

KORT & GOTT! Är kortklippt det nya svarta?

CORONASPECIAL Så har pandemin påverkat branschen

FRISÖR

INSPIRERAS
AV
KOLLEGOR!

Generations- succé!

”Åldern spelar
ingen roll,
men det gör
våra olika
erfarenheter”

Caroline Östlund, 39,
och Anna-Karin Frank, 57,
äger salongerna
Eriksson Robach i Malmö
tillsammans.

NUMMER 3

2020 Ett magasin från Frisörföretagarna



KEUNE[®]
you

Custom haircare that starts with you

Över 100

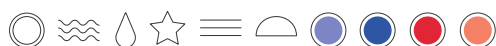
möjliga hårvårds-
kombinationer!



Keune You handlar helt enkelt om, dig. Varje hår och kund är unik,
så varför inte anpassa hårvården därefter?

Keune You ger dig möjligheten att skraddarsy schampo och balsam för varje unik kund
efter deras behov och önskemål.

Att du bara behöver hålla en sorts shampoo och conditioner i lager skadar inte heller.



Kontakta oss så berättar vi mer!

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

*Se hela vårt
breda utbud &
beställ i vår
webshop!*





INOA GLOW

**THE FIRST OIL COLOR
FOR ULTIMATE TRANSLUCENCY:
NEUTRALIZATION AND LUMINOSITY.
NO AMMONIA FOR A PLEASANT SMELL**

BOOSTED IN COOL REFLECTS

Superior Glow technology with up to
70% cool dyes for ultimate neutralization.

EXTREME LUMINOSITY

+ 30% light reflection*
2x more transparency**

REVOLUTIONARY ODS (OIL DELIVERY SYSTEM)

Permanent result powered by 60% oil
Optimal scalp comfort
Visibly improved hair quality

*Instrumental test. **Instrumental test vs iNOA.

ULTIMATE NEUTRALIZATION & LUMINOSITY WITH THE POWER OF OIL



The rights to use these visuals are acquired from January 1st, 2020 to July 31st, 2021. Beyond that date the use of those visuals shall be considered as a breach and you will have to pay any compensation that would be seek by the photographer.

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

FRISÖR

Innehåll



18



82



68



Foto: Charlotte Strömwall

26

8 VD HAR ORDET

11 JUST NU

Trender och branschnytt

26 GENERATIONSsuccÉ

Anna-Karin och Caroline satsar på respekt och kommunikation

34 STARKA KVINNOR

Gary Hooker och Michael Youngs kollektion Privé

43 ÅRETS FRISÖR

Nu är det hög tid att ansöka - så här tävlar du!

46 TYDLIGA KARAKTÄRER

Mike Taylors kollektion Boys of Style

57 CORONASPECIAL

Så har pandemin påverkat branschen

68 KVINNLIG URKRAFT

Chriss Berners drömska kollektion Urkraft

82 RIKEDOMSCOACHEN TIPSAR

Charlie Söderberg gästade Hair Talks-podden

84 FRANCKE REDER UT

Bluffmakare och svår situation för enskilda näringsidkare

86 TRÄNING FÖR FRISÖRER

Malin och Anna anlitade en personlig tränare

90 TA BARBERARGESÄLL

Här sker höstens gesällprov för barberare

94 MEDLEMSFÖRMÅNER

Allt detta får du som är Frisörföretagare

98 KRÖNIKA

Staffan Westman om sommarens ändrade planer

**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.

Nya glädjeämnen

Ted Gemzell,
vd, Frisörföretagarna



”Jag gläds över vilka underbara frisörstjärnor vi har i Sverige!”

NU HAR VI LEVT under nya omständigheter i fem månader (sedan mitten på mars). Spontant är känslan att det pågått mycket längre och vi kommer att få förhålla oss till omgivningen på ett nytt sätt under lång tid framöver. Pandemin sätter verkligen hela världens samhällen på stora prov. Att vi är så pass sårbara kunde jag inte i min vildaste fantasi föreställa mig. Frisörbranschen drabbades snabbt, vilket fått stora konsekvenser för många individer och företag. Att lyckas ställa om verksamhet och sysselsättning i en så snabb nedgång är omöjligt, men jag har sett många goda exempel på kreativt och effektivt agerande av våra frisörer. Med tiden kommer vi i Sverige att kunna summera hur vi hanterat pandemin både ur ett hälso- och ekonomiskt perspektiv. Jag kan redan nu säga att vi är besvikna på hur stödpaketets formater och fördelats. Dessutom är det en administrativ mardröm för att få ta del av stöden. Generellt har löntagare skyddats i stor utsträckning med lönegarantier och full kompensation för sjukfrånvaro, medan företagen haft klart mindre skydd och stöd. Det mest slående är hur man diskriminerar enskilda näringsidkare, som svarar för 75 procent av branschens företag, jämfört med företag i aktiebolagsform. En stor del av Sveriges företagare är enmansföretag som bedrivs för egenförsörjning. Att man i så stor utsträckning diskrimineras jämfört med löntagare och aktiebolag är helt oacceptabelt. Frisörföretagarna kommer under hösten att presentera en rad områden och frågor som ska prioriteras för att få igenom förändring på riktigt. Helt klart behöver vi ett starkare skydd för frisörföretagaren som till 70 procent sannolikhet är kvinna och ensamföretagare.

Vi behöver nu glädjeämnen att se fram emot och därför är det härligt att vi redan nu kan presentera Destination Highlights Nordic Expo 2021. En ny häresande upplevelse i världsklass på Arlanda den 1–2 oktober 2021. Men närmast har vi Årets Frisör 2020 och Frisöreventet som förgyller hösten den 13–14 november att se fram emot och uppleva. (Obs det går fortfarande att lämna bidrag till Årets Frisör!)

Jag gläds över vilka underbara frisörstjärnor vi har i Sverige! Jag är glad och stolt över alla fantastiska personligheter och inspiratörer som jag får möta i min vardag och numer i Hair Talks-podden där jag tillsammans med min kollega Daniel Blomqvist får nöjet att lära känna dessa eldsjälur och ta del av många härliga historier, upplevelser, kunskap och tips för en roligare och mer framgångsrik frisörvardag. Lyssna på årets härliga sommarpratörer som verkligen tar oss med i brokiga frisörkarriärer. Tänk att få leva ett år som frisörvagabond à la Joakim Roos eller sätta på sig Gunilla Anderssons doktorshatt. Släppa loss kreativiteten och måla balayager på Kaliforniens stränder som Marielle Ecklund gjort eller skapa frisörimperium på den småländska slätten i generationer som syskonen Bergfeldt. Så in med lurarna nu och upplev alla fantastiska berättelser – det kommer att ge er inspiration i världsklass!

Ta hand om varandra! / Ted Gemzell



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

Blir 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.



NYHET

Manage the Damage



RE:UNITE™ REPAIR SYSTEM

Effektivt reparerande och stärkande produkter som är framtagna för att rengöra och ge näring till mycket skadat och torrt hår.

RE:UNITE Shampoo | REPAIR. RESET.

Ett stärkande schampo som väcker liv i en torr hårbotten och ett livlöst hår.

RE:UNITE Conditioner | REPAIR. REVIVE.

Ett lätt men extremt vårdande balsam som reparerar och skyddar håret.

RE:UNITE Treatment | REPAIR. RECOVER.

En intensivt stärkande inpackning som snabbt och effektivt transformerar skadat och överbehandlat hår.

UNITE®

@unite_sweden f unitesverige



5 KORTA KLIPP

KORT MEN MJUKT

Tänk på en av 60-talets största fotomodeller, Twiggy, och låt längderna falla. Sällan har en kort frisyrs känts så feminin.



2

**KEEP
IT CLASSIC**

En kort formklippt bob
är alltid rätt. Både kaxigt
och mjukt på samma
gång - what's not
to like?





3

**PIXIE-
PERFEKTION**

Ingen lugg som flaxar
i ögonen här inte.
Här är det fliktigt,
retro och kort-kort
som gäller.



4

AFRO- ART

Att klippa afrohair är en konstform i sig. Att klippa ner det riktigt mycket kräver mod både av frisören och av kunden. Men är det inte värt det, så säg?



Supergoda vitaminer för ditt hår och kropp. Fullproppade med varsamt utvalda ingredienser som ger ett perfekt näringskomplement tillsammans med den dagliga kosten.



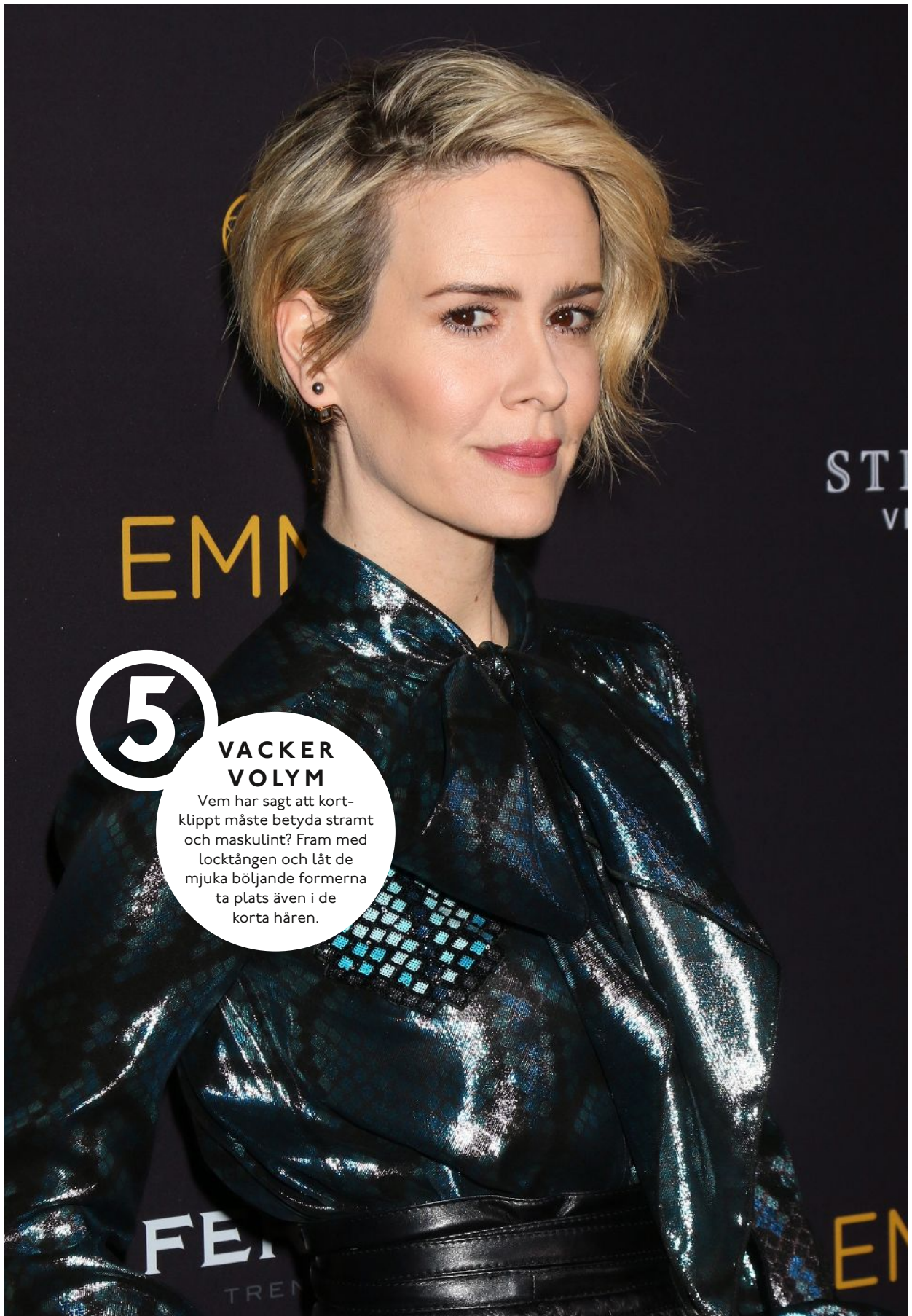
NATURLIGT SMAKSATT



FÖR ALLA HÅRTYPER



FÖR ETT STARKT OCH VÄLMÅENDE HÅR



5

VACKER VOLYM

Vem har sagt att kortklippt måste betyda stramt och maskulint? Fram med locktången och låt de mjuka böljande formerna ta plats även i de korta håren.

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!

TENDENZ   joicosweden

KKR värvar Wella

Om några månader är det dags för Wella att stå på egna ben. Vi kontaktar Leena Elmgren, country manager på Coty, för att ta reda på vad det innebär.

Vad innebär det att Coty bryter ut Wella till ett fristående företag?

– KKR kommer att förvärva en 60-procentig andel och Coty bibehåller 40 procent av det nya företaget Wella och dess portfölj av ikoniska varumärken. Detta kommer att ske om fem till sex månader, och till dess är Wella en del av Coty.

Vilka är KKR?

– KKR är ett av världens främsta investmentbolag med en exemplarisk meritlista gällande värdeskapande. Som marknadsledande med en av de starkaste portföljerna av varumärken inom den professionella skönhetsmarknaden är vi övertygade om att detta partnerskap kommer att öppna för nya möjligheter för Wella, vårt folk och våra varumärken.

Vad innebär det rent konkret för er på Wella?

– Detta innebär en viktig milstolpe för vår Wella-organisation i Sverige. Vi är övertygade om att detta partnerskap med KKR kommer att innebära nya möjligheter och vi ser fram emot att bli ett fristående företag. För mig personligen, som har varit med hela vägen från Wella AG/ Wella Abs-tiden till Procter and Gamble och sedan Coty är detta som att komma tillbaka till rötterna, men med en förstärkt portfölj med de ikoniska varumärkena Ghd och OPI.

– Vi kommer att fortsätta engagera oss för att hjälpa våra kunder och vår bransch att komma tillbaka starka efter covid-19-krisen. Som sagt ändras ingenting under hösten, och när vi sedan blir ett fristående företag ändras ju naturligtvis företagsnamnet men annars fortsätter samma organisation med samma läge på kontor, studio och shop. Och frågan om vad vi kommer att heta – det har jag inte svar på än, men arbetsnamnet är inte överraskande – Wella.

Tillkommer eller försvinner något varumärke?

– Vi kommer att fortsätta med samma varumärken i Norden och i Sverige. Vår varumärkesportfölj består av de ikoniska huvudvarumärkena Wella, Ghd och OPI. Under Wellaparylyt har vi hela vår färgportfölj, care och styling samt varumärkena Sebastian, Sassoon, System Professional, Nioxin och Wedo.

Kommer något att förändras hos Wella i sin roll mot frisörbranschen?

– Wella kommer att fortsätta stödja och utveckla frisörbranschen precis som vi har gjort under vår 140-åriga historia, med innovation, utbildning och affärsutveckling. I år firar Wella faktiskt 140-årsjubileum!

Är det någon annan nyhet på gång?

– Ja, vi hann ju precis öppna vår nya studio och shop i Solna när covid-19 slog till och vi valde att stänga verksamheten där för både personalens och kundernas

trygghet. Nu efter semesterperioden startar kursverksamheten på riktigt i de nya fina lokalerna. Vi har naturligtvis etablerat extra säkerhetsrutiner i studion och i shoppen så att det är en trygg omgivning för våra kunder. Vi ser fram emot att få i gång kurserna i studion till hösten, och välkomnar alla frisörer att utbildas hos oss!

– Sedan har vi ytterligare fantastiska nyheter till det kommande året som våra kunder kommer att uppskatta väldigt mycket, men jag kan inte än avslöja vad. En liten cliffhanger måste man väl alltid ha, säger Leena och skrattar.

Hur har branschen hanterat pandemin ur ditt perspektiv?

– Vi har haft en annorlunda situation i Sverige jämfört med våra grannländer Norge och Danmark som hade en lockdown på flera veckor och salongerna var helt stängda. I dessa länder såg vi en mycket stark comeback när salongerna fick öppna igen och businessen kom direkt upp till vanliga nivåer, också på grund av att det finns mycket tydliga riktlinjer till salongerna och kunderna känner sig trygga att komma tillbaka. I Sverige har situationen varit mer komplex och trots att salongerna inte stängdes har verksamheten drabbats hårt på grund av kundernas frånvaro. Kunderna har blivit osäkra och har inte vetat om salongen är en trygg miljö att vistas i, och därmed väljer att kanske försöka färga hemma eller låta den gråa utväxten växa ut, säger Leena och fortsätter:

– Vi såg i Frisörbarometern att många salongsägare känner en stor osäkerhet och oro inför framtiden. Det är ytterst viktigt att vi tillsammans hjälper branschen att överleva krisen och komma starkare ur den. Vi på Wella har hjälpt våra kunder på olika sätt, speciellt med tips om säkerhetsåtgärder och först och främst tryckt på att det är viktigt att kommunicera om salongens säkerhetsåtgärder så att kunderna kan känna sig trygga i att komma till salongen. Jag börjar se detta mer och mer nu då salongerna själva tar hand om kommunikationen, men tycker att det saknades i början – alltså just kommunikationen, och att det inte har funnits branschspecifika riktlinjer från myndigheternas sida (som i Norge och Danmark).

