstolar, inklusive de själva. Hur fungerar det och vad är deras trick för att skapa en bra sammanhållning bland så många egenföretagare under samma tak?

*Av Linnéa Wallin
Foto Josefine Bäckström*

Hos Carl Frisör gör man saker tillsammans, allt från att konsultera kunder till att bestämma inredning.





Martina Hynd har hyrt stol hos Carl Frisör i snart elva år och kan inte tänka sig en bättre arbetsplats. I bakgrunden syns salongshunden Shabo.



Det är en tidig höstmorgon på Svartbäcksgatan i Uppsala. När vi närmar oss dagens intervjuobjekt, Carl Frisör, startar vår behagliga upplevelse redan utanför dörren där lugn och behaglig musik strömmar ur högtalarna. Väl inne i salongen känns det varmt och ombonat. I taket hänger inte mindre än 21 likadana runda vita taklampor.

Victoria Lindström och Madelene Larsson som äger salongen tillsammans sedan elva år välkomnar oss. Vi går genom den avlånga lokalen och hejar snabbt på en av frisörerna som hyr stol på salongen, Martina Hynd, som står och blandar färg till dagens första kund. Vi slår oss ned vid det runda bordet i det lilla mysiga köket.

Medsols från vänster,
Victoria Lindström, Martina
Hynd, Emil Fredriksson,
Madelene Larsson, Emma
Forsslund och Camilla Oskarsson.

"EFTERSOM DE FLESTA PÅ SALONGEN ARBETAT SÅ LÄNGE TILLSAMMANS HAR VI NÄSTAN BLIVIT SOM EN FAMILJ"



Väggen är tapetserad med en storblommig härlig tapet och dagen till ära har Madelene även en blommig klänning på sig. Det skapar en härlig energi som vi ganska snabbt förstår inte bara sitter i tapeterna och klädesplaggen utan speglar allt som har med salongen och människorna kring den att göra.

STÄMNINGEN ÄR UPPSLUPPEN och på bordet står ett fat med olika bakverk och en skål med godis. Det är Viktorias födelsedag, och det ska firas. Att fira saker och att festa till det är något av salongens signum. På Carl Frisör gillar man att hitta på saker tillsammans och på olika event ser man sällan bara en representant från salongen, kommer en kommer alla. Som en familj med ovanligt bra sammanhållning.

På Carl Frisör arbetar sex frisörer och alla är hyrstolar, inklusive ägarna själva.

– Ja, vi hyr stolar av oss själva, säger Madelene och skrattar.

För Madelene och Viktoria är det viktigt att alla på salongen har lika mycket att säga till om. De ser inte sig själ-

va som chefer även om det yttersta ansvaret för salongen givetvis vilar på dem.

– För oss är det viktigt att alla känner att de är sina egna och har frihet samtidigt som vi vill vara ett tajt team. Vi tvingas att vara chefer men vill vara det på ett så schyst sätt som det bara går. Eftersom de flesta på salongen arbetat så länge tillsammans har vi nästan blivit som en familj, förklarar Viktoria.

För att alla på salongen ska vara med på banan och veta vad som gäller har Madelene och Viktoria tagit fram ett kontrakt som varje år justeras och skrivs på av samtliga på salongen.

På Carl Frisör har man valt att skriva in ganska många punkter i sitt hyreskontrakt utöver det mest grundläggande. Bland annat står det att man binder sig till att delta på salongens kundevent, att man måste vidareutbilda sig vid minst två tillfällen per år och att man ska jobba minst en kväll i veckan.

– Det är alltid skönt att ha ett välskrivet avtal att kunna hänvisa och förhålla sig till. Det är också bra att alla skri- ➤

Salongsägarna sedan elva år tillbaka, Victoria Lindström och Madelene Larsson, känner varandra utan och innan.



"SJÄLVKLART KAN VI TYCKA OLIKA OM SAKER OCH TING MEN DÅ RÖSTAR VI"

► ver på varje år för att fräscha upp minnet om vad som faktiskt gäller, säger Victoria.

Även salongens prissättning är något man kommer överens om inom gruppen och alla som arbetar på salongen tar samma priser för de olika behandlingarna.

– Eftersom vi hittills bara tagit in erfarna frisörer fungerar det att alla har samma priser, självklart skulle det vara annat om vi exempelvis hade en elev, men det har vi inte i nuläget, säger Madelene.

DET ÄR TYDLIGT ATT MADELENE OCH VICTORIA prioriterar sina kollegers välmående högt och är noga med att det ska vara lika för alla som jobbar på salongen. Inskrivet i kontraktet står exempelvis att man som hyrstol hos Carl Frisör har rätt till fyra månaders hyresfritt när man får barn. Väljer man att inte skaffa barn och skulle bli sjukskriven gäller hyreslättningen även då.

– Det kan hända mycket i livet och man ska inte behöva säga upp sig bara för att man får barn eller blir sjukskriven. Då har man mycket nog att hantera ändå, utan att behöva söka nytt jobb också. Vi vill skapa ett klimat där vi är goda vänner, gillar att arbeta tillsammans och försöker i mesta möjliga mån att undvika fallgropar, säger Victoria.

Vad kan vara problematiskt med att alla är hyrstolar?

– Vi har haft en otrolig tur, jag kan inte beskriva det på något annat sätt, men vi kommer så otroligt bra överens. Självklart kan vi tycka olika om saker och ting men då röstar vi, säger Madelene och fortsätter:

– Vi har aldrig haft någon kris med lite kunder, hade vi haft det kanske det hade bidragit till konflikter. Vi är måna om att inte snacka skit varken här eller om andra salonger och kunden ska aldrig behöva känna sig dum om den exempelvis byter frisör inom väggarna.

Vad är typiskt för en frisör som hyr stol?

– Man gillar hantverket, man vill styra sin egen tid och ha mer frihet. Kanske är man också lite mer driven som person. Man vill själv välja hur mycket man vill jobba och hur mycket man vill tjäna, säger Madelene.

Att lyckas ha en så stark lagkänsla med endast hyrstolar på en salong är nog få förunnat, men Madelene och Viktoria påpekar att de är otroligt noga med vilka personer de rekryterar till salongen. Utåt sett menar de att kunderna med all säkerhet ser dem som en enhetlig salong och inte en salong med flera egna företagare.

– Vi hjälps alltid åt med kunderna om någon känner sig osäker, något jag förstätt inte är helt självklart på alla salonger. Vi upplever ►

Våra tips för en lyckad verksamhet:

- ◆ Välj dina medarbetare med omsorg.
- ◆ Var noggrann med utformningen av ett hyreskontrakt och förnya detta då det finns behov.
- ◆ Gör en budget som håller även om salongen inte har full beläggning på alla hyrstolar.
- ◆ Hitta på en massa roliga saker på och utanför jobbet.
- ◆ Försök att skapa en teamkänsla där alla har liknande värderingar gällande service, kundfokus, utbildningar och varumärkets bästa.
- ◆ Var lyhörd och visa kolleger omtanke.
- ◆ Ge positiv feedback, ge beröm och stötta då det behövs. Ha en positiv inställning – det smittar av sig!



"VI SKÄMS ALDRIG INFÖR VARANDRA ELLER INFÖR VÅRA KUNDER"



Salongen är detaljrik och loppisfynd ligger varmt om hjärtat.

- att det är tryggare både för oss själva och för kunden om vi kan bolla idéer och lösningar tillsammans. Vi skäms aldrig inför varandra eller inför våra kunder, säger Victoria.

När det för något år sedan öppnade en annan frisersalong vägg i vägg, med väldigt låga priser på sina behandlingar blev alla på salongen sporrade till att bli ännu bättre i stället för att knyta nävarna i fickorna och bli irriterade.

– Vi tänkte att antingen blir vi sura och lite bittra eller så ser vi till att bli ännu bättre, säger Victoria.

Det resulterade i att alla på salongen tog mästarbrev i våras.

– Det var otroligt roligt och lärorikt. Det var utmanande på ett helt nytt sätt, bara det att skaffa Google Classroom var ju bland det svåraste, skrattar Madelene och fortsätter:

– Det är roligt att berätta för kunderna att vi fortsätter att utbilda oss och det är kul att utveckla ledarskapsbiten och företaget.

Hur har det hjälpt er?

– Både ekonomibiten och arbetet man fick göra med reklamationer och att göra sin egen policy var superbra. Att driva företag kommer ofta i sista hand och nu fick det komma i första rummet, det var otroligt kul och givande! säger Victoria och Madelene instämmer.

Alla på salongen hämtade ut sitt mästarbrev på Hantverksföreningen i Uppsala.

– Det var jättekul att se och träffa andra seriösa hantverkare, allt ifrån låssmeder till sotare och andra. Det enda sättet att få

upp statusen på vårt yrke är ju genom utbildning och prissättning, något som kan vara en utmaning i en stad som Uppsala där alla i princip är akademiker, säger Madelene.

– Det känns jättekul att vi gjort det här tillsammans och nu håller vi alla på att skaffa frisörlicens också! avslutar Victoria.

Jag ber om att få låna toaletten innan vi lämnar salongen, något som visar sig vara en upplevelse i sig. Det lilla utrymmet är mysigt inrett med sin varma gamla franslampa i hörnet, mässingsdetaljerna och den mörka mönstrade tapeten. Det känns som att vara hemma hos en ovanligt cool mormor. Vilket mönster det var på tapeten? Det kan ni nog räkna ut själva.

Varför har ni valt Carl Frisör?

– För att jag känner mig fri här, i både arbetstider och att få vara med och tycka till i både stora och små saker. Allt görs helhjärtat och man inkluderas i alla beslut. Kunderna märker inte av att vi är hyrstolar, vi är en salong och ett team men framför allt som en extra familj, säger Emma Forslund, som hyr stol sedan 2009.

– Jag kan inte tänka mig en bättre arbetsplats! Man bestämmer hur man vill lägga upp sina arbetstider helt själv och tar fullt ansvar för sitt eget företag, samtidigt som man får jobba i ett team. Alla som jobbar här är väldigt inkluderande och vi trivs alla jättebra i varandras sällskap, säger Martina Hynd som hyr stol sedan 2010.

