

Vakinformatie voor de totale  
Kappersbranche

# de kapper

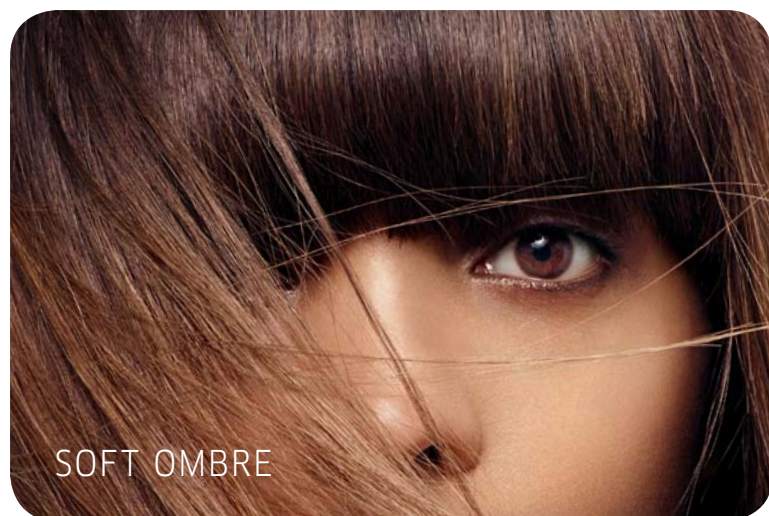
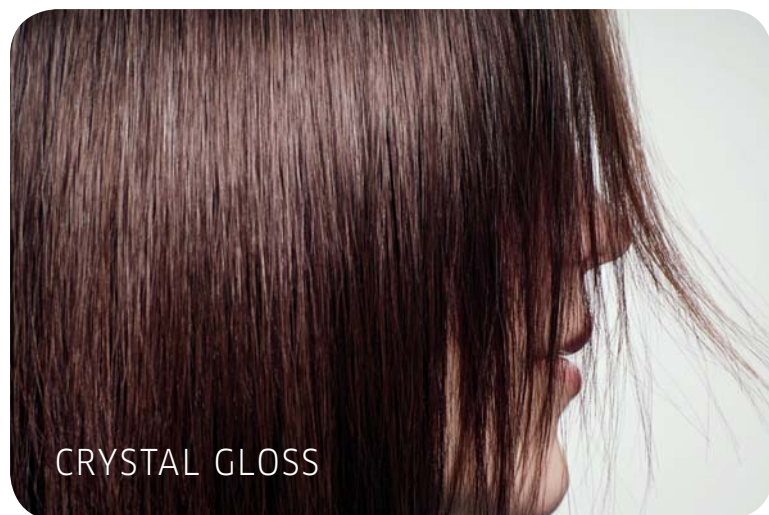


Alcina Balance Kosmetik houdt dit najaar een tournee door Duitsland waarbij de nieuwste haar- en make-up-trends worden gepresenteerd. Artistic Director Paul Gehring en zijn team gaan komende herfst en winter voor natuurlijke en vaktechnisch perfecte looks *(linksboven)*

Met het oog op de komende feestmaand december lanceert Orofluido een luxe cadeaubox die prachtig is vormgegeven en pure weldaad uitstraalt. De Hair & Body Beauty Set is verkrijgbaar in een gelimiteerde oplage *(linksonder)*

Al jaren is de Super Taper de best verkochte tondeuse in het assortiment van Wahl. Vanaf begin november is deze ook draadloos leverbaar. Met de Wahl Cordless Super Taper ProLithium Series kan maar liefst negentig minuten 'unplugged' gewerkt worden *(rechtsboven)*

Undone is de nieuwe glamour! De stylinglijn OSiS+ Glamination wordt gelanceerd met een scala aan trainingen en tools, zoals de Hair Expert App en het Glamination Trend Book *(rechtsonder)*



CREËER EEN TRENDY LOOK IN SLECHTS 5 TOT 20 MINUTEN MET

# COLOR TOUCH

Ammoniaavrije\* demi-permanente kleuring verrijkt met keratine.

**WELLA** THE HEART OF HAIRDRESSING

## COLOFON

## de kapper

Vakinformatie voor de totale kappersbranche

**Verantwoordelijke uitgever Nederland:**

GPmedia BV  
Van Schaeck Mathonsingel 8  
6512 AP Nijmegen, The Netherlands  
Telefoon: +31 (0)24 3246146  
Telefax: +31 (0)24 3246144  
E-mail: info@gpmedia.nl  
Internet: www.gpmedia.nl  
www.dekapper.biz

**Verantwoordelijke uitgever België:**

De Mey Micheline  
Eekhoudriesstraat 67  
9041 OOSTAKKER (B)

**Uitgever:**

Peter Peeters

**Redactie:**

Jos Kennis (hoofdredacteur)  
j.kennis@gpmedia.nl

**Advertentieverkoop:**

GPmedia BV  
Gerdo van de Peppel (verkoop leider)  
g.peppel@gpmedia.nl  
Myrthe Ex (media-adviseur)  
m.ex@gpmedia.nl  
Tarieven op internet: www.gpmedia.nl

Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelingen voor het Advertentiewezen, gedeponeerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamers van Koophandel.

**Abonnementen:**

www.gpmedia.nl  
of via info@gpmedia.nl  
Per jaar in Nederland € 42,-  
Per jaar in Europa € 51,-  
Losse verkoop € 10,50

Het abonnement kan elk gewenst moment ingaan.

**Vormgeving:**

Studio Intensive  
Telefoon: +31 (0)24 3246140  
info@studio-intensive.com  
www.studio-intensive.com

**Druk:**

Geers Offset (België)

**ISSN:**

1872-9363

© Copyright 2014

Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie microfilm of welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

De Kapper besteedt de grootst mogelijke aandacht aan de juistheid van de informatie die in het vaktijdschrift wordt opgenomen. Fouten zijn echter niet volledig uit te sluiten. De uitgever en de auteurs zijn dan ook op geen enkele wijze verantwoordelijk voor schade, van welke aard ook, die is ontstaan als gevolg van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op de bedoelde informatie.



## Inhoud De Kapper nr. 5, 2014

**Interview**

p. 10

*Jaren geleden ging Jan van der Tol – als enige jongen in een klas vol meiden – naar de kappersschool met als uiteindelijk doel om vertegenwoordiger in de kappersbranche te worden. Na het behalen van zijn diploma kwam Jan inderdaad terecht in de buitendienst van wat destijds één van de grotere leveranciers van het land was. Nadat hij ook bij verschillende andere firma's ervaring had opgedaan, zette Jan drie jaar geleden de stap naar het zelfstandig ondernemerschap. Na een gedegen voorbereiding slaagden Jan en zijn team er binnen korte tijd in om het Italiaanse kleuringsmerk Megix in Nederland stevig op de kaart te zetten. Hoe dit precies is gelukt verduidelijkt Jan in een uitgebreid interview. "De supersnelle kleuringen van Megix, de grote commerciële mogelijkheden en onze sterke focus op marketing zijn belangrijke redenen voor het succes!"*

**Event: Icons of the Hair Industry**

p. 14

*Voor het eerst maakte de nationale finale van de Wella Professionals TrendVision Awards deel uit van een groter portfolio-event, waaraan ook de merken Sassoon Professional en Sebastian Professional een bijdrage leverden. Doordat de verschillende ambassadeurs en creative directors volledige creatieve vrijheid hadden gekregen was 'Icons of the Hair Industry' een zeer inspirerend event met een hoog 'high fashion'-gehalte!*

**Trendcollectie: Barbie by Ruth Roche**

p. 33

*Het nieuwste project van de Amerikaanse hairstylist Ruth Roche (Artistic Director van Pureology) draagt de veelzeggende naam 'Barbie'. Deze trendshoot is ontwikkeld in de stijl van de jaren vijftig en is geïnspireerd op de stijl van Jackie O. en vintage barbies.*

**En verder...**

*Een interview met Mark Hayes, de Fashionable Truth-collectie van Francis Schroombges, de opening van de eerste Philip Martin's Conceptstore, evenementen van Alcina, Lisap Milano en Aerorazor, de nieuwe Nederlandse Haarlijn 'Shades', de Cordless Super Taper van Wahl, Jaguar Smokey Silver & Gold, Ilham Mestour tijdens de Paris Fashion Week, de nieuwe trendcollectie van Bert de Zeeuw, de opening van 'The Old School' in Rotterdam en nog veel meer!*



Fashionable Truth

## DE VISIE

Afgelopen twee maanden was het behoorlijk bikkelen om de belangrijkste kappersevenementen te coveren voor deze uitgave. Dat doen we echter graag en de grote verschillen in grootte en opzet resulteerden in een meer dan gevarieerd programma. Topstylisten uit binnen- en buitenland presenteren de nieuwste trends voor de komende maanden en hoewel het showseizoen nog niet voorbij is, ben ik er zeker van dat het indrukwekkende 'multi brand'-event van Wella Company niet meer overtroffen gaat worden. Een report over deze perfect georganiseerde avond met een on-Nederlands hoog fashiongehalte vindt u op pagina 14 en 15. Een ander event waarvan we hoge verwachtingen hebben is het 'Cutting Lab' van Intercoiffure op 6 oktober. Jammer genoeg was de deadline van deze uitgave van De Kapper net twee dagen eerder, maar mocht u benieuwd zijn of Intercoiffure aan de hoge verwachtingen heeft voldaan dan vindt u het antwoord in onze Cutting Lab-publicatie op de kapper.biz en ons Facebook- en Twitter-account.



Een ander belangrijke gebeurtenis van de afgelopen twee maanden was een waarschuwing van de ANKO betreffende een mogelijk einde aan het lage btw-tarief in de kappersbranche. Over deze kwestie heeft Patrick Klappe een column geschreven die 'spot on' is en waarvoor ik u graag verwijs naar pagina 41. Ook lanceert Patrick hier twee uitstekende ideeën om de beunhazerij in onze sector aan te pakken, waar u als hardwerkende en stevig belaste ondernemer ongetwijfeld enthousiast over bent.

Veel kijk- en leesplezier toegewenst!

Jos Kennis  
Hoofdredacteur  
j.kennis@gpmedia.nl

## Van de Hare Amsterdam Barbers bestaat tachtig jaar!

In september vierde Marc van de Hare (41) het tachtigjarig bestaan van zijn salon, die eerder door zijn opa en vader werd geleid. Marc greep dit bijzondere jubileum aan om enkele veranderingen door te voeren, waaronder een nieuw logo, nieuwe bedrijfskleding en een nieuwe bedrijfsnaam.

Het verhaal begon in 1934, toen Harm van de Hare – de opa van Marc – een kapperszaak startte aan de Amstelveenseweg in Amsterdam. In 1946 verhuisde hij naar de Wijde Lombardsteeg en een tweede verhuizing (naar een statig grachtenpand aan de Singel 274) volgde in 1953. Dit is nog steeds de plek waar de salon gevestigd is en waarvan Marc in 2007 mede-eigenaar werd. In 2010 werd de zaak volledig gemoderniseerd en een jaar later nam Marc het stokje geheel van zijn vader over.

Het tachtigjarig bestaan inspireerde Marc tot een nieuw logo, een nieuw kapperstenu en een naamswijziging. 'Marc & Wout van de Hare herenkappers' is getransformeerd naar 'Van de Hare Amsterdam Barbers', een naam die hoort bij de tijdgeest en die een internationale uitstraling heeft.

Meer informatie: [www.vandehare.nl](http://www.vandehare.nl)



## "Kapsalons telefonisch vaak onbereikbaar"



**Uit cijfers van Telefoonboek.nl blijkt dat kapsalons telefonisch lang niet altijd goed te bereiken zijn.**

Telefoonboek.nl heeft een bestand van zeventuizend kapsalons die door consumenten beoordeeld zijn. Maar liefst 71% van deze zaken is volgens consumenten één of meerdere keren onbereikbaar geweest.

"Dit percentage is hoog, maar verklaarbaar", aldus Joost Nijenstein, Business Manager van Telefoonboek.nl. "Kappers zijn vaak gefocust op de klant en het opnemen van de telefoon heeft niet altijd prioriteit.

Uit ander recent onderzoek blijkt dat één op de vier klanten bij geen gehoor overstapt naar een concurrent. Onbereikbare salons lopen dus potentiële klanten mis."

Het onderzoek bij kappers is gedaan in het kader van Places Antwoordservice, een nieuwe dienst voor Telefoonboek.nl.

## L'ANZA versterkt 'Red Carpet'-gevoel aan het IJ

Op 15 september presenteerde Addy van den Krommenacker zijn nieuwe spring/summer-collectie met een 'haute couture' catwalkshow waar de stijl en glamour vanaf spatte. De presentatie werd gesponsord door L'ANZA Benelux, waarvan het Creative Team het haar van de modellen verzorgde.

Tijdens de show in het Muziekgebouw aan 't IJ lanceerde Addy niet alleen zijn nieuwe couturecollectie, maar ook zijn eerste parfum genaamd 'Red Carpet'. Om deze te ontwikkelen

bezocht Addy in de afgelopen drie jaar de belangrijkste Europese parfumhuizen. Voorafgaand aan de coutureshow haalde het L'ANZA Creative Team alles uit de kast om coupes te

creëren die het 'Red Carpet'-thema nog meer versterkten. Om dit te bereiken maakten ze gebruik van een breed scala aan technieken, waaronder vlechtechnieken voor een zeer feminiene look met een romantisch tintje.

Meer informatie:  
[www.lanza.eu](http://www.lanza.eu),  
[www.addyvandenkrommenacker.nl](http://www.addyvandenkrommenacker.nl)



[www.greathairextensions.nl](http://www.greathairextensions.nl)

Hairextensions  
Hairwefts  
Full Head Clip In  
Tools  
Verzorgingsproducten  
Opleidingen

30cm	€0,85
40cm	€1,05
50cm	€1,25
55/60cm	€1,75
65/70cm	€2,45

**GREAT HAIR EXTENSIONS**

*wanneer je voor kwaliteit gaat...*

Beauty Hair Extensions BV - David Ricardostraat 13-11 - 7559 SH HENGELO - tel: 0031-(0)742780449 - [info@greathairextensions.nl](mailto:info@greathairextensions.nl)

## OSiS+ Glamination: undone is de nieuwe glamour



De 'undone'-trend draait volledig om een natuurlijke, nonchalante look & feel

Met de nieuwe OSiS+ Glamination lanceert Schwarzkopf Professional een stylingrange die voldoet aan alle vrouwelijke stylingbehoeften. De lijn combineert vloeibare mineralen voor een sterke stylingpresentatie met een uitzonderlijk en gewichtloos glanseffect. Het resultaat is een volledig natuurlijke look & feel van het haar.