– Jag hoppas att vi är på en bättre plats när denna artikel kommer ut och kan erbjuda konsumenterna professionell service på salongerna utan att kunderna behöver känna sig otrygga, och att branschen klarar sig utan långvarig nedgång. Vi gör allt vi kan för att frisörföretagarna ska bli mer framgångsrika och att branschen utvecklas vidare, avslutar Leena.



Leena Elmgren meddelar att varumärkesportföljen kommer att förbli densamma även efter KKR:s värving.

VOADY VÄXER MED NYTT KAPITAL

Genom en substansiell investering från Fort Knox tar Voady in nytt kapital som möjliggör utveckling av nästa generation av företagets unika plattform för frisör- och skönhetsbranschen. Samtidigt accelereras försäljningen för att nå en marknadsledande position.

- Vi har följt Voady ända sedan de lanserade sin digitala plattform hösten 2019 och är oerhört imponerade av deras framgångar. Det ska bli fantastiskt att stödja bolaget i den fortsatta resan. Vi tror att potentialen är stor, såväl i Sverige som internationellt, säger Markus Olsson, vd i Fort Knox i ett pressmeddelande.

Med det nya kapitalet ska Voady växla upp och öppnar kontor i Östersund, Sundsvall och Umeå. Nya medarbetare rekryteras i form av utvecklare och support/kundtjänst, allt med syfte att ansluta fler salonger och utveckla tjänsten ytterligare. Voadys mål är att skapa nya förutsättningar för lönsamhet och effektivitet i branschen.

- Vi känner oss omåttligt peppade och det spritter i kroppen av inspiration och arbetsglädje. Att Fort Knox går in som delägare mitt under coronapandemin visar att de verkligen tror på oss. Förutom med kapital bidrar de med en ovärderlig erfarenhet och kompetens om hur man bygger ett hållbart bolag, säger My Hillörn som är delägare i Voady AB och operativ chef i ett pressmeddelande.

Tidigare har entreprenören Per Schlingmann och Caperum investerat i bolaget.



”Att Fort Knox går in som delägare mitt under coronapandemin visar att de verkligen tror på oss.”



Taylor's barber öppnar nytt i krisen

För två år sedan slogs portarna upp till Taylor's barber i Täby centrum. Nu har även Åhléns city i Stockholm intagits av barberarsalongen.

- Vi är en salong för män som söker avslappnande groomingbehandlingar mitt i city. Vi vill skapa en trivsamt och lättsamt miljö med kunniga barberare och herrfrisörer som brinner för sitt yrke och har en stolthet i att vårda varje kund som den bästa gästen, säger grundaren Göran Grönberg.

Att slå upp portarna mitt under en rådande pandemi är inget som bekymrar honom det minsta.

- Nej, Taylor's barber är ett koncept som står för sig självt och därför vågar vi öppna en ny salong i dessa oroliga tider. Det skulle nästan kännas märkligt att inte bygga vidare på det vi startat och den miljö vi lyckats skapa, så nu är det dags att ta nästa kliv in i framtiden, avslutar Göran Grönberg.



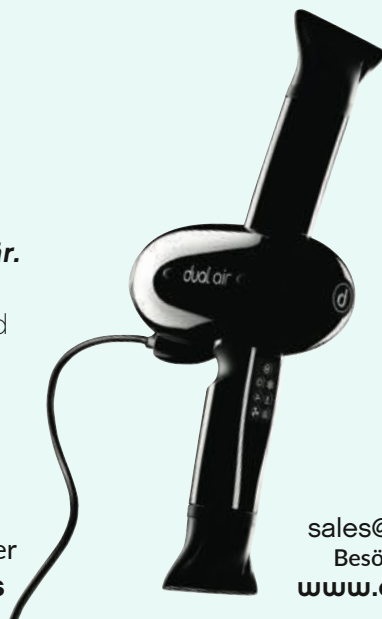
Line Hovde Jakobsen: Har varit norsk mästare i håruppsättning och deltagit i VM i flera år. Hon jobbar också som educator.

dual air[®]
enhances your craft

“Dual Air har räddat min karriär.

I flera år kämpade jag med smärta och huvudvärk på grund av fel arbetsställning - då kom **Dual Air** och räddade min yrkesmässiga framtid”

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



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

Från en hel serie som ska skämma bort långa längder till platinum-shampo och lyxiga volymgivare - dessa nyheter väcker vår nyfikenhet just nu.

Just nu i hyllan!



1 Friska längder

L'Oréal - PRO LONGER

L'Oréal Professionnel har introducerat en helt ny serie för långa hår. Pro Longer-serien består av sex produkter, tre för salongsbruk - Serie Expert Pro Longer Ends Filler Concentrate, Pro Longer Lengths Renewing Shampoo och Pro Longer Lengths Renewing Masque. Och tre produkter för hemmabruk som består av samma shampo som för salongsbruk och de två produkterna Ends Filler Concentrate och Pro Longer Renewing Cream for Lengths and Ends. Det här är L'Oréal Professionnels första serie som värdar längder och toppar för att åstadkomma ett längre och tjockare hår.

2 Näringsboostande mask

Unite - RE:UNITE Treatment

RE:UNITE Treatment är en stärkande inpackning som transformerar skadat och överbehandlat hår. Dess återuppbyggande proteinbaserade komplex tillsammans med näringsgivande ingredienser och antioxidanter bygger upp hårstrået och skapar ett starkt fjällskikt. Applicera produkten i vått hår. Låt sitta i 5-15 minuter och skölj sedan noga.

3 Vegansk lera för naturlig look

Maria Nila - Clay

Ett matt lervax som fungerar för alla hårtyper. Den mjukgörande olivoljan ger clay en formula som skyddar håret från uttorkning. Maria Nila Clay är perfekt för att skapa naturliga frisyrer och har en stadga på 3/5. 100 % vegansk. Applicera i torrt hår. Värm upp vaxet i handen före applicering.

4 Hejdå kycklinghår

Evo - Fabuloso Platinum Blonde Toning Schampoo

Nytt platinumschampo som tar bort gula nyanser. Tonar, rengör och återupplivar håret. Applicera önskad mängd på nytvättat handdukstorkat hår, använd handskar, fördela med kam eller fingrar. Låt verka 3 minuter, skölj noggrant.

5 Färgsnäll strukturskapare

Björk - Forma Textur

En flexibel texturspray som snabbt skapar volym och textur. Ger en flexibel stadga och en matt finish. Innehåller solrosolja som stärker håret och är färgbevarande. Passar alla hårtyper och är 100 % vegansk.

6 Volym i massor

Oribe - Swept Up Volume Powder Spray

Ett löst volympulver med en riktad, icke aerosol-spray-applicering som lyfter och ger omedelbar volym. Skaka, rikta och spraya volympulvret mot hårrötterna. Styla gärna med fingrarna eller använd borste för att uppnå önskad volym.

A collection of Kevin.Murphy Hair.Resort hair care products is arranged on a light-colored wooden surface. The products include a white bottle of 'Beach texturiser', a white spray bottle, and a white tube. A yellow drawstring pouch and a pair of yellow-tinted sunglasses are also visible. The Kevin.Murphy logo, a stylized 'K', is prominent on the products and in the background.

k

Skincare for your *beach* 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.

Babyliss Pro FX och Wahl Detailer Cordless är två nya klippmaskiner på marknaden. Vi synar dem i sömmarna för att se om de håller vad de lovar.

FRISÖRTEKNIK

Kraftfull precision

Barberaren testar

Matias Madrid från Barberia Havanna i Stockholm får ofta frågan om vilken trimmer han tycker bäst om. I samarbete med Barber Supplier har vi låtit honom testa två nyheter i klippmaskinvärlden.



Motorkraft

Stark motor men förhållandevis lätt.

Batteritid

60 minuters batteritid före urladdning.

Wahl Detailer Cordless

Jag har längtat efter att använda den här trimmern! Jag har alltid varit ett stort fan av den här trimmern, men jag har aldrig testat den sladdlösa varianten.

Det är otroligt kul att se hur utvecklingen av de sladdlösa maskinerna gått så fort fram. Nu har de så mycket kraft att de kan klippa sig igenom ett helt skägg och hår, utan problem.

Det jag gillar med Wahls trådlösa Detailer är att bladet är mycket bredare än vanliga trimmers och att det är T-format. Det innebär att hörnen på maskinen sticker ut lite mer på sidorna.

Det gör det väldigt enkelt att komma åt hår runt öronen, mustaschen och dylikt – bra för de flesta detaljer helt enkelt! Det breda bladet gör att du behöver färre drag för att få ett rent resultat vid exempelvis en fade.

Oftast när jag får mina trimmers brukar jag "zero-gapa" dem. Detta innebär att jag öppnar skäret och justerar det så att delen som klipper kommer väldigt tätt mot det yttre bladet.

Det gör att jag får ett väldigt tajt blad som tar håren ännu kortare och skarpere. Men med den här maskinen behövde jag inte göra någon justering.

Den är så kraftfull och bladet är så bra att det blir skarpt oavsett, utan att behöva "zero-gapa" och riskera att irritera huden.

Den är väldigt skön att hålla i handen och möjligtvis lite bredare än vanliga trimmers. Sett till priset så tycker jag att den känns lite plastig, vilket drar ner helhetsintrycket. Vill du ha en trimmer som kan göra allting, då kan jag varmt rekommendera denna!



Ferrari-motor

En tyst motor med bra batteritid.

Vass!

Bladet är japanskt för bästa tänkbara resultat.

Babyliss Pro FX

Jag har fått möjligheten att testa Babyliss renommerade rakmaskin – ämnad för professionella barberare och frisörer. Den har testats rigoröst i tio dagar, åtta timmar per dag, och här kommer mitt sammanställda intryck av den.

Mitt första intryck av maskinen var inledningsvis ”stor och klumpig”. Det stämmer till viss del, då jag tycker den är mindre ergonomisk än mina andra maskiner som jag använder mig av dagligen.

Men – den ergonomiska aspekten väger upp för detta - den är ändå behaglig i handen! Maskinen i sig känns välbyggd och det blir påtagligt när man arbetar med den.

I kontrast till mina andra maskiner blir inte Babyliss Pro FX8700GE lika varm vid användning. Babyliss verkar alltså ha knäckt nöten rätt bra, vad det avser temperaturhållning och värmeledning.

Däremot tycker att jag maskinen lämnar mycket att önska när det kommer till kraft. Detta för att jag under min research (och jämförelser med andra trådlösa clippers på nätet) märkte att Babyliss tryckte hårt på just den aspekten – kraft.

Det känner jag inte att jag håller med om. Den tar väldigt bra, men jag tycker att andra märken är minst lika starka. Jag upplever den som bäst när det kommer till det kortaste momentet av en fade.

När man inte använder distanskammarna på den så älskar jag hur lätt den är att arbeta med. Här kan jag varmt rekommendera den till dem som vill börja fadea och lära sig momenten.

Den har en spak man använder för att justera längden på clippern precis som andra liknande maskiner. Till skillnad från de andra, så har du en spak på denna clipper som läser sig i varje steg.

Detta gör att du vet exakt vilket steg du befinner dig i när du gör en fade. I många andra maskiner så läser den sig inte, vilket gör det enklare att tappa bort sig i de olika stegen av en fade.

Så fort man sätter på en distanskam upplever jag att den inte alls tar lika bra som utan, och du måste gå över samma område flera gånger för att få ett jämnt resultat.

Allt som allt tycker jag att det är väldigt kul att Babyliss satsar på oss yrkesproffs och släpper maskiner som verkligen kan konkurrera med andra stora märken. Maskinerna håller en hög produktkvalitet, känns välbyggda och ser väldigt häftiga ut i färgerna den kommer i.



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!



GOOD DAYS. GREAT WORK.



hello@valei.com



019-300 100

FOTRÄTT PÅ SALONGEN

Timma efter timma på hårda golv kräver inte bara bekväma arbetsskor, klart de måste vara



Multifärgad sneaker med snörning. Finns i storlekarna 39-45, från Zara Man, 499 kr.



Sko med tandad och kraftig sula, finns i storlekarna 35-41, från Zara, 299 kr.



Modellen Franci i läder och djurprint. Finns i storlekarna 35-41, från Unisa, 1330 kr.



Modellen Escace finns i storlekarna 35-41, från Unisa, 1620 kr.



Sportiga modellen Kari Traa med mélange-stickad sömlös konstruktion för bättre ventilation. Finns i storlekarna 35-41, från Byks, 999 kr.

snygga också. Frisör har valt ut elva favoriter. Av Mari Wigren



Modellen Ozweego finns i storlekarna 35-41, från Adidas/& other stories, 1300 kr.



Sneaker i modellen V-12, finns i storlekarna 35-41, från Veja/& other stories, 1350 kr.



Modellen Indicato finns i storlekarna 35-41, från Vagabond, 1100 kr.



Modellen Feliu finns i storlekarna 35-41, från Unisa, 1380 kr.



Nike Air Max 270 React finns i storlekarna 35,5-43, från Nike/Zalando, 1700 kr.



Mjuk och bekväm sneaker i storlek 40-46 från Scotch and Soda, 1599 kr.

A woman with long, wavy brown hair is smiling and looking slightly to the right. She is wearing a light blue turtleneck top and a necklace with a small pendant. The background is a textured brick wall. The text is overlaid on the left side of the image.

ERFARENHET

VÄGER

TYNGRE

ÄN ÅLDER

Generations

Anna-Karin Frank, 57, och Caroline Östlund, 39, driver salongerna Eriksson Robach i Malmö. Med respekt för varandra har de kommit att bli en supersalongsduo – trots olika bakgrunder och stor åldersskillnad. Vi är nyfikna och vill ta del av deras framgångskoncept.

Av Linnea Wallin Foto Charlotte Strömwall



succé!

Anna-Karin har drivit salonger sedan 1986 och älskar fortfarande sitt yrke.



Anna-Karin tycker om att ha en lugn stund med kunden och har inget emot om det blir tyst ett slag.



Trots att Anna-Karin tog studenten i samband med att Caroline för första gången såg dagens ljus har de haft samma frisörlärare på frisörgymnasiet i Malmö.

– Jag har alltid velat bli frisör. Jag var en sån som skrev i Mina vänner-boken att jag skulle bli frisör när jag blev stor. Men när jag sökte till frisörlinjen på gymnasiet var det svårt att komma in, man var tvungen att ha höga betyg då, säger Caroline som tog cykeln hem på lunchen för att kolla i brevlådan om antagningsbeskedet kommit. Glädjen när det visat sig att hon antagits var total.

Annat var det med Anna-Karins planer i ungdomen.

– Och jag tänkte att bara de som inte kunde bli något annat blev frisörer, säger Anna-Karin och skrattar.

Anna-Karin var helt inställd på att läsa språk på gymnasiet men då hon inte kom in på sitt förstahandsval föll lotten i stället på frisörlinjen.

– Ja, på min tid var det med andra ord inte så svårt att komma in på frisörlinjen, man kan säga att det var ödet som förde mig till det här yrket. Men jag kan också tänka mig att mamma pushade lite extra för att jag skulle bli just frisör, säger Anna-Karin.

ATT DE BÅDA BLEV FRISÖRER är inget någon av dem ångrar i dag när de driver två framgångsrika salonger i Malmö. Anna-Karins och Carolines vägar korsades när Caroline var elev på Anna-Karins salong, Clip.art., som hon drev med en annan delägare mellan 1999–2009.

– Sedan flyttade jag till Paris för att utbilda mig till makeupartist men precis i samma veva infördes euron i Frankrike och allt blev så dyrt att jag var tvungen att söka ett extrajobb för att ha råd med att gå klart utbildningen, berättar Caroline.

Och det var inget dåligt extrajobb hon fick. Toni & Guy blomstrade och tog in Caroline som elev på sin salong i Paris bland 65 andra anställda.

– Det var en fantastisk tid och jag lärde mig så otroligt mycket. Efter makeuputbildningen blev jag kvar i Paris och arbetade på Toni & Guy i tre år för att sedan flytta till Italien och jobba med Toni & Guy i Florens.

Även om livet som frisör utomlands var en härlig tid smög sig längtan om ett mer ordnat liv på mer och mer.

– Jag bodde i en resväska och det enda jag ägde var mina kläder och några värmeljus från Ikea. Samtidigt skaffade sig mina vänner bostadsrätter hemma i Sverige. Jag bestämde mig för att flytta hem ett halvår på prov men kände rätt snabbt att det var skönt att komma hem så jag blev kvar, berättar Caroline. ▾

Jag tycker att vår åldersskillnad är fantastisk. Vi är väldigt olika och tänker på helt olika saker vilket gör att vi kompletterar varandra.



Caroline föredrar kunder som gillar att prata och tycker om att vara social i salongen.

► **ANNA-KARIN OCH CAROLINE** hade fortfarande fin kontakt under tiden som Caroline jobbade utomlands. Anna-Karin var till och med och hälsade på Caroline i Italien. Det var med andra ord ingen tvekan om var Caroline skulle jobba när hon flyttade hem till Sverige igen. Sagt och gjort, Caroline hyrde en stol på Anna-Karins salong och de två kom varandra än närmare än innan.

Caroline träffade en partner och fick barn. Under mammaledigheten blev hon kontaktad av Anna-Karin som undrade om de två skulle slå sina påsar ihop och starta en salong tillsammans.