– Jag har jobbat på Carl Frisör i 20 år och jag trivs lika bra nu som när jag började. Vi är ett fantastiskt gäng som har superkul tillsammans. Här vill jag stanna i 20 år till och vara med mina bästa vänner, säger Camilla Oskarsson som hyr stol sedan 2000.

– Carl valde mig. Självklart valde jag Carl. Efter många år som anställd var det dags för mig att bli hyrstol. När dessa fantastiska tjejer bjöd in mig att jobba hos dem var det en självklarhet för mig. Värmen, glädjen och teamkänslan som finns här på salongen har en slags magi över sig, det känns direkt när man kliver in innanför dörren och det vill jag vara en del av. Snart har jag varit på Carl i ett år, ett tufft år i pandemitider men oavsett hur tunga vissa dagar kan vara så finns alltid ett peppande team/familj att luta sig mot, säger Emil Fredriksson som hyr stol sedan mars 2020. ♦



intercoiffure
SWEDEN

INTERCOIFFURE
– THE WORLD OF BEST
HAIRDRESSERS



parfum

LOMBARD

- sedan 1935 -



Bästa frisör!

På bilderna ovan är vi inte gamla. Ingen av oss har en tanke på att vi en sådär 30 år senare ska driva företaget som vi just då gör reklam för. Vi är bara glada över att få vara med vår pappa på jobbet och för att vi båda var riktiga linlusar, var och en på sitt sätt.

Företaget är såklart Parfum Lombard. Grundat 1935 och nu inne på sin fjärde generation. Då, liksom nu, vill vi vara din bästa samarbetspartner.

Vi lämnar snart år 2020 bakom oss. Ett år fullt av prövningar och ovisshet både för dig och för oss.

Tack för att du låter oss vara din bästa samarbetspartner nu och i många år framöver!

Jannica & Markus
Alla våra grymma medarbetare

*Du vet väl om
att du kan beställa
allt du behöver
online också?!*

Parfum Lombard AB | 040-405310 | hej@lombard.se | www.lombard.se

Jury Årets Frisör

Jury i kategorierna: **Dam, Herr, Avantgarde, Nykomling, Team och Årets Frisör**

Camilla Jönsson, Jesper Ekberg, Patrik Lernberger, Marco Vukota, Peter Hägelstam, Eva Strömblad, Jessica Davinski, Elisabeth von Satzger, Håkan Ström och Robert Rydell

Jury Årets Barberare

Håkan Ström och Robert Rydell

Jury Årets Frisörföretag

P-O Waller, Mari Höglund och Ted Gemzell

ÅRETS FRISÖR

EN TÄVLING AV FRISÖRFÖRETAGARNA

2020

Efter ett gediget arbete av Årets Frisörs jury är de nominerade i alla tävlingskategorier klara. Det blir en tuff strid när vinnarna ska utses på At Six Hotel i Stockholm den 20 februari 2021.

NOMINERAD ÅRETS FRISÖRFÖRETAG

Hair By Angels
Kungsbacka

Salong Tingeling
Skövde

Bergfeldt's Frisörer
Kalmar



NOMINERAD

JOSEFIN LINDHOLM

— ÅRETS AVANTGARDE —

Salong Torsten, Skellefteå.

Fotograf: Lisa Love Bäckman.

NOMINERAD

JULIA ERIKSSON

— ÅRETS AVANTGARDE —

Victor Noblesse, Göteborg.

Fotograf: Dani Abunar.



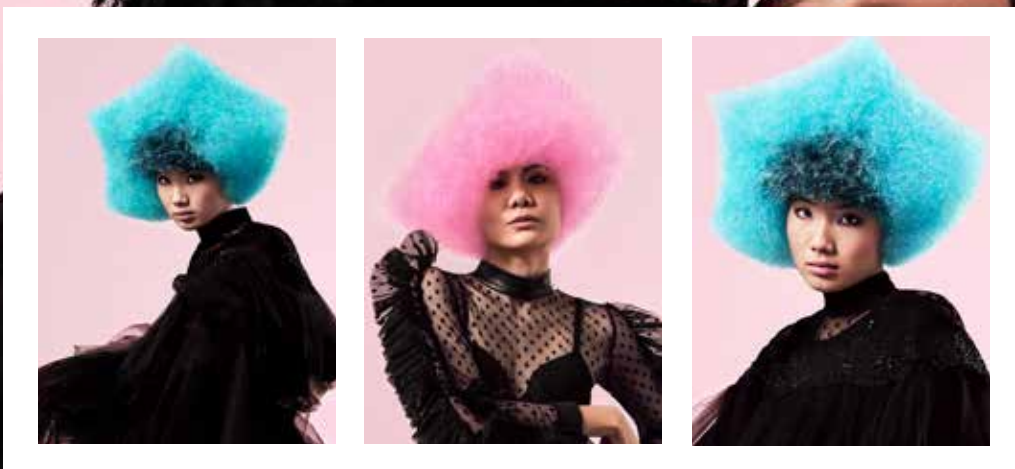
NOMINERAD

LINDA STRINDBECK
BOLIN

— ÅRETS AVANTGARDE —

Hårgänget, Stockholm.

Fotograf: Henrik Korpi.





NOMINERAD

PIA TIDHOLM CARSTENS

— ÅRETS AVANTGARDE —

Endorfin Hårvård, Göteborg.

Fotograf: Tony Hultén.



NOMINERAD

TILDA LÖFGREN

— ÅRETS NYKOMLING —

Studio Epic, Åsa.

Fotograf: Christina Kronér.

NOMINERAD
TOWE PERSSON
— ÅRETS NYKOMLING —

Kompaniet, Skövde.
Fotograf: Erica Blomqvist.





NOMINERAD

ISABELLE TIMLÖV

— ÅRETS NYKOMLING —

Amino, Eskilstuna.

Fotograf: Isabelle Timlöv
& Erik Vässmar.

NOMINERAD

CAROLINA CARLÉN

— ÅRETS BARBERARE —

Salong Karma, Borås.
Fotograf: Tobias Guldstrand.



NOMINERAD

ANNA FROST

— ÅRETS BARBERARE —

Frostanna, Mora.
Fotograf: Marco Glijnis.



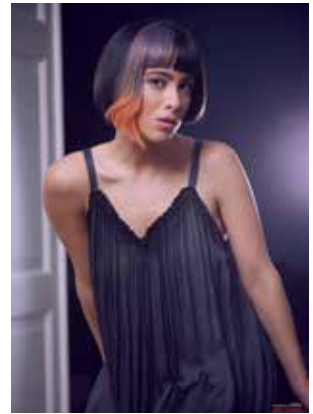


NOMINERAD

HILDA MACDONALD

— ÅRETS BARBERARE —

GRO Hår & Skägg, Göteborg.
Fotograf: Photography and Sons.



NOMINERAD

NASIM NASIRI

— ÅRETS DAM —

Victor Noblesse, Göteborg.

Fotograf: Dani Abunar.

NOMINERAD

EMELIE HEDMAN

— ÅRETS DAM —

SureBabyYes, Stockholm.
Fotograf: Henrik Korpi.



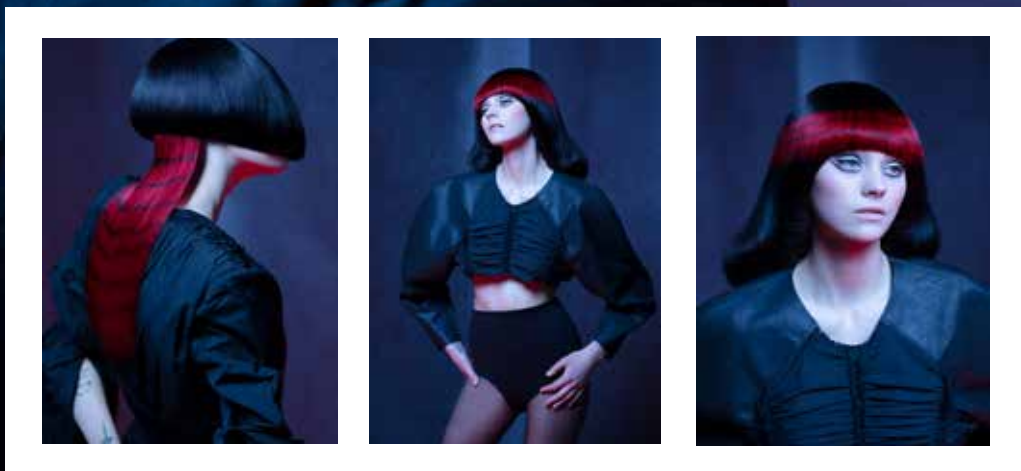


NOMINERAD

ALIREZA MOUSAVI

— ÅRETS DAM —

Quomodo, Göteborg.
Fotograf: Leonard Gren.





NOMINERAD

NOOMI HORN

— ÅRETS DAM —

Noomi, Gävle.

Fotograf: Alexander Lindström.



NOMINERAD

MAURITZ NÄSMAN

— ÅRETS HERR —

Bufo Bufo Studio, Stockholm.

Fotograf: Nils Hillström.

NOMINERAD

JOVANA STOJANOVIC

— ÅRETS HERR —

Headon, Malmö.

Fotograf: Christoffer Rosenfeldt.



NOMINERAD

HAISAN BEKIROGLU

— ÅRETS HERR —

Ekman Hair, Stockholm.

Fotograf: Elli Bak.





NOMINERAD

DANI ABUNAR

— ÅRETS HERR —

Victor Noblesse, Göteborg

Fotograf: Dani Abunar.



ZENZ

**DE MEST HÄLSOSAMMA
PROFESSIONELLA
PRODUKTERNA**

**UTVECKLADE AV FRISÖRER
TILL FRISÖRER**

Letar du efter ett hälsosamt och hållbart sortiment till din salong?

ZENZ Organic Products är en komplett serie exklusiva salongprodukter baserade på naturliga och certifierade organiska ingredienser av högsta kvalitet i nordisk design. En komplett serie för hårvård, styling och hudvård gjord av de bästa och renaste naturliga ingredienserna som organisk kallpressad avokadoolja och organiskt renad aloe vera.