OSiS+ Glamination bestaat uit vijf innovatieve producten die voor consumenten exclusief verkrijgbaar zijn bij Schwarzkopf Professional Partner Salons. Met de stylinglijn worden de nieuwste trends op eenvoudige wijze gecreëerd. Het gaat hierbij om looks met een zeer natuurlijk 'laissez-faire' gevoel met glamour die op ingetogen, moeiteloze manier worden geïnterpreteerd. Met de nieuwe stylingcollectie bewijst OSiS+ dus haar feilloze gevoel voor trends en biedt het onbeperkte creativiteit aan zowel kappers als consumenten.

"OSiS+ Glamination bevat precies de producten die kappers nodig hebben om trendy, vrouwelijke stijlen te creëren die er moeiteloos en



Met de introductie van OSiS+ Glamination wordt ook een scala aan tools en trainingen gelanceerd ter ondersteuning van de kapper. Voorbeelden zijn de Hair Expert App en het Glamination Trend Book

casual uitzien. Welkom bij de nieuwe interpretatie van glamour", zegt Schwarzkopf Professional PPS Manager Arco van Dijken.

Met de lancering van de nieuwe lijn wordt ook een scala van tools en trainingen geïntroduceerd, waarmee kappers effectief worden ondersteund om hun klanten optimaal te stylen en te adviseren. Voorbeelden

hiervan zijn de praktische Hair Expert App en het Glamination Trend Book dat volop inspiratie biedt voor 'undone looks'!

Meer informatie:  
Henkel Benelux  
Tel. (030) 6073125  
(Customer Service)  
[www.schwarzkopf-professional.com](http://www.schwarzkopf-professional.com)

## SAMENSMELTING LEIDT TOT GROOTSTE KAPPERSKETEN VAN NEDERLAND

### Fusie Brainwash en Clubkappers

Eind augustus hebben kappersketens Brainwash en Clubkappers overeenstemming bereikt over een fusie. Daarmee ontstaat de grootste kappersketen van ons land met tweehonderd vestigingen, ruim 1500 kappers in dienst en een verwachte jaaromzet van 48 miljoen euro in 2014.

Het fusiebedrijf komt voor vijftig procent in handen van investeringspartner BL Capital/3RS, het bedrijf van de Vughtse ondernemer Robert van der Wallen. Mark Hogenelst en Ivo Priem van Hair Power Holding (het moederbe-

drijf van Clubkappers) worden elk voor 25 procent eigenaar. Tevens gaat dit duo leiding geven aan de nieuwe holding. De huidige CEO van Brainwash, Herbert Schalkwijk, heeft elders een nieuwe functie aanvaard.

In 2014/2015 worden de formules van Brainwash en Clubkappers in de huidige vorm voortgezet en geoptimaliseerd. De backoffice wordt wel al volledig geïntegreerd. Op basis van pilot-resultaten zal worden besloten of vanaf 2016 wordt gekozen voor één formule, waarin het beste van Brainwash en Clubkappers wordt gecombineerd.

De huidige fusie volgt op een transactie van eind juni van dit jaar, waar-

in het moederbedrijf van Brainwash 25% van de aandelen in Hair Power Holding kocht.

Meer informatie:  
[www.brainwash-kappers.nl](http://www.brainwash-kappers.nl)  
[www.clubkappers.nl](http://www.clubkappers.nl)

# VAKMANSCHAP EXCLUSIVITEIT ALCINA®



In deze roerige economische tijden wil je er altijd op kunnen vertrouwen dat je geld goed besteed is. Je kiest voor zekerheid, je kiest voor kwaliteit, je kiest voor vakmanschap. Volgens de Dikke van Dale betekent vakmanschap "grote bekwaamheid van een vak". Wij van Alcina werken graag met vakmensen: ondernemers met onderscheidend vermogen, ondernemers met passie, ondernemers die hun klanten "happy" maken. Alcina onderschrijft vakmanschap, ondernemerschap en kiest daarom voor exclusiviteit. Exclusiviteit voor de vakman en vakvrouw, een keuze voor het beste advies, een keuze voor een individueel advies, een keuze voor gedegen, bruikbaar advies.



Alcina, van Duitse origine, is uniek in haar soort. Een kwaliteitsassortiment in zowel haarkleuring en haarverzorging en styling. Tevens een range van huidproducten die met farmaceutische kennis en kunde ontwikkeld en gefabriceerd zijn. Last but not least bieden we een prachtige decoratieve serie: make-up met allure tegen een betaalbare prijs. Kortom, een merk voor de vakman en vakvrouw, een merk voor de ondernemer die onze passie voor het vak deelt.



**ALCINA**  
THE GERMAN KOSMETIK

BEL OF MAIL VOOR ÉÉN VAN DE  
20 KENNISMAKINGSPAKKETTEN\*.  
OVERTUIG UZELF ALS U DURFT!

\* Twee kleuringen en één shampoo naar keuze, één zuurspoeling en één styling- en finishproduct.

Industrieweg 1, 4181 CA Waardenburg – Tel: 0418 65 24 25 – info@alcina.nl – www.alcina.nl

## Fashionable Truth



Saloneigenaresse en L'Oréal Professionnel-ambassadrice Francis Schroembges presenteert haar nieuwe trendcollectie Fashionable Truth.

De collectie is geboren uit pure passie van vooraanstaande 'fashion industry freaks' die aan de collectie meewerkten. De buitengewone en pure schoonheid van model Zazoe van Lieshout inspireerde Francis en haar team om een collectie te vervaardigen waarin hair, styling, make-up en fotografie tot in perfectie op elkaar zijn afgestemd. Onderscheidende elementen van de collectie zijn de poederachtige haarkleuringen en fantastische texturen.

Meer collectiefoto's zijn te vinden op [www.dekapper.biz](http://www.dekapper.biz) en [www.byfrancis.nl](http://www.byfrancis.nl)





# EEN GREEP UIT ONZE COLLECTIE!

Embron bedrijfskleding is een bedrijf  
waar u van op aan kunt!

De nieuwe wintercollectie is

nu te zien op [www.embron.nl](http://www.embron.nl)



## Wij staan voor:

- Trendy, vlot en modieus
- Hoogwaardige kwaliteit
- Verzorging bedrijfsnaam
- Snelle levertijd

Kijk op onze  
website voor  
meer informatie

Makkelijk via  
internet te  
bestellen

- Naleveringsgarantie 2 jaar
- 100% service
- Vlekvrij, Strijkvrij, krimpvrij  
en kleurecht

**EMBRON**  
TRENDY BEDRIJFSKLEDING

Voor meer informatie:

Elly van Wijk T 06-29047904 / 0299-396302  
E [embron@embron.nl](mailto:embron@embron.nl) • I [www.embron.nl](http://www.embron.nl)

# Kappers

## BHV

### BEDRIJFSHULPVERLENING VOOR DE KAPPER

Kijk op [KAPPERSBHV.NL](http://KAPPERSBHV.NL)  
voor de opleidingsdata

Huurne 6  
7245 VP Laren (Gld) [www.kappersbhv.nl](http://www.kappersbhv.nl)  
Tel. 06 - 504 16 338 [info@kappersbhv.nl](mailto:info@kappersbhv.nl)

 **theonboardspa**  
BY STEINER

## WANTED: HAIRDRESSERS

De wereld rond reizen als kapper op  
een luxe Cruise schip!

Is dat iets voor jou?

Vacatures zijn het hele jaar beschikbaar.

Voor meer info en aanmelden ga je naar:  
[www.theonboardspa.com](http://www.theonboardspa.com)

**APPLY NOW!**





Jaren geleden ging Jan van der Tol – als enige jongen in een klas vol meiden – naar de kapperschool met als uiteindelijk doel om vertegenwoordiger in de kappersbranche te worden. Na het behalen van zijn diploma kwam Jan inderdaad terecht in de buitendienst van wat destijds één van de grotere leveranciers van het land was. Nadat hij ook bij verschillende andere firma's ervaring had opgedaan, zette Jan drie jaar geleden de stap naar het zelfstandig ondernemerschap. Na een gedegen voorbereiding slaagden Jan en zijn team er binnen korte tijd in om het Italiaanse kleuringsmerk Megix in Nederland stevig op de kaart te zetten. Hoe dit precies is gelukt verduidelijkt Jan in een uitgebreid interview. “De supersnelle kleuringen van Megix, de grote commerciële mogelijkheden die Megix aan kapsalons te bieden heeft en onze sterke focus op marketing- en social media-activiteiten zijn belangrijke redenen voor het succes. Daarbij is onze insteek altijd een langetermijn-partnerschap met de salons die klant bij ons zijn.”

*Kun je in het kort vertellen hoe je loopbaan tot nu toe is verlopen?*

“Mijn vader heeft altijd als vertegenwoordiger in de kappersbranche gewerkt. Toen ik nog heel jong was hebben we het er al eens over gehad dat ik misschien hetzelfde wilde gaan doen. Hij heeft me toen geadviseerd om naar de kapperschool te gaan en dat is waarschijnlijk het beste advies dat ik ooit van iemand heb gehad. Door de vaktechnische kennis die ik heb opgedaan verlopen mijn gesprekken met kappers gemakkelijker. Je zit op dezelfde golflengte en dat maakt het eenvoudiger om een goede samenwerking met elkaar aan te gaan.”

“In de periode voordat ik zelfstandig ging werken heb ik gezocht naar een merk dat echt anders-dan-anders is en dat zich daadwerkelijk onderscheidt van de massa. Uiteindelijk kwam ik op internet Megix tegen, maar ik kon eigenlijk niet geloven dat de kleurresultaten die dit merk bood in de praktijk haalbaar zouden zijn. Ik heb proefpakketten aangevraagd en vervolgens hebben we veel tests uitgevoerd. Tot mijn verbazing bevestigden deze tests alles wat de Italiaanse fabrikant had beloofd en dat was voor mij het moment dat ik echt was verkocht.”

“Vervolgens ben ik samen met mijn team importeur voor de Nederlandse markt geworden en begin 2013 waren de eerste partnersalons een feit. In de afgelopen anderhalf jaar hebben mijn team en ikzelf keihard gewerkt. Het resultaat daarvan is dat ik nu eigenlijk al kan zeggen dat onze ‘pioniers-fase’ achter de rug is. Megix Nederland is

een gestroomlijnd bedrijf waarvan de verschillende afdelingen nauwkeurig op elkaar zijn afgestemd. Om hiervan een voorbeeld te geven: nabestellingen komen bij ons eigenlijk nooit voor. Wanneer je over een professioneel logistiek systeem beschikt is dat ook volstrekt onnodig. Wij leveren alle producten direct uit voorraad en als een salon voor 12.00 uur een bestelling doorgeeft, wordt deze de dag erna bezorgd.”

goed bereikbaar zijn, want ook daarmee onderscheiden we ons van veel andere merken.”

*Een zeer korte inwerktijd is één van de belangrijkste kenmerken van Megix-kleuringen. Kun je iets vertellen over de formules?*

“De producent van Megix is gevestigd in de buurt van Napels en zij beschikken over een compleet team van laboranten, chemici en weten-

heeft geleid tot een productlijn die volstrekt onvergelijkbaar is met welke ander kleurlijn dan ook. De inwerktijd bedraagt slechts tien minuten, de kleuringen blijven lang mooi en ook zorgen de Megix-kleuringen voor een intensieve hydratatie van het haar gedurende de behandeling. Haar dat door chemische behandelingen ernstig beschadigd is, ziet er na een Megix-kleurbehandeling weer gezond en stralend uit. We merken zelfs dat

## “Megix kunnen we echt uitdelen, maar dat is dus precies wat we niet gaan doen”

*Hoe ziet het team van Megix Nederland eruit?*

“We hebben momenteel drie vertegenwoordigers en drie technicians. Verder ondersteunt mijn vader mij waar nodig en daar ben ik hem zeer dankbaar voor, want hij beschikt over een schat aan ervaring in de branche.”

“Onze werkwijze is volledig toegespitst op een optimale ondersteuning van salons die met Megix werken. Om die reden zijn onze technicians altijd tot tien uur 's avonds en in het weekend bereikbaar. Hiermee volgen we de markt, want steeds meer salons kiezen voor ruime openingstijden om het hun klanten naar de zin te maken. Ik ben er ook best trots op dat we zo

schappers die altijd op zoek zijn naar manieren om nog betere kleuringen te ontwikkelen. Op een bepaald moment gingen zij met micropigmenten aan de slag en al snel bleek dat hier fantastische resultaten mee behaald kunnen worden. De Megix-haarkleuringen zijn opgebouwd uit micropigmenten, die duizenden keren kleiner zijn dan een gemiddeld molecuul. Hierdoor zijn deze pigmenten beter in staat om diep in het haar door te dringen en dit zelfs zonder dat de haarschubben volledig geopend hoeven te worden. Dit klinkt allemaal eenvoudig, maar de ontwikkeling van een productlijn heeft uiteindelijk jaren in beslag genomen. De jarenlange testfase is echter niet voor niets geweest. Het

de tweehonderd Megix-partnersalons die Nederland telt volop ‘probleemklanten’ van andere salons naar zich toe trekken. Met andere woorden: het raakt bij consumenten steeds meer bekend dat verkeerd uitgevallen kleuringen door de Megix-kapper kunnen worden hersteld. Zulke positieve mond-tot-mondreclame is natuurlijk de beste publiciteit die je maar kunt hebben.”

*De nieuwste kleurcollectie van Megix heet Phair. Wat is het verschil tussen Phair-kleuringen en de reguliere Megix-kleuringen?*

“Phair is het enige kleurproduct ter wereld waarmee het mogelijk is om gekleurd haar tot zeven tinten op te lichten met haarverf en dus zonder

## “De meeste Nederlandse salon-eigenaren verdienen te weinig doordat ze teveel kijken naar kortingen en te weinig naar het winstpercentage per kleurbehandeling”

gebruik te maken van blondeerpoeder. Met Phair kan het blondeerpoeder dus de prullenbak in. Ook voor Phair geldt dat de kleuringen zeer mild zijn voor het haar, doordat de productformules gebaseerd zijn op keratine en etherische oliën.”