– Jag hade ju precis blivit mamma men kände samtidigt att är det någon jag vill äga en salong med så är det Anna-Karin! säger Caroline.

– Och jag kände detsamma. Sedan tog det ett tag innan vi hittade en lokal som vi gillade, minns Anna-Karin.

Men i maj 2010 var det dags. Då slog duon upp portarna till Eriksson Robach (som då var deras efternamn).

Både Anna-Karin och Caroline har tidigare arbetat som tekniker för Lombard.

– Vi hade mycket visningar och kurser och ett nära samarbete med dem, det var en otroligt rolig och lärorik tid, säger Anna-Karin.

Men när de bestämde sig för att gå över från att ha hyrstolar på salongen till att ha anställda räckte tiden inte till och de lade teknikerhatten på hyllan. Och det beslutet är bland det bästa de gjort, menar duon.

– Vi har en mycket bättre teamkänsla nu när alla är anställda. Allt är tydligare och alla jobbar mot samma mål utan konkurrens. Vi hjälps åt med kunderna på ett helt annat sätt nu än innan. Teamkänslan är definitivt den stora vinsten! säger Anna-Karin med medhåll av Caroline.

2016 ÖPPNADE Anna-Karin och Caroline sin andra salong i Malmö. Av en ren slump har de endast tjejer anställda på de båda salongerna.

Hur fungerar det att alla är tjejer?

– Visst kan det skava ibland men vi är noga med att direkt ta tag i det som gnager! Vi har regelbundna frukostmöten där vi lyfter såväl positiva som negativa saker. Det är ett jätteviktigt forum som hjälper oss massor, säger Anna-Karin.

Förra året upplevde de att något ”låg och bubblade” på salongen och tog med sig alla anställda på teambuilding.

– Vi hade en heldag där vi tog experthjälp och det var så fantastiskt bra! Alla fick större förståelse för varandra. Det var magiskt. Det gjorde att vi fick ännu högre i tak än innan och det var en bra investering för gruppen. Ledarskap är viktigt och något man behöver ta på allvar, menar Anna-Karin.

Det är rätt stor åldersskillnad mellan er, hur påverkar det?

– Åldern spelar ingen roll, men det gör våra olika erfarenheter. Jag har drivit salong sedan 1986 medan Caroline har jobbat utomlands. Vi kompletterar varandra på grund av olika styrkor och svagheter. Något hon tycker är jobbigt tycker jag är lätt och vice versa. Att vi är i olika faser i livet är också något som gör att vi måste ha stor förståelse för varandra, säger Anna Karin och fortsätter:

– Det har nog mer med våra personligheter att göra att vi kompletterar varandra så bra än med vår ålder. Sedan är det alltid härligt att jobba med ►

Fortbildning ligger varmt om hjärtat och kunderna måste kunna lita på frisörernas kompetens.



» I början är man ju väldigt mycket frisör, men efter att ha gått företagartutbildningen via Frisörföretagarna har vi insett att man måste avsätta tid för sitt företag.

► unga! Det är vitaliserande. Vi lär oss något av varandra hela tiden jag och Caroline, och av tjejerna på salongerna också såklart, säger Anna-Karin. Och Caroline håller med.

– Jag tycker att vår åldersskillnad är fantastisk. Vi är väldigt olika och tänker på helt olika saker vilket gör att vi kompletterar varandra. Anna-Karin har lång erfarenhet som jag har jättemycket hjälp av medan hon får ha tålmod med mig, säger Caroline och skrattar.

ANNA-KARIN OCH CAROLINE menar att det lika bra hade kunnat bli en totalrock dem emellan, men att nyckeln till att det fungerar så fint är att de alltid håller en respektfull kommunikation.

För att få salongerna att flyta på så smidigt som möjligt ronderar Anna-Karin och Caroline mellan dem. Arbetsuppgifterna har de fördelat sinsemellan för att skapa tydlighet både för dem själva, och för de anställda.

– Det underlättar exempelvis om våra anställda vet till vem av oss de ska vända sig om de har en specifik fråga, säger Caroline.

Eriksson Robachs framgångskoncept bygger på Anna-Karins och Carolines vilja att driva företaget framåt och att hålla sig ajour med sina kunder och sin personal.

– I början är man ju väldigt mycket frisör, men efter att ha gått företagartutbildningen via Frisörföretagarna har vi insett att man måste avsätta tid för sitt företag. Det var när vi bestämde oss för att ha anställda i stället för hyrstolar och tog oss tid för företaget som något hände, vi växlade till nästa nivå, säger Anna-Karin.

Både Anna-Karin och Caroline är medlemmar i Intercoiffure Mondial och reser varje år till Paris för att vidareutbilda sig. Ska man jobba hos Eriksson Robach måste man ha gesällbrev och att fortbilda sig är en självklarhet.

– Det är exempelvis viktigt att de anställda använder sitt utbildningsbidrag. Våra kunder förväntar sig att vi ska kunna ge dem förslag som ligger rätt i tiden, att vi kan de tekniker som krävs för att få till den där färgen de sett i ett magasin och att vi vet vad vi håller på med, säger Anna-Karin.

Hur är man en bra chef?

– Man är närvarande och jobbar med varumärket på det sätt man vill att de anställda ska göra och är en förebild för dem, säger Caroline. Anna-Karin nickar och fyller i:

– Man är tydlig och man tar sig tid för dem. När vi började avsätta tid för företagandet så blev det automatiskt mer tid med de anställda vilket har hjälpt otroligt mycket. Har man kunder hela tiden hinner man inte med det på samma sätt. Och om inte vi som ägare har någon tydlig målbild, hur ska då personalen kunna ha det?

Pandemin har satt hela branschen på prov, hur har den påverkat er?



Anna-Karin tycker att det är vitaliserande och inspirerande att ha yngre kollegor.



Caroline uppskattar Ann-Karins tålmod och långa erfarenhet. Att just de skulle slå sina påsar ihop var det aldrig något tvivel om.

– I mitten på mars blev det väldigt oroligt! Vi hade lite kontakt med kollegor i Stockholm och förstod att många kunder avbokade där. Vi blev otroligt nervösa att det skulle bli så även här. Vi hade även mycket kontakt med salongerna i Malmö, vi ringde runt och kollade läget. Alla var väldigt öppna och vi delade erfarenheter med varandra, det var jätteskönt. Vi påverkades såklart negativt men känslan är att det inte blev så farligt här i Malmö som det verkar ha varit i Stockholm, säger Anna-Karin.

Anna-Karin och Caroline samlade all personal till ett möte så snabbt de kunde när pandemin var ett faktum. Att få all personal med på tåget för att ta sig igenom situationen var ett måste.

– Man fick fatta snabba beslut och läsa på för att förstå och sätta sig in i läget. Vi fick snabbt lägga om scheman och permittera personal, men om man ser på den tid som gått har det ändå fungerat bra, säger Caroline.

– Jag måste också nämna att jag är så otroligt tacksam över Frisörföretagarna i dessa tider. Vilken fantastisk trygghet medlemskapet är. Jag blev medlem runt 1986–1987 och har aldrig tvekat, säger Anna-Karin. (Och vi på kontoret jublar såklart av stolthet!)

Och till sist, vad vill ni ge för råd till andra som driver eller funderar på att driva företag ihop?

- Ha respekt för varandra och tappa inte framåtdrivet. Gå på utbildning och event tillsammans! tipsar Caroline.

- Kommunikation är A och O, ha tydliga mål och ha kul. Gasa lite! Inte bara för gasandets skull, men det är kul när det händer något! avslutar Anna-Karin. ♦



BAAM

BAAM

GLAM!

I Gary Hooker och Michael Youngs kollektion
Privé får den starka kvinnan ta plats när duon visar sina
mångsidiga och preciserande kunskaper.



Hooker & Young – Privé
Hår: Gary Hooker & Michael Young
Makeup: Megumi
Styling: Clare Frith
Foto: Michael Young













Årets Frisör i samarbete med Frisöreventet 2020

Är du Sveriges bästa frisör?

Det finns bara ett sätt att ta reda på det...

Anmäl dig till Årets Frisör – branschens mest prestigefyllda tävling!

ÅRETS FRISÖR

EN TÄVLING AV FRISÖRFÖRETAGARNA

2020

Jury Årets Frisör

Jury för Årets Frisör består i år av tio personer. Jury bedömer bidragen på lika villkor då varje inskickat bidrag har en anonym id-märkning. Jury bedömer bidragen i flera omgångar för att få fram fyra finalister som slutligen blir nominerade i varje kategori. Den 17 september sammanträder juryn och den 18 september tillkännages de nominerade på vår hemsida www.arets.frisor.se.

Årets Nova nomineras av frisörlärare från privata- och gymnasieskolor godkända av Frisörernas Yrkesnämnd. Jury är utvald av Frisörernas Yrkesnämnd som utfärdar frisörlicensen. De nominerade tillkännages den 16 oktober på hemsidorna www.arets.frisor.se och www.frisorlicens.se.

Nomineringar

Att bli nominerad i någon av kategorierna ger dig viktig exponering. Ditt bidrag uppmärksammas i branschen, olika tidningar och i sociala medier. Alla nominerade får diplom och en nomineringslogo som får användas i alla dina marknadsföringskanaler. Nu börjar även förberedelserna inför finalen och livemomentet. De som vinner sin kategori i livemomentet tar hem den prestigefyllda titeln Årets Frisör.

Prisutdelning Årets Frisör 2020

Årets prisutdelning kommer att ske under Frisöreventet på Clarion Malmö Live lördagen den 14 november med start 16.45 i Kuben. Vi bjuder på skön underhållning och en spännande prisutdelning i samarbete med Headbrands. Boka din biljett från den 18 september på www.arets.frisor.se.

LÄS MER PÅ VÅR HEMSIDA WWW.

VIKTIGA DATUM

31 augusti

Sista anmälningsdag för Årets Herr, Årets Dam, Årets Barberare, Årets Avantgarde, Årets Nykomling, Årets Team och Årets Frisörföretag. Tävlingsbidragen innehållande bilder ska vara digitalt inskickade på www.arets.frisor.se

17 september

Juryn sammanträder

18 september

De nominerade publiceras på arets.frisor.se

30 september

Sista anmälningsdag Årets Nova

16 oktober

De nominerade för Årets Nova publiceras på arets.frisor.se och frisorlicens.se

13 november

Livemomentet är finaluppgörelsen för fem kategorier 16.00–18.00

14 november

Årets Frisör Prisutdelning 16.45–19.00

Eva Strömblads
vinnande bidrag från
förra året.

Livemomentet

Livemomentet är finaluppgörelsen i fem av tävlingens kategorier. Livemomentet genomförs med kanonstart och du kan endast tävla i en av kategorierna. De som tävlar live är kategorierna Årets Dam, Årets Herr, Årets Avantgarde, Årets Nykomling och Årets Barberare. Det är fyra tävlande i varje kategori som ska återskapa en av sina modeller från bilderna på 1,5–2 timmar. Färgen är gjord i förväg men klippningen eller uppsättningen sker live inför jury och publik. Juryn kommer under detta moment att utse vinnaren i varje kategori samt personen som vinner titeln Årets Frisör. Den, av de nominerade i kategorierna, som är exceptionell och utmärker sig i hantverksskicklighet eller har den högsta poängen i bedömningen av sin kategori kan tilldelas denna prestigefulla titel.

Det är öppet för alla att se livemomentet fredagen den 13 november på Malmö Live i samband med Frisöreventet. Livemomentet kommer att hållas i Livingroom 16.00–18.00.

ARETS.FRISOR.SE

HEAD BRANDS

By creators – for creators

EXKLUSIV SPONSOR AV ÅRETS FRISÖR 2020

I årets tävling av Årets Frisör har Headbrands gått in som exklusiv sponsor, något vi på Frisörföretagarna är oerhört tacksamma och stolta över. Men varför är de med och vad betyder det för dem? Vi tar ett snack med Headbrands vd Fredrik Gelkner och vice vd:n Nicklas Kolås.

Vad betyder det för er att vara exklusiv sponsor av Årets Frisör 2020?

– Vi ser på det otroligt positivt att få vara sponsor för Årets Friör. Frisörföretagarna har alltid arbetat med att lyfta fram frisören för att utveckla branschen i rätt riktning. Det passar oss på Headbrands eftersom vi arbetar för samma sak. Vi ska vara frisörens bästa vän och föredragna partner. Vi är ingenting utan våra kunder. Därför ser vi det som extremt viktigt att företag som Headbrands stöttar positiva och bra initiativ, framför allt i tider där all hjälp behövs för att lyfta alla frisörer som kämpar så hårt.

Vad ser ni mest fram emot?

– Att få lov att träffa våra kunder. Vi saknar dem och relationen med frisörerna är livsviktig för oss. Årets Frisör och Frisöreventet i Malmö, som Sveriges enda sammankomst för frisörer på riktigt, gör att vi faktiskt längtar efter hösten redan nu.

Ni kommer att dela ut priser under tävlingen, vad kan ni avslöja om dem?

– Våra kunder har gjort oss till en av Sveriges största frisörpartners. Det har gett oss möjlighet att ha många coola varumärken, vi kommer absolut att dra fördel av det när vi delar ut priserna.



Nicklas
Kolås, vice vd.



Fredrik
Gelkner,
vd.

JOICO
the **joi** of healthy hair

JOICO K-PAK Hair Repair System

Relaunch!

**Rengör, balansera,
återuppbygg, återfukta.**

K-Pak Hair Repair System är en fyrstegsbehandling för salongsbruk som effektivt återuppbygger skadat hår och ökar glans, smidighet och styrka. Effekten är omedelbar och kunderna får det friskaste och vackraste hår de någonsin upplevt.





BOYS



*Boys of Style – Mike Taylor
Hår: Mike Taylor
Foto: Liam Oakes
Makeup: Emily Taylor
Produkter: Denman
Images: FPA*

I Mike Taylors kollektion Boys of Style låter han olika karaktärer ta plats genom att blanda fem stilar för att återspegla olika personligheter. Med blandade tekniker visar Mike den samtida barberarens bredd av kunskaper.















FRISÖR EVENTET 2020

SAVE THE DATE

13-14 NOVEMBER 2020
MALMÖ LIVE



FRISÖREVENTET 2020 13 -14 NOVEMBER CLARION MALMÖ LIVE

VISNINGAR - UTSTÄLLARE - FÖREDRAG
BARBERAVDELNING - ÅRETS FRISÖR

Fredag 13/11 i Living Room:
16.00 Årets Frisör Livetävling
18:00 AW och mingel

Lördag 14/11 10.00 -17.00:
Frisöreventet 2020

FÖLJ ALLT NYTT PÅ: www.frisoreventet.se

FACEBOOK: Frisöreventet

KONTAKT: info@frisoreventet.se

I samarbete med Frisörföretagarna

www.frisor.se



FRISÖR EVENTET 2020

13-14 NOVEMBER 2020

MALMÖ LIVE



FREDAG 13 NOVEMBER

LIVING ROOM:

16.00 ÅRETS FRISÖR

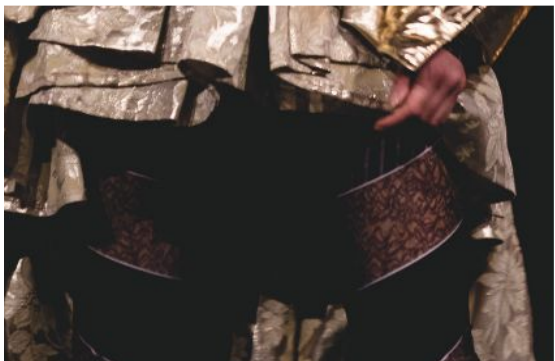
ÖPPNA LIVETÄVLINGAR

18:00 AFTER WORK MED UNDERHÅLLNING

FRISÖREVENTET 2020

SVERIGES MESTA OCH BÄSTA MÖTESPLATS

FÖR HELA FRISÖRBRANSCHEN



FÖLJ ALLT NYTT PÅ: www.frisoreventet.se

FACEBOOK: Frisöreventet

KONTAKT: info@frisoreventet.se

I samarbete med Frisörföretagarna

www.frisor.se

FRISÖR EVENTET 2020

13-14 NOVEMBER 2020

MALMÖ LIVE



LÖRDAG 14 NOVEMBER

10.00 FRISÖREVENTET ÖPPNAR
10.40 BARBERVISNING I KUBEN
11.15 VISNING, STORA SCENEN
12.15 VISNING, STORA SCENEN
13.30 BARBERVISNING I KUBEN
14.10 VISNING, STORA SCENEN
15.00 BARBERVISNING I KUBEN
16.00 VISNING, STORA SCENEN

DESSUTOM FÖRELÄSNINGAR UNDER DAGEN

ALLT DETTA INKLUSIVE FREDAGEN FÖR ENDAST
695:- EXKL. MOMS

CA 16.45 PRISUTDELNINGAR FÖR ÅRETS FRISÖR
I KUBEN

20.30 STOR BRANSCHGALA
(BILJETTER KÖPES SEPARAT)



FÖLJ ALLT NYTT PÅ: www.frisoreventet.se

FACEBOOK: Frisöreventet

KONTAKT: info@frisoreventet.se

I samarbete med Frisörföretagarna

www.frisor.se



JOICO

K-PAK

RECONSTRUCTOR

DEEP-PENETRATING
TREATMENT
for damaged hair

TRAITEMENT PÉNÉTRANT
EN PROFONDEUR
pour les cheveux endommagés

TRATAMIENTO DE
PENETRACIÓN PROFUNDA
para cabello dañado



150 ml / 5.1 fl oz

JOICO
the **joi** of healthy hair

K-PAK

En självklar
IKON

Relaunch!