Använd din kreativitet, blanda multifunktionella produkter och upplev oändliga styling- och behandlingsalternativ.

Du behöver inte kompromissa med kvaliteten när du väljer hållbara och skonsamma produkter. ZENZ Organic Products produceras i Danmark och innehåller inte SLS, MI, parabener, PPD, PTD, resorcinol, silikon, ammoniak och mikroplast.

För ZENZ är det avgörande att ha externa certifieringar på produkterna, eftersom det är din och kundens försäkran att produkterna håller sina löften.



HEALTHY - NATURAL - ORGANIC - SUSTAINABLE

Distribueras av E. Sæther AB

E-mail: kundservice@saether.se | Tel: 08 - 564 88 921

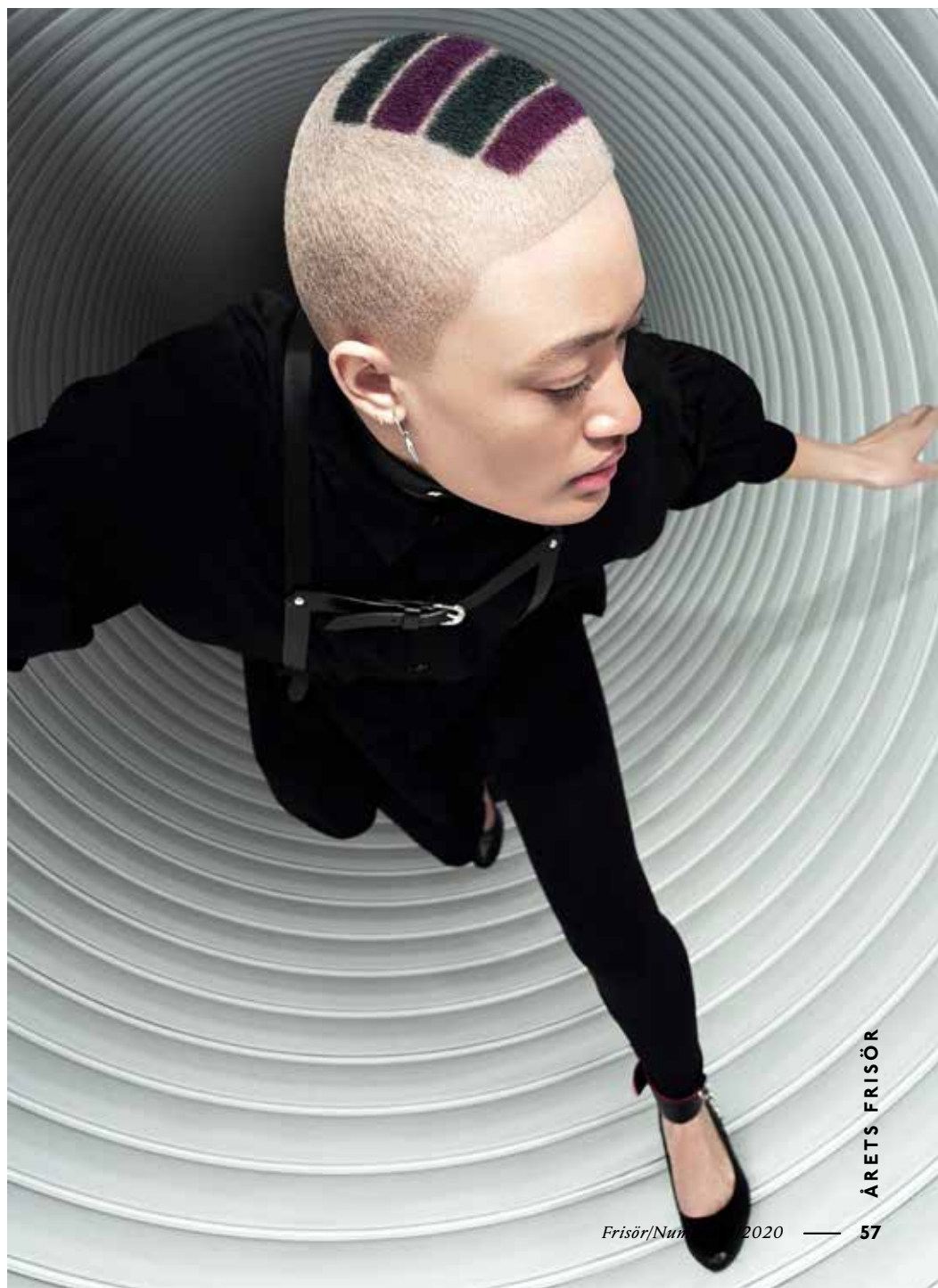
NOMINERAD

SUREBABYYES

— ÅRETS TEAM —

Emelie Hedman, Maria Tatsidou
och Sofia Midfjäll.

Fotograf: Henrik Korpi





NOMINERAD
HÅRGÄNGET

— ÅRETS TEAM —

Karin Dazzi, Carl Axemo
& Linda Stridbeck Bolin, Stockholm.
Fotograf: Henrik Korpi.

A BOLT OF HAIR ENERGY

R+Co





VEGAN + CRUELTY FREE



TENDENZ

www.tendenz.se | info@tendenz.se

  [randcosweden](https://www.instagram.com/randcosweden)



V O K E

MASTER HAIR EXTENSIONS

Voke Master Hair Extensions gör håldrömmen möjlig!

**Bli certifierad
Voke Master Hair
Extensions frisör
och få:**

- Ett naturligt resultat
- Fylligt hår på en timme
- Skonsam tejp anpassad till kundens hårkvalitet
- Remy Hair av högsta kvalitet med lång hållbarhet

Vill du höra mer om våra kurser och inspirationskvällar är du välkommen att kontakta oss.

Voke Master Hair Extensions distribueras av E. Sæther AB | Tel: 08 - 564 88 921 | E-post: kundservice@saether.se

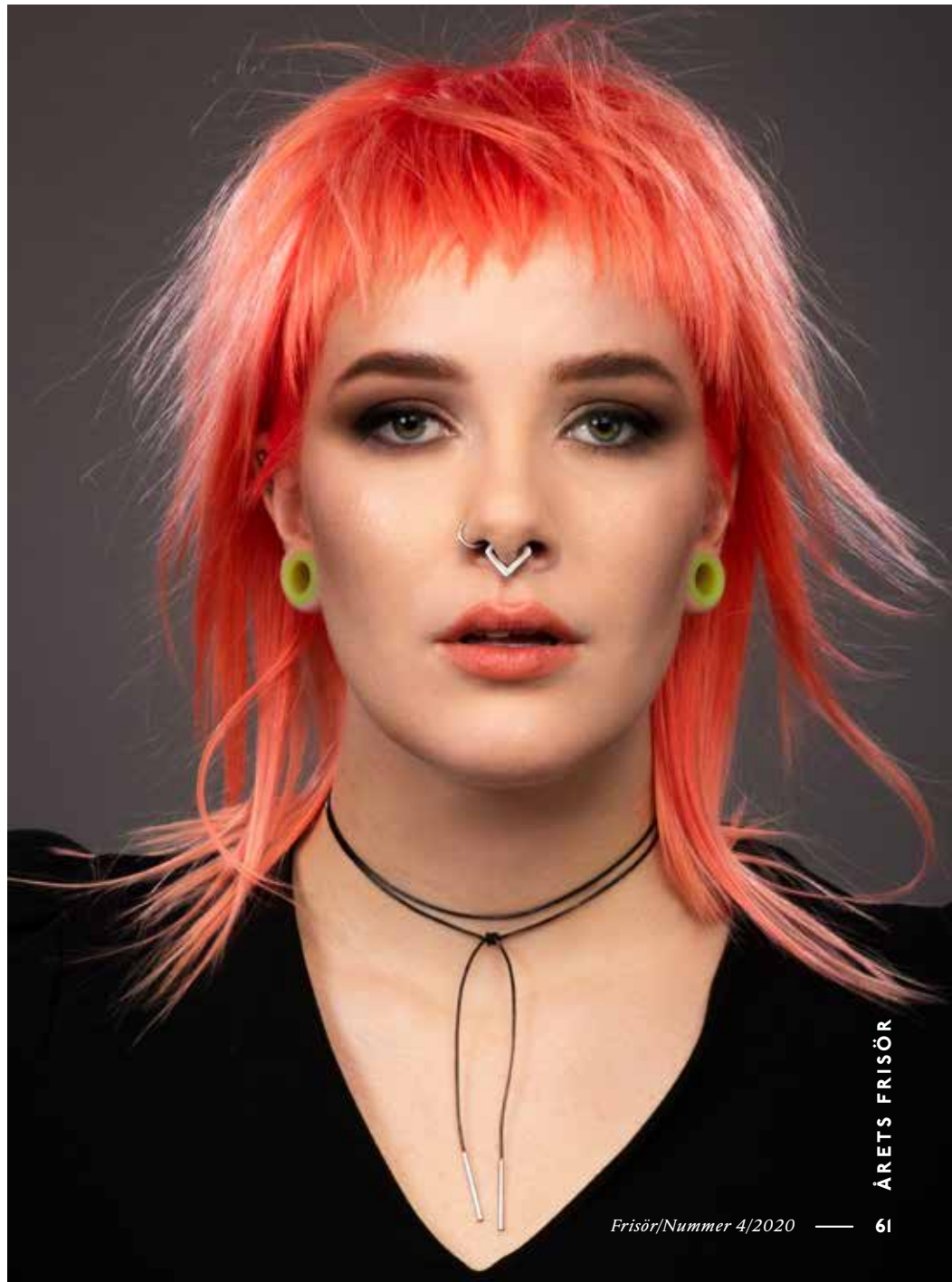
NOMINERAD

HOLY HAIR

— ÅRETS TEAM —

Jessica Svensson, Frida Andersson,
Reka Katona, Melina Bischof Tillström,
Helsingborg.

Fotograf: Elina Liljeholm.





NOMINERAD

HEADON

— ÅRETS TEAM —

Linn Cederberg, Jovana Stojanovic,
Madelene Sjöholm, Malmö.
Fotograf: Christoffer Rosenfeldt.