“Verder vertel ik graag iets over de geweldige blondtinten van Megix. Dit is een product dat we echt kunnen uitdelen, maar dat is dus precies wat we niet gaan doen. Dat klinkt misschien vreemd uit mijn mond, maar ik wil koste wat kost voorkomen dat Megix op iedere hoek van de straat komt te liggen. In plaats daarvan zijn we volledig toegewijd aan onze partnersalons. Van hen verwacht ik dat ze intensief met ons willen samenwerken om het merk verder te versterken. In ruil daarvoor mogen zij rekenen op volledige ondersteuning van onze kant. Megix zal dus nooit in de schappen van een groothandel of bij een webshop terecht komen. Ook lever ik niet aan ambulante kappers. In plaats daarvan zijn professionele salons onze exclusieve partner en voor hen ga ik door het vuur.”

*Welke voordelen biedt de korte inwerktijd van de kleuringen voor salons?*

“Uiteraard vinden consumenten een korte inwerktijd prettiger. Daar is uitgebreid onderzoek naar gedaan. Een overgrote meerderheid van de kleurklanten gaf in dit onderzoek aan een voorkeur te hebben voor een inwerktijd die korter is dan de gebruikelijke dertig tot vijfenveertig minuten. Voor salons werkt een korte inwerktijd ook veel prettiger, aangezien ze hun tijd efficiënter kunnen indelen. Uiteraard heeft de tijdsbesparing ook een kostenbesparend effect omdat je eenvoudigweg meer klanten op een dag kunt behandelen en/of met minder personeel kunt werken. Het is ook moge-

lijk om de tijdsduur van een behandeling gelijk te houden en de twintig minuten die je overhoudt benut voor een nagel- of gezichtsbehandeling. Op die manier voelt de klant zich op en top verwend en dat is natuurlijk pure winst. In algemene zin vind ik dat kappers in Nederland te weinig winst boeken op kleurbehandelingen. In mijn ogen kan die situatie gemakkelijk verbeterd worden door als saloneigenaar minder te kijken naar kortingspercentages en in plaats daarvan te bekijken hoe ze het winstpercentage per kleurbehandeling verhoogd kan worden. Megix heeft een speciale methode ontwikkeld waarbij behandelingen met minder product kunnen worden uitgevoerd en deze methode komt ook aan bod in ons trainingsprogramma.”

*Sinds de start in 2013 is de naamsbekendheid van Megix in Nederland*

*sterk gegroeid. Hoe heb je dit bereikt?*

“Op vele verschillende manieren. Naast de geweldige kleurresultaten van Megix en onze ‘professionals only’-strategie hebben we veel profijt gehad van kappers die hun enthousiasme overbrengen op collega-saloneigenaren. Verder zijn we regelmatig te vinden in de vakbladen, waren we exposant op The Hair Project, hebben we veel demonstraties in salons gegeven en is op Facebook de ‘Club Megix’ een groot succes. Deze is uitsluitend toegankelijk voor Megix-kappers en zij wisselen daar tips, foto’s en kleurrecepten uit. In de afgelopen drie maanden zijn er ruim duizend foto’s van kapsels geplaatst, wat veel meer is dan waar we ooit op hadden durven hopen.”

*De vaktechnische studio van Megix is gevestigd in Dordrecht. Worden er ook trainingen op andere locaties gegeven?*

“Ja. Wanneer saloneigenaren serieuze interesse hebben in Megix, verzorgen we een uitgebreide demonstratie in hun eigen zaak. Ook zijn we bezig om in iedere regio samen te werken met een pilot-salon waar trainingen gegeven worden. Verder is het belangrijk te vertellen dat iedere salon die start met Megix een introductietraining van een halve dag krijgt. Wanneer deze is afgerond, zijn er volop vervolptrainingen beschikbaar.”

*Denk je er wel eens aan om een tweede merk aan je assortiment toe te voegen?*

“Als het net zoals Megix gaat om een merk dat echt anders-dan-anders is sluit ik dit niet uit. Ik ben al heel tevreden over de huidige situatie, maar als zich echt een mooie kans voordoet dan sluit ik niets uit.”

*Waar staat je bedrijf over vijf jaar? Hoe zie je de toekomst tegemoet?*

“Over vijf jaar hoop ik nog meer dan nu al het geval is bekend te staan als dé niche-leverancier in de kappersbranche. Mijn grote voorbeeld zijn Ernst en Janny Post, die er in de jaren negentig voor zorgden dat een Amerikaans merk uitgroeide tot wat toen misschien wel het grootste merk op de Nederlandse kappersmarkt was. Tegelijkertijd bleven zij zeer bescheiden en stelden ze zich volledig in dienst van de salons die met hun merk werkten. Als je zo werkt, dan snap je gewoon hoe het moet. Samen met mijn team ga ik alles op alles zetten om die strategie ook op de lange termijn vol te houden. Als je daarin consequent bent, volgt de rest vanzelf.”

*Meer informatie:*

*Megix Nederland*

*Jan van der Tol*

*Tel. (078) 7600023*

*www.fb.com/megix.nl*

*www.megix.nl*



## Wahl Super Taper binnenkort ook draadloos leverbaar

Al jaren is de Super Taper de best verkochte tondeuse in het assortiment van Wahl. Kappers wereldwijd roemen vooral de betrouwbaarheid, kracht en nauwkeurigheid van het apparaat. Wahl Nederland laat nu weten dat er dit najaar een nieuwe, draadloze versie van de Super Taper op de markt wordt gebracht.

De nieuwe Cordless Super Taper is voorzien van een lithium ion-accu, waardoor er maar liefst negentig minuten draadloos gewerkt kan worden na een oplaadtijd van 120 minuten. Andere voordelen zijn het smalle en lichtgewicht design, een

minimale vibratie en een scherpe prijs/kwaliteitverhouding. Uiteraard kan de Cordless Super Taper ook met snoer gebruikt worden en komen het snijmes, het snijmes verstelsysteem en de opzetkammen overeen met de reguliere Super Taper.

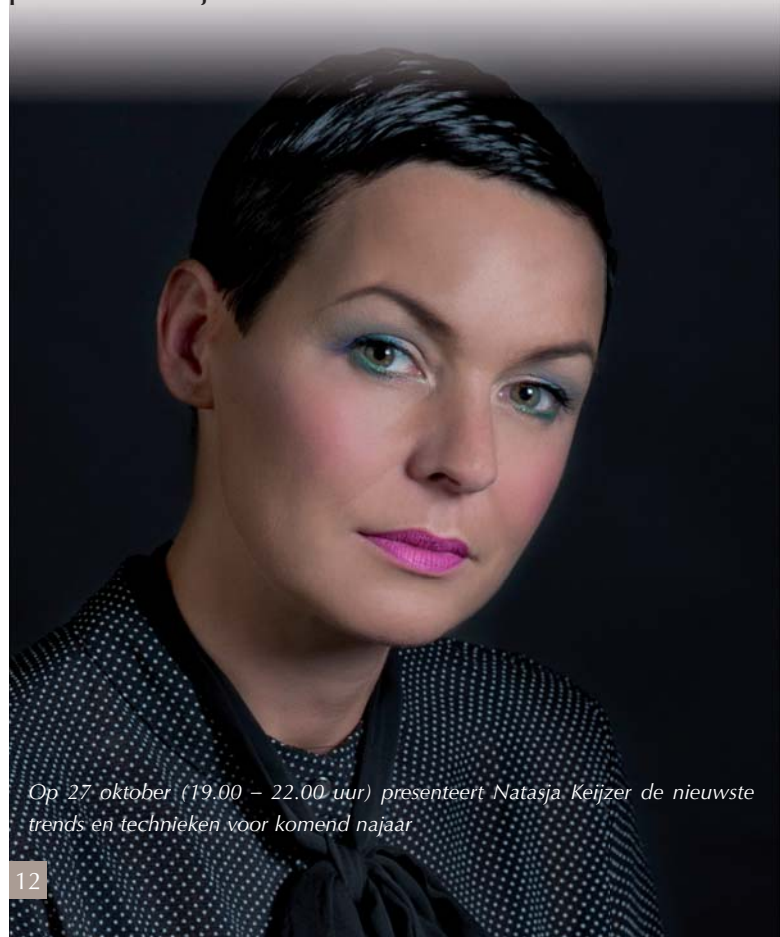


De Wahl Cordless Super Taper ProLithium Series is vanaf begin november verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. De geadviseerde kappersadviesprijs is € 99,- (ex btw) en de geadviseerde consumenten

adviesprijs bedraagt € 149,- (ex btw). Voor meer informatie en verkoopadressen neemt u contact op met Wahl Nederland, tel. (0571) 268360, [www.wahl.nl](http://www.wahl.nl).

## Cabello Cosmetics presenteert gevarieerd studiprogramma voor komend najaar

Voor komende herfst en winter heeft Cabello Cosmetics een prachtig en gevarieerd studiprogramma samengesteld, waaraan de meest gerenommeerde educators en creatieve teams uit binnen- en buitenland hun bijdrage leveren. Nooit eerder pakte de groothandel uit Katwijk zo groot uit met educatie! Ook is het belangrijk te weten dat de presentaties, workshops en look & learns prima betaalbaar zijn.



Op 27 oktober (19.00 – 22.00 uur) presenteert Natasja Keijzer de nieuwste trends en technieken voor komend najaar

Het Cabello-cursusprogramma voor de komende maanden ziet er als volgt uit:

- **KIS Color Creatief:** het vaktechnische team van KIS laat u kennismaken met de mogelijkheden van KIS KeraCream Color. Dit seminar is gratis en wordt op 13/10, 3/11, 19/01 en 26/01 gegeven van 10.00 tot 16.00 uur.
- **Old School Barber knippen/scheren:** door Ian Ros, die over twintig jaar werkervaring in Amsterdam en Los Angeles beschikt. Tweedaagse cursus à € 225,- op 6/10 + 20/10 en 17/11 en 1/12.
- **Gilbert Lefeber Knippen & Styling:** training van saloneigenaar Gilbert Lefeber waarbij communicatie met de klant, gezichtsvormen en nieuwe kniptechnieken centraal staan. Op 24/11 van 10.00 tot 16.00 uur.
- **Long Hair by Petra van den Burg:** op 8/12 (10.00 – 16.00) laat Petra van den Burg u kennismaken met verschillende lang haar- en vlechtechnieken.

- **Trendcollectie herfst/winter '14 by Natasja Keijzer:** de Creative Director van L'ANZA Benelux en KIS Nederland laat u tijdens deze look & learn kennismaken met de nieuwste trends en technieken. 27/10, 19.00-22.00 uur, € 25,- incl. hapje, drankje en goodie-bag.

- **Marco Langeveld Knippen & Styling:** Marco is toonaangevend op het gebied van stijl en creatie. Op 10/11 (10.00-16.00 uur) deelt hij zijn kennis om cursisten naar een hoger niveau te tillen.

- **CND:** Henrike Serlier is Education Ambassador voor het Amerikaanse nagelmerk CND. Zij geeft elf workshops van oktober t/m december. Er zijn ook mogelijkheden voor trainingen en workshop in uw eigen salon.

Meer informatie en boekingen:  
Cabello Cosmetics  
Tel. (071) 4026661  
[www.cabello.nl](http://www.cabello.nl)

In één klik naar de  
grootste en voordeligste  
kappersgroothandel



30% + 15% korting  
op groothandelsprijzen  
van deze vier  
topmerken!\*

Op groothandelsprijzen van Schwarzkopf, Wella, L'Oréal en Goldwell producten ontvang je tijdelijk 30% korting en tot 15% factuurkorting (afhankelijk van de waarde van de bestelling).\* De korting geldt niet voor werkmaterialen, tools en SEAH Hairspa.



\*lees alles over factuurkortingen via:  
kapperskorting.com/kassa-acties



### Feather mesjes

All time favorites van  
bijna elke kapper.



nu met  
45% korting!

### EXTRA VOORDEEL

Bestel nu het KIS  
kleurpakket en  
profiteer van nog  
meer inkoopvoordeel.

Van € 660,38  
voor € 350,00



### ISO Beauty EZ-Curler

Nu 30% korting op de  
ISO Beauty EZ-Curler!



€ 48,97

30%  
korting

### Factuurkorting

15%

factuurkorting  
bij bestellingen  
vanaf € 250,00  
(excl. BTW)

### Tangle Teezers

Nu 35% korting op  
Tangle Teezers.

vanaf  
€ 8,03



35%  
korting

### Curve-O kam

De eerste  
ergonomische  
kam voor  
de kapper.

€ 9,50



10%  
korting

www.kapperskorting.com

— WELLA PROFESSIONALS TRENDVISION 2014 AWARDS UITGEREIKT IN AMSTERDAM —

## Wella Portfolio Event 'Icons of the Hair Industry': meest spectaculaire kappersevenement van 2014!

Zowel nationaal als internationaal is de uitreiking van de TrendVision Awards al jarenlang het belangrijkste event van Wella Professionals. Dat is het nog steeds, maar dit jaar maakte de TrendVision Awards voor de eerste keer deel uit van een zogeheten Wella Portfolio Event, waaraan ook de merken Sassoon Professional en Sebastian Professional een bijdrage leverden. Dit evenement vond op zondag 21 september plaats in de Amsterdamse EndeMol MediArena Studio's en hoewel het jaar nog niet voorbij is durven we nu alvast te stellen dat dit in Nederland het meest spectaculaire kappersevenement van 2014 was.

's Middags startte het event met een drukbezochte presentatie voor prospectsalons die geïnformeerd werden over alle merken van Wella Company, te weten Wella Professionals, SP, Sebastian Professional, Sassoon Professional, Nioxin en Kadus Professional. Tegelijkertijd had de (vak)pers de mogelijkheid om 'behind the scenes' verslag te doen en interviews te houden met de ambassadeurs en creative directors die 's avonds hun nieuwe trendcollecties op het podium presenteerden.