JOICO K-PAK RECONSTRUCTOR

Återuppbygger och stärker stressade hårstrån genom en kraftfull kombination av aminosyror och smart Keratin-teknik. Reconstructor är **16-faldig vinnare** i Stylist Choice Awards och en favorit för miljoner stylisterna världen över.

FRISÖR
Special

Vad händer nu?

Ingenting är sig likt sedan coronapandemin slog till mot världens länder – och frisörer. Hur hanterar vår bransch krisen och vilka spår kommer den att lämna efter sig? Vi pratar med våra ambassadörer och grannländer och låter en tidigare vinnare av Årets Frisör sja om framtidens hårtrender, för att nämna några. Häng med!





Så mår regionerna

I juni stämde vi av läget med några av våra fantastiska ambassadörer ute i landet. Trots att alla drabbats av krisen ser många positivt på de lärdomar och erfarenheter man tagit med sig. Hoppets låga är tänd och alla ser ljust på branschens framtid.

Region Sydost:

"Var redo på det värsta och hoppas på det bästa"

SYLVIA CHRISTIERNIN, delägare på Roots of Sweden i Norrköping.
Bolagsform: Aktiebolag, två ägare, Sylvia Christiernin och Åse Andersson.
Anställda eller hyrstol: En anställd och en hyrstol.

Hur har ni upplevt pandemin på er salong?

– I mars/april var det förvirring och mycket frågor. Man ringde för att höra om man fick komma och om vi hade öppet. Då 95 procent av våra kunder är stamkunder som förbokar sina tider så har den största effekten varit mycket fler och längre telefonsamtal. Vi upplever att vi har kloka omtänksamma kunder, och har inte hört en hostning i salongen sedan pandemin började. Risken vi tagit är ömsesidig! Det vanligaste vi hörde i våras var: "Har ni öppet, får jag komma?" eller "Jag känner mig inte helt okej, behöver skjuta på tiden." Vi upplever inte något kundtapp, men fler sena avbokningar. Våra kunder i riskgrupp uppmantrar vi till att avstå eller till betydligt glesare bokningar. Omsättningen gick ner runt 20 procent i april/maj. Ingen frisör hos oss har smittats ännu.

Vilka åtgärder har ni vidtagit?

– Vi betonar att alla måste ta egna beslut och ta konsekvenserna av dessa – även de i riskgrupp! Vi kan inte erbjuda hundra procents säkerhet! Trots bästa luftrenaren, två meter mellan arbetsplatserna. Trots spritning med olika desinfektionsmedel och att händer och kappor tvättas mer än någonsin. Det finns så mycket rädsla, så vi har medvetet undvikit skyltar, sms etc och istället låtit vår salong vara en lugn fristad från coronainformation. Den tar vi lugnt och fint på telefonen. Hos oss ska

de få slappna av en stund. Vi erbjuder möjlighet att vara ensam i salongen tidig morgon och helger. Just nu lutar det åt att vi kommer att korttidspermittera 20 procent.

Använder ni skyddsutrustning?

– Vi låter de personer som vill att vi ska använda extra skyddsutrustning själva ta med exakt vad (brukar handla om munskydd) så att vi kan använda den sort just de känner sig trygga med.

Upplever ni att läget stabiliserat sig?

– Ja, faktiskt, även ett sådant här läge normaliseras. Man har förstått att det kommer att handla om längre tid än några månader och man måste lära sig att förhålla sig till att det tar minst ett år till att vänta på ett vaccin.

Vilken lärdom drar ni av detta?

– Att regeringen faktiskt kan ta snabba beslut när det krävs! Att enskild firma ännu en gång visat sig vara en otrygg företagsform, som bör undvikas. Hur viktigt det är att alltid ha en okej vinstmarginal och buffert i företaget. Hotet kan lika gärna heta cancer eller brutna ben. Att vi tänkt rätt: "var redo på det värsta och hoppas på det bästa". Har inte känt någon panik för vi har varit förutseende när det gäller exempelvis försäkringar och a-kassa. Vi har även lärt oss att vi i framtiden ska våga tacka nej till kunder som är jättesjuka och mer aktivt be dem skjuta på tiden tills de är friska.

Region Mitt:

”En andra fas till hösten”

MICHAEL AGERBRING, konsult på Funkyman AB i Gävle
Bolagsform: Vi driver i aktiebolagsform.

Anställda eller hyrstol: Anställda. Vi är sju stycken på företaget.

Hur har ni upplevt pandemin på era salonger?

– Ingen personal har eller har haft corona tack och lov men vi har märkt av en större försiktighet och oro bland våra kunder.

Vilka åtgärder har ni vidtagit?

– Vi har en stram policy för våra kunder att boka om sin tid om de har symtom eller tror sig ha symtom. Personalen får under inga omständigheter komma till jobbet om de känner sig förkylda eller uppvisar symtom. Vi är extra noga med hygien och sanering i butikerna. Vi spritar händer, stolar och verktyg efter varje kund. Vi har också infört skiftarbete och kan med mindre personalstyrka jobba på varannan stol och därmed minska eventuell smittspridning. Det finns även information på våra sociala medier om hur vi hanterar rådande omständighet.

Använder ni skyddsutrustning?

– Inget utöver det vi alltid använder,

handskar, handsprit och desinfektionsmedel.

Upplever ni att läget stabiliserat sig ännu?

– Svårt att säga. En viss optimism finns men jag tror att vi kan vänta oss en andra fas till hösten.

Vilken lärdom drar ni av detta?

– Under svåra tider blir man mer kreativ och vi tittar på nya rutiner i butikerna och på nya crossoverkoncept. Skiftarbete är definitivt något vi ska behålla för att kunna utöka våra öppettider. Prisbilden ser vi också över på attraktiva tider. Vi tajtar till kostymen och ser över kostnader och förhandlar om avtal på telefoni, it och försäkringar bland annat. Digitaliseringen måste implementeras mer i verksamheten och framför allt hos våra leverantörer, marginalerna måste bli större. Vi tittar även på effektivare lösningar för löpande bokföring och statistik, även här kan digitaliseringen förenkla vårt jobb.

Region Syd:

”Vi har dragit isär salongsstolarna”

JENNY VEGBORN, ägare av Hårbyråån i Halmstad

Bolagsform: Jag har alltid haft enskild firma men gör nu om företaget till ett aktiebolag.

Anställda eller hyrstol: – Jag har tre anställda och en elev.

Hur har du upplevt pandemin på din salong?

– I mars var det väldigt kaotiskt med många avbokningar och mycket ovisshet. Det kom nya riktlinjer varje timme och kunderna ställde många frågor. När paniken lagt sig i april upplevde vi att det blev lugnare. Det var inte lika många avbokningar då men kunderna drog ut på sina veckor mellan behandlingarna. Vi har inte behövt permittera någon men det har varit en nedgång.

Vilka åtgärder har ni vidtagit?

– Vi satte ut utemöblerna så att vi har en väntplats utanför salongen vilket ger oss tre olika ställen för kunderna att vänta på.

– Vi har dragit isär salongsstolarna lite extra, vi spritar alla ytor efter varje kund, givet även alla redskap och våra händer. Vi har satt fram handspritservetter på alla kundbord/-platser och på kassadisen plus att vi städar salongen själva flera gånger i veckan.

– Jag erbjuder kunder att komma före ordinarie öppettider. Vi ordnar så gott det går med våra luncher så det kan finnas en tid över lunchen för någon som vill vara ensam i salongen. Vi erbjuder även tider på lördagar så att kunden kan få vara ensam i salongen.

– De kunder som vill handla men ej vill gå in på salongen kan ringa eller mejla oss så packar vi ihop produkterna och lämnar det till dem utanför salongen.

Använder ni skyddsutrustning?

– Vi använder bara tvål, vatten och handsprit.

Upplever ni att läget stabiliserat sig ännu?

– Jag upplever att läget har stabiliserat sig, men jag tror att hösten kommer att bli lugnare igen.

Vilken lärdom drar ni av detta?

– Lärdomen för alla är nog hur viktigt det är med hygien och att hålla avstånd. Att vara mentalt förberedd då det säkert uppstår något liknande igen.

”Under svåra tider blir man mer kreativ och vi tittar på nya rutiner i butikerna och på nya crossoverkoncept”

Michael Agerbring,
konsult på
Funkyman AB
i Gävle



Region Väst:

”Det jobbiga är att vi inte vet hur det ser ut framöver”

ANNELI LJUNGGREN, delägare i salongen Moment of Art i Kungsbacka

Bolagsform: Vi har ett aktiebolag.

Anställda eller hyrstol: Vi är fem anställda inklusive ägare, en hyrstol samt en konsult.

Hur har ni upplevt pandemin på er salong?

– Det har varit väldigt upp och ner. Först inget alls, sedan kändes det som att vartenda samtal var en avbokning. De två första veckorna i april var det värst, cirka 40 procents tapp hade vi då. Sedan vände det något och blev bättre. Det är framför allt våra dagkunder, de som är över 70, som har boktat av. Även spontanbokningarna har minskat kraftigt.

Vilka åtgärder har ni vidtagit?

– Vi förstod ganska snabbt att vi behövde visa att vi tar detta på allvar och göra vad vi kan för att kunden ska känna sig så trygg som möjligt. Det här är ju något vi aldrig upplevt förut och ingen vet exakt hur vi ska skydda både kunder och personal. Men vi lydde de råd som fanns.

Vi permitterade personal 20–40 procent till en början och sedan har

det minskat i takt med ökade bokningar. Vi har ändrat om i schemat så att vi är färre på salongen samtidigt. Vi spritar alla platser efter varje kund och spritar även kortmaskinen vid varje köp. Vi har ett ”coronameddelande” som skickas på sms och på mejl till alla kunder som boktat tid. Vi har handsprit och tvål i pumpar som kunderna ej behöver röra, vi har även visir om kunden vill att vi ska ha det. Vi undviker i största mån att arbeta framför kund och när vi måste det så håller vi tyst!

Använder ni skyddsutrustning?

– I början, när alla insåg allvaret, fanns det ingen utrustning att få tag i. Vi köpte in ingredienser och gjorde egen handsprit och så tillverkade vi egna visir. Jag kontaktade en kund som är iva-sjuksköterska och frågade hur vi skulle använda dem och hålla dem rena på bästa sätt.

Upplever ni att läget stabiliserat sig ännu?

– Vi upplever att det är bättre nu och vissa dagar precis som vanligt. Våra 70-pluskunder börjar återkomma med viss försiktighet.

Vilken lärdom drar ni av detta?

– Som liten företagare går man igenom ekonomiska kriser/förändringar då och då. Det kan handla om att några frisörer lämnar, någon som blir långtidssjukskrivnen eller liknande. Man har lärt sig att förhålla sig till det man har och snabbt kunna ställa om. Det jobbiga är att vi inte vet hur det kommer att se ut framöver. Både pandemin och den ekonomiska krisen som följer. Vi skulle anställt en trainee i sommar som vi tyvärr fick tacka nej till på grund av det dåliga kundunderlaget.

Region Öst:

”Jag skickar produkter på postorder till kunder”

LENA HELLMAN, ägare av Friekosör i Stockholm

Bolagsform: Aktiebolag.

Anställda eller hyrstol: – Inget av dem, jag kör själv och är anställd av mig själv.

Hur har du upplevt pandemin på din salong?

– Nergång i antalet bokningar.

Vilka åtgärder har du vidtagit?

– Jag skickar exempelvis produkter på postorder till mina kunder och så försöker jag vara positiv och inge hopp, det är min strategi!

Använder du skyddsutrustning?

– Ja, om kunden vill använder jag munskydd.

Upplever du att läget stabiliserat sig ännu?

– Det har blivit något bättre.

Vilken lärdom drar du av detta?

– Att jag har det väldigt bra!

”Våra 70-pluskunder börjar återkomma med viss försiktighet.”

Anneli Ljunggren,
delägare i salongen
Moment of Art
i Kungsbacka

”Vi upplever just nu ett stabilt läge”

JENNY JANSE, ägare av Frisörkollektivet och Beauty Factory i Umeå.

Bolagsform: Två aktiebolag.

Anställda eller hyrstol: En hyrstol på ena salongen plus fem anställda, en hyrstol på andra salongen plus sex anställda.

Hur har ni upplevt pandemin på era salonger?

– På ena salongen har det märkts av med avbokningar av riskgruppskunder och på grund av sjukdom. Fler har haft önskemål om hembesök samt en tappad omsättning på cirka 40 procent. Vi har även haft fler sjukdagar bland personalen.

– På den andra salongen har vi märkt ett ökat antal avbokningar på grund av sjukdom samt av riskgruppskunder men där har vi inte så mycket tappad omsättning, endast cirka 10 procent. Fler sjukdagar bland personalen även där.

Vilka åtgärder har ni vidtagit?

– På ena salongen har vi färre antal frisörer som jobbar samtidigt, vi har lagt om scheman, erbjuder handsprit vid ingången, desinficerar ytor regelbundet. Vi har även sagt upp all personal eftersom vi inte kan ta del av krispaketet. Vi erbjuder hembesök och flexibla tider där riskgruppskunder kan vara ensamma med sin frisör i salongen. Vi har även minskat varulagret och sett över utgifter för att spara pengar. Vi har tät kontakt med ekonomibyrån och andra hjälpinstanser för att ha koll på läget hela tiden. Vi har koll på scheman och justerar dagligen tider för att möjliggöra mesta mängd bokningar, vi vill inte missa någon kund men inte heller riskera att personal står utan jobb. Vi tänker oss för när vi exempelvis klipper luggar och liknande när man är nära kundens ansikte.

– På den andra salongen som inte tappat så mycket erbjuder vi handsprit vid ingången och flexibla tider där riskgruppskunder kan vara ensamma med sin frisör i salongen. Vi har även minskat varulagret och sett över utgifter för att spara pengar också här. Ingen har behövt permitteras då vi inte tappat så mycket i omsättning.

Använder ni skyddsutrustning?

– Endast om kunder ber om det, vi har munskydd att tillgå på båda salongerna.

Upplever ni att läget stabiliserat sig ännu?

– Vi upplever just nu ett stabilt kundflöde men om det är för att alla vill bli fina före examen och semester eller om det kommer att hålla i sig vet vi inte. Vi hoppas att det fortsätter så här och sedan förbättras under hösten.

Vilken lärdom drar ni av detta?

– Att fokusera mer på att alla frisörer ska ha en bra kundkrets, att boka om kunder och arbeta med kundlojaliteten. Vi ser att de etablerade frisörerna med stor kundkrets påverkas mindre, deras kunder avbokar i mindre utsträckning, och får de avbokningar fylls det snabbare på med nya bokningar. Att inte acceptera att ha anställd personal med för lite bokningar. Då kanske man måste plocka bort en frisör i stället för att vänta på att hen får mer kunder.

– Att vi alltid behöver ha en större ekonomisk buffert och att en snabb och pålitlig ekonomibyrå ger trygghet. Att ta hjälp av rådgivare och mentorer för att fatta smarta beslut eftersom man ofta som salongsägare står med kunder samtidigt som man ska ta hand om personal och allt annat som dyker upp. Det är lätt att inte vara klartänt när stressen ökar och att då ta hjälp utifrån är viktigt att prioritera.

– Att snabbt ta hjälp av leverantörer för att planera framtida scenarion och ha en dialog för hur vi kan samarbeta på nya sätt. De sitter ofta på mer hjälp än man tror, inte minst i form av erfarenheter från tidigare händelser och kunskap om hur andra salonger gör.

– Att inte vänta med viktiga beslut tills det är kris. Varje dag är viktig även i goda tider, att inte slappna av och tänka att 'det där löser sig'. Att ha långsiktiga planer är bra, men man måste nästan alltid sätta lönsamheten först.

– Att våga prata med sina kollegor och konkurrenter, alla sitter i samma båt och tillsammans blir vi bättre och kan hitta smarta lösningar.

”Att våga prata med sina kollegor och konkurrenter, alla sitter i samma båt och tillsammans blir vi bättre”

Jenny Janse,
ägare av Frisörkollektivet
och Beauty Factory
i Umeå



Nonni Quest,
Island



Connie Mikkelsen,
Danmark



Tina Haapapuro, Finland



Anne Mari
Halsan, Norge

Så klarar våra grannar krisen

Våren 2020 kommer nog gå till historien som en av de tuffaste säsongerna för vår bransch. Den vanligtvis lukrativa årstiden för frisörföretagare kantades istället av rädsla för ett främmande virus, och massavbokningar. Trots att Sverige inte valde att stänga ner helt har coronapandemin lämnat djupa ekonomiska spår, och vi är långt ifrån ur krisen. Men detta är inget nationellt problem. Vi har pratat med frisörorganisationer från våra nordiska grannländer för att se hur krisen har påverkat dem, vilket stöd de har fått och hur de ser på framtiden.