JOICO
the **joi** of healthy hair

JOICO K-PAK Color Therapy

LÅS IN FÄRGEN

Salongsfärgat hår är en investering värd att skydda. Därför finns K-Pak Color Therapy som kombinerar färgskydd med K-Paks återuppbyggande egenskaper. Livslängden på färgningen ökar och håret får tillbaka sin ursprungliga friskhet.



Relaunch!

Allt om Betaltterminaler

Ta betalt digitalt, utan att betala för mycket

Förvirrad av alla olika kortterminallösningar som erbjuds?
Frisör guidar dig till rätt lösning för din verksamhets behov.

Frisörer vill på ett enkelt sätt kunna ta betalt av sina kunder efter avslutad behandling, men vad många inte vet är att prisskillnaderna mellan betaltterminalerna skiljer sig kraftigt beroende på vilket företag man väljer. Vi har gjort en kartläggning om vilka alternativ som finns på marknaden och en sak är säker, här finns besparingar att göra.

Vi börjar med att reda ut olika begrepp vi använder:

Kortterminal

Själva apparaten man sticker in kortet i eller blipper sitt kort emot.

Inlösenavtal

Ett inlösenavtal har man med en bank. Alla kortterminaler har ett inlösenavtal. Varje hyrstol har sitt egna inlösenavtal till salongens fleranvändarterminal, om man har en sådan.

Den inlösande banken ser till att de pengar som du får från kunden hamnar på ditt företagskonto.

Den inlösande banken behöver

inte vara samma som din affärsbank där du har ditt företagskonto. Det är inlösenavtalet som har en procentsats (1.5% eller 0.27%) på köpesumman som banken helt enkelt behåller, vilket blir kostnaden för dig för att ta emot pengarna. Det är därför det är väldigt viktigt att procentsatsen är så låg som möjligt.

Till exempel:

Om ditt kortinlösenavtal kostar 0.27%, så är den mer än fem gånger billigare än att betala 1.5%.

I pengar betyder det: Antingen betalar du 200 kronor med ett bra kortinlösenavtal eller 1100 kronor för exakt samma tjänst. På längre sikt kan det betyda 2000 kronor jämfört med 11 000 kronor - eller ännu mer.

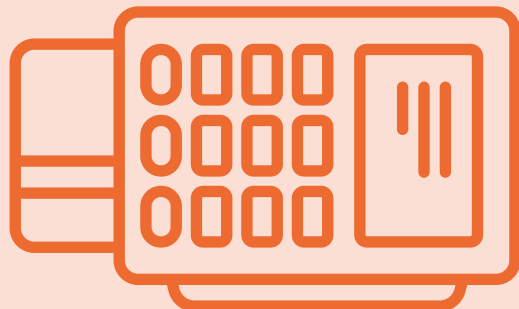
Oftast hänger inlösenavtalet ihop med kortterminalen. Dvs. Den som säljer kortterminalen till dig har ett eget inlösenavtal med en bank som du är tvungen att ha. Och om man väljer ett annat inlösenavtal så vill de oftast ha en högre månadskostnad för att hyra ut terminalen till dig.

Tar du emot stora summor på kort kan det löna sig att välja Frisörföretagarnas kortinlösenavtal med Swedbank Pay. Standard när det gäller inlösenavtal är sex månaders uppsägningstid.

Kassakopplad

En terminal kan vara ihopkopplad med kassaapparaten. Då slår man in summan i kassan och väljer kort- så poppar summan upp i terminalen och är redo för kunden.

” Prisskillnaderna skiljer sig kraftigt mellan företagen.”



TIPS

**BLI INTE FÖRVILLAD
AV ATT DET SER
UT SOM "SMÅ TAL",
DE DÄR PROCENT-
SATSERNA.**

Fristående

Om terminalen är fristående så slår du in summan i kassaapparaten först, och sen en gång till på terminalen som inte "pratar med kassan". Den är alltså fristående.

Vad kostar det egentligen?

Vad det kostar beror på hur stora summor man tar emot i kortbetalning varje månad. Vad som passar din salong bäst får du därför räkna ut.

Den salong vi ska hjälpa i detta räkneexempel är en ensam frisör som har en dagskassa på 3000 kronor. Vi tittar och jämför mellan Nets, Bambora, Verifone, Izettle och Sumup, då frisören bara behöver terminal och inlösen, inte kassasystem eller bokning.

Swish och Klarna kan vara ett komplement till kortterminalen.

Räkneexempel

Salongens dagskassa är 3000 kr och alla betalar med kort. Varje månad har cirka 20 arbetsdagar

$3000 \times 20 = 60\,000$ kr

MÅNADSOMSÄTTNING	60 000 kr
ÅRSOMSÄTTNING (60x12)	720 000 kr

Vi har räknat med sex kortbetalningar per dag = 120 stycken per månad. Det är bra att veta om du ska räkna ut vad det kostar i avgift per kortdragning, till exempel om det är Swish x 3 kr eller 29 öre per kort.

*Miss inte vår pris-
jämförelse på nästa sida!*



NATURAL
GLOW

NEW
JAGUAR
NATURE INSPIRED

NATURAL
VIBES

INFO@GERTSSONTRADING.COM
WWW.GERTSSONTRADING.COM

Byt ut
till din egna
omsättning!

Frisör jämför betalterminaler



Leverantör	Produkt-namn	Notering	Månads-kostnad	Bind-ningstid	Kostnad per transaktion	Inlösen	Räkneexempel baserat på en månadsomsättning på 60 000 kr, 120 kortdragningar (ca 6 per dag) om alla handlar med vanligt debetkort
Nets	Desk3500 Fristående på kassadisen	Helt ny och super-modern	429 kr ordinarie pris 365 kr (medlemspris)	36 mån	29 öre	Nets medlemserbjudande Debetkort 0,27% Kreditkort 0,35%	Månadskostnad + (Försäljningen x 0,0027) + (39 öre x antal transaktioner) 365 + 162 + 47 = 574 kr/månad
	Move3500 WiFi/igprs mobil terminal	Helt ny och super-modern	499 kr ordinarie pris 425 kr (medlemspris)	36 mån	39 öre	Nets medlemserbjudande Debetkort 0,27% Kreditkort 0,35%	Månadskostnad + (Försäljningen x 0,0027) + (39 öre x antal transaktioner) 425 + 162 + 47 = 634 kr/månad
	Fleranvändarfunktion - ett tillägg du kan teckna	Upp till 10 användare, funkar på de flesta terminaler.	55 kr extra/mån				
Verifone	Smart	Liten portabel dosa	29 kr	12 mån		1,45%	Månadskostnad + (Försäljningen x 0,0145) 29 + 870 = 899 kr/månad
	W400M	Trådlös på Wi-Fi och 4G i samma bärbara maskin	469 kr ordinarie pris. 199 kr (medlemspris)	36 mån	45 öre	Frisörföretagarna/Swedbank Pay Debetkort 0,27% Kreditkort 0,37%	Månadskostnad + (Försäljningen x 0,0027) + (45 öre x antal transaktioner) 199 + 162 + 54 = 415 kr/månad
Bambora	Stationär		199 kr	24 mån		1,5%	Månadskostnad + (Försäljningen x 0,015) 199 + 900 = 1099 kr/månad
	Bärbar		249 kr	24 mån		1,5%	Månadskostnad + (Försäljningen x 0,015) 249 + 900 = 1149 kr/månad
Izettle	Erbjuder fakturatjänst 10 kr/st, Swish 0 kr, Betallänk 2,5%, Pengar till kontot efter 1-2 arbetsdagar	Engångspris inköp 799 kr, ibland kampanj.				1,85%	Försäljningen x 0,0185 = 110 kr/månad
SumUp	Utbetalning till konto efter 3-5 dagar	Engångspris inköp från 199 till 999 kr.				1,75%	Försäljningen x 0,0175 = 1150 kr/månad
Swish	Ett komplett till korthetning	Din bank bestämmer priset	Ca 50 kr		2-3 kr per betalning		
Klarna	Ett komplett till korthetning	Du får pengarna mellan 10-16 dagar efter den bokade tiden.				1,99%	Försäljningen x 0,0199 Varje tusenlapp kostar ca 20 kr att ta emot.



FRISÖR EVENTET 2020/21

CANCELLED

MALMÖ LIVE



FRISÖREVENTET 2020/21 CLARION MALMÖ LIVE

VISNINGAR - UTSTÄLLARE - FÖREDRAG

BARBERAVDELNING

Tyvärr är vi på grund av Covid-19 situationen tvungna att skjuta Frisöreventet 2020/21 på framtiden.

Så fort vi ser en ljusning kommer vi att återkomma med ett nytt datum.

Vi hoppas verkligen att allt skall normaliseras snart så att vi i frisörbranschen kan ses igen.