### Genomineerden & jury

Het eigenlijke event startte met een 'red carpet'-ontvangst van de 1.250 gasten, die voor het betreden van de zaal de kans hadden om alle genomineerde inzendingen voor de TrendVision Awards van dichtbij te bekijken. Dat was niet voor niets, aangezien de gasten met een speciale app de mogelijkheid hadden om (per categorie) hun stem uit te brengen. Ook de vakjury had een belangrijke stem in de einduitslag.

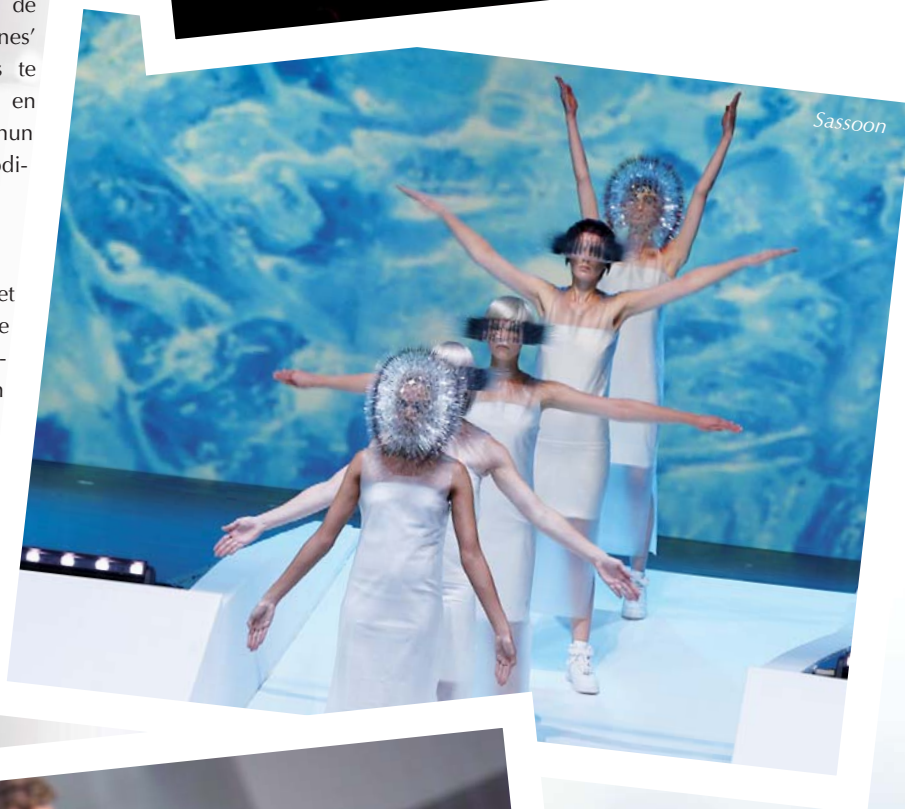
Deze werd gevormd door Marian Kaak (Kappersnieuws/Coiffure), Marriet Gakes (Salon B), Danielle Sant (Tribute NL Magazine), haarkunstenaar Ell Essers, Arjan Bevers (Avanti Kappers) en modeontwerper Mattijs van Bergen.

### Ongeëvenaard podiumprogramma

Behalve de fantastische locatie was 'Icons of the Hair Industry' toch vooral zeer indrukwekkend van-



Metamorphosis



wege het showprogramma. Het redactieteam van De Kapper draait toch al heel wat jaren mee, maar zag in Nederland zelden (en misschien wel nooit) een podiumprogramma dat zo perfect was voorbereid en uitgevoerd. Background video's, de kleding van de modellen, de afwisseling van licht en muziek, waanzinnige haarmode en de uitgebalanceerde



manier waarop al deze elementen op elkaar waren afgestemd maakten 'Icons of the Hair Industry' tot een event van ongeëvenaarde klasse. Mocht Wella Company volgend jaar een soortgelijk portfolio-event organiseren, mis het dan niet want presentaties van dit niveau zijn in ons land eenvoudigweg een zeldzaamheid.

#### Metamorphosis

Hester Wernert-Rijn (Ambassador Wella The Salon Professional Division of P&G) beet het spits af met haar show 'Metamorphosis', waarin haute couture, pret a porter en salonwear samenkwamen.

#### Sebastian: Totemic/Art of the Dark

Michael Polsinelli en Shay Dempsey, beide Global Creative Directors voor Sebastian, presenteerden hun nieuwe wintercollectie 'Totemic' en toonden gedurfde, grensverleggende looks met een duidelijke link naar oude culturen. Speciaal voor deze collectie werd een samenwerking aangegaan met de sieradenontwerpers Giles & Brother. Ook gaf Sebastian een preview van de nieuwe 'Art of the Dark'-collectie voor spring/summer 2015.



#### Sassoon: Collection Prairie

Het team van Sassoon Academy met International Creative Director Mark Hayes presenteerde eveneens hun nieuwe collectie voor SS 2015, genaamd Collection Prairie. Deze werd geïnspireerd door de uitgestrekte wildernis van het Amerikaanse Westen, de dorre woestijnen van Arizona en de rauwe, rode aarde van New Mexico. Ook tijdens deze presentatie waren alle verschillende elementen (haar, kleding, visagie, muziek, video's, choreografie, etc.) weer op een zeer professionele manier op elkaar afgestemd.

#### Wella Professionals: Reshape Collection

Voorafgaand aan een swingende afterparty werd het podiumprogramma besloten door Mark van Westerop (Ambassador Wella Professionals en Hairdresser of the Year 2014) met een interpretatie van de Reshape Collection van Wella Professionals.

#### Winnaars TrendVision 2014 Awards

Zoals gezegd werden tijdens het event ook de nationale TrendVision 2014 Awards uitgereikt. In de categorie 'Color' ging de gouden award naar Ilona Buggink-Pouw (Michel Arendsen Kappers). Zilver en brons waren er voor Daisy Schindeler (Corina's Haarmode, Oostzaan) en Peter Mulder (LUXe Hair,

Doetinchem). In de categorie 'Young Talent' werden de eerste, tweede en derde plaats gewonnen door respectievelijk Danny van Tuijl (Nexxt House of Hair), Kim Vermeulen (Change, Venray) en Wouter van Maarseveen (Cosmo, Hilversum).

Meer informatie:  
[www.wellacompany.nl](http://www.wellacompany.nl)



—“BESPAREN OP DE BOEKHOUDER IS EENVOUDIG EN LEVERT EEN FORS BEDRAG OP”—

## SalonNet verlaagt administratieve druk bij kapsalons

De ontwikkelingen in de kappersbranche gaan razendsnel. Regelgeving verandert voortdurend, sociale media worden steeds belangrijker en uw bedrijfsconcept dient regelmatig te worden aangescherpt om niet achterop te raken. SalonNet is zich er zeer van bewust dat reageren op veranderende omstandigheden voor kapsalons cruciaal is om ook op de lange termijn succesvol te blijven. Met regelmatige (en kosteloze) updates streeft de salonautomatiseerder ernaar om een krachtige partner te zijn voor ondernemers die maximaal resultaat uit hun kapperszaak willen halen.

“Ook in de kappersbranche is stilstand achteruitgang”, vertelt Jack Duijf van SalonNet. “Om saloneigenaren zo goed mogelijk te ondersteunen streven wij ernaar om hun behoeftes op het gebied van automatisering altijd een stap voor te blijven. Dit doen we met regelmatige updates van SalonNet. Het kan hierbij bijvoorbeeld gaan om een nieuwe functie of een verbetering van het systeem. Niet zelden is een aanpassing gemaakt op speciaal verzoek van een gebruiker. Voor al onze klanten worden deze updates dan gratis ter beschikking gesteld.”

Momenteel werkt SalonNet aan een koppeling met een (zelf ontwikkelde) financiële administratie. Jack Duijf benadrukt dat dit op zichzelf niet speciaal is, maar dat de ach-

terliggende visie van SalonNet wél bijzonder is: “Saloneigenaren hebben te maken met een grote administratieve druk. Wij streven ernaar om deze druk fors te verminderen, wat in de praktijk gemakkelijk haalbaar is door verregaande automatisering van administratieve processen.”

Op de vraag hoe SalonNet erin slaagt om het doel van een lagere administratieve druk te bereiken, antwoordt Jack Duijf: “Dit doen we onder andere door samenwerkingen aan te gaan met leveranciers, salaris- en administratiekantoren. Hierdoor ontstaat een digitale informatiestroom die SalonNet helpt om alles naadloos op elkaar te laten aansluiten. Voor kappers leidt dit tot een lagere werkdruk en – ook niet onbelangrijk – een structurele kostenbesparing. Er



▲ SalonNet ondersteunt ondernemers in de kappersbranche door het te helpen besparen op hun boekhouder. Kapsalons die met SalonNet werken hebben inmiddels ervaren dat dit een interessant bedrag oplevert

zijn volop voorbeelden van salons die honderden euro's per maand besparen doordat SalonNet het werk doet wat voorheen door de boekhouder werd gedaan. Boekhouders hebben in de regel een aanzienlijk uurtarief, dus wanneer een kapper zijn of haar boekhouder enkele uren per maand minder hoeft in te zetten

dan resulteert dit in een enorme kostenbesparing. Ook op deze manier streven we ernaar om een sterke partner te zijn voor ondernemers in de kappersbranche.”

Meer informatie: SalonNet  
Tel. (0343) 758252, [info@salonnet.nl](mailto:info@salonnet.nl)  
[www.salonnet.nl](http://www.salonnet.nl)

— FEESTELIJKE PROMOTIE VAN JAGUAR! —

## Jaguar Smokey Silver & Gold met Swarovski® Elements

Met het oog op de komende eindejaarsfeesten lanceert Jaguar de kappersscharen Smokey Silver en Smokey Gold. Deze zijn versierd met echte Swarovski® Elements en zijn beschikbaar in een gelimiteerde oplage.



Wie tijdens de actieperiode (van 1 november t/m 15 december 2014) één van deze scharen aanschaft krijgt hier een luxueuze, glanzende portemonnee in grijs metallic lederlook bij cadeau (zolang de voorraad strekt!).

De scharen hebben een bijzonder smokey-effect, waardoor de fonkelende Swarovski® Elements nog beter tot hun recht komen.

De scharen beschikken over de snijdeigenschappen van de Jaguar Silver



Line: semigeïntegreerde snijvlakken met spitse kniphoekevenals holle slijpbewerking en honen voor uitmuntende scherpte en ideale slice-eigenschappen. Het vlakke Smart Spin-schroefstelsel staat voor een zeer lichte en uitstekende soepelheid. Het Crane design zorgt voor een compromisloos ergonomische werkwijze. De innovatieve, resistente high tech coating biedt extra bescherming bij nikkelallergie. Beide scharen zijn verkrijgbaar in de maat 5.5”.

Scharen van Jaguar zijn verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. Voor meer informatie en verkoopadressen:

United Salon Technologies GmbH  
Tel. +49 (0)21 2252070  
[www.jaguar-solingen.com](http://www.jaguar-solingen.com)





# DE JAGER HAARSTUDIO

gezien door

# PAC

Pro5 Communications

T R E N D Y   S A L O N   D E S I G N   F O R   P R O F E S S I O N A L S



S I N D S   7 5   J A A R   D E   V E R T R O U W D E   P A R T N E R   V A N   D E   K A P P E R S E N T R E P R E N E U R



PAC Projects & Concepts  
Vijfhuizenberg 44D - 4708 AL Roosendaal  
Tel.: 0165 52 88 79  
Fax: 0165 52 76 02  
e-mail: info@pacprojects.com

[www.pacprojects.com](http://www.pacprojects.com)

Bezoek onze site en onze showroom  
Showroom: bezoek na telefonische afspraak

## Philip Martin's biedt salons sterk onderscheidend vermogen met Conceptstores

Op zondag 7 september is de eerste officiële Philip Martin's Conceptstore van Nederland geopend, waarvan er ook al twee in België zijn gevestigd. Met deze Concept Salons verspreidt Philip Martin's zijn filosofie en biedt het merk kapsalons een sterk onderscheidend vermogen. "Dit is één van de sleutels tot succes in deze economisch moeilijke tijden", aldus Ramon Falasco van Philip Martin's. "Het helpt succesvolle salons om aan de top te blijven en verder te groeien. Voor salons die het moeilijk hebben geldt dat ze met dit concept weer aansluiting vinden bij de huidige en toekomstige behoeften van de consument."

### Be different – Be pure – Be unique

"De filosofie van Philip Martin's is gericht op salons die zich willen onderscheiden en die zich op een unieke wijze willen positioneren", vertelt Ramon Falasco van Philip Martin's. "In de huidige markt is goed knippen en kleuren allang niet meer voldoende om als salon succesvol te zijn. De meeste salons in het luxere segment hebben het ambachtelijke werk goed onder de knie, dus daarmee maak je het verschil niet meer. Met het nieuwe concept zorgt Philip Martin's ervoor dat een bezoek aan uw salon een ware

wellness & beauty-ervaring voor de klant wordt. Ook kan Philip Martin's uw salonverbouwing verzorgen, waarbij de expertise van (inter)nationale topontwerpers zoals Marcel Wanders en Theodoor wordt ingezet. Op die manier wordt voor u het perfecte totaalconcept gerealiseerd."

### Exclusiviteit

"Een Philip Martin's Conceptstore geniet verregaande exclusiviteit. Rondom de salon zal in een gebied met minimaal 100.000 inwoners geen enkele andere salon met Philip Martin's werken. Daarnaast worden in de Benelux geen producten gele-



verd aan webwinkels, waardoor ook uw online exclusiviteit gewaarborgd is. Philip Martin's neemt daarmee met klem afstand van productfirma's die aan webwinkels leveren en hen vaak ook nog in de gelegenheid stellen de producten met korting aan te bieden."