– Det har varit väldigt kaotiskt, säger Connie Mikkelsen från Danmarks organisation för selvstændige frisører & kosmetikere. Informationen och förordningarna som kommit från regeringen och andra auktoriteter i landet har ändrats flera gånger vilket har försvårat för både oss och våra medlemmar.

I Danmark, liksom i Norge och Island, stängdes dessutom frisörsalongerna ner helt i 4–6 veckor. De danska frisörerna har dock varit (relativt) nöjda med kompensationen från staten.

– Våra medlemmar kunde ta del av tre finansiella hjälp-paket. Det första täcker upp för förlorade intäkter, men bara om salongen kan visa att de förlorat 30 procent eller mer av sina intäkter jämfört med samma period föregående år. Tiden de tvingats stänga blir de självklart också kompenserade för.

DET MAXIMALA REGERINGSBIDRAGET för intäktsförluster är 23 000 danska kronor per månad under en fyramånadersperiod. Och även om vissa säkerligen skulle vilja ha mer menar Connie Mikkelsen att de flesta medlemmar varit nöjda med det, särskilt i kombination med de andra två stegen i krispaketet.

– Den andra delen täcker upp för fasta kostnader, där salongerna blir kompenserade med 100 procent under tiden de har varit stängda. Resterade månader (högst fyra) beror på hur salongsintäkterna har påverkats.

Det sista steget i det danska krisstödet är ett kompensationspaket som är öronmärkt för löner.

Coronapandemin har satt djupa finansiella spår i Sverige, men även i våra nordiska grannländer. Frisör har undersökt hur krisen har påverkat våra branschkollegor i Norge, Danmark, Finland och Island.

Av Lisa Rosman

– Krispaketet har varit en stor hjälp för Danmarks frisörer. För de flesta, särskilt dem med många anställda, tog pengarna snabbt slut när salongerna tvingades stänga.

Har stödet räckt?

– Jag vet inte än, för jag är rädd för att krisen är långt ifrån över. Detta kan även innebära en brist på studenter vilket kan leda till problem längre fram.

Vad tar ni med er från den här perioden?

– Vi har lärt oss mycket, vissa bra saker – och andra vi hade föredragit att inte behöva lära oss från. Jag tror att våra medlemmar antingen har kommit betydligt mycket närmare sina anställda under den här tiden, eller har märkt att de inte funkade alls. Det mest positiva är nog att våra medlemmar lärt sig väldigt mycket om salongens ekonomi.



I Norge tvingade coronakrisen branschen till ett tvärstopp. Klockan 14 den 12 mars meddelade nämligen myndigheterna att alla frisörsalonger behövde stänga – före klockan 18.

– Det var väldigt krävande. Vi fick fyra timmar på oss att stänga och få i gång alla nödvändiga processer. Sedan följde ett yrkesförbud på sex veckor innan vi försiktigt kunde börja öppna, gradvis, med lägre omsättning och produktion, säger Anne Mari Halsan, administrativ direktör i Norske frisør- og velværebedrifter i Norge.

Vilket stöd fanns att tillgå?

– Det presenterades flertalet möjliga komensationer, till exempel höjdes de anställdas dagpenning från 63 till 80 procent, företagets arbetsgivarperiod reducerades från 14 till två dagar och ersättning för sjukfrånvaro på grund av corona togs över av staten efter tre dagar istället för 14.

Förutom dessa åtgärder fanns det två större: staten täckte 90 procent av oundvikliga fasta kostnader (så länge man anses vara ett livskraftigt företag), och täckte 80 procent av enmansföretags inkomstförlust efter 17 dagar.

Men frågan är om det räcker.

– Framtiden är osäker. Vi tror att ett stort antal företag kommer att gå i konkurs. Framför allt påverkas de allra minsta, och de med enskilda företag utan anställda. Det kan ju leda till en konsolidering i branschen, med färre men större företag. Det kan vara bra på många sätt, men för flera småföretagare är det just friheten att vara sin egen och vara verksam i liten skala som attraherat dem till frisörbranschen.

– På Island, som i resten av världen, har det här varit en otroligt konstig tid. I mars stängdes alla frisör- och skönhets-salonger, barer och tatueringsstudior i sex veckors tid. Våra frisörer förlorade all inkomst under halva mars och hela april, säger Nonni Quest, ordförande för The masters guild of Icelandic hairdressers.

PRECIS SOM I ANDRA LÄNDER som gick in i "lockdown"-läge fanns flertalet kompensationspaket från staten för att förhindra att företagen gick under helt. Men Nonni Quest poängterar att man inte vet hur väl det fungerar förrän företagen får svar på sina ansökningar.

– Det är många salonger som väntar på möjligheten att ansöka om ersättningarna som erbjuds till småföretag som tvingades stänga under karantänperioden. Om det får ett positivt utfall överlag kommer det att hjälpa många, om inte kommer flertalet lida.

Då det finns flertalet sätt att bedriva sina verksamheter är det svårt att generalisera hur det kommer att gå. Varje salong måste se över sin ekonomi och se vilket paket som passar deras företagsformat.

– Förhoppningsvis kommer våra salonger ut ur det här med huvudet över vattenytan, men jag tror att vi kommer se många förändra sig, gå ihop eller stänga. Något som är positivt är dock att våra frisörsalonger inte är beroende av turismen, vilket många andra näringar är, så de flesta borde ha rätt så mycket att göra just nu.

Vårt grannland i öst var det enda nordiska landet med liknande strategi som Sverige – även fast de tog till fler tidiga åtgärder. Finland hade ingen "lockdown" och frisörsalongerna höll öppet som vanligt. Dock fick de bättre bukt med viruset, kanske på grund av att de hade längre tid på sig att förbereda sig innan coronan nådde landet.

– Effekten var snabb, och stor. Vår regering var snabb med att gå in i krisläge, vi stängde skolorna och allmänna byggnader 18 mars till 13 april, folk jobbade hemma och alla restauranger stängde under en månad, säger Tina Haapapuro från finska frisörföretagarorganisationen Suomen hiusyrittäjät.

MEN, PRECIS SOM I SVERIGE, har de påverkats negativt av krisen.

– Det blev en stor chock. Många salonger stängde av egen vilja, för att undvika att få, eller sprida, viruset. De flesta av de större salongerna med anställda var tvungna att temporärt göra sig av med personal då kunderna ställde in sina besök. Vissa har även fått stänga permanent.

I maj släpptes statistik som visade att viruset hade tappat fart i Finland, och när skolor och allmänna byggnader öppnade började även kunderna boka tider hos frisörerna igen.

– Men, den finansiella aspekten är fortfarande väldigt problematisk och kommer att leda till arbetslöshet och konkurser i frisörbranschen.

Regeringens krispaket lindrar de finansiella skadorna en del. Entreprenörer, som jobbar ensamma, får 2000 euro i stöd och större bolag har andra sorters ekonomiska stödpaket. Problemet är att knappt något av stödet får användas till fasta kostnader och drift.

– Man får bara använda en liten del av krispaketet till utgifter som hyra och löner, vilket försvårar situationen. Istället "tvingas" företagen att söka finansiellt stöd för utvecklingsprojekt, fast de har stabila affärsplaner och egentligen bara skulle behöva lite hjälp att betala sina fasta kostnader under krisen. Nu får dock ägare ansöka om a-kassa.

Vad tror du om den finska frisörbranschens framtid?

– Coronapandemin har, och kommer att fortsätta, påverka hårbranschen negativt. Nu försöker vi vara beredda på nästa våg, och har rekommenderat våra salonger att förbereda sig genom att till exempel betala av sina skulder och räkningar från den första vågen. Folk har börjat röra sig mer fritt nu, sommarren kommer att visa hur coronaviruset reagerar på det. ♦

”Finland hade ingen lockdown och frisörsalongerna höll öppet som vanligt.”

Johan Kristenssen:

”Många kommer att känna ett stort behov av förändring”

Under coronapandemin har avbokningarna varit många och flera kunder har med all säkerhet tagit sitt hår i egna händer – med mer eller mindre lyckade resultat. Vi tog kontakt med frisören Johan Kristenssen och lät honom sja om framtidens hårtrender.

Johan Kristenssen, Årets Frisör 2015 och Nordic Mens Hairdresser of the Year 2019, har precis som de flesta sett att avbokningarna på salongen ökat kraftigt under coronakrisen. När kunderna väl kommer tillbaka och allt lugnat ner sig både tror och hoppas han att kunderna vill göra något drastiskt med sina frisyrer.

Frilansuppdragen drogs in i en rasande fart efter att coronapandemin givit sig tillkänna runt om i världen och på salongen hemma i Gävle trillade avbokningarna in en efter en. Den största andelen avbokningar stod inte helt oväntat personer inom de olika riskgrupperna för.

– Jag tycker ändå att kunderna har varit väl insatta i det rådande läget och har de känt sig osäkra eller nervösa har vi rekommenderat att de bokar om sin tid, säger han.

Johan hoppas och tror att människor kommer att förändra sina beteenden i allt från konsumtions- till resvanor när pandemin lagt sig.

– Förhoppningsvis leder det i det långa loppet till förbättringar för hela vårt klimat, menar han.

När det kommer till konjunkturen och hårmodet tror han dock inte att det

påverkar så mycket som vi tror.

– Modet har, i sig självt, en självständig kreativ process som oftast ligger före samhällsutvecklingen. Men vi får inte heller glömma bort att det vi upplever just nu är något helt unikt. Något vi aldrig tidigare varit med om, säger han och fortsätter:

– Jag tror att många av oss tenderar att söka oss till saker som

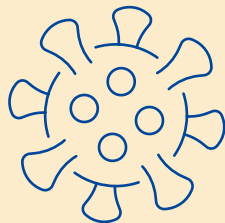
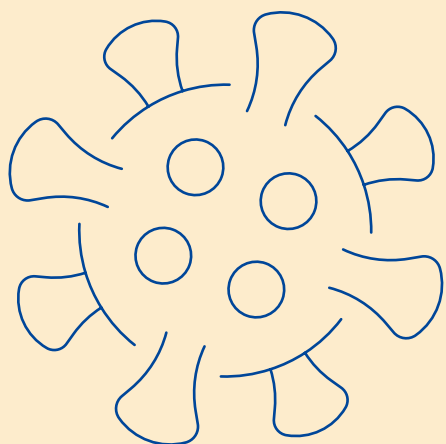
käns trygga när allt annat känns otryggt. Jag tror personligen, att när pandemin äntligen är över, kommer många känna ett stort behov av förändring både när det gäller färg och form. Det tror jag att vi kommer att se både inom hår och mode.

De senaste åren tycker han inte att det hänt speciellt mycket med hårmodet och att de flesta kunder velat ha långa eller halvlånga frisyrer.

– En förändring på den fronten vore fantastisk! Jag skulle gärna se att fler vågade klippa av sina långa hår för en personligare stil! avslutar han.



Foto: Roy Rossovich & Andreas Alfredson



Något som varit på uppsving redan innan coronapandemin kom till Sverige är utbudet av digitala tjänster. Vi tar kontakt med två killar som har koll på e-handeln för att bli uppdaterade om läget i frisörbranschen.

Hur mår e-handeln?



Reine Johansson, vd för och grundare av Geselle.

Hur har ni på Geselle upplevt coronakrisen?

– Pandemin har inneburit många långa samtal med frisörer och salongsägare, dels för att stötta, dels för att skjuta in ny energi i varje samtal, det är många som har det enormt tufft och tyvärr är det inte över än, men vi har visat att vi kan bidra med mycket till salongsägarna. Vi har fått ett kvitto på att vårt koncept och vår plattform håller, vilket känns kul, säger Reine Johansson.

Reine menar också att det finns många positiva saker med pandemin, bland annat att branschen tvingas ställa om, tänka nytt och förändra gamla vanor och tillvägagångssätt.

– Vi har sett exempel där salonger som tidigare har maxat sina checkkrediter nu faktiskt hamnat helt i balans igen, säger Reine.

– En annan sak vi sett är att salongernas kunder faktiskt köper av salongens egen e-handel via Geselle, och här är fördelarna många för salongerna. Det kostar ingenting för salongen att erbjuda ett brett sortiment till sina kunder digitalt, vilket gör att salongerna kan se till att deras kunder inte handlar från andra.

Reine anser att det är viktigare nu än någonsin att äga och kontrollera sin kundbas.

– Med Geselle äger salongen sin kundbas och vi tillhandahåller systemen och tjänsterna för att kunna göra detta möjligt för alla frisörer och salongsägare, dessutom helt enligt GDPR, avslutar han.



Klas Bellinder, general manager på Henkel Beauty Care Scandinavia.

Ni är mitt uppe i lanseringen av en ny e-shop, har det något med coronapandemin att göra?

– Vi lanserar nu en ny webbshop som en del i vår digitala strategi och byter ut en äldre version. Vår nya webbshop är inte bara en professionell shop på nätet, utan också en Schwarzkopf Professional-portal där samlad information finns tillgänglig. Det blir lätt att hitta till vår utbildningssida, filmer på Youtube och våra sociala medier. Pandemin har säkert ökat på intresset.

Hur upplever ni trycket på era e-tjänster nu mot i vanliga fall?

– Trenden är tydlig sedan en lång tid tillbaka, intresset för digitala tjänster blir allt större. Coronapandemin med ett ökat socialt avstånd har givetvis drivit på denna utveckling. Sociala medier, appar, webbplatser och webbshoppar spelar en allt viktigare roll i vår kommunikation med kunder och konsumenter. Under våren har vi arbetat hemifrån och vår digitala kommunikation har varit enormt viktig för oss. Det kan dock aldrig ersätta det personliga mötet med våra kunder men våra e-tjänster är ett viktigt komplement.

Tror du att pandemin för något gott med sig?

– Den digitala kompetensen har verkligen ökat! Det finns mycket teknik och hjälpmedel att ta del av. Vi har till och med haft afterwork varje fredag under våren där vi umgäts via en digital mötesplats. När fysiska möten varit omöjliga har vi kunnat erbjuda digitala utbildningar. När något så omvälvande händer i våra liv som under denna vår sätts många processer i gång. Framför allt hoppas jag att alla har fått upp ögonen för att vi behöver ta hand om vår jord på ett bättre sätt.

Hårets historia



Greta Garbo.

Det rådande läget får oss att vilja blicka tillbaka på hårtrender genom tiderna. Hur har frisyrmotet sett ut och vad har påverkat det? Nu återstår det med spänning att se i vilken riktning pandemin kommer att föra våra hår framöver.

1946

Frisyrtävlingarna drar i gång igen efter kriget och kallpermanenten slår igenom på allvar, liksom hårfärgning, men endast till mörkare ton än hårets utgångsläge. En klippning kostar två kronor medan en permanent kostar hela 15 kronor.

1930

Trettioalet är en orolig tid i Europa. Det korta dammodet, i både frisyrier och kläder, byts ut mot längre kjolar och hår. Vår största filmstjärna Greta Garbo blir en stilikon för världens kvinnor och får smeknamnet "den gudomliga" för sin skönhets skull.

1949

Det råder krig på permanentmarknaden, med två huvudaktörer; Parfymeri Astas kemiska permanent Nestle och Barlach som arbetar med både kall- och kemisk permanent. Varmvattnet blir åter fritt, vilket underlättar frisörernas vardag markant.

1928

Den första elektriska rakapparaten uppfins i USA och ses till en början som ett hot av frisörer. Så småningom finns de i var mans hand.

Rakdebattens vågor går höga: Att raka eller att inte raka på salong, är frågan. Och damernas hår ska vara kortklippt – "vindrufs" säger trenden från Paris.

1920

Bobben kommer till Sverige. Barberare jobbar sju dagar i veckan men har fortfarande svårt att få hyra bostad, det är nämligen kunderna som bestämmer vad behandlingen ska kosta, och de är oftast inte så frikostiga.

1914

Första världskriget bryter ut och får till följd att sjuksköterskor i fält börjar klippa håret kort för att kunna behålla hygien.

1950

Frisörerna har fullt upp eftersom håret ska vara kortare än någonsin. Fönvågning är populärt och det säljs mycket lägningsvätskor.

1952

Herrar går loss på brylkräm medan tjejerna snabbt upptäcker hårsprayen när den lanseras. Pudelfrisyr är modernt och en flaska schampo kostar två kronor.



1958

Hempermanenten kommer och kort lockigt hår är på modet. Många väljer att göra det själva, med varierande resultat.

1961

Tonårspermanenterna Mini vague och Teen curl blir populära; "tonåringarna vill ha självfall", säger reklamen. The Jackie look är modern, eftersom alla vill se ut som USA:s första dam.

1963

Den första James Bond-filmen har premiär och Sean Connerys slätkammade hår blir åtråvärt.

LIFE Remembering Elvis
30 Years Later



1956

Elvis Presley blir tonårsidol och vips så vill alla unga killar världen över ha mörka vågor i håret.