FÖLJ ALLT NYTT PÅ: www.frisoreventet.se

FACEBOOK: Frisöreventet

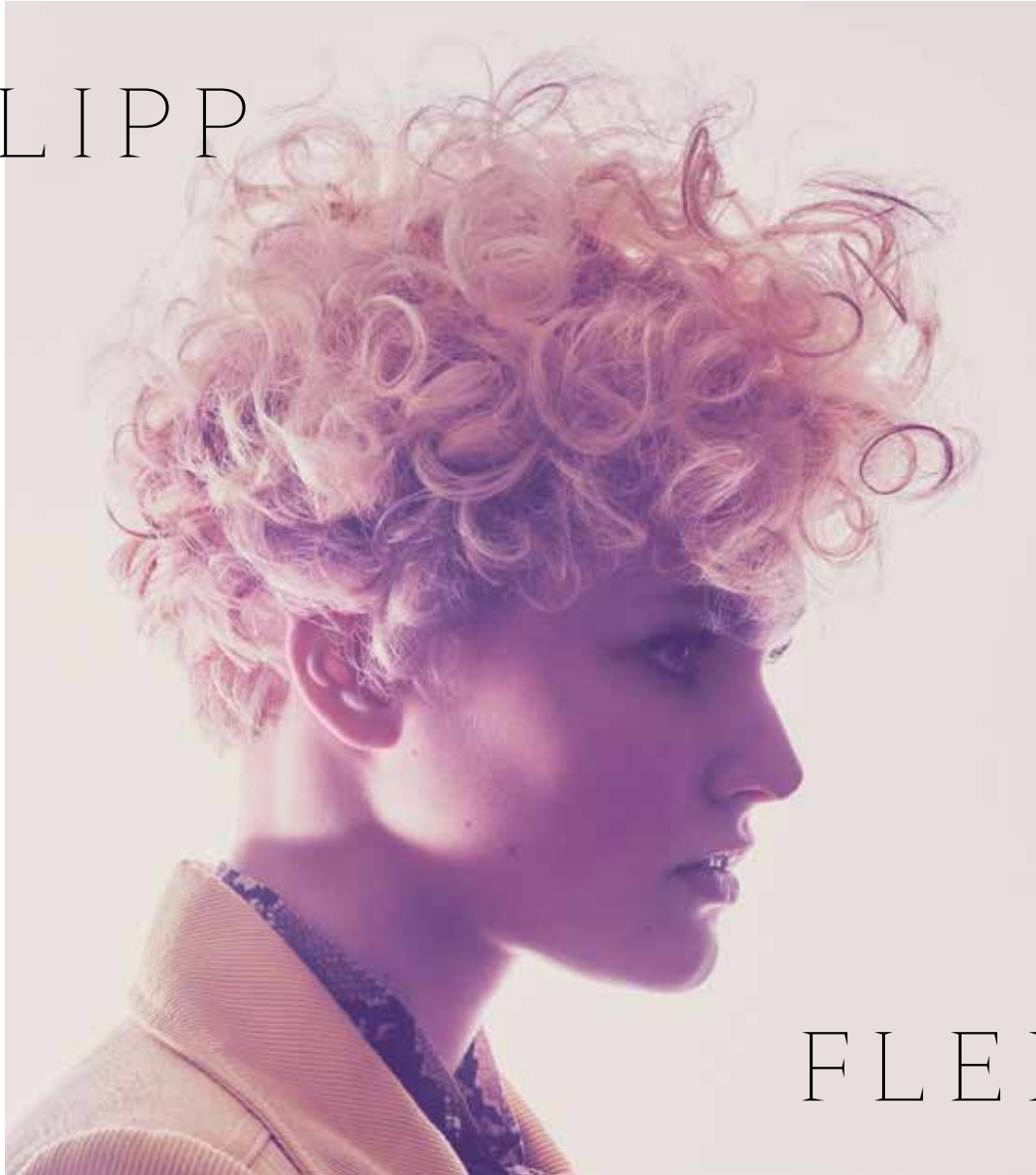
KONTAKT: info@frisoreventet.se

I samarbete med Frisörföretagarna

www.frisor.se

ETT

KLIPP



FLERA

LOOKS

I Schwarzkopf Professionals senaste kollektion tar man ut svängarna och låter kontrasterna tala. En typ av klippning behöver inte betyda en typ av frisy och styling - tvärtom.



KOLLEKTION
Once upon a time





KOLLEKTION
Dark Romance



KOLLEKTION
Once upon a time







KOLLEKTION
Dark Romance

THE LOOK.

DIN SALONG ONLINE

ÖKA FÖRSÄLJNINGEN PÅ DINA VILLKOR.

Trenden är tydlig – handel sker mer och mer på nätet. Det är något som inte minst märks på salonger runtom i Sverige, där kunder allt oftare går hem och köper produkter online eller finner det omständligt att handla mellan salongsbesöken.

Problemet? Kunderna får inte alltid den produkt som passar dem bäst, och du som driver en salong tappar en potentiell inkomst. Låt dina kunder handla av dig oavsett dag och tid.

Vi tar hand om all logistik från lager, packning och leverans till fakturering, kundtjänst och returer – du kan bara luta dig tillbaka.

» Med THE LOOK säkerställer vi dels att frisören inte förlorar värdefull inkomst samt att deras kunder får den produkt som är anpassad för deras hår. »

– Fredrik Gelkner, VD på HeadBrands



EXKLUSIVA
BRANDS

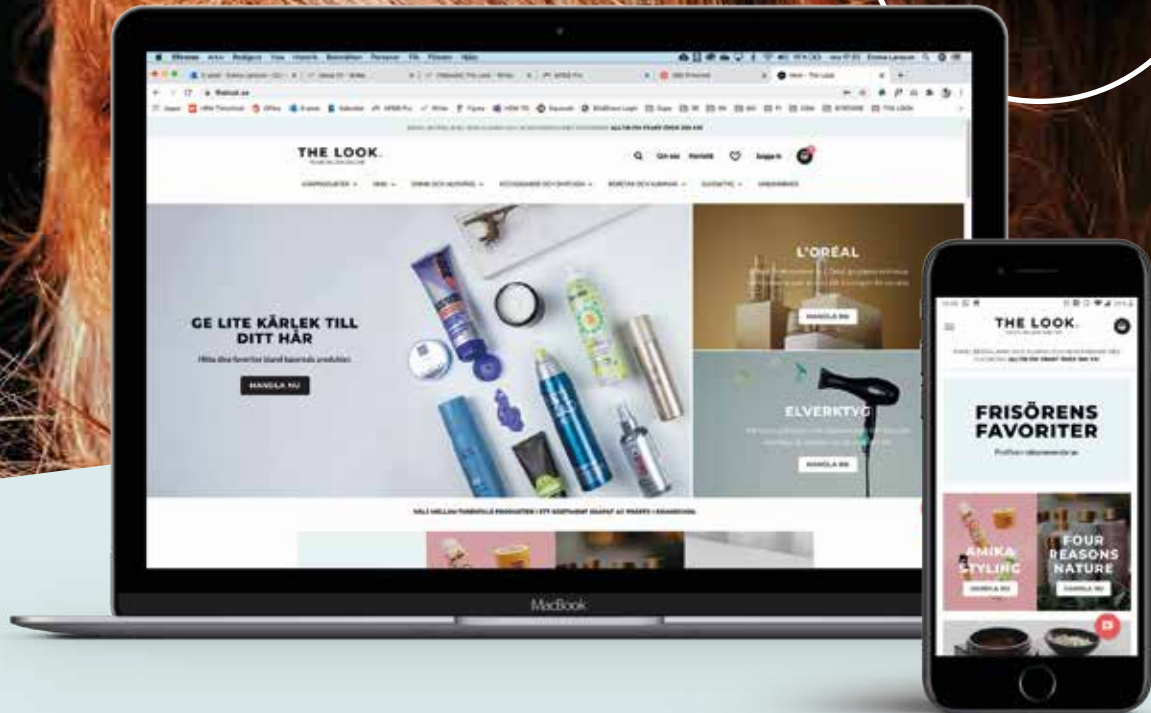


PERSONLIG
SHOPPING



LIVSTIDS
RABATT

INGET BINDANDE
INGA AVGIFTER



LÖSNINGEN: THE LOOK.

THE LOOK är webbshoppen som kopplar ihop salong med kund online.

Varje gång en kund gör ett köp får du som registrerad salong **20% av köpesumman** i form av bonuskrediter att använda när du handlar färg, folie och allt annat du behöver hos HeadBrands. När kunder handlar via din salong får de **alltid minst 15% rabatt** på utvalda varumärken. THE LOOK kan du utnyttja precis som du själv vill, kanske för att bredda sortimentet med sånt du inte får plats med på salongen eller för att nå dina kunder mellan salongsbesöken.

REGISTRERA DIN SALONG IDAG!

salong.thelook.se

NYA FIBRE CLINIX



EN SKRÄDDARSYDD HÅRVÅRDSRUTIN FRÅN SALONG TILL HEMMABRUK

Fiber Clinix är en ny salongsexklusiv, individuellt anpassad hårvårdserie, som utnyttjar den senaste teknologin för skräddarsydd vård, från salongsbehandling till hemmabruk.

För mer information vänligen kontakta Schwarzkopf Professionals kundtjänst tel 010-480 76 00.

www.schwarzkopf-professional.se

 Schwarzkopf Professional

 schwarzkopfprosverige

Together. A passion for hair.



Schwarzkopf
P R O F E S S I O N A L

TA HAND
OM DIG



LUXURY HAIR PRO

Luxury Hair Color skapar en glansig och hållbar hårfärg. Med över 150 nyanser att välja mellan garanteras en effektiv och fullständigt säker färgupplevelse. De exklusiva Multi-Chrome & Micro-Molecular Pigments-teknologierna hjälper till att bevara fukten och samtidigt bygga upp håret. Formulan innehåller ej parabener, SLS eller Thio.

En fantastisk färg som dessutom förbättrar salongens ekonomi. Våga prova och se de fina resultaten! Kontakta oss för mer information och prover.

KAN MAN SPARA PENGAR MED EN BRA FÄRG?

Se om Luxury Hair Color kan förbättra din och salongens ekonomi på gocciani.se/savemoney.

BLI EN BÄTTRE FÖRETAGARE MED FRISÖRFÖRETAGARNA

MEDLEM



FRÅGORNA ÄR MÅNGA

vi hjälper dig med svaren

Vad gör man när Arbetsmiljöverket knackar på dörren och hur använder sig företaget bäst av sociala medier? Vi har tagit reda på svaren och passar även på att berätta mer om våra nya härliga medlemskap.

Petra sparade 5 265 kr per år på att byta företags- försäkring!



Petra Wadenhed startade sin frisersalong i Helsingborg för över 20 år sedan. Företagsförsäkringen har hon hela tiden haft i annat försäkringsbolag. Allt har fungerat bra under dessa år, och därför har Petra inte haft anledning att byta även om hon tyckte försäkringen var väldigt dyr.

Efter sommaren fick Petra en offert på Frisör-företagarnas Salongsförsäkring. Prislappen var betydligt lägre än den hon redan hade plus att omfattningen var mycket bättre. Hon bestämde sig då för att byta!