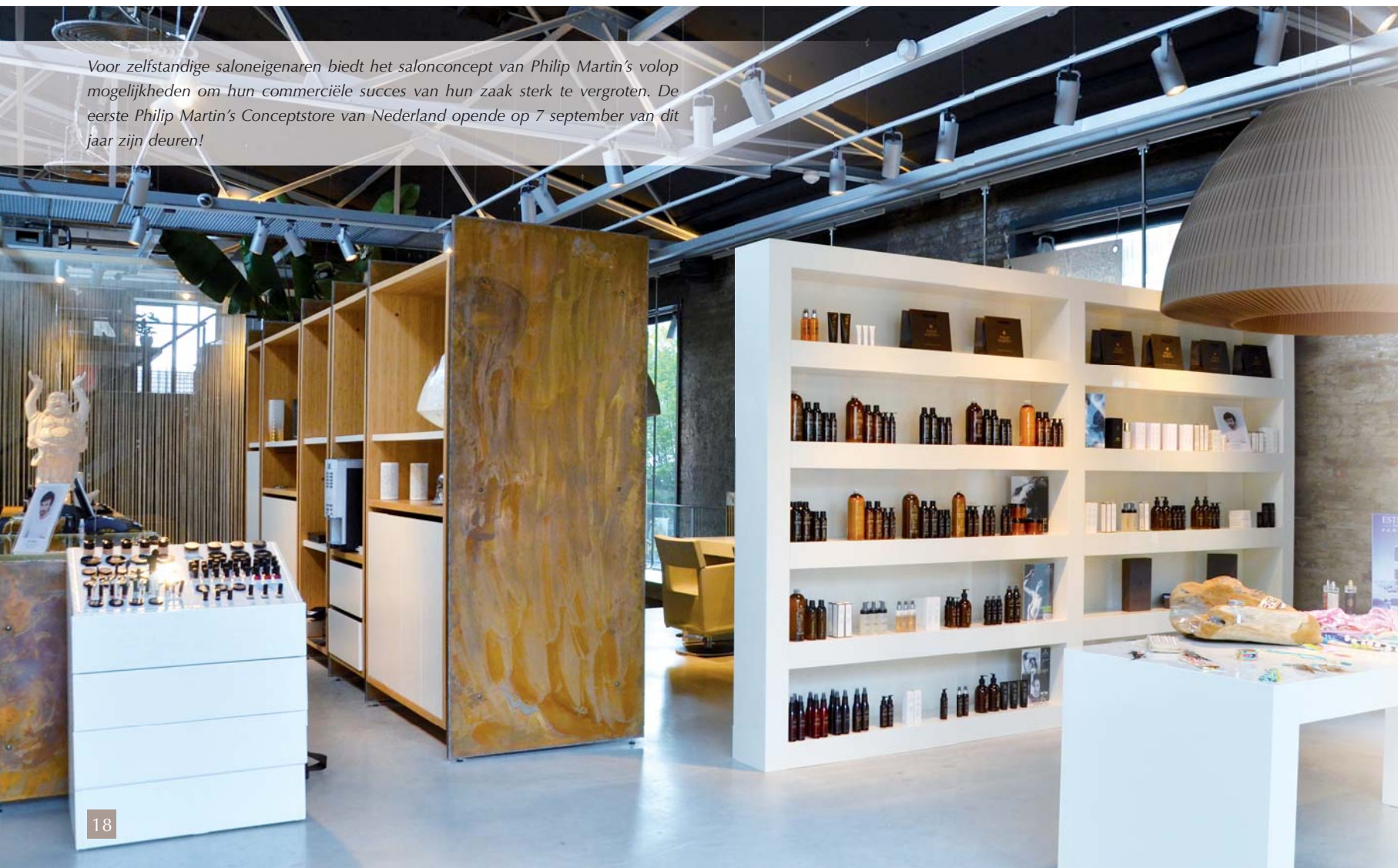
### Wellness en Beauty

"Het accent in het luxere segment ligt steeds meer op ontspanning en wellness in de salon. De consument

moet op iedere mogelijke manier gestimuleerd worden om terug te gaan naar uw salon. Alleen dan houdt u uw bezoekfrequentie op peil. Het creëren van toegevoegde waarde in de beleving van de cliënt is daarbij van groot belang", vervolgt Ramon Falasco.

"Naast een fantastische range beauty- en wellnessproducten van organische en non-toxische oorsprong heeft Philip Martin's tal van ritue-

Voor zelfstandige saloneigenaren biedt het salonconcept van Philip Martin's volop mogelijkheden om hun commerciële succes van hun zaak sterk te vergroten. De eerste Philip Martin's Conceptstore van Nederland opende op 7 september van dit jaar zijn deuren!





len en technieken ontwikkeld die een bezoek aan een Philip Martin's-salon tot een heuse wellness-ervaring maken. Nadat de consument bewust wordt van de ecologische en gezondheidsvoordelen van de producten gaat men automatisch

zorgt de make-up en ook wordt een team van gerenommeerde haar- en huidadviseurs ingezet. Uw klanten worden heerlijk verwend en naast alle wellness-rituelen genieten ze van heerlijke cocktails gemaakt van Philip Martin's grondstoffen!"



make-up producten die - naast de haircare - een belangrijk deel van het assortiment uitmaken. Dit resulteert in verkoopresultaten die hoog boven het landelijk gemiddelde uitkomen. In de Benelux nemen kappers veelal genoegen met een zeer slecht verkoopresultaat van zeven à acht procent. Wanneer een ondernemer voor Philip Martin's kiest komt hij of zij veel hoger uit."

#### Philip Martin's day

Een exclusieve service voor de top Philip Martin's-salons en Conceptstores is de Philip Martin's day. Ramon Falasco: "Op deze dagen komt een team van toonaangevende haar- en beautyprofessionals bij u in de salon voor een 'instore event' dat uw klanten nooit zullen vergeten. Niemand minder dan topvisagist Mari van de Ven ver-

#### Meer informatie

"Philip Martin's helpt je salon anders dan andere te zijn", besluit Ramon Falasco. "Wil jij jezelf onderscheiden en daarmee tevens kiezen voor de gezondheid van jezelf, je team en je klanten? Neem dan contact op met Philip Martin's Benelux. Wacht niet te lang, want grote exclusiviteit betekent ook dat er in de Benelux slechts ruimte is voor een beperkt aantal Philip Martin's-salons. Be Different – Be Pure – Be Unique...!"

*Neem voor meer informatie contact op met Philip Martin's Benelux via [info@philipmartins.biz](mailto:info@philipmartins.biz) of bel met Ramon Falasco via tel. (06) 13085053. Check voor meer informatie ook [www.philipmartins.biz](http://www.philipmartins.biz) en [fb.com/philipmartinsbenelux](http://fb.com/philipmartinsbenelux).*



Jochem Otto is marketingdeskundige en eigenaar van het interactief marketingbureau Marketing Generation (MGen). Zijn specialiteit is het creëren van een (online) beleving. Daarbij adviseert en ondersteunt hij verschillende kleine en grote bedrijven op het gebied van interactieve marketing en live communicatie.

Eerder schreef ik dat de kwaliteit van je volgers belangrijk is wanneer je social media wilt inzetten voor je kapsalon. Veel volgers hebben op Facebook of Twitter is leuk, maar als zij aan de andere kant van het land zitten, is de kans klein dat ze je salon zullen bezoeken. Daarom is het raadzaam om op social media vooral lokaal goed zichtbaar te zijn. Contoleer om te beginnen eens hoe het staat met je Google Maps-vermelding. Maar wat ook helpt, is

van je vestigingsplaats of bijvoorbeeld de vakbeurs waar je op dat moment rondloopt. Deze data zorgen er onder andere voor dat mensen je lokaal beter weten te vinden. Instagram schijnt zelfs zijn geografische data te delen met andere platforms zoals Foursquare, dat een volledig 'location based social medium' is.

Door de groei van het aantal smartphones en daarmee ook mobiel

## Lokale social media: digitaal zichtbaar zijn in je regio

om in je omschrijving op bijvoorbeeld Twitter je vestigingsplaats te vermelden en door een locatie toe te voegen bij je updates. Geotaggen heet dat.

Op bijna elk socialmediaplatform (Facebook, Twitter, Instagram) kun je via je smartphone een locatie koppelen aan je update. Op die manier kun je inchecken bij een locatie en je vrienden laten weten waar je bent. Maar ook als ondernemer kun je geotags toevoegen aan je updates. Bijvoorbeeld die

internet is het de verwachting dat locatiegebaseerde social media verder zullen groeien. Daarom is het belangrijk dat jouw locatie lokaal goed zichtbaar is op de social media platforms en dat je potentiële klanten je weten te vinden!

*Meer weten?*

*Volg Jochem via Twitter*

*@jochemotto of kijk op*

*[www.fb.com/MarketingGeneration](http://www.fb.com/MarketingGeneration)*

*tulip* *curler*  
*glam edition*



**FAST  
CURLING  
TECHNIQUE**

**ultron**

The power of quality

[www.ultrononline.com](http://www.ultrononline.com)



— ABONNEMENT OP VEILIGHEID BESCHERMT UW KLANTEN, MEDEWERKERS EN UZELF —

## “U richt zich op uw klanten, wij zorgen voor een veilig gevoel”

De laatste jaren is het ook in de kappersbranche helaas schering en inslag. Bij meer en meer kapperszaken wordt ingebroken en zelfs overvallen zijn geen uitzondering meer. De criminelen zijn op zoek naar kapsalons waar de preventie laag is.

Toch is er ook goed nieuws te melden over criminaliteit in de retailsector. Uit recente onderzoekscijfers die Detailhandel Nederland naar buiten heeft gebracht blijkt dat er een daling is in het aantal winkelovervallen. Een belangrijke reden hiervoor

is dat winkeliers de afgelopen jaren fors hebben geïnvesteerd in veiligheid en ook heeft een intensieve samenwerking tussen retailers en de politie de pakkans heeft vergroot.

Bert van Steeg (secretaris Winkelcriminaliteit Detailhandel Nederland) wijst er echter dat op er de komende maanden weer een piek in het aantal winkelovervallen te verwachten is: “De ‘donkere dagen’ staan weer voor de deur en dan stijgt het aantal overvallen. Als het ‘s avonds vroeger donker wordt zien criminelen hun kans schoon. Preventie blijft dus een belangrijk thema.”

### Specialist in camera- en alarmbeveiliging

Een Veilig Gevoel B.V. is dé Nederlandse specialist op het gebied van camera- en alarmbeveiliging. Middels een ‘Abonnement op Veiligheid’ hebben inmiddels duizenden klanten gekozen voor dit unieke beveiligingsconcept. Kledingwinkels, kapsalons, opticiens, cafés, restaurants, sportverenigingen en vele andere bedrijven zijn inmiddels optimaal beveiligd

tegen geringe kosten per maand (al vanaf € 29,95 per maand) en zonder investering vooraf.

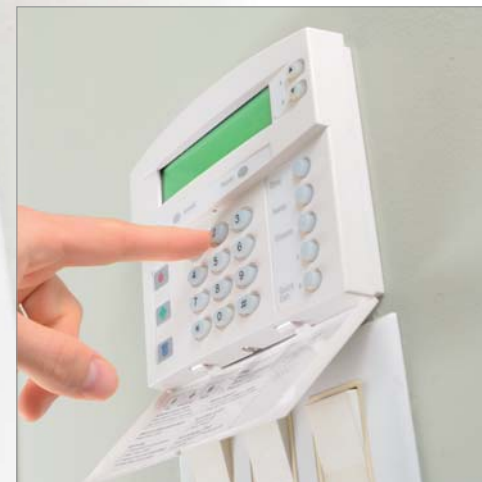
### Overvalpreventie

Wanneer u investeert in goede preventie zoals een camerasysteem, alarminstallatie en/of toegangscontrole kunt u de zaak beschermen tegen overvallers zonder dat dit door uw klanten als hinderlijk wordt ervaren. Met andere woorden: goede preventie maatregelen hebben daadwerkelijk effect. Een camera in uw salon, zeker in combinatie met een confrontatiescherm, is dus een efficiënt middel om uw klanten, medewerkers en uzelf te beschermen tegen overvallers. Geen omzetverlies en -nog belangrijker- uw klanten en medewerkers hebben een veilig gevoel.

### Inbraakpreventie

Een inbraak kan vervelende gevolgen hebben. De inbrekers hebben misschien niet alleen waardevolle spullen meegenomen, maar hebben mogelijk ook vertrouwelijke bedrijfsgegevens en bedrijfsinformatie buitgemaakt. De inbraak kan zelfs gevolgen hebben voor de continuïteit van uw kapsalon, want misschien bent u gedurende een aantal dagen genoodzaakt om afspraken af te zeggen.

Een alarminstallatie met doormel-



Duizenden MKB-ondernemers hebben de laatste jaren gekozen voor het ‘Abonnement op Veiligheid’ van Een Veilig Gevoel B.V. Hiermee is uw salon optimaal beveiligd voor een maandbedrag vanaf € 29,95 en zonder investering vooraf

ding naar de meldkamer is afdoende om dit scenario te voorkomen; het alarm gaat af bij geringe actie en u wordt op de hoogte gesteld. Hiermee schrikt u criminelen af. U voorkomt daarmee (verdere) schade en verlies in uw omzet.

Meer informatie:

Een Veilig Gevoel B.V.  
Tel. (088) 5554888  
[www.eenveiliggevoel.nu](http://www.eenveiliggevoel.nu)



De afgelopen tijd is het aantal overvallen in de retailsector gedaald blijkt uit cijfers van Detailhandel Nederland. Toch verwacht de organisatie de komende maanden weer een piek in het aantal winkelovervallen omdat het ‘s avonds vroeger donker wordt en criminelen dan hun kans schoon zien. Een Veilig Gevoel B.V. – specialist op het gebied van camera- en alarmbeveiliging – wijst erop dat goede preventie maatregelen veel ellende kunnen voorkomen

— MAXIMALE VERSTEVIGING, MINIMALE DROOGTIJD —

## L’ANZA Healing Style Finishing Lacquer

Nieuw van L’ANZA is de sneldrogende ‘Healing Style Finishing Lacquer’. Deze biedt maximale versteviging (factor 10 van 10!), laat geen resten achter en houdt het haar de hele dag ‘in shape’.

Behalve de snelheid waarmee de haarspray droogt is ook de ‘styling-houdbaarheid’ maximaal: één keer sprayen is voldoende om een coupe de hele dag in model te houden. Dankzij de fijne, gespreide verneveling is slechts een kleine hoeveel-

heid product voldoende.

Bijzonder aan de Healing Style Finishing Lacquer is ook dat deze beschikt over een geavanceerde UV- en kleurbescherming. Verder bestaat de productformule uit L’ANZA’s

bekende Keratin Healing System voor natuurlijke glans en souplesse, aangevuld met botanische extracten uit het regenwoud voor gezond haar en natuurlijke versteviging.