1964

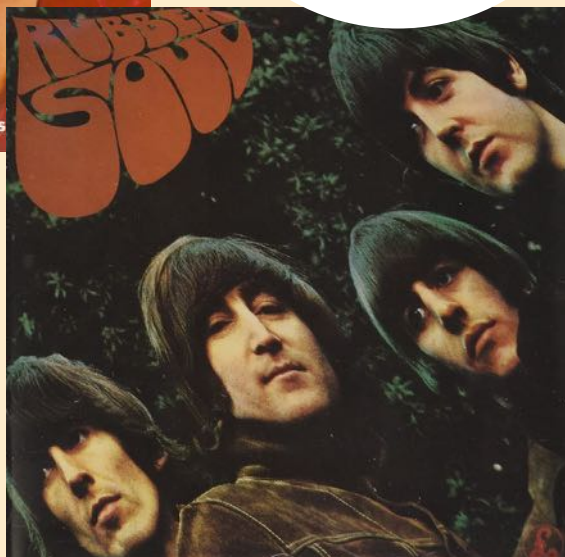
London blir ungdomens inspirationskälla. Unga engelsmän har en friare livsstil och skapar trender i kläder, musik och frisyrier. Rolling Stones och The Beatles förnyar popen och Beatlarnas långhårsfrisyrer blir förebild för unga män världen över. Herrfrisörerna tappar många av sina manliga kunder till damfrisörerna då de är bättre på att klippa de långa hår som nu är på modet.

1967

Hippielivet blomstrar med färgsprakande mode, långt hår, psykedelisk musik och drogliberalism. Hippiekulturen gör att frisörerna får färre kunder då håret ska växa fritt.

1954

När Pablo Picasso lanserar hästsvansfrisyrerna genom sin målning "Sylvette", tar den 20-åriga franska skådespelerskan Brigitte Bardot genast efter frisyrerna, liksom många tonåringar i Europa. Audrey Hepburn lanserar gasellfrisyr i filmen "Prinsessa på vift", en kortklippt frisyr som alla tjejer vill ha. Till visst förtret för frisörerna som nu får göra färre permanenten.



1970

Hårmodet växlar mer än någonsin då det styrs av två helt olika trender; Elizabeth Ardens afrolook vs Vidal Sassoons slickade frisyr. En värnpliktig döms till dagsböter för lydnadsbrottet att ha för långt hår, samtidigt som både kort hår och peruker fortfarande är moderna.

1977

En ny hårvårdsprodukt vinner mark: Natural Styling, permanent för män.

1978

Det råder reklamkrig på permanentmarknaden eftersom alla kvinnor vill ha afrofrisyrer. Nya produkter lanseras och marknadsförs kraftigt.

1980

80-talsvågen är nya damfrisyrerna med dess stora fönade luggar och årets herrfrisyr, Maskulint 81, består av kortklippta sidor med längre hår med volym både på hjässan och i nacken. Instant Magic Color färgspray och glittergelé är populära stylingprodukter.

1982

Årets frisyrer är Fizzy & Dandy som återinför volym, tupe-ring och spray i modet. Populära produkter är krustången och Wet gel.



Brigitte Bardot.

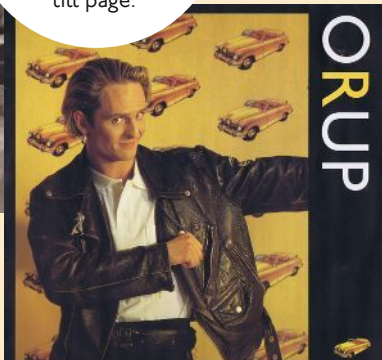
1984

Madonna slår igenom med "Like A Virgin". Madonna är alltid först med det senaste och får en svans av efterföljare vad gäller både frisyre och kläder.



1989

Grammisen till årets manliga artist går till Orup som får alla killar att spara ut håret till page.



Jennifer Aniston.

1995

Nyckelorden för Svenska Frisyrmode-rådets kollektion är "vitalitet, energi, galenskap". Modeller är de populära programledarna Rickard Sjöberg och Pernilla Månsson.

1994

Tv-komedin "Vänner" har premiär och det går inte lång tid innan alla tjejer vill ha Jennifer Anistons slingade, uppklippta frisyr.

1997

Den vanligaste frågan från besökarna på Frisörföretagarnas ny-startade hemsida lyder: "Vilka salonger utför rastaflätor?". Detta eftersom reggaens frontfigur Bob Marley, långt efter sin död, åter blivit en guru för många unga.



2000

2000-talet har bjudit på en stor variation av frisyre och det mesta är tillåtet. I början av 2000-talet slår hårförlängningsboomen till och alla vill ha långa fylliga hår. Locktänger säljer som smör i solsken. Många killar låter både håret och skägget växa ut och så kallade manbuns blir populära.

2004

Den fräna fotbollsfrillan gör entré och Christian "Chippen" Wilhelmsson sätter trenden för alla killar under EM i Portugal med sin blekta icke så nickvänliga frisyr. Även Fredrik Ljungberg körde på samma frisyr men hottade upp det hela genom att färga luggen röd. Undercuts blir allt vanligare.

2013

Rakt hår med mittbena är hett och likaså den låga hästsvansen. Hos killar är det undercuts som gäller för hela slanten.

2017

Tjejer experimenterar med diverse olika hårfärger och frisyre. Frisörerna får använda hela färgkartan och pasteller i alla nyanser men framför allt rosa blir en hit. Många killar snaggar sidorna och låter längderna vara kvar på toppen, undercut-trenden håller i sig.

2015

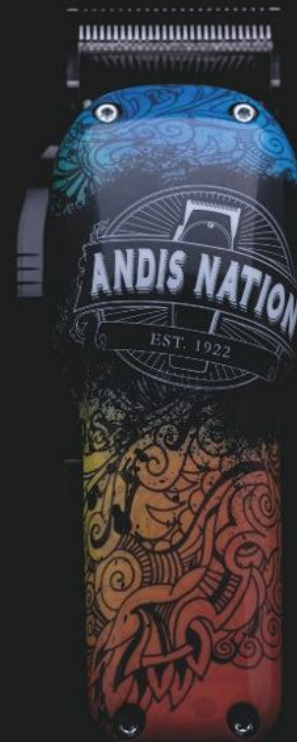
Balayagefärgning gör entré och blir omöjligt populärt. Barberarkulturen får ett rejält uppsving och det öppnar barbersalonger som aldrig förr. Den norska serien "Skam" gör succé och Nooras blonda, långa page smittar av sig på de flesta tonårstjejer.

2020

Shaggy layers och urklippta luggar med 70-talsvibe är den hetaste trenden för tjejer just nu, medan permanenten blir allt vanligare bland killar. Håraccessoarer som scrunchies, sjalar och diadem är inne liksom flätor av alla dess slag. Det återstår med spänning att se om coronakrisen kommer att påverka hårmodet framöver!



Artisten Ciara.



BARBERARENS FAVORITER!

BARBER SUPPLIER



• www.barbersupplier.se • 08-661 88 28 • Ranhammarsvägen 20A, 16867, Bromma •



URKRAFT

Inspirationen kommer från en naturlig färgskala, men med repeterande färgmönster där insekter, fjäder-skrudar och djurpälsar fått sätta tonen för kollektionen. Att blanda texturer och att leka med olika tekniker ger en modern känsla men ändå en stark förankring i det vi känner igen, en sann Urkraft.

Hår: CHRISS BERNER ägare av NOVO (@thechrisberner och @salongnovo)

Team: JANNIE OLOFSSON (@hairbyjannie), MALENA WILLIAMSSON (@malena_w_hair), OLIVIA JONSSON (@jonssono), ELISABETH ANDERSSON (@ebethand),

Fotograf: ANGELICA HVASS (@hvass_photography),

Makeup: JENNIFER KALLIN KILMAN (@byjenniferkilman),

Kläddesign: FELICIA ÅSTRÖM, SIRI GERTONSSON och KEVIN NILSSON,

PARTNER: Schwarzkopf Professional



















SÄLJ ROSA BAND!

Du som frisör erbjuds att kunna sälja Bröstcancerförbundets rosa band i oktober. Insamling via rosa bandet går till att finansiera bröstcancerforskning och skapa bättre livssituation för de drabbade.

Beställ 50 rosa band och en displaylåda på webbshopen på bröstcancerförbundet.se och sälj dem för 20 kr styck som ett gåvo-bevis. Rosa band får enbart säljas under perioden 1-31 oktober och om det finns rosa band kvar kan de sparas till nästa år.

Om Bröstcancerförbundet

Bröstcancerförbundet är den enda intresseorganisation i Sverige som odelat fokuserar på bröstcancer. Vi bedriver insamling för att finansiera bröstcancerforskning, kunskaps-spridning, påverkansarbete och stöd till drabbade.

Läs mer på bröstcancerförbundet.se

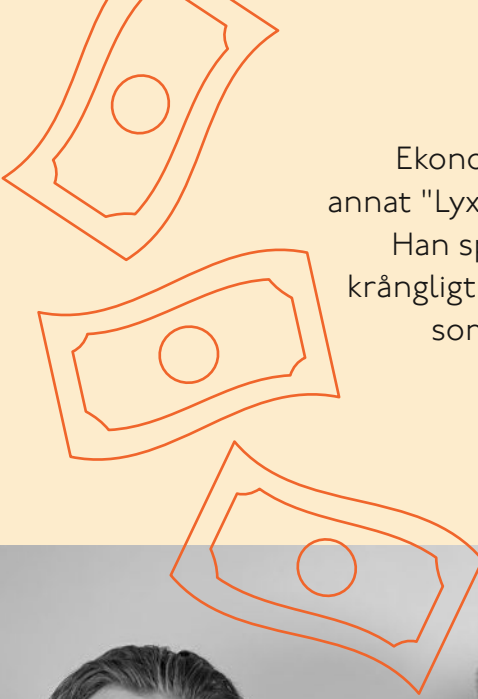
BLI EN BÄTTRE FÖRETAGARE MED FRISÖRFÖRETAGARNA

MEDLEM



STARTA OM I HÖST

Det är en tuff vår och sommar vi lägger bakom oss. Vad vore väl bättre än att ge både sig själv och sitt företag en omstart inför hösten? Rikedomskoachen Charlie Söderberg ger ekonomitips och det bjuds på frisöranpassad träning.



Ekonomiexperten Charlie Söderberg, känd från bland annat "Lyxfällan", gästade Frisörföretagarnas podd - Hair Talks. Han spräckte hål på myten om att ekonomi skulle vara krångligt och bjöd på tips och tricks för ett rikare liv och vad som enligt honom är frisörens viktigaste uppgift.

"Kunden är en



Frisörföretagarnas vd, Ted Gemzell, rikedomskoachen Charlie Söderberg, känd från tv-programmet "Lyxfällan", och Frisörföretagarnas kommersiella chef, Daniel Blomqvist.

Charlie Söderberg slutade arbeta för 15 år sedan och kallar sig själv numera för "rikedomskoach".

– Jag hjälper människor i en rad olika sammanhang att få det som de upplever är ett rikt liv, berättar Charlie.

Det innebär bland annat att Charlie som konsult går in och hjälper en del företag och organisationer med affärsutveckling, driver ett bolag som gör en kombination av mastermind-samtal och träningspass, driver ett utbildningsbolag som heter Balansekonomi och spelar in podden Ekonomi på Riktigt med Charlie & Mathias, tillsammans med sin forna "Lyxfällan"-kompanjon Mathias Andersson.

– Man kan alltså säga att jag mejlar, säger Charlie och skrattar.

Charlies bestämda uppfattning är att alla människor kan bli rika men han är också nogga med att poängtera att rikedom

är ytterst subjektivt. Något som betyder rikedom för en person behöver inte alls betyda det för en annan.

För att få ett rikt liv är det första viktiga steget, oavsett om du är rik och vill bli rikare eller om du har det dålig ställt och vill få det bättre ställt, att få total kontroll över hur din situation ser ut.

– Ska man orientera måste man veta var man är på kartan, då räcker det inte med att tro att man är i Älvsjötrakten. Man måste veta exakt i vilket gathörn man står, annars går man in i en vägg eller rakt ut i gatan, eller så går man längs med gatan, det är en väldig skillnad, förklarar Charlie.

Nästa steg är att ta reda på vart man är på väg, och här tycker Charlie att de flesta ser för kortsiktigt.

Vill du veta vilken frisör Charlie Söderberg tycker är absolut bäst, vad han tycker att du ska lägga krut på vid nästa utbildning och mycket mer, lyssna på Hair Talks-podden, finns där poddar finns och på [www.frisor.se!](http://www.frisor.se)

levande reklampelare”

– För en frisör är det kanske viktigare att se var man vill vara om tre eller fem år. Vad är det egentligen för värden jag vill bygga här? Har man klarat av att ta reda på var man är och vart man är på väg har man gjort majoriteten av jobbet, menar han.

Charlie tipsar även om att titta på någon som kommit längre på sin resa och kopiera vad de gör.

– Mitt favoritcitat från Einstein lyder: ”Att titta på någon som gör samma sak om och om igen och förväntar sig ett nytt resultat är det första tecknet på en idiot”, säger Charlie och skrattar.

CHARLIE MENAR ATT man i Sverige har en bild av ekonomi som tråkigt, svårt, och att det endast är män i kostym som kan bemästra det.

– Och i framför allt hantverksjobb är det livsfarligt att tro att man ska leva med mindre lön än vad andra har för att man bygger upp någon typ av bolag, för ett hantverksbolag är ju nästan aldrig värt några pengar. Vem ska köpa ditt bolag om inte du står kvar och klipper? Det är ju inte värt någonting, säger Charlie.

Charlie går så långt som att mena att man i hantverksyrken mer eller mindre är tvungen att skaffa sig ”en passion för företagets ekonomi”, att faktiskt vara engagerad och förstå vad det innebär.

Charlie delar upp landets företagare i två grupper. De frivilliga företagarna och de ofrivilliga företagarna. Han menar att de flesta frisörer förmodligen tillhör gruppen ofrivilliga företagare då de blivit företagare för att de tycker om att klippa och färga hår, inte för att de tycker om att driva företag.

– Många tänker nog att det är att klippa hår och prata med människor om dagarna som gör att de går upp på morgonen, bolaget är mer ett nödvändigt ont.

” Att boka in en ny tid innan kunden lämnar salongen är inget säljknep, det är grunden i en vettig kundservice.

Men hur ska man göra som frisör för att få kontroll över ekonomin?

– Det absolut viktigaste är att börja med att göra en budget och att börja i ”fel” ände. Hur mycket vill du ha i lön och hur mycket måste det då finnas över i bolaget varje månad efter att du har betalat skatt och sociala avgifter? Det klarar vem som helst att googla fram för att se hur man räknar ut. Sedan är det dags att se över sina fasta kostnader, säger han.

När man har koll på vad man vill ta ut i lön och hur de fasta kostnaderna ser ut är det dags att räkna ut hur många kunder man behöver och hur mycket de ska betala för att man ska komma upp i rätt summa. Sedan ställs man inför nästa fråga. Hur mycket kommer dessa kunder att kosta mig i produkter, färginköp etcetera.

– Här får man helt enkelt hitta på och sedan följa upp vid månadens slut, blev det ungefär som jag hittat på? Och blev det inte det måste man fundera på vad man behöver justera för att komma i balans.

Charlie menar också att det är viktigt att man har en redovisningsperson man kan lita på och som man kan ha ett bra och kreativt samtal med om hur det går för företaget.

– Tänk dig att din redovisningsperson är som en frisör, är du inte nöjd med håret byter du till en annan frisör, precis lika bör man tänka med sin redovisningsperson.

CHARLIE TYCKER OCKSÅ att frisörer generellt är dåliga på att dra nytta av sin kundlojalitet.

– Är man nöjd med sin frisör är man ju livrädd för att den ska sluta. Man är exempelvis mer lojal mot sin frisör än mot sin bankman.

När Charlie för några år sedan flyttade till Skåne från Stockholm och besökte en frisör för första gången insåg han efter några veckor att han inte hade något nästa frisörbesök inbokat i kalendern. Det slog honom att hans nya frisör inte hade frågat om han ville boka in en ny tid innan han lämnade salongen.

– Jag ringde upp henne och var brutalt ärlig. Att boka in en ny tid innan kunden lämnar salongen är inget säljknep, det är grunden i en vettig kundservice. Sedan dess har hon blivit mycket bättre på det, inte bara med mig utan även med andra kunder, säger Charlie.

Han menar också att det är god kundservice att sälja produkter till sina kunder och berätta hur de ska användas.

– Som kund ska man ju inte bara vara snygg i håret samma dag man varit hos frisören, man ska ju vara snygg hela tiden så att folk frågar vilken frisör man har. Kunden är ju en levande reklampelare för din salong! säger Charlie. ♦



De som driver enskild firma glöms bort av våra politiker!



Thomas Francke är Frisörföretagarnas jurist, specialiserad på hyresrätt och arbetsrätt.

”Att man vill styra företagare till företagsformen AB är otvetydigt.

Coronaviruset har lett till stora ekonomiska konsekvenser för vår bransch. Frisörföretagarnas jurist Thomas Francke menar att politikerna har som ambition att radera ut bolagsformen enskild firma och varnar för bluffmakare som tar tillfället i akt när pandemin härjar.