**Gör som Petra,
jämför!**

De stora skillnaderna från Petras tidigare försäkring:

- Självrisken låg på 9 460 kr (0,2 pbb), nu fick Petra endast 4 500 kr i självrisk!
- Saknade försäkring för "Öppen stöld" (inbrott då salongen är öppen)
- Saknade Kundolycksfallsförsäkring
- Saknade Behandlingsskadeförsäkring
- Fönstren hade en maxbegränsning i storlek och belopp, nu gäller fönster oavsett storlek!
- **Priset blev nu endast 2 856/år istället för som tidigare 8 121 kr/år (5 265 kr skillnad)!**



Staffan Westman
är Frisörföretagarnas
vice vd.

Det här gäller vid ledighet kring jul



„Just i år finns
det möjlighet till längre
sammanhängande
ledighet“

Vad är det egentligen som gäller om en anställd ansöker om ledighet? Måste jag som arbetsgivare bevilja den? Vi låter Staffan Westman reda ut eventuella frågetecken.

JUL- OCH NYÅRSHELGEN är snart på ingående, det brukar vara en tid då många anställda frisörer önskar extra ledighet. Förhoppningsvis har december varit fullbokad och kundtillströmningen brukar minska något direkt efter helgerna. Just i år finns också möjlighet till längre sammanhängande ledighet då flera helgdagar infaller under en arbetsvecka och bildar klämdagar.

Vad gäller för helgdagar?

Sön- och helgdagar är generellt arbetsbefriade i frisöravtalet, julafton jämställs med helgdag och nyårsafton jämställs med lördag (för salonger med sjudagarsvecka gäller andra bestämmelser, se avtalsboken sid 13). Veckoarbetstiden minskar med 8 timmar per helgdag för heltidsanställda och för deltidanställda i proportion till sysselsättningsgraden.

Exempel:

Heltid: $40 \text{ tim/v} \times 0,8 = 32$ timmar är arbetstiden den aktuella veckan

Deltid: $32 \text{ tim/v} \times 0,8 = 25,6$ timmar är arbetstiden den aktuella veckan

För övrig önskad ledighet gäller följande:

1. Semester: Önskemål om semester ska inkomma två månader före ledigheten, svar på om semestern beviljas eller ej ska ges inom en vecka. Tänk på att sparad semester ligger som en skuld i företaget och det är bra att de anställda använder sina sparade semesterdagar.

2. Föräldraledighet: Ansökan om föräldraledighet ska inkomma två månader före aktuellt datum. Arbetstagaren har rätt att ta ut föräldraledighet, dock vid max tre tillfällen per år. Arbetsgivaren har rätt att neka föräldraledighet om ledigheten påtagligt påverkar verksamheten.

3. ATF (Arbetstidsförkortning): Behöriga frisörer har rätt till upp till 10 timmars ATF per år beroende på anställningsgrad (exempelvis $20 \text{ tim/v} = 5$ timmar ATF). Ledigheten förläggs efter överenskommelse mellan arbetstagare och arbetsgivare och får inte påverka verksamheten, men om möjligt ska arbetstagarens önskemål tillgodoses.

4. Tjänstledighet: För anställda utan sparad semester, ATF eller möjlighet till föräldraledighet kan tjänstledighet med löneavdrag beviljas efter överenskommelse.

Glöm inte att du som arbetsgivare har rätten att leda och styra arbetet i ditt företag, det är alltså helt i sin ordning att neka ledighet om det inte passar just då, även om önskemål har kommit in i tid.

Ta hand om dig själv.

Vi pratar ofta med frisörer som lider av olika former av förslitningsskador i axlar, leder, knän, händer och rygg. Det är tyvärr vanligt förekommande och vissa skulle tom hävda att det kommer med yrket utan att det är mycket att göra åt.

Lyckligtvis är det inte så illa. Det finns massor man kan göra för att undvika arbetsrelaterade skador och prioritera att investera i sig själv för att kunna ha ett långt och roligt frisörliv.

Här kommer ett av våra starkaste och mest effektiva tips:



Jobba i rätt arbetshöjd

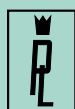
Takara Belmont HiloX ger dig perfekt arbetsställning vare sig du är lång eller kort eller ifall kunden eller håret i stolen är det.

HiloX är en elhydraulisk pump som ger dig steglös höjjustering med hela 30cm i skillnad mellan högsta och lägsta läget vilket är mer än någon annan pump på marknaden. Det minskar förslitning på axlar, rygg, höft och leder och kan troligtvis bli ditt frisörlivs bästa investering.

Pumpen går att anpassa till de flesta stolar men passar såklart bäst med Takara Belmonts egna.

Från
365kr
/mån*

*60mån 10% restvärde via Wasa Kredit



parfum

LOMBARD

Exklusivt auktoriserad distributör av Takara Belmont

040-40 53 10 | www.lombard.se

Årets unga företagare i Dalarna korad

I september tog Frida Davidsson emot priset som årets unga företagare i Dalarna. Att arbeta miljömedvetet och att sprida sin kunskap vidare ligger henne varmt om hjärtat.

Förra året var ett bra år för Frida Davidsson, hon vann Gagnefs miljöpris och fick ta emot priset som årets gesäll i Blå hallen i Stockholm. Det visade sig att 2020 också skulle bjuda på prisceremonier när hon i september fick ta emot utmärkelsen som årets unga företagare i Dalarna, något hon med all säkerhet menar har med salongens miljöarbete att göra.

Frida började sin karriär på Björn Axén i Stockholm där hon först utbildade sig och sedan varit anställd i drygt tio år. Sedan 1,5 år tillbaka driver Frida sin egen salong i hemorten Gagnef, Fridas hår och makeupstudio.

– Jag får svindel när jag tänker på att jag slutat på Björn Axén. Det är en så otroligt bra arbetsplats och det var en väldigt lärorik tid jag hade där.

DET VAR UNDER föräldraledigheten med sitt andra barn som Frida blev kvar i födelseorten Gagnef efter att hon och barnens pappa valt att separera.

– Jag valde Gagnef för att behålla närheten till mina föräldrar som hjälper mig mycket med barnen.

Det var också under föräldraledigheten som medvetenheten om produkter och dess innehåll smög sig in i Fridas liv, och drömmen om att öppna en grön salong blev så småningom till verklighet.

– För att ge mig själv bra förutsättningar för att trivas här och våga lämna tryggheten jag hade i Stockholm ville jag skapa ett jobb som gör det värt för mig att bo här, utöver mitt föräldraskap,

och det har ju gått riktigt bra, säger Frida och fortsätter:

– Det känns härligt att driva ett företag som inte enbart handlar om vilka kreaturer jag som frisör kan åstadkomma i salongen, utan som har ytterligare en dimension. Tänk om vi alla använde vår konsumentmakt till att alltid göra så bra val för miljön som möjligt och sedan spred det vidare till våra kunder.

FRIDA ÄR ÖVERTYGAD om att hon vann priset tack vare sin miljömedvetenhet och att hon driver en grön salong.

– Jag vill nå ut med att man kan göra precis lika fina jobb på ett vis som blir bättre både för mig som frisör, för kunderna och för miljön.

Det är också viktigt för Frida att sprida sin kunskap vidare och att ta emot elever är en självklarhet.

– Jag tycker att det är väldigt roligt att lära ut och jag är van vid det från tiden på Björn Axén, jag utvecklas av att dela med mig av det jag kan. Det känns också extra viktigt nu när jag driver en grön salong. Kunskapen jag lär ut tar ju eleverna med sig tillbaka till skolan och till salongerna de kommer att vara på i framtiden. Det är en självklarhet för mig att ta emot elever för att kunna förändra branschen.

Att utöka verksamheten är inget som står på Fridas agenda för tillfället, men ingenting är omöjligt.

– När jag väcker barnen om morgonen vet jag många gånger att jag redan då har kunder som satt sig i bilen och är på väg till min salong, jag har kunder från nästan hela Dalarna som väljer att



En glad salongsägare och entreprenör som precis tagit emot priset som årets unga företagare i Dalarna, Frida Davidsson.

åka till min salong tack vare min inriktning. När jag lämnat barnen på förskolan och läser upp dörren till studion och kliver in så känner jag varje gång en sån otrolig lycka och tacksamhet, jag har skapat en oas för mig själv att trivas i. Det är mitt rum att fylla och få vara mig själv i, tillsammans med mina kunder. Det är fullt möjligt att arbeta ensam, på en liten ort och ändå vara med och påverka och göra skillnad.

En dag kanske jag har anställda, men alla dagar fram till dess njuter jag av mitt eget sällskap och min alldeles egna salong!

Avslutningsvis, vad tycker du är det roligaste med frisöryrket?

– Innan trodde jag att jag bara ville vara kreativ med hår, nu när jag driver egen salong inser jag att företagande också är en form av skapande som jag tycker är jättekul. Att kunna påverka så mycket i sin vardag och att kunna nätverka med företagare i andra branscher tycker jag är väldigt inspirerande. Det finns så mycket vi kan lära av varandra. Det är så häftigt att se sina egna idéer bli till verklighet. ♦



När Arbetsmiljöverket knackar på

Miljöförvaltningens tillsynsverksamhet är skyldig att bedriva tillsyn och just nu får många salonger runt om i landet besök. Många upplever detta både jobbigt och svårt, men lugn, vi sitter på all information ni kan tänkas behöva vid ett oväntat besök.

En viktig del av myndighetens tillsyn innebär att kontrollera hur verksamhetsutövarens egenkontroll är utformad och om den fungerar på ett tillfredsställande sätt.

En fungerande egenkontroll med säkra rutiner ska nämligen kunna redovisas i samband med ett tillsynsbesök.

Om du bedriver en verksamhet med hygienisk behandling är du skyldig att själv kontrollera din verksamhet genom egenkontroll. Verksamhet med hygienisk behandling där stickande eller skärande verktyg används är enligt miljöbalken även anmälningspliktig och omfattas av kraven i förordningen om verksamhetsutövarens egenkontroll.

Syftet med egenkontroll är att förhindra att människor utsätts för smitta,

får allergiska reaktioner eller drabbas av andra oönskade effekter. Det är också viktigt att förhindra att miljön tar skada av starka kemikalier som används. Egenkontrollen är även en viktig kvalitetssäkring gentemot kunderna.