Meer informatie:

L’ANZA Benelux  
Tel. (055) 5431111  
[www.lanza.eu](http://www.lanza.eu)  
[www.fb.com/lanzabenelux](http://www.fb.com/lanzabenelux)



## Alcina inspireert honderden kappers in Keulen

Alcina houdt dit najaar een tournee door Duitsland, waarbij kappers en beautyspecialisten met podiumevents worden geïnformeerd over de nieuwste trends op het gebied van haarmode en make-up. Een groep Nederlandse Alcina-kappers en enkele afgevaardigden van de Nederlandse vakpers waren te gast tijdens de presentatie in Keulen, waar Artistic Director Paul Gehring en zijn team de nieuwe haar- en make-up-collecties voor komend seizoen demonstreerden.

De honderden gasten werden verwelkomd met een videoboodschap van de heer Dönnerberg, CEO van Alcina Dr. Kurt Wolff. Hij benadrukte dat Alcina voor het eerst heeft gekozen voor een presentatie waarin haar en make-up zijn samengebracht. Een opzet die voor kappers zeker interessant is gezien de grote commerciële mogelijkheden van 'all-in-one' treatments in de salon.

*Manh-Dung is de nieuwe Creative Artist van Alcina ▶*



### Make-up: Glanzende finish!

Aan de presentatie werkten in totaal zestig mensen mee. In het eerste gedeelte werd de nieuwe make-up-collectie 'Love to be a woman' gepresenteerd onder leiding van Education Manager Frauke Albrecht en de nieuwe Alcina Creative Artist Manh-Dung (die demonstreerde ook heel behoorlijk te kunnen zingen!). Deze collectie bestaat uit vier thema's, te weten Just Pure, @Work, Crazy in Love en Glam. Belangrijk op het gebied van make-up is dat een matte foundation zeker geen vanzelfsprekendheid meer is. Voor een sprankelende look mag de huid zeker ook een glanzende finish hebben, wat na een jarenlang 'mat' beeld zeker even wennen is!

### Internationaal team

Het tweede gedeelte van de presentatie in het 'Theater am Tanzbrunnen' was volledig toegespitst op de nieuwe haartrends, die werden verduidelijkt door Paul Gehring en zijn team (dat bestond uit kappers uit verschillende Europese landen). Voor heren is er de trendcollectie 'The Band' en voor dames zijn er meerdere stijlen ontwikkeld, zoals 'Minimal Touch' en – onze persoonlijke favoriet – 'Flawless Folk'.

### Alcina Styleboek

Bijzonder aan de presentatie was niet alleen de fantastische locatie met uitzicht over de Rijn en de skyline van Keulen. Een leuk extraatje was dat alle gasten een exemplaar van het nieuwe Alcina Styleboek ontvingen en de modellen uit het boek ook present waren tijdens de show. Eveneens speciaal (en kenmerkend voor Alcina!) was dat de modellen in leeftijd varieerden van 16 tot 45 jaar, waarmee wordt benadrukt dat trends echt niet alleen maar zijn bedoeld voor tieners!

### Natuurlijke looks

In zijn presentatie benadrukte Paul Gehring dat coupes met een natuurlijke uitstraling de belangrijkste trend voor het nieuwe seizoen zijn: "Op YouTube en andere internetfora kunnen consumenten precies zien hoe allerlei kappers- en kleurtechnieken worden uitgevoerd. Hierdoor wordt het moeilijker om je als kapper te onderscheiden als professional. Om



*Het nieuwe Alcina Style Book biedt volop inspiratie op het gebied van korte coupes*

dit toch te bereiken is het belangrijker dan ooit om de klant te blijven verrassen. Coupes met een zeer natuurlijke uitstraling zijn daarom een prima optie, aangezien de creatie hiervan moeilijker is dan je in eerste instantie zou verwachten. Streef er in de salon dus naar dat de hand van de kapper niet te zien is en je laat zien over een hoog vaktechnisch niveau te beschikken!"

*Meer informatie:*

*Alcina Cosmetic Nederland*

*Tel. (0418) 652425, [www.alcina.nl](http://www.alcina.nl)*

*Paul Gehring*





# de kapper

Vakinformatie voor de totale Kappersbranche

verschijningsdatum De Kapper nummer 6

De komende uitgave van vaktijdschrift De Kapper verschijnt op **5 december 2014**. Deze editie schenkt speciale aandacht aan de thema's **Beauty in de kapsalon & Italië**.

advertentiemogelijkheden

Voor advertentiemogelijkheden neemt u contact op met **Myrthe Ex**, tel. **(024) 3246146**.

Bezoek onze site:  
[www.dekapper.biz](http://www.dekapper.biz)



## ROVERHAIR

Voor diverse regio's is Roverhair op zoek naar:

### subdistributeurs en zelfstandige freelancers

Roverhair is een zeer complete haarverzorgings-, styling- en finishinglijn van een hoge kwaliteit en met veel Italiaanse flair. Je zult o.a. gaan werken met exclusieve kappersmerken: Roverhair, Biacre, Trontveit Attitude en Pinin Scissors. Heb jij ervaring in de kapperswereld, ben je commercieel, een doorzetter en zeer enthousiast? Dan zijn wij op zoek naar jou!

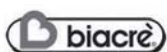
#### Functie-eisen:

- Ervaring in een commerciële functie, bij voorkeur in de kappersbranche.
- In het bezit van rijbewijs B én een eigen auto is een must.
- Gedreven en enthousiast.

#### Wij bieden:

- Een zeer goede provisieregeling.
- De mogelijkheid voor freelancers om hun eigen salaris te bepalen.
- Zeer goede begeleiding vanuit het hoofdkantoor.
- Telefoon

Ben jij de persoon die wij zoeken? Mail dan je motivatie en CV naar Monica Slegers ovv Vacature Roverhair naar [info@roverhair.nl](mailto:info@roverhair.nl).



CHRISTMAS PROMOTION  
LIMITED EDITION 01.11. t/m 15.12.2014  
Bij alle deelnemende groothandels. Zolang de voorraad strekt.

MADE WITH SWAROVSKI® ELEMENTS

# JAGUAR

SMOKEY GOLD

SMOKEY SILVER

SMOKEY GOLD

SMOKEY SILVER

JAGUAR

WWW.JAGUAR-SOLINGEN.COM

## Ilham Mestour chef de cabine bij Peet Dullaert tijdens Paris Fashion Week

De pas 24-jarige Nederlandse modeontwerper Peet Dullaert is hard op weg om de wereld te veroveren. Pas twee jaar geleden studeerde hij (cum laude) af aan de Arnhemse ArtEZ-academie en sindsdien opende hij vijf verkooppunten wereldwijd, won hij de prestigieuze Frans Molenaarprijs en raakten zijn sensuele creaties geliefd bij de internationale modejetset. Als onderdeel van de Paris Fashion Week gaf hij op 26 september een show in het Institut Néerlandais. Achter de coulissen was Ilham Mestour (Global Creative Artistic Director van Keune Haircosmetics) als chef de cabine verantwoordelijk voor het haar van de modellen.



Ilham Mestour

Tijdens de presentatie werd vrijwel de volledige 'front row' ingenomen door de internationale pers zoals Vogue USA en Australië, die veel belangstelling hadden voor de nieuwe spring/summer-collectie van Peet Dullaert.

Ilham Mestour gaf de mannequins de looks van de nieuwe Keune-trendcollectie voor 2015, genaamd Tactile Rituals. De coutureshow in Parijs mag dus beschouwd worden als een preview van deze haarmode-collectie. Na afloop liet Ilham weten de modellen een frisse, elegante en supervrouwelijke look gegeven te hebben: "We zijn teruggeslagen naar de klassieke 'ballerina chignon', een hairdo die altijd weer terugkomt en bij vrijwel elke Fashion Week is te zien. Deze chignon is weliswaar

klassiek, maar we hebben deze van een edgy twist voorzien waarbij de textuur van het haar een belangrijke rol speelt."

"Textuur hebben we gecreëerd met Keune Design Mouse Soft voor body en stevigheid. Keune Design Salt Mist versterkte de textuur en het 'beachy undone'-gevoel. Op de chignon zelf hebben we het Keune Design Volume Powder gebruikt. Mijn passie is de creatie van draagbare haarmode, waarbij eenvoud altijd de essentie van ware elegantie is. Het is fantastisch dat ik deze visie ook heb mogen uitdragen tijdens de show van Peet Dullaert!"

Meer informatie:  
[www.keune.com/nl](http://www.keune.com/nl)  
[www.peetdullaert.com](http://www.peetdullaert.com)

ADVERTENTIE

**VOOR IEDER  
SOORT HAAR DE  
SPECIALIST  
IN KAART?**

Praat mee via [facebook.com/deechtekapper.nl](https://www.facebook.com/deechtekapper.nl) of  
 meld je aan als échte kapper [www.deechtekapper.nl](http://www.deechtekapper.nl)





NAHA-WINNAAR CREËERT HAARSTIJLEN  
GEÏNSPIREERD OP ANTIEKE STOFFEN

## Romantic Grandeur toont verleidelijke herfst/winter-looks



Trendcollecties van Aveda zijn altijd een lust voor het oog, maar de nieuwe make-upcollectie 'Romantic Grandeur' voor komende herfst en winter gaat nog net een stapje verder. De sprookjesachtige beelden zouden aan de wand van een fotomuseum zeker niet misstaan.

Janelle Geason (Aveda Global Artistic Director, Make-up) benadrukt dat het kleurenpalet van de collectie is geïnspireerd op de magnetische tinten van de opkomende en ondergaande zon. "IJzige pastels gecombineerd met zonnige tinten worden gecombineerd om een geheimzinnig en uitnodigend contrast te creëren", aldus Geason.

Bijzonder aan de collectie is ook dat de coupes van de collectie ontworpen zijn door Aveda Artistic

Directors Ricardo Dinis, Ian Michael Black en Allen Ruiz, die afgelopen jaar werd verkozen tot Amerikaans Hairstylist of the Year. Net als bij de make-up starten de haarlooks allemaal met een sterk gedefinieerd silhouet dat zachter is gemaakt met delicate, gevederde randen.

Meer informatie:  
Aveda Benelux  
Tel. +32 (0)27168555  
[www.aveda.nl](http://www.aveda.nl)

PRESENTATIES VAN MARK VAN WESTEROP,  
INTERCOIFFURE EN DUTCH STYLE COMPANY

## Jubileum-event Kiela & Welonda op 27 oktober!

De interieurmerken Kiela en Welonda zijn allebei jarig. Op 27 oktober 2014 (vanaf 12.30 uur) wordt dit in Driebruggen gevierd met een inspirerend kappersevent met een oer-Hollands tintje!



Met het evenement wordt het 75-jarig bestaan van Kiela en het 60-jarig bestaan van Welonda gevierd. Beide merken worden volledig in eigen land geproduceerd en tijdens het jubileum-event hebben bezoekers de kans om 'een kijkje in de keuken' te nemen bij de enige Nederlandse fabrikant van kappersmeubilair.

Niemand minder dan Mark van Westerop (Hairdresser of the Year 2014) verzorgt een trendsessie, Intercoiffure geeft een creatieve presentatie en trendwatcher Saskia ten

Cate van Dutch Style Company presenteert haar visie op de trends voor komend seizoen.

Tot slot is het belangrijk te vermelden dat gasten die zich vooraf hebben aangemeld kans maken op het winnen van een Kiela- of Welonda-herenstoel (kleur naar keuze), een kappersfiets of een luxe werkwagen.

Aanmelden is mogelijk via [info@inline.nl](mailto:info@inline.nl) of door te bellen naar tel. (0348) 502 244.



Mark van Westerop (Hairdresser of the Year 2014) verzorgt een trendsessie tijdens het jubileum-event van interieurmerken Kiela en Welonda

# KIS<sup>®</sup>



# KEEPITSIMPLE

Wanneer heeft u succes met een kleur? Natuurlijk als die precies naar wens is, mooi dekt en lang houdt. Zakelijk succes zit echter niet alleen in de tube, maar ook in de goede inkoopprijs en continuïteit. Niet voor niets is KIS van Kappers hét kwalitatieve alternatief voor de grote merken, met meer dan 750.000 kleurbehandelingen per jaar. Maak zelf kennis met de bewezen kwaliteit van KIS en vraag uw groothandelaar naar het complete KIS Kleur Pakket (met alle producten, een gratis Color App én toegang tot 'Trotse Kappers') of bel 055-5431111. Hoe simpel kan het zijn?

Compleet  
KIS Kleur Pakket

€ 350,-\*

84 nuances 100 ml + 5 ltr Oxy-Creme,  
500 gram Blondeer, Kleurenkaart,  
verfmengschaaltje + 100 ColorBowls,  
5-stappen Kuur

\* Totale pakketwaarde € 650,-  
Vanaf september  
verkrijgbaar

**INCLUSIEF**  
Toegang Feest  
'TROTSE KAPPERS'  
23 november 2014  
Heineken Music Hall

**GRATIS**  
Color App  
Ipad, Iphone,  
Android



**KERATININFUSIONSYSTEM**

## Tweede editie Beauty Live Kalkar van 22 t/m 24 november

Vorig jaar was de eerste editie van de kappers- en beautybeurs 'Beauty Live' een groot succes. De organisatoren reken erop dat dit succes met de komende, tweede editie verder wordt uitgebouwd en gezien de groei van de exposantenlijst hebben zij alle reden om optimistisch te zijn. De belangrijkste kenmerken van de beurs zijn onveranderd gebleven: deze richt zich op de volledige Duitse en de Nederlandse kappers- en beautybranche en bezoekers worden serieus in de watten gelegd met de full service formule. Ook belangrijk om te vermelden is dat de toegang gratis is voor kappers en beauty professionals die zich vooraf registreren op de site met hun KvK-nummer.



De totale beursoppervlakte van Beauty Live bedraagt 4.000 vierkante meter. Exposanten hebben dus volop ruimte om hun nieuwste producten, diensten en trends te presenteren. Ook is Beauty Live een perfecte gelegenheid om nieuwe inspiratie op te doen, ideeën met branchegenoten uit te wisselen en uw netwerk uit te breiden.