PANDEMIN COVID-19 har verkligen testat uthålligheten hos många av landets företagare även om de av regeringen presenterade stödpaketen i viss utsträckning har hjälpt en hel del företag. Samtidigt är jag fullt medveten om att de som driver enskild firma i princip helt glömts bort av våra politiker. Vilket naturligtvis är såväl beklagligt som allvarligt. Allvarligt är det om det helt enkelt är så att politikerna har som ambition att radera ut bolagsformen enskild firma och att man i samband med den pågående pandemin tagit ytterligare ett steg i den riktningen? 2010 sänktes nämligen kapitalkravet för aktiebolag från 100 000 kr till 50 000 kr och från den 1 januari i år skedde ytterligare en halvering till 25 000 kr. Att man vill styra företagare till företagsformen AB är otvetydigt. Visst, lite av ett konspiratoriskt resonemang, men det tillåter jag mig eftersom regeringen de facto inte svarat upp med något reellt stöd till enskilda näringsidkare.

I samband med att denna text skrevs i slutet av juni har det varit ett långt uppehåll i presentation av nya stödåtgärder. Det återstår att se om det blir en andra våg eller klusterspridning som föranleder behov av ytterligare åtgärder. Förhoppningsvis inte.

DE AV ER SOM SÖKT och fått beviljat stöd för korttidsarbete har under sommaren redovisat utfallet av korttidsarbetet till Tillväxtverket. Som ni då säkert noterat finns det ingen absolut matchning mellan å ena sidan modellen med en arbetstidsminskning om 20–80 procent och en löneminskning om 4–12 procent, och å andra sidan den överenskommelse om korttidsarbete som vi gjorde med Handelsanställdas förbund i mitten av mars.

I många fall har det visat sig att beläggningsgraden ökat under den tid som de permitterade de facto arbetat, vilket i sin tur medför en högre lön jämfört med den genomsnittslön som anmälts till Tillväxtverket. Effekten blir att arbetstagare som varit permitterade de facto fått en högre lön, trots en kraftig arbetstidsminskning. En effekt som kan te sig aningen provocerande och som dessutom medför att man som arbetsgivare kommer att behöva betala tillbaka en del av stödet. Det i sig är egentligen inte enkom negativt eftersom man då haft en högre omsättning än vad man initialt trodde.

VI HAR NATURLIGTVIS stämt av vår permitteringsmodell med Tillväxtverket och beskedet från dem är att man inte ska bli återbetal-

ningssskyldig för hela stödet. Däremot blir man det för mellanskillnaden mellan utbetalt stöd och det faktiska utfallet som visar sig i samband med avstämningarna. Jag har gjort några beräkningar där den faktiska lönen varit cirka 100 procent av den som anmälts till Tillväxtverket (det vill säga utan något faktiskt avdrag) och det har då visat sig att det handlar om i sammanhanget marginella skillnader mellan utbetalt och faktiskt stöd.

ÄVEN I DESSA DAGAR fortsätter bluffföretagen att härja. Det är en hel del företagare som blivit kontaktade av framför allt Stockholms Elbolag eller Förvaltningsel, vilka erbjuder billigare el samt samfakturering för att göra det enklare för dig som kund. I vanlig ordning handlar det om en påstridig och övertygande säljare och när sedan fakturan kommer så är priset högre än vad man kommit överens om. I samband med att man som företagare bestrider fakturan kommer hot om att elen kommer att stängas av, vilket naturligtvis leder till ytterligare oro. Hur ska man hantera detta? Fram till den dag då våra politiker inser att det krävs en lagreglerad ångerrätt även för företagare, så får det hanteras enligt nedan.

1. *Har du inte råkat ut för något av dessa företag än, lägg bara på luren om de försöker sälja på dig elavtal (eller något annat som du inte har för avsikt att avtala via telefon).*
2. *Om du får ett sms med en länk så ska du inte trycka på länken. Det har nämligen visat sig att så snart du trycker på länken har du accepterat avtalet.*
3. *Om du ingått ett avtal med dem, låt dig inte skrämmas av hot om elavstängning. Ta kontakt med din tidigare leverantör och säkerställ att du har ett avtal med dem.*
4. *Gör en polisanmälan. Det leder sannolikt inte till något annat än att det blir ett ärende i statistiken. Men den statistiken är viktig för att kunna få till en lagändring som slår undan möjligheterna för de oseriösa aktörerna.*
5. *Bestrid alla fakturor, betalningspåminnelser och eventuella inkassokrav från bluffföretaget. Det gör du genom att dra ett streck över fakturan och på fakturan skriver du sedan "Bestrider betalningsansvar på grund av vilseledande information. Ärendet är polisanmält." Du scannar fakturan och skickar tillbaka den till bluffföretaget.*

SLUTLIGEN BARA EN LITEN påminnelse om hur man beräknar uttag av semesterdagar. Frisöravtalet tillämpar bruttoberäkning, vilket innebär att alla arbetstagare oavsett anställningsgrad har rätt till 25 betalda semesterdagar (om man varit anställd under hela intjänandeåret).

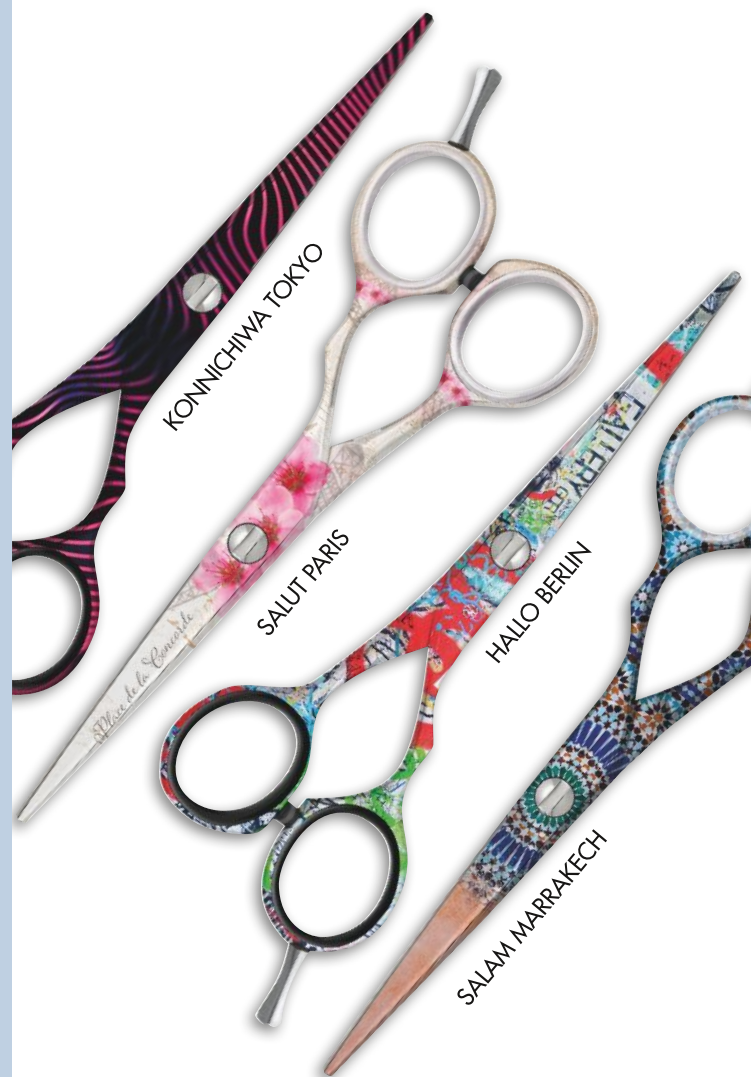
Det innebär således att deltidsanställda som tar ut fyra veckors sammanhängande semester förbrukar/får utbetalt 20 semesterdagar, oavsett hur man skulle ha arbetat under den perioden. Under en sådan ledighetsperiod räknas nämligen alla vardagar (mån–fre) som semesterdagar. Om man inte skulle hantera det på det sättet skulle en deltidsanställd kunna ta ut mer än fem veckors semester/ledighet.

BIG

city life

Jaguarart

COLLECTION 2020



WWW.GERTSSONTRADING.COM / INFO@GERTSSONTRADING.COM
WWW.JAGUAR-SOLINGEN.COM

Anna Nordenberg



Malin Lund



Malin och Anna:

”Vi känner oss friska, starka och orkar mer”

Malin Lund och Anna Nordenberg på Aquaroom i Falun tog kontakt med en personlig tränare som tog fram ett träningsprogram specifikt för frisörer. Sex veckor senare känner de sig både starkare och gladare.

2017 TOG FRISÖREN Malin Lund, 36, och hudterapeuten Anna Nordenberg, 39, över salongen Aquaroom vid gruvområdet i Falun.

– Vi är intresserade av träning och hälsa och tyckte att det var en rolig idé att kontakta Angelica Bengtsson som är personlig tränare på Måndagsklubben här i Falun. Hon satte ihop ett helt träningsprogram specifikt för oss frisörer, berättar Malin.

Programmet består av 12 skräddarsydda träningspass som är uppdelade i tre kategorier: rörlighet, styrka och kondition. Malin och Anna har tränat två gånger i veckan under en sexveckorsperiod och känner redan en stor förändring.

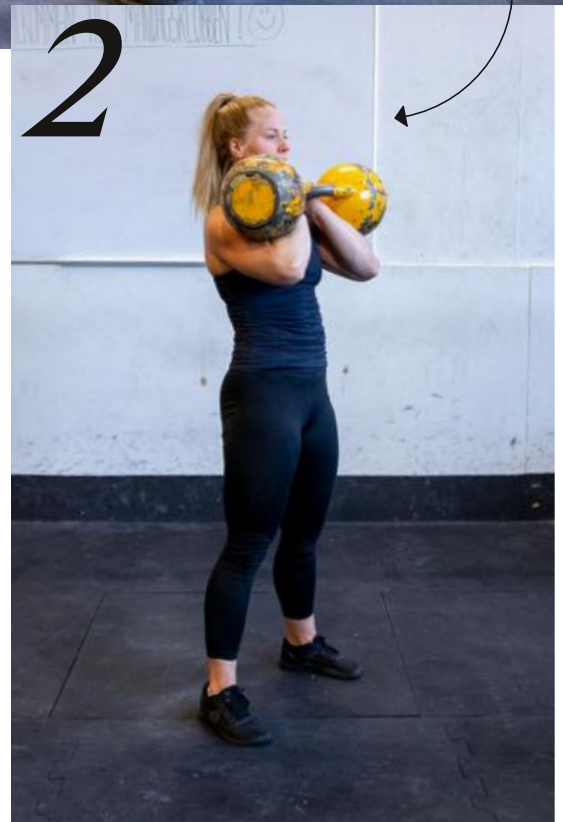
– För mig som ändå tränat lite innan blev rörlighetsbiten en ögonöppnare. De övningarna har verkligen hjälpt och jag känner mig inte alls lika stel längre, berättar Malin.

– Jag håller med, det bästa är rörligheten. Mitt arbete som hudterapeut är rätt stelt och ensidigt och jag får ofta värk i axlarna och ont i huvudet, jag har märkt att det kommer mer sällan sedan jag började träna, säger Anna.

Tjejerna menar att den stora vinsten med att ha tagit tag i träningen är att de känner sig mycket friskare, starkare, gladare och att de orkar mer än innan.

Vad har ni för tips till andra som vill komma i gång med träningen?

– Det svåraste är ju att bryta sina mönster. Planera in träningen utefter livspusslet, kläm in träningen där du har tid. Bara man gör det så känner man rätt snabbt att man blir mycket piggare och så småningom också starkare. Kanske går man även ner i vikt. Alla de här sakerna gör att man känner sig motiverad att fortsätta. Men att man blir pigg och glad är nog det allra bästa. Vi frisörer/hudterapeuter jobbar ofta i monotona lägen under långa dagar vilket gör det extra viktigt att vi tar hand om oss!



Den personliga tränaren Angelica Bengtsson visar hur man utför en Front Rack Goblet Squat.



Övningen Gorilla Row inkluderar muskler som är extra viktiga för en frisör att hålla i trim.



Malin och Annas tre favoritövningar

1. Gorilla Row

En övning för armar, baksida axlar och rygg. Muskler som är viktiga att stärka som frisör.

2. Front Rack Goblet Squat

En benövning där bröstryggen och axlarna får utmanas eftersom vikterna ska hållas upp framför kroppen. Bygger styrka för ben, bål och uthållighet i axlar och bröstrygg.

3. Rörlighetsövning

En rörlighetsövning där fokus ligger på att jobba i gång bröstryggen vilket är en viktig del i frisöryrket med tanke på de statiska och ensidiga rörelserna.



Att jobba i gång bröstryggen med den här rörlighetsövningen har gjort under för Malin och Anna.

Hair Talks- podden

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.



Money talks

Charlie Söderberg, känd från bland annat "Lyxfällan", spräcker hål på myten om att ekonomi skulle vara krångligt och bjuder på tips och tricks för ett rikare liv och vad som enligt honom är frisörens viktigaste uppgift.



Så klarar vi krisen del 2 - Leverantören

I del två av "Så klarar vi krisen" träffar vi Stefan Gustavsson från L'Oréal och Aziz Laarif från Kraft Group som delar med sig av hur leverantörerna hanterar coronapandemin.



Så klarar vi krisen

Hur hanteras coronakrisen av salongsägarna? Marina Holland och Mattias Ehlin delar med sig av insikter, tankar och idéer.



Årets Frisör 2019

Från idé, till bild, till vinst i Årets Frisör. Eva Strömblad berättar om hur det gick till när hon vann i fjol, och vad titeln har inneburit. Dessutom berättar Cecilia Klösel Sällberg allt om årets tävling.



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



Covid 19-special

Efter tusentals mejl, samtal och meddelanden har vi plockat ut de viktigaste frågorna och i detta specialavsnitt reder vd Ted Gemzell (t h) och vice vd Staffan Westman ut vilken hjälp som går att få, och hur du går tillväga för att söka statligt stöd.



Varumärkesbygge med People Västervik

Salongen People Västervik kammade hem den åtråvärda titeln Årets Frisörföretag på fjolårets Årets Frisör-gala. Ägaren Marie Sevlidis delar med sig av nyckeln till deras framgång.



Rebecca Wodajo från Clarion Collection

Hotellbranschen var snabb med att ställa om till digital försäljning för att säkra sina intäkter, men även på att skapa nya sorters upplevelser. Rebecca Wodajo från Clarion Collection berättar om deras resa.

Göteborg
11 oktober

Linköping
18 oktober

Umeå
18 oktober

Malmö
22 november

Växjö
28 november

Stockholm
29 november

*Gesällprov
Barberare*

Välkommen
att boka plats för
**GESÄLLPROV
BARBERARE!**

För kriterier, schema samt anmälan;
www.frisorforetagarna.se/utbildning



Visste du att vi kan betala hyran åt dig om du blir sjuk?

Många inom frisörbranschen har blivit hårt drabbade av Covid-19. Kunder som inte vågar komma på grund av rädslan för smittan har gjort att många av er går på knäna. Blir man sedan också själv smittad och borta i flera veckor så slår det ännu hårdare!

Det som faktiskt går att försäkra är om du eller eventuell personal blir sjuka. En Avbrottsförsäkring tar rörelsens kostnader (exempelvis hyra, försäkrings-, bokförings- och telefonkostnader) efter redan 14 dagars karenstid.

Givetvis gäller denna försäkring även för annat än Covid-19! En vurma i skidbacken i vinter kan tvinga dig att vara borta från salongen i flera månader. Hur skulle detta påverka ditt företag, har du råd att vara borta en längre tid? Har du inte redan Avbrottsförsäkring är vårt tips att teckna den.

Tips till dig som redan har Avbrottsförsäkringen via Frisörföretagarnas medlemsförsäkring:

- Se över så du har rätt försäkringsbelopp. På ditt försäkringsbevis hittar du beloppet du tecknat dig för. Beloppet bör motsvara dina fasta kostnader. (Nedan belopp är valbara).
4 pbb = max 15 767 kr/månad
6 pbb = max 23 650 kr/månad
8 pbb = max 31 533 kr/månad
- Om du idag har 30 dagars karenstid på din försäkring, finns möjligheten att sänka karenstiden till endast 14 dagar.

Prisexempel (kostnader i rörelsen upp till 15 767 kr/månad)

35-39 år 189 kr/månad

För mer information, exakt pris för dig och onlineteckning, scanna denna QR-kod, eller gå in på:
www.soderbergpartners.se/frisorforetagarnasmedlemsforsakring



Vi vill veta vad just DU tycker!

I slutet av augusti kommer du att få en enkät via mail från oss. Vi skulle verkligen uppskatta om du tog dig tid att svara på den. Vårt mål är att ständigt förbättra det erbjudande och service vi har till dig som medlem i Frisörföretagarna och skulle därför vilja veta vad du tycker om oss och försäkringarna. Tack på förhand!

Vi vill till sist passa på att önska dig en fortsatt fin sommar!

Hälsningar
Frisörföretagarnas Försäkringservice
Söderberg & Partners

Jenny Edvinsson, vd för Mielindgruppen:

”Vi behöver stå enade som bransch”

FYN HAR TRÄFFAT Jenny Edvinsson, licensierad frisör och vd för Mielindgruppen i Uppsala.

Mielindgruppen ägs av Matilda Mielind och Jenny Edvinsson och är en koncern bestående av fyra salonger, Bosses Här & Styling, Barber and Babes, Frans Här & Stil och Choices.

I salongerna arbetar i dag cirka 30 frisörer och barberare, och en hudterapeut.

Jenny tog sitt gesällbrev 1994 och blev även mästare 2004, redan från starten av hennes frisörkarriär har Matilda funnits vid hennes sida.