Fyra punkter som ska ingå i en egenkontroll:

1. *Det ska finnas en fastställd och dokumenterad fördelning av det organisatoriska ansvaret för frågor som gäller människors hälsa och miljö.*

2. *Det ska finnas dokumenterade rutiner för fortlöpande kontroll av utrustning med mera för att förebygga olägenhet för människors hälsa och miljö.*

3. *Verksamhetsutövaren ska fortlöpande*



”Det är en utbildning i sig att veta vad produkterna faktiskt innehåller”

Några som fått besök av Arbetsmiljöverket på sin salong är Pernilla Joge Stark och hennes kolleger på På Håret i Finspång.

Hur gick besöket till?

– De ringde och förvarnade innan att de skulle komma, hur lång tid det skulle ta och att man skulle ha med ett skyddsombud. Vi har ett utnämnt skyddsombud i personalen på salongen och besöket tog två timmar. Ombudet gick runt och tittade i salongen på saker vi behövde åtgärda. Sedan kom det till dokumentationen som vi dessvärre inte hade gjort, med olika typer av kartläggningar och riskbedömningar av arbetsförhållanden. De tittar på fysiska, sociala och psykologiska förhållanden.

Hur gör man en sådan?

– Man ska upprätta ett dokument om vilka saker som ska bedömas, vilka risker som är farliga och vad och vem som ska åtgärda dem. Alla i salongen ska vara med vid riskbedömningen, man måste göra det tillsammans.

Vad innebär det?

– Man kartlägger kemiska riskfallor, går igenom alla produkter man hanterar på salongen, allt från vätskor, krämer, rengöringsmedel, nagellack och hårdvårdsprodukter, in i minsta molekylidel. Det var ett omfattande jobb men när jag fick klart för mig hur vi skulle lägga upp kartläggningen hjälptes vi åt och delade upp ansvaret mellan oss på salongen. När det var gjort fick vi skicka tillbaka svaren till Arbetsmiljöverket. Man har tre månader på sig att göra kartläggningen/bedömningarna.

Vad det krångligt?

– Först tyckte jag det eftersom det

inte fanns några färdiga mallar att utgå ifrån. Men det var bra att få upp ögonen för hur viktigt det är för alla på salongen, och att det faktiskt bygger sammanhållning eftersom vi gjorde detta tillsammans. Det har varit bra på det sättet att vi fått en massa saker åtgärdade, även om första känslan var: ”Herregud! hur ska vi lösa det här?”.

Hur upplevde ni kontakten med Arbetsmiljöverket?

– De var trevliga och hjälpsamma, vi kunde mejla och fråga om det var något vi inte riktigt förstod vilket var skönt.

Vilka tips vill du ge andra?

– Att sätta igång och göra en mall för hur riskbedömningen kan se ut, det jobbiga var att ringa runt till alla företag för att få tag i säkerhetsdatablad om de olika produkterna. KTF har säkerhetsdatablad som man kan hämta hem från deras hemsida för hårbranschen, dem använde vi oss av en hel del. Ett annat tips är att passa på att använda all ledig tid på salongen till det här, det är en utbildning i sig att veta vad produkterna faktiskt innehåller. ♦

**”DE VAR
TREVLIKA OCH
HJÄLPSAMMA,
VI KUNDE MEJLA
OCH FRÅGA OM
DET VAR NÅGOT
VI INTE RIKTIGT
FÖRSTOD VILKET
VAR SKÖNT.”**

och systematiskt undersöka och bedöma riskerna med verksamheten från miljö- och hälsosynpunkt. Resultatet ska dokumenteras.

4. *Det ska finnas en förteckning över kemiska produkter i verksamheten som kan innebära risker från hälso- eller miljösynpunkt.*

Miljöförvaltningens tillsynsinspektörer kan också begära in andra uppgifter som behövs för tillsynen.

Det här var bara ett smakprov på vad en tillsyn kan innebära. Du som är medlem i Frisörföretagarna kan logga in på ”mina sidor” på frisörföretagarna.se för att ta del av all information som krävs vid en eventuell tillsyn av din verksamhet. ♦

BLI VÅR AMBASSADÖR

Frisörföretagarna söker
ambassadörer runt om i landet.
Ansök själv eller nominera någon du
tror skulle passa för rollen senast
den 7 januari 2021.

Läs mer på frisorforetagarna.se



En fantastisk **helhetslösning** för dig som frisör!

Bokning, betalning och kundvård med marknadens bästa villkor.

Valei-vän-erbjudande! Prova 3 månader gratis.
Kom igång idag på: www.valei.com/frisor

Efter gratisperioden betalar du endast från 300 kr/månad.
Glöm startavgifter, bindningstider och uppsägningstider.

Säg hej till Valei!



valei

GOOD DAYS. GREAT WORK.



hello@valei.com



019-300 100

Anna Odehammar,
sociala medier-
expert.



Så når du ut i sociala medier

Att publicera material i sociala medier är mer regel än ett undantag, men hur ska man göra för att få så stor spridning som möjligt? Vi låter experten Anna Odehammar förklara hur det fungerar.

ANNA ODEHAMMAR är expert på sociala medier och håller även utbildningar i ämnet. Vi tog kontakt med henne för att få lite tips på hur man som salong ska tänka när man publicerar innehåll på sociala medier.

Hur ska man som salong tänka när man kommunicerar i sociala medier?

– Jag tror det är viktigt att komma ihåg att jobba med hur man (varumärket) är eller vill uppfattas. Jag brukar ofta säga att man kan se sina sociala kanaler som en chans att skapa en personlighet till sitt varumärke. Att våga vara personlig och mänsklig tror jag räcker väldigt långt.

Hur får man folk att interagera på inläggen?

– Detta är ju såklart högst individuellt, vad jag gillar kanske någon annan inte alls tycker om. Men några generella tips är att försöka uppmana till engagemang på olika sätt. Det kan vara med en stark copy eller bild/video. Innehållet måste vara intressant för din målgrupp helt enkelt!

Hur många inlägg är lagom att lägga upp per vecka?

– Här finns heller ingen gyllene regel. Det man kan tänka på är att livslängden på ett inlägg på sociala medier är väldigt kort. Det betyder att ditt senaste inlägg snabbt försvinner i det stora flödet av

nya inlägg. Med det sagt har vi alla tid och resurser att förhålla oss till. Jag tror att i stället för att tänka för mycket på hur många gånger i veckan man ska dela inlägg, fokusera på att se till att ha en jämn frekvens över tid. Var konsekvent och dela innehåll med jämna mellanrum för att undvika långa perioder av tystnad. Om det sedan är en gång i veckan eller varje dag spelar ingen större roll.

Vid vilken tidpunkt på dygnet är det bäst att publicera?

– Det finns mycket generell statistik som tipsar om vilka tider som är bäst att dela i sociala medier. Generellt ska plattformar med mer lättsamt innehåll (typ Instagram och Facebook) vara bättre runt lunch och några timmar framåt medan plattformar med lite mer hårdsmält innehåll (typ Twitter & LinkedIn) ska vara bättre på morgonkvisten och fram till lunch. Här handlar det dock mycket om att testa sig fram själv och se vad som funkar bäst för just dig och den plattform du jobbar med.

Rörligt material eller bilder, vad går hem bäst hos mottagaren?

– Det finns mycket statistik som pekar på att vi är mer benägna att ta till oss rörligt innehåll snarare än stillbilder. Man kan ju också förmedla ett budskap eller en känsla mycket enklare om man jobbar med rörligt material. Dessutom

”JAG BRUKAR OFTA SÄGA ATT MAN KAN SE SINA SOCIALA KANALER SOM EN CHANS ATT SKAPA EN PERSONLIGHET TILL SITT VARUMÄRKE”

finns det en stor fördel i att använda rörligt material på de sociala plattformarna då deras algoritmer premierar rörligt innehåll över statiskt.

Om man ska göra rörligt material, hur långa bör klippen vara?

– Det finns ingen exakt vetenskap kring detta. Det vi vet är att många som skrollar på sociala medier inte tittar speciellt länge på innehåll som inte är tillräckligt intressant. Ofta behöver man få fram sitt budskap tidigt i videon för att fånga tittarens intresse och på så vis behålla denna. Mitt tips är att tänka kort och intressant när man jobbar med videoinnehåll för sociala medier. Om man inte redan jobbar med Stories-formatet på Instagram och Facebook bör man börja med det.





Varannan vecka träffar Frisörföretagarnas Ted Gemzell och Daniel Blomqvist 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:



Allt om saxen

I det här avsnittet nördar vi ner oss i saxar med Arne Gren från LB sax-service. Här får du svar på allt du någonsin undrat – hur ska man förvara saxen? Vad kan du göra själv för att förlänga saxens livslängd? Vågar man röra skruven? Och vad finns det egentligen för risker med att klippa sax över kam? Lyssna och lär av denna saxguru.



Hårsättning för män

Det som förr kallades tupé och såg ut som ett dött marsvin har i dag utvecklats och blivit toppmodern hårsättning som är omöjlig att upptäcka. Tillsammans med Hedda Olsson från Aderans/Carl M Lundh tar vi oss en närmare titt på nya tekniker och vad som troligtvis inom en snar framtid kommer att kännas lika naturligt som extensions.



Fördomar och fakta om texturerat hår

Vi djupdyker i texturerat hår tillsammans med Sarah Åsard från Urban Hair. Vad finns det för utmaningar, vilka produkter ska jag använda och får jag säga afrohår? Både frågorna och fördomarna är många men i detta avsnitt avhandlar vi några av dem.



Att lukta gott och att slå håll på mansidealet

Frisören, barberaren och åsiktsmaskinen Iman Khalaf gästar studion. Vi pratar om den manliga nidsbilden, att behandla elever som slavar och givetvis en hel del om det egna varumärket Nöberu.



Färg, form och storytelling med Noir Stockholm

Hans Nilsson är frisör och medgrundare av Noir Sthlm men själv kallar han sig creative director. Vad innefattar egentligen den titeln? Varför är det viktigt att en produkt har en story och hur kan vi attrahera fler personer till frisörbranschen?