### Exposantenlijst Beauty Live 2014

De volgende leveranciers nemen als exposant deel aan Beauty Live 2014. Voor het meest actuele overzicht van alle deelnemende bedrijven gaat u naar [www.messekalkar.de](http://www.messekalkar.de)

	Bedrijfsnaam	Plaats	Land
1	Airbrush Design 4You	Bönen	D
2	Apa Color	Bottrop	D
3	Beauty & Bride	Den Haag	NL
4	Bemax	Hoexter	D
5	Bodyglo Vertrieb Deutschland	Monheim am Rhein	D
6	Bouraada	Ratingen	D
7	Brain-child	Burscheid	D
8	CANAILS.DE	Moers	D
9	Catherine Nail Collection GmbH	Zierenberg	D
10	Christian Breton	Mönchengladbach	D
11	Comforties.com Ltd.	Varna	S
12	ConMedes GmbH	Pforzheim	D
13	Deco Wish	Helmond	NL
14	DesignStylin	Radevormwald	D
15	Deussl-Design-Schmuck	Oberhausen	D
16	Double Energy GmbH	Düsseldorf	D
17	Elizabet Kosmetik	Paderborn	D
18	Embron Bedrijfskleding	Middenbeemster	NL
19	EML Cosmetics	Dronten	NL
20	Falten Unterspritzung Wedemeyer HP	Melsbach	D
21	Feedback GmbH	Mönchengladbach	D
22	First Class GmbH	Eppelsheim	D
23	FriNail	Rödermark	D
24	Friseur-Welten	Bottrop	D
25	Gebro GmbH	Gronau	NL
26	GRAHbani	Hagen	D
27	Gustav Baehr GmbH	Waiblingen	D
28	Haarscheren-Schleifservice Steffen	Solingen	D
29	Iso Beauty BV	Nieuwegein	NL
30	Joop Vermoolen	Tilburg	NL
31	Konad Benelux	Valkenburg	NL
32	Ladot Cosmetics	Wormerveer	NL
33	Lash Letter Das Wimpernmagazin	Tangermünde	D
34	Lazy Lashes	Dinslaken	D
35	Maik Bartel	Dorsten	D
36	Marc Inbane Germany GmbH	Witten	D
37	Maxcamo	Beverwijk	NL
38	MBS GmbH	Schwerte	D
39	Melt Company	Veghel	NL
40	MSE The Beauty Company GmbH	Pinneberg	D
41	Nail Artists GmbH	Helmbrechts	D
42	Pemakür	Aalen	D
43	Pierre Lang	Rees	D
44	Pimpter	Weert	NL
45	Piotr Kadzielski Handel mit Kosmetik Produkten	Bensheim	D
46	Pokorny Ihr Saloneinrichter	Duesseldorf	D
47	Postquam Cosmetic S.L	Spanien	S
48	Profnail	Kumhausen	D
49	Pureworld GmbH	Ratingen	D
50	Pyramide Schmuck Kreation	Koblenz	D
51	Quida nail products	Vollenhove	NL
52	SaniSlim	Asten	NL
53	Shop - perfekt Neffin u. Busch GbR	Iserlohn	D
54	Simply Nails - Nail- Cosmetic	Hilden	D
55	Studio Tec	Stemwede	D
56	Sunstar	Ede	NL
57	Tanning Queen	Tilburg	NL
58	Tejita	Spanje	S
59	Toenga	Sassenheim	NL
60	Touche International Nailcosmetic	Wallmenroth	D
61	Van Ginkel v.o.f	Harlingen	NL
62	Via- Vida Cosmetics	Mönchengladbach	D
63	Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG	Wesel	D
64	Walking Trading International	Heemskerk	NL
65	Wellness en Massage studio	Krommenie	NL
66	Willi Wiltschka	Unterelchingen	D
67	Wimpernwelle GmbH	Berlijn	D

NIEUWE SITE, CATALOGUS EN  
CORPORATE IDENTITY

## Volop nieuwe (online) initiatieven van Ultron

Het kappersmerk Ultron, dat staat voor innovatieve 'hot tools' met een professionele kwaliteit, laat weten dat er in korte tijd veel is veranderd. Niet alleen is het assortiment in de afgelopen maanden uitgebreid met handige nieuwe modellen, ook zijn er volop nieuwe online initiatieven.



Allereerst is de corporate website volledig vernieuwd. Ook is het bedrijf vorig jaar gestart met de creatie van een nieuwe 'corporate identity' wat bijvoorbeeld te zien was aan de nieuwe beursstand op Cosmoprof 2014. Ook de vernieuwing van [www.sinelco.com](http://www.sinelco.com) past in deze strategie. De site heeft een aantrekkelijke fashion-uitstraling gekregen en biedt een mooie inkijk bij een bedrijf dat in zestig landen actief is en in 2013 een omzet van ruim veertig miljoen euro realiseerde.

Een ander nieuw online-initiatief is het Ultron-channel op YouTube. Ultron heeft een uitgebreid aanbod aan professionele 'hot tools' zoals verschillende krultangen en crimpers. Wil je als kapper weten met welk apparaat je welke looks kunt creëren? Of ben je op zoek naar inspirerende stylingtechnieken? Bekijk de demofilmpjes op YouTube en er wordt duidelijk uitgelegd wat er allemaal mogelijk is met populaire stylingtools als de Wave 4 Glam Edition, de Tulip Glam Edition, de Revolv'it en de crimpers.

De tools van Ultron zijn verkrijgbaar bij de betere Nederlandse kappersgroothandel. Meer informatie en verkoopadressen:

Sinelco International  
Tel. +32 (0)55334141  
[www.sinelco.com](http://www.sinelco.com)



Voor bezoekers is het ook belangrijk te weten dat Beauty Live aandacht heeft voor alle verschillende segmenten op het gebied van uiterlijke verzorging. De beurs is dus interessant voor vele verschillende doelgroepen, zoals kappers, schoonheidsspecialisten, visagisten, manicure- en pedicurestudio's, wellnesscentra en ga zo maar door. Bijzondere aanvul-

lende activiteiten op de beursvloer zijn nagelwedstrijd, een modeshow met de nieuwe bedrijfskleding van Embron en trendpresentaties van verschillende merken.

Meer informatie:  
Beauty Live  
Tel. +49 (0)2824910124  
[www.messekalkar.de](http://www.messekalkar.de)



### Praktische informatie voor bezoekers

**Locatie:** Beurs- en congressentrum Kalkar  
**Adres:** Griether Str. 110-120  
D-475-46 Kalkar (Duitsland)  
**Data:** Zaterdag 22 t/m maandag 24 november 2014  
**Openingstijden:** 10.00 – 18.00 uur (maandag tot 16.00 uur)  
**Aantal exposanten:** 70  
**Tickets:** Gratis te bestellen via [www.messekalkar.de](http://www.messekalkar.de) en aan de deur  
**Toegang:** Uitsluitend op vertoon van KvK-nummer  
**Inclusief:** Drinkjes, warm en koud buffet, parkeren



live  
your passion  
for hair extension


**EURO★SOCAP.**  
HAIR EXTENSION


Exclusief importeur voor EURO SO.CAP.


**LISAP BENELUX BV**

Postbus 1046

6040 KA Roermond

 0475-342903

 [info@eurosocap.nl](mailto:info@eurosocap.nl)

 [www.eurosocap.nl](http://www.eurosocap.nl)

## “Het is precies geworden zoals ik voor ogen had”

Gewaagd, uniek en gezellig. Zo laat de Schiedamse kapsalon Huib van Kooij Haarstylisten zich het beste omschrijven na een grondige verbouwing door PAC Projects & Concepts. Dit ontwerp bureau is gespecialiseerd in winkel- en saloninrichtingen en wist ook in Schiedam precies de juist snaar te raken. Saloneigenaar Huib van Kooij vertelt.

Tien april 2013 is een dag die voor- goed in het geheugen van Huib gegrift staat. Op die datum ontstond er brand in zijn salon, veroorzaakt door een doorgebrande droger. Het vuur was snel geblust, maar de waterschade was enorm. Huib: “Wat een drama. Gelukkig stond het pand naast onze salon op dat moment vrij en bood de verhuurder ons deze ruimte kosteloos aan. Een ontzettend mooi gebaar. In dat pand hebben we vervolgens bijna een jaar gezeten. Een tijdelijke oplossing, want natuurlijk moest onze oorspronkelijke zaak flink verbouwd worden. De ravage was enorm.”



Huib van Kooij

### Uitgangspunt

Huib hoefde niet lang na te denken over de vraag wie hij voor dit project in de arm wilde nemen. Hij was al bekend met het werk van PAC. “Ik wist dat PAC ook de inrichting van veel andere salons had gerealiseerd. Maar de voorbeelden die ik op hun site zag, waren niet zozeer mijn smaak. Prachtige zaken, maar nogal modern en steriel. Eén zaak beviel me juist wel: Het Haartheater in Amsterdam. Deze salon werd mijn uitgangspunt. Samen met PAC-eigenaar Michael de Vuyst ging ik langs in Amsterdam om ideeën op te doen. Al gauw lag er een concreet plan op tafel.”

### Warm gevoel

Barok, jaren '50 & '60, natuur en hout: de Schiedamse zaak is uiteindelijk een mix geworden van diverse stijlen. Fusion dus, en Huib wist precies wat hij daarmee wilde bereiken: “Een zaak waar het altijd gezellig is, zelfs al ben je er de enige klant. Een interieur moet een hart hebben. Een warm gevoel oproepen.” De saloneigenaar maakte samen met PAC een paar onconventionele keuzes om dit voor elkaar te krijgen: “Zo koos



ik voor een groene wand. Even twijfelde ik: kon ik dit wel doen? Groen is een reflectiekleur, dat een vertekend beeld kan geven van een pas geverfde haarkleur. Gelukkig heeft dit goed uitgepakt, dankzij de juiste verlichting.”

### Vol verwachting

“Alles ging in goed overleg met PAC. Van tevoren kreeg ik 3D-tekeningen te zien. Maar het blijft natuurlijk altijd spannend. Je moet maar afwachten hoe het wordt,” vertelt

Huib. Maar de zenuwen bleken onnodig. Na een verbouwing van twee maanden stapte hij vol verwachting zijn salon binnen: “En ik zag dat het goed was. Ook van klanten kreeg ik enthousiaste reacties. Ze noemen het gezellig, maar toch trendy. Het is precies geworden zoals ik het voor ogen had.”

Meer informatie:  
PAC Projects & Concepts  
Tel. (0165) 52 88 79  
[www.pacprojects.nl](http://www.pacprojects.nl)





Fotografie: Wiranda Lund

Yvonne Struive: "Kappers die met KIS werken kunnen voor professionele trainingen binnenkort terecht bij een groothandel in hun eigen regio"

Als saloneigenaresse, educator en commerciële duizendpoot in de kappersbranche heeft Yvonne haar sporen allang verdient. "Twaalf jaar geleden verkocht ik mijn salon met veertien medewerkers omdat ik moeder werd en mijn volledige aandacht aan mijn kinderen wilde geven. Dat heb ik precies twee maanden volgehouden en toen kreeg ik toch weer de behoefte om ergens mijn tanden in te zetten. Voor de Amsterdamse vestiging van de Nederlandse Kappersakademie heb ik toen de avondopleiding opgezet en op die manier ben ik voor het eerst op een intensieve manier in aanraking gekomen met kapperseducatie."

"Na mijn periode bij NKA heb ik zes jaar als operationeel manager gewerkt voor Hizi Hair, waarvoor ik ook opleidingen en trendcollecties ontwikkelde. De stap die daarop volgde was de opzet en uitvoering van een trainingsprogramma voor het eigen merk van een van de grootste professionele groothandelsketens ter wereld. Het zwaartepunt lag hierbij op educatie van het speciaal voor de Nederlandse markt ontwikkelde eigen merk professionele kleuringen. Door toedoen van het Amerikaanse

moederbedrijf is dit merk kortgeleden van de Nederlandse markt gehaald om vervangen te worden door het wereldwijd gevoerde huismerk, wat voor mij reden was om naar iets nieuws uit te kijken."

"De mensen van Ministry of Beauty hebben in Nederland een voortrekkersrol gespeeld in de professionalisering van de groothandelswereld. Ik ken het MOB-team al jaren en de gesprekken om bij hen aan de slag te gaan waren slechts een formaliteit. Om deel te zijn van een bedrijf dat nog echt hart heeft voor de kappersbranche voelt voor mij als een warm bad. Het spreekt mij ook enorm aan dat zij het lef hebben om af en toe buiten de gebaande paden te treden en alles doen met passie voor de kappersbranche. Binnen het team van Ministry of Beauty voel ik me erg op mijn gemak, wat mij ook inspireert om alles uit de kast te halen om het studioprogramma van L'ANZA nog verder te perfectioneren en voor KIS een heel nieuw educatieprogramma ontwikkelen."