I dag består större delen av Jennys sysslor som vd av att se till att personalen har det bra och tycker om att gå till jobbet, att se till att de har rätt utbildning och får ta del av relevant information.

– Att driva salongerna framåt med de möjligheter som vi har och vill ska ske är otroligt inspirerande. Vi vill att personalen ska känna sig delaktiga och ha vetskap om vad som händer och sker. Vi tar ofta dem till hjälp för att komma på smarta beslut och förbättringar som vi själva i ledningen kanske inte har fått upp ögonen för, säger Jenny.

JENNY BERÄTTAR ATT samtliga frisörer på deras salonger har frisörlicens, eller arbetar mot att ta sin gesäll, och att de var snabba med att beställa licenserna när de lanserades.

– Jag har alltid tyckt att det är otroligt viktigt att vi visar våra kunder att vi har kunskapen som krävs. Vi har alltid jobbat för att all personal ska ta sitt gesällbrev, och även gärna mästarbrev så snart de har möjlighet. Vi hjälper nyanställd personal att förstå att hos oss

behöver man ha sitt yrkesbevis och att yrkes stolthet är något som vi värderar högt. Frisörlicensen är ett superbra sätt att visa våra kunder på ett enkelt och lättförståeligt sätt att vi värnar om vårt yrke och vill ha det så seriöst som det bara går.

På väggarna i salongerna har man valt att stoltsera med sina gesäll- och mästarbrev.

Får ni någon feedback från kunderna när de ser alla licenser?

– Kunderna är väldigt nyfikna och frågar ofta vad de olika bokstäverna betyder och man får på ett enkelt sätt en chans att berätta hur det ser ut i vår bransch med utbildning, och vad som krävs för att vara en licensierad frisör. Att licensen även intygar ett seriöst företagande tycker många kunder är bra och vi kan som företagare påvisa att vi tar vårt ansvar gentemot våra kunder.

För att visa kunderna att de innehar frisörlicens så har vissa valt att ha sin licens på spegeln och andra har fäst den i sitt saxhölster. Frisörlicensloggan sitter på alla entrédörrar, vid kassorna och på deras hemsidor.

– Vi taggar också våra inlägg med #frisörlicens på sociala medier, fortsätter Jenny.

Vad tror du att licensen kan bidra med i vår bransch?

– Med licensen hoppas jag att vi frisörer kan se att vi hör ihop och är starka utifrån gällande krav, var vi än kommer ifrån och jobbar i Sverige. Att vi kan få mer att säga till om inför myndigheter med flera nu när vi har ett licensierat ”verktyg” som kräver motprestation för att kunna vara delaktig. Vi som har skaffat licensen behöver också påminna

kollegor och andra sunda konkurrenter att det är värt att skaffa sig sina utbildningsbevis – tillsammans är vi starkare än en enskild. Licensen är ett enklare sätt att få allmänheten att förstå vad det egentligen innebär att vara utbildad frisör och vilka kunskaper som krävs för att få utföra färgningar och andra kemiska behandlingar. Vi behöver stå enade som bransch och förstå vad licensen betyder och hur den kan påverka vår bransch, säger Jenny.

FÖR ATT FÅ IN fler licensansökningar föreslår Jenny att licensen kan ingå, om man inte tidigare har den, när gesäll- eller mästarbrev avläggs och att kostnaden är inräknad i provavgifterna. Jenny tror också att vi behöver fortsätta få ut information och reklam om frisörlicensen i våra kanaler och få fler att dela detta för att öka antalet ansökningar.

– Vi behöver också fortsätta att trycka på med information till kunderna och allmänheten för att visa hur viktigt det är att man går till en licensierad frisör. Kunden ska enkelt kunna veta att frisören de går till har den kunskap som krävs.

Kanske skulle vi skapa ett gemensamt forum där vi kan diskutera och lyfta olika viktiga frågeställningar och där man genom Fyn kan få uttrycka sin åsikt på något sätt? avslutar Jenny.

På Fyn är vi tacksamma över att Mielindgruppen har valt att gå i bränschen för frisörlicensen och dess arbete. Som förebilder i branschen tror vi att deras engagemang och yrkes stolthet kan ge ringar på vattnet.

Har du
ännu inte
ansökt om
frisörlicens?

Du gör det
på frisorlicens.se
eller kontaktar
oss på Fyn så hjälper
vi dig. Frisörernas
Yrkesnämnd,
info@frisorlicens.se,
08-557 602 90.

Matilda Mielind och Jenny Edvinsson menar att Frisörlicensen är
ett bra sätt att visa sina kunder att man värnar om branschens seriositet.



Interiör från Choices i Uppsala.


FRISÖR
LICENS

Ett medlemskap
i Frisörföretagarna
betyder mer än du
kanske tror. Vi säker-
ställer branschens
framtid och värnar
dina intressen.

Vi leder frisörer till framgång!

Vi finns där
våra medlemmar
finns:



Hair Talks-podden



@frisor



Magasinet Frisör



Frisörföretagarna

Allt det här hjälper vi dig med:

Företagande i stort och smått

Att driva ett företag ska vara lönsamt, och roligt. Vi stöttar dig på vägen!

FÖRMÅNER Du får ett lönsammare företag genom besparingar på bland annat kortinlösenavtal och bokningssystem.

RÅDGIVNING Få rätt råd genom kostnadsfria samtal med jurist och rådgivare.

FRISÖRFÖRETAGARNA LÖN Vår lönetjänst för medlemmar.

FÖRSÄKRINGSLÖSNINGAR Hyrstolsförsäkring och Salongsförsäkring – de bästa branschpassade försäkringarna för frisörer.

ARBETSGIVARHANDBOKEN En digital handbok som vägleder dig i hr-frågor.

MALLAR Inloggad på vårt intranät finner du alla mallar, anställningsavtal och hjälpfulla riktlinjer.

JOEL WATZ FOND Ekonomisk ersättning vid långvarig sjukdom.

UTBILDNINGSSTIPENDIUM Ansök hos oss.

STREJKKASSA Vi stöttar dig om ditt företag drabbas av strejkvarsel.

FORTBILDNING Vi arrangerar Business week, weekend och företagarkurser för att vässa ditt företagande.

Utbildning & Hantverk

Vi vet att utbildningar och inspiration är livsviktigt för frisörer.

DET ÄR DÄRFÖR VI:

- Samlar alla branschens utbildningar på frisor.se.
- Tar hand om branschens utbildnings- och lärlingsfrågor.
- Utvecklar och genomför del- och gesällprov på uppdrag av Sveriges Hantverksråd.
- Har vår egen utbildningsstudio Highlights Academy, en specialanpassad kurslokal där hantverket står i fokus. Här har alla leverantörer access för din skull.
- Anordnar eventen Highlights On Tour och Highlights Unplugged – fullspäckade med högklassig hårinspiration och spännande program till förmånspris för medlemmar.
- Ordnar lokalt arrangerade träffar för erfarenhetsutbyte och nätverkande.
- Har hand om branschdelen i Mästarutbildningen.

Marknadsföring

Vi tillhandahåller tjänster som gör att ni lättare når era kunder!

EMBLEM Sätt upp vårt emblem som visar konsumenten att du är pålitlig företagare och behörig frisör.

FRISÖRLICENS Använd din frisörlicens för att visa upp din utbildningsnivå. Det innebär trygghet för konsumenten och seriositet för branschen.

FRISÖRSÖK Gör dig sökbar med en egen profilsida på frisorsok.se.

Politisk påverkan & branschrelationer

Samverkan och påverkan leder frisörbranschen framåt.

DET ÄR DÄRFÖR VI:

- Samverkar på EU-nivå i Bryssel.
- Har erfarenhetsutbyte med våra systerförbund i Norden.
- Förhandlar kollektivavtal med Handelsanställdas förbund.
- Initierar Stora Branschmötet-Runda-bordet-samtal.
- Är representerade i Allmänna reklamationsnämnden.
- Är remissinstans för utbildningsdepartementet.
- Är en av parterna i Frisörernas Yrkesnämnd.

Miljö & Hälsa

En trygg och mer hållbar bransch gynnar anställda och arbetsgivare.

MÅ BRA I DIN ARBETSMILJÖ Vi har tagit fram foldern Frisörens Arbetsmiljö utifrån Arbetsmiljöverkets riktlinjer.

ÅTERVINNING Påverka vår miljö genom att återvinna salongsavfall. Vi ger föreslagna riktlinjer i samarbete med Stena Recycling för att göra uppgiften lättare.

CHECKLISTA Om kommunens miljö- och hälsa kommer på besök, använd vår checklista så kan du vara trygg.

HÄLSOKONTROLL Vi har upphandlat en modern och effektiv hälsoanalys för att hitta och åtgärda problem innan de uppstår.



Frisörföretagarnas medlemsförmåner

	Large För dig som har sex eller fler anställda	Medium För dig som har högst fem anställda	Small Medlemskap för dig som har hyrstol eller är enmansföretagare	Behörig frisör Medlemskap för dig som är utbildad frisör	Elev Medlemskap för dig som utbildar dig till frisör
FRISÖRLICENS <i>En frisörlicens med dina behörigheter ingår.</i>	✓	✓	✓	✓	✓
TIDNINGEN FRISÖR <i>4 nummer per år direkt till din brevlåda.</i>	✓	✓	✓	✓	✓
RABATTER <i>Du får rabatt på kurser, visningar och event.</i>	✓	✓	✓	✓	✓
FÖRSÄKRINGSPROGRAM <i>Du får tillgång till vårt skräddarsydda försäkringsprogram.</i>	✓	✓	✓	✓	✓
FÖRMÅNSPORTALEN <i>Ta del av erbjudanden och spara pengar varje månad.</i>	✓	✓	✓	✓	✓
HIGHLIGHTS ON TOUR & HIGHLIGHTS UNPLUGGED <i>Subventionerat inträde på våra visningsturnéer.</i>	✓	✓	✓	✓	✓
FRISÖRSÖK.SE <i>Gratis listning och möjlighet till profilsida för 995 kr/år.</i>	✓	✓	✓		
HYRSTOLSFÖRSÄKRING <i>Den bästa på marknaden – bara genom oss.</i>	✓	✓	✓		
JURIDISK RÅDGIVNING <i>Rådgivning gällande hyresrätt.</i>	✓	✓	✓		
UTBILDNINGSTIPENDIUM <i>Möjlighet att söka stipendium för utbildning.</i>	✓	✓	✓		
HIGHLIGHTS ACADEMY <i>Möjlighet att hyra vår lokal Highlights Academy.</i>	✓	✓	✓		
LÖNETJÄNST <i>Teckna Frisörföretagarnas prisvärda lönetjänst.</i>	✓	✓			
AVTAL OCH DOKUMENT <i>Få tillgång till alla avtal och dokumentmallar.</i>	✓	✓			
PERSONALHANDBOKEN <i>Digital handledning för dig med anställda.</i>	✓	✓			

Medlemskap

Large
450 kr/mån

Moms tillkommer,
+ 50 kr/månad i medlemsavgift
+ 34 kr plus moms/månad per anställd.

Medlemskap

Medium
450 kr/mån

Moms tillkommer,
+ 50 kr/månad i medlemsavgift.

Medlemskap

Small
310 kr/mån

Moms tillkommer,
+ 50 kr/månad i medlemsavgift.

Medlemskap

Behörig frisör
50 kr/mån

Medlemskap

Elev
Gratis!

Gratis medlemskap för studerande i upp till fem år.

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 stämningbilder
 - Bokningsinfo
- Karta, öppettider och priser
- Länkar till sociala medier
 - Varumärken
 - Salongsbeskrivning
 - Salongsbilder/-video
 - Personliga bilder

Mest sökta salonger 2020

Nyköping
SALONG MAXIM

Lammhult
SALONG PÅ HÖRNET

Kiruna
BY DÉCO

Uddevalla
SALONG MUNKEN

Hofors
LOTTAS KLIPPERIA

Göteborg
ELIPS HÅRSTUDIO

Birsta
TRUDES FRISÖRER

Umeå
LINTOTTEN HÅRFIXERI

Sundsvall
HON O HAN

Huskvarna
SALONG RASMUSS

Mest bokade salonger 2020

Nyköping
SALONG MAXIM

Lammhult
SALONG PÅ HÖRNET

Kiruna
BY DÉCO

Hofors
LOTTAS KLIPPERIA

Göteborg
ELIPS HÅRSTUDIO

Huskvarna
SALONG RASMUSS

Birsta
TRUDES FRISÖRER

Bromma
SALONG WEISS

Luleå
STIL & FORM

Tollarp
ETT STRÅ VASSARE

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.

”Konsten att göra ingenting”

Staffan Westman,
vice vd, Frisörföretagarna



NORMALT PLANERAR JAG alltid in en resa under sommaren, miljöombyte, upplevelser och nyfikenhet lockar mig att fly. Städer med spännande takbarer eller långa stränder med klart vatten står högt i kurs när jag väljer mina resmål. Den här sommaren blev det inga resplaner utanför Sveriges gränser, jag fick enligt Tegnells restriktioner tänka om och fundera på var jag kunde resa inom en radie av två timmar från huvudstaden (som var rekommendationen i början av juni). Norrut Gävle, eller möjligtvis Söderhamn om man gasar på ordentligt, söderut Norrköping eller Örebro om jag tittar västerut. Ingen av dessa städer kändes intressanta och jag hade dessutom besökt dem alla tidigare.

JAG BLICKADE I STÄLLET österut, inom två timmar när jag hela Stockholms skärgård, Roslagen eller Norduppland med alla fina gamla bruksmiljöer. Det visade sig dock att fler Stockholmare hade samma planer som jag och alla hotell, vandrarhem och stugor var fullbokade då jag skulle försöka hitta något. Näväl, som husägare finns det alltid projekt att ta tag i, äntligen blev tomten helt klar, sista husgaveln målad och jag hann även med att vattna mina björnbär som annars brukar torka i juli.

Min gissning är att de flesta frisörer också gillar miljöombyte och resor, ni står och trampar på samma kvadratmeter varje dag och när det blir semester så tror jag ni vill komma i väg långt ifrån salongsgolvet och uppleva nya orter eller komma tillbaka till en plats som ni gillar. Men måste vi resa för att få ny energi? Är inte semestern egentligen till för att vila, slappa i hängmattan med en deckare eller att bara sitta stilla och sippa på en kall dryck i skuggan? Konsten att göra ingenting är inte så lätt för oss rastlösa själar som alltid vill ha omväxling och nya utmaningar. Det kräver övning och disciplin, eller att någon snabbt kväver våra tankar på nya projekt eller utflykter.

I ÅR FANNS DET SÄKERT flera frisörer som inte ens kunde vara lediga under sommaren, som behövde vara tillgängliga på salongen

om kunderna började strömma in igen eller för att fylla de förlorade intäkterna under april-maj. Vi kommer säkert att minnas de begränsningar vi haft sommaren 2020 och förhoppningsvis har vi lärt oss något av att inte få resa eller att plötsligt ha tomt på kontot. Vi har minskat koldioxidutsläppen med flera ton, upptäckt att det finns böcker på bibblan som vi inte läst och att det är ganska vackert i vår svenska natur.

Jag hittade till slut lugnet på min favoritplats i östra hörnet av tomten, där i skuggan av en tall kunde jag lyssna på alla Hair talks-poddar jag missat under våren, blicka ut och njuta av den färdiga tomten, äta färska björnbär och drömma om vart jag ska resa nästa sommar.

”Konsten att göra ingenting är inte så lätt för oss rastlösa själar som alltid vill ha omväxling och nya utmaningar.”

SVERIGES BÄSTA FRISÖRSYSTEM

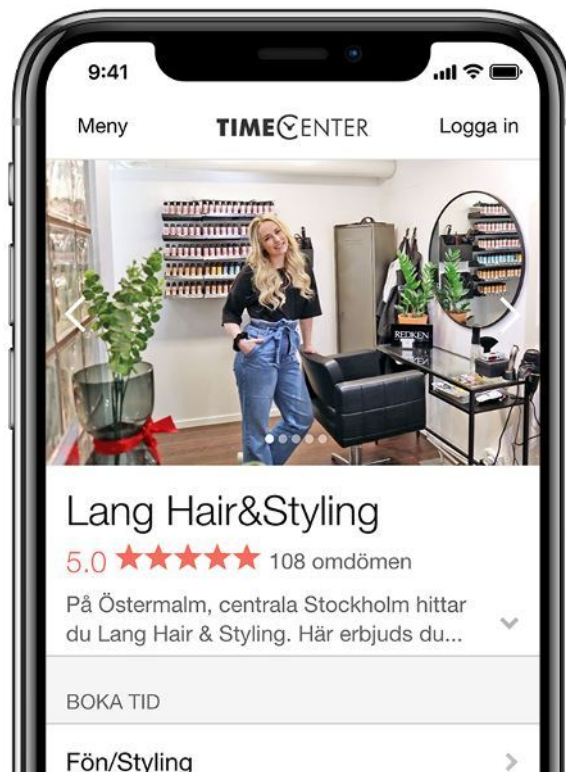
Över 1,5 miljon bokningar per år
Just nu! Kapster Cloud fr. 100:-/ mån





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

- Josefin Lang, LANG HAIR & STYLING



TIME  **ENTER**

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