Sveriges internationella stjärna

Joakim Roos är den internationella stjärnan som gjort sig ett namn framför allt i Asien där han utbildat generationer av frisörer, startat skolor och tävlat på de stora scenerna.



Branschens grand old lady

Gunilla Gustafsson är kvinnan med många strängar på sin lyra. Inom frisörbranschen har hon tävlat, utbildat, skrivit böcker, doktorerat och mycket, mycket mer. Följ med på hennes resa från lärlingstiden hos herr Wagner till att bli branschens egen grand old lady.



Syskonen från Bergfeldts frisörer

Greger och Gunilla Bergfeldt har erövat Småland och skapat sig ett rykte över hela landet. Med yrket i blodet driver de inte mindre än fem framgångsrika salonger och har vunnit flera priser på både kommunal och nationell nivå.

BELYS DIN KUNSKAP

Ansök om Frisörlicens på
www.frisorlicens.se



FRISÖR
LICENS



START-
SKOTTET
FÖR

nya medlem- skap

GÅR NU!

Från och med idag börjar våra nya medlemskap att gälla. Vi vill göra det lätt för dig att veta vilket medlemskap just du ska ha och har därför döpt om dem. Det enda du behöver göra är att välja ett som är skräddarsytt 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?

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 till 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*

333 kr/mån
(4000:-/år)

SALONG SOLO

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

333 kr/mån
(4000:-/år)

SALONG ARBETSGIVARE

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

FRÅN
500 kr/mån
(6000:-/år)

LÄS OM MEDLEMSKAPENS ALLA FÖR

passar dig?

SALONG MINI

*För dig som driver
frisörföretag i mycket
liten omfattning.
Medlem som växlar ner.*

100kr/mån
(1200:-/år)

ELEV

*För dig som är under
utbildning och på väg
till behörighet*

Gratis

BEHÖRIG FRISÖR

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

50kr/mån
(600:-/år)

Skol- medlemskap

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

1440kr/år

Partner- medlemskap

*För leverantörer och andra
aktörer i branschen.*

5000kr/år

DE NYA
MEDLEM-
SKAPEN ÄR
PROPPADE MED
HÄRLIGA
FÖRMÅNER
LÄS MER
PÅ NÄSTA
UPPSLAG



Shoppa loss i den en nya förmånsportalen



För en del handlar ett medlemskap i Frisörföretagarna om tillhörighet. För någon annan om att stötta arbetet vi gör för branschen. För andra handlar det helt enkelt om vilka förmåner man får.

Vi hoppas att vår nya fullproppade förmånssida faller dig i smaken. Här kan du fynda bland ett stort antal varumärken, och du, du behöver inte ha ett företag för att kunna handla.

Du finner erbjudanden från mer än hundra företag inom: Hem & Fritid, Kläder, Elektronik, Sport & Hälsa och Accessorier.

Gå in på vår hemsida frisorforetagarna.se och klicka på förmåner. Du loggar in med ditt personnummer och bank-id, självklart bara för dig som är medlem i Frisörföretagarna.

frisorforetagarna.se

Gå in på vår hemsida frisorforetagarna.se och klicka på förmåner.

Du loggar in med ditt personnummer och bank-id, självklart bara för medlemmar!

Q frisör- SÖK

Sveriges professionella Frisör-söktjänst

– leder kunderna till dig

Ett årsabonnemang med Frisørsök hjälper dig att marknadsföra din salong och få fler nya kunder. Frisørsök är en förmån för dig som medlem i Frisörföretagarna, och vi i Frisørsöksteamet gör jobbet åt dig. Optimeringar, uppdateringar, synlighet på Google, igångsättning till sociala medier med mera är vårt jobb. Med en profilsida blir din salong synlig och sökbar, och leder därmed nya kunder rakt till din bokning.

En profilsida ger:

- Stark exponering vid sök
- Salongen visas stort och högt
- Logotyp och stämningsbilder
 - Bokningsinfo
- Karta, öppettider och priser
- Länkar till sociala medier
 - Varumärken
 - Salongsbeskrivning
 - Salongsbilder/-video
 - Personliga bilder

Ny funktion!
**Gör dig sökbar
på utbud av tjänster**

Vi har märkt att kunder ofta skriver in tjänster de söker i sökfältet på Frisørsök t.ex. "Barberare Göteborg", "Slingor" eller "Balayage". Som ett svar på detta utvecklar vi nu möjligheten att lägga till sökord på salongen. Du med profilsida kan redan nu be oss lägga in detta på din salong i förväg.

Mest sökta salonger 2020

Nyköping

SALONG MAXIM

Uddevalla

SALONG MUNKEN

Lammhult

SALONG PÅ HÖRNET

Göteborg

ELIPS HÅRSTUDIO

Birsta

TRUDES FRISÖRER

Hofors

LOTTAS KLIPPERIA

Strängnäs

SALONG HÅRMODET

Huskvarna

SALONG RASMUS

Varberg

STUDIO LA

Umeå

LINTOTTEN HÅRFIXERI

Mest bokade salonger 2020

Nyköping

SALONG MAXIM

Lammhult

SALONG PÅ HÖRNET

Hofors

LOTTAS KLIPPERIA

Göteborg

ELIPS HÅRSTUDIO

Birsta City

TRUDES FRISÖRER

Tollarp

ETT STRÅ VASSARE

Huskvarna

SALONG RASMUS

Luleå

STIL & FORM

Alingsås

NIKITA HAIR VIPPELN

Sundsvall

HON&HAN

www.frisorsok.se

”Skulle ni fortsätta att göra likadant om ni fick starta om på nytt?”

Johan Hellström, ägare av Björn Axén och ordförande i Frisörföretagarna



» Hållbart företagande är så mycket mer än att hantera farligt avfall.

UNDER DENNA MÄRKLIGA tid med covid-19 har mina tankar kretsat mycket kring hållbart företagande och vad det egentligen innebär. Jag har också funderat mycket på vad som verkligen är viktigt i livet generellt.

Många med mig har säkert känt stressen och osvisheten under pandemin om hur det ska gå med allt. Jag är rätt otålig som person och vill gärna ha en tydlig bild av vart jag är på väg, nu har jag fått träna på mitt tålmod och acceptans, vilket har varit väldigt nyttigt.

Men låt oss tala om hållbart företagande i en värld som är uppbyggd på tillväxt. Definition av hållbart företagande:

”Hållbarhet för ett företag syftar till att skapa långsiktiga värden för samhällsintressenter genom implementering av en affärsstrategi som fokuserar på de etiska, sociala, miljömässiga, kulturella och ekonomiska dimensionerna av att göra affärer.”

Hållbart företagande är så mycket mer än att hantera farligt avfall eller att återvinna. Naturligtvis är miljöfrågan väldigt viktig men det handlar också om hur medarbetarna trivs och utvecklas, att vi jobbar etiskt och att vi är hållbara ekonomiskt. Får vi tillräckligt mycket pengar över för att klara en kris till?

I genomsnitt ligger vinstmarginalen bland Sveriges frisörföretagare på fem procent. Tycker inte ni det är på tok för lågt? Vi har ju ingen säkerhetsmarginal! Skulle det inte vara skönt om det var minst tio procent på sista raden? Är det inte dags att hela branschen fattar ett beslut och ser till att det faktiskt händer? Det skulle skapa tryggare företag och därmed mer trygghet för både anställda och hyrstolar.

Jag är övertygad om att vi kan jobba smartare med både pris, tid och effektivitet. Att alla i salongen tar ansvar för att man är bokad när man är på jobbet, säljer extrabehandlingar och att man alltid bokar in kunden på ett återbesök innan de lämnar salongen.

I början av 2019 fick vi på Björn Axén växtvärk och blev tvungna att göra en omorganisation och snabbt se över alla kostnader.

Jag ställde frågan till min ledningsgrupp: ”Om vi skulle starta om Björn Axén i dag med allt vi har, skulle vi bygga upp det likadant?” Svaret blev nej, inte alls! Vissa saker skulle vi välja bort, vi skulle jobba effektivare och smartare men med en mindre organisation.

Efter ett gediget arbete insåg vi att vi ville göra en hel del förändringar som skulle spara oss massor med pengar utan att påverka kvaliteten på vår verksamhet. Det blev en otroligt nyttig övning.

Om ni frågar er själva detsamma i era företag, skulle ni fortsätta att göra likadant om ni fick starta om på nytt? Om svaret blir ja; grattis! Om inte, vad skulle ni ändra på?

Jag har bestämt mig för att fortsätta jobba hårt på hållbart företagande, så jag kan sova gott om natten. Är det inte dags att hela vår bransch fattar beslut om att jobba med ett hållbart företagande på alla plan? Att ta ansvar handlar inte om vad vi ska göra sedan, att ta ansvar handlar om att agera och vara handlingskraftig nu för att skapa en förändring.

Saker jag drömmer om:

Att vi tillsammans gör skillnad för miljön och sorterar vårt avfall.

Att vi ifrågasätter vad vi säljer i våra butiker och tar bort det som inte är bra för miljön.

Att vi respekterar varandra oavsett vilka vi är, vem vi älskar eller vem vi tror på.

Att vi ger oss själva möjlighet att sänka stressnivån genom en hållbar och lönsam modell som inte bara bygger på tillväxt här och nu utan på långsiktighet.

Önskar er alla det bästa.
Johan Hellström

SVERIGES BÄSTA FRISÖRSYSTEM

Över 1,5 miljon bokningar per år
Just nu fr. 100:-/ mån

kapster
CLOUD

hög kvalitet **jobba vart du vill när du vill**
Sveriges lägsta pris för betaltermi-
nal?! **tjäna tid och pengar**
SMS-marknadsföring
återbudslista
trygg support
satsa på något som funkar
frihet **framtidens system**
grymt inlösenavtal
nytt och fräscht **var med och påverka**
överför din dagskassa direkt till bokföringen
skapa lön på 3 klick

Approved by
NEXT GENERATION



“Jag får 10-20 nya kunder från TimeCenter varje månad”

- Josefine Lang, LANG HAIR & STYLING

TIME  **CENTER**



Sveriges troligen mest synliga marknadsplats på Google
www.timecenter.se 08-82 44 00