"Tot nu toe werden KIS-trainingen alleen op aanvraag verzorgd. Nu gaan we een stap verder. Bij vele Nederlandse groothandels zullen deze trainingen te volgen zijn, waar-

Ministry of Beauty (MOB) laat weten dat het educatieteam van KIS en L'ANZA is versterkt met de ervaren educator Yvonne Struive. Voor KIS gaat zij het huidige trainingsprogramma kritisch tegen het licht houden om dit nog verder te verbeteren met als doel de ontwikkeling van een compleet nieuw studio-programma. Deze KIS-trainingen worden niet alleen gegeven in de studio te Apeldoorn, maar ook bij verschillende andere Nederlandse groothandels. Dit leidt ertoe dat kappers die met KIS werken voor een seminar, look & learn of workshop voortaan terecht kunnen bij een groothandel in hun eigen regio. Alle L'ANZA-trainingen zijn uiteraard uitsluitend toegankelijk voor partnersalons van het exclusieve kappersmerk.

door kappers die met KIS werken altijd terecht kunnen op een locatie in hun directe omgeving. Uiteraard is dit een belangrijke stap in de verdere ontwikkeling van het merk KIS op

extra tandje bij te zetten. En dit geldt ook voor het hoge professionele niveau van het creatieve team van KIS en L'ANZA, dat in mijn ogen het beste van Nederland is. Het is voor

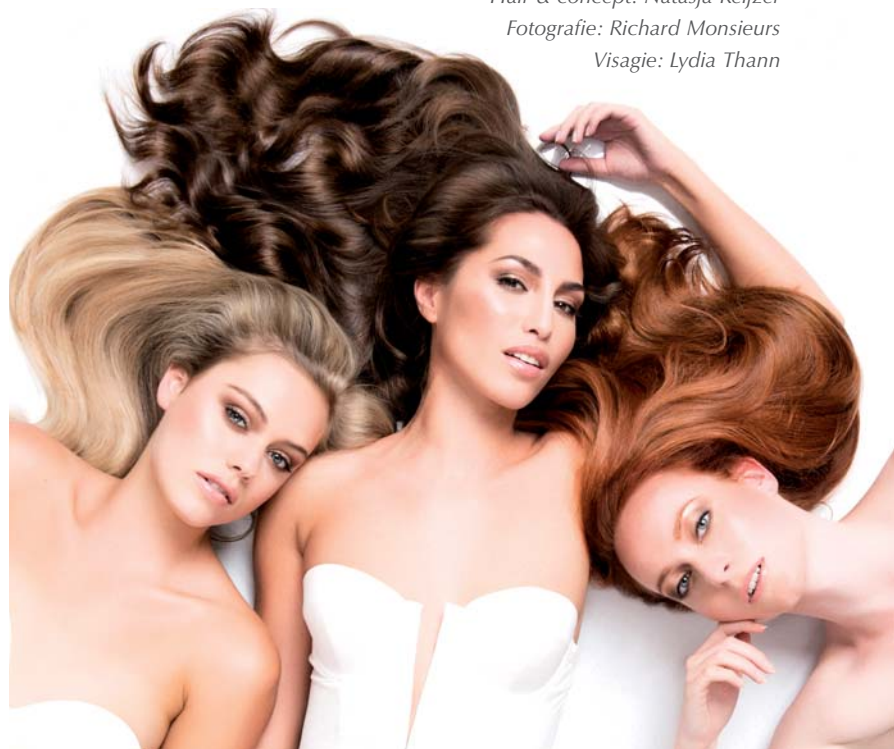
## "De trainingsprogramma's van KIS worden nog verder verbeterd en uitgebreid"

de Nederlandse markt. Het betekent dat kappers die hun producten bij een regionale groothandel inkopen voortaan gemakkelijk toegang hebben tot educatie. Geen enkel ander kappersmerk doet dit op dezelfde schaal en met dezelfde professionele opzet als KIS. De eerste trainingen zijn inmiddels gegeven en het was goed om te zien dat cursisten hier zeer enthousiast over waren. Dat geeft mij weer energie om nog een

mij een eer om met deze hair professionals te mogen samenwerken."

Voor meer informatie over de trainingsprogramma's van KIS by Kappers en L'ANZA Healing Haircare neemt u contact op met Ministry of Beauty via tel. (055) 5431111. Ook is het mogelijk om direct te mailen met Yvonne Struive via [yvonne@kappers.eu](mailto:yvonne@kappers.eu)

Hair & concept: Natasja Keijzer  
Fotografie: Richard Monsieurs  
Visagie: Lydia Thann





## In de wereld van Ruth Roche heeft Barbie echt haar



“Vervolgens heb ik op internet gezocht naar afbeeldingen van Barbies uit de jaren vijftig en deze stijl heb ik vertaald naar de nieuwe trendcollectie. Net als advertenties uit die periode heb ik gekozen voor vale achtergronden, éékleurige outfits en zeer geposeerde houdingen die doen denken aan de manier waarop Barbiepoppen bewegen. Verder heb ik er bewust voor gekozen om met één mannequin te werken, waardoor het lijkt alsof ze een Barbie is die verschillende looks krijgt aangemeten.”

Een uitgebreid portfolio en inspirerende 'how to do it'-video's van Ruth Roche zijn te vinden op de site [ruthroche.com](http://ruthroche.com). Een aanrader!

*Credits 'Barbie'*  
 Haar: Ruth Roche  
 Fotografie: Nico Iliev  
 Styling: Collen McCann  
 Visagie: James Vincent  
 Products: Pureology



**Het nieuwste project van de Amerikaanse hairstylist Ruth Roche draagt de veelzeggende naam 'Barbie'. De trendshoot is ontwikkeld in de stijl van de jaren vijftig, waarbij je kunt denken aan Barbie, Jackie Kennedy Onassis en de serie Mad Men.**

Als Artistic Ambassador is Ruth Roche verbonden aan Pureology Serious Colour Care. Wereldsterren als Mariah Carey, Pink en Lindsay Lohan behoren tot haar vaste klantenkring. “Een paar maanden geleden was ik wat modetijdschriften aan het doorbladeren en ik was geïntrigeerd door een Naomi Campbell-fotoshoot door Willy Vanderperre”, vertelt Ruth. “Ze was Jackie O.-achtig gestyled en de beelden deden me denken aan de Barbies die mijn zus vroeger had. Deze werden verkocht met vier pruiken die je over het 'echte' haar van Barbie kon plaatsen.”



it's time for

meqix

— READY, SET, SHAVE! —

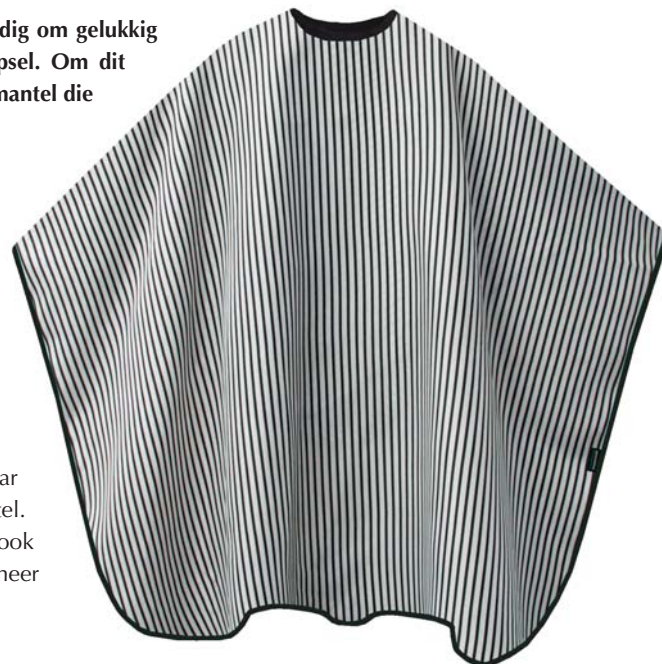
## Barber Cape: just for men

Volgens Trend-Design hebben mannen maar drie dingen nodig om gelukkig te zijn: echte vrienden, goede whiskey en een perfect kapsel. Om dit laatste te realiseren lanceert het bedrijf nu een stijlvolle kapmantel die uitsluitend is bedoeld voor heren.

De Barber Cape wordt geleverd in de maat XXL (145 x 170 centimeter), heeft een extra ruime opening voor de hals (wat erg handig is bij scheerbehandelingen!) en is voorzien van zes drukknopen. Het stoere streeppatroon zorgt voor extra karakter en de kapmantel is gemaakt van een zeer ademend materiaal, waardoor de mannelijke klant zich comfortabel voelt.

In de maand oktober is de Barber Cape exclusief verkrijgbaar bij Kappersgroothandel Koos van der Beek uit Leusden, tel. (033) 4946688. Vanaf 1 november is de herenkapmantel ook verkrijgbaar bij andere Nederlandse groothandels. Voor meer informatie en verkoopadressen neemt u contact op met:

Trend-Design GmbH,  
Tel. (+49) (0)522154900, [www.td-info.eu](http://www.td-info.eu)



— SLIMME TONDEUSE DETECTEERT DE HAARDIKTE EN PAST ZICH AUTOMATISCH AAN —

## ER-GP80 nieuwste paradepaardje van Panasonic

Panasonic introduceert de tondeuse ER-GP80, die is uitgevoerd met vele slimme snufjes. Een krachtige motor is gecombineerd met een ergonomisch, slank en lichtgewicht design.



De tondeuse weegt slechts 245 gram. In combinatie met een ergonomisch ontwerp zorgt dit lichte gewicht ervoor dat de kapper comfortabel kan werken, zonder dat spieren en armgewrichten onnodig worden belast. Ook de 'Soft Touch'-behuizing draagt bij aan het comfort en zorgt voor een optimale grip.

Andere belangrijke kenmerken van de tondeuse zijn het X-Taper Blade en de 'high performance' lithiumbatterij. De X-vormige snijkop verhindert het wegschuiven van het haar en verder is de snijkop in vijf stappen regelbaar van 0,8 tot 2 millimeter. Een speciale coating geeft de X-Taper een extra lange levensduur. Ook de lithiumbatterij is zeer duurzaam en milieuvriendelijk. Na

een oplaadtijd van een uur kan er gedurende vijftig minuten snoerloos gewerkt worden. Een indicator geeft aan in hoeverre de batterij is opgeladen en uiteraard kan de tondeuse zowel met als zonder snoer worden gebruikt.

Een laatste slimmigheid van de ER-GP80 betreft de toepassing van Advanced Sensor Technology (AST), die ervoor zorgt dat de tondeuse de haardikte als het ware 'leest' en de snelheid van de snijkop hier volledig automatisch op aanpast. Zelfs extreem dik haar is voor de tondeuse geen enkel probleem aangezien de motor tot 100.000 toeren per minuut kan maken.

De ER-GP80 is verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel en wordt geleverd inclusief een zeer compacte oplader en transformator, drie opzetkammen, een olieflesje en een reinigingsborstel.



▲ Nieuwe technologie zorgt ervoor dat de Panasonic ER-GP80 de haardikte 'leest', waarna de snelheid waarmee de snijkop beweegt automatisch wordt aangepast

Meer informatie en verkoopadressen:  
Anhairco NV,  
Tel. +32 (0)3 8873415,  
[mail@anhairco.be](mailto:mail@anhairco.be), [www.anhairco.be](http://www.anhairco.be)



*Mark Hayes: "Ik geef zo'n honderdtwintig presentaties per jaar in tien tot twaalf verschillende landen. Het gebeurt regelmatig dat ik in één jaar meer dan 300.000 kilometer afleg en toch is het 'Icons of the Hair Industry'-event in Amsterdam zelfs voor mij bijzonder. De opzet is zeer grootschalig en de hele ambiance is in één woord adembenemend"*

Op verschillende manieren is Mark Hayes verbonden aan Sassoon. Zo leidt hij de Sassoon Academy, staat hij bovenaan het team van de Sassoon-salons en is hij International Creative Director van het kappersmerk Sassoon Professional.

#### Adembenemend

"Omdat ik werk voor de verschillende 'takken' van Sassoon maak ik – uiteraard samen met collega's – vier trendcollecties per jaar en geef ik zo'n honderdtwintig presentaties per jaar. Shows zoals die van vanavond in Amsterdam zijn zelf voor

Voorafgaand aan het groots opgezette 'multi brand event' van Wella Company (zie hiervoor het redactionele artikel elders in deze uitgave) kreeg de redactie van De Kapper de kans om achter de coulissen een exclusief interview te houden met Mark Hayes, de Britse International Creative Director van Sassoon. Het gesprek vond plaats direct na de generale repetitie van de presentatie die hij enkele uren later zou geven voor het oog van 1.250 kappers. Mark bleek echter de rust zelve en nam ruim de tijd om te vertellen over de nieuwe spring/summer-collectie 'Prairie' en de tijd dat hij de wereld over reisde met de meest invloedrijke kapper aller tijden: Vidal Sassoon.

mij een uitzondering. De opzet is zeer grootschalig en het podium is één van de mooiste waarop ik ooit heb mogen optreden. Die hele ambiance is echt adembenemend."

#### Vintage America

"Vanavond presenteren we 'Prairie', de nieuwe collectie van The Sassoon Academy. Deze is geïnspireerd op 'vintage America', de stoere werkkleding van pioniers

mee op tournee, maar het eigenlijke 'hands on'- en podiumwerk liet hij aan zijn team over. Het was in die setting - waarin Vidal vooral de functie van coach vervulde - dat ik hem heb leren kennen."

#### Assistenten zijn de toekomst

"In die tijd had ik nog lang niet de positie die ik nu heb. Ik was één van de vele assistenten. Heel bijzonder was de manier waarop Vidal met

## "Vidal was a true gentleman"

die steeds verder naar het westen van de Verenigde Staten trokken en het ruige, onvergeeflijke woestijnklimaat. Hoewel de presentatie zeker theateraal van opzet is, draagt de collectie toch duidelijk de zo kenmerkende Sassoon-signatuur. Geometrisch vormen domineren de collectie, maar deze zijn uitsluitend het fundament. Doordat we verschillende stylingvarianten hebben bedacht, zijn er veel verschillende eindresultaten mogelijk. Voor de consument is het natuurlijk aantrekkelijk dat hij of zij met behulp van eenvoudige technieken zelf een hele nieuwe look kan creëren."

#### Coach

Op de vraag welke herinneringen hij heeft aan Vidal Sassoon antwoordt Mark Hayes: "Begin jaren zeventig startte ik met het geven van kappersshows en het verzorgen van trainingen. Vidal was toen al aan het afbouwen. Weliswaar ging hij vaak

assistenten zoals ik omging. Hij gaf je echt het gevoel belangrijk te zijn, was gemakkelijk toegankelijk en stelde iedereen in het team op zijn of haar gemak. Als er iets is dat ik van hem heb geleerd, dan is het wel dat je assistenten de toekomst zijn en dus je aandacht verdienen. Deze houding was ook zeer kenmerkend voor de persoon die Vidal was. Je zou misschien verwachten dat zo'n icoon van de internationale haarmodeindustrie in de loop der jaren harder en zakelijker zou zijn geworden, maar dat gold voor Vidal absoluut niet. Ik heb hem altijd als zeer voorkomend, zachtaardig en gevoelig ervaren. Hij was een 'gentleman' tot in iedere vezel van z'n lijf."

*Meer informatie:  
Wella Company  
Tel. (010) 3009350  
www.sassoon.com*

SOLINGEN  
**TONDEO**

**KNIPPEN &  
STYLEN VOOR  
CREATIEVE  
KAPSELS.**



**NIEUW**

Nu bij uw  
kappers-  
vakhandel

Echt professioneel gereedschap en een uitgebreid product-assortiment: Met klassiekers zoals de SIFTER, nieuwe modellen zoals de TRIANGLE en stylingtools zoals de CERION HOT BRUSH ondersteunen wij jouw creativiteit waar het maar kan. Vertrouw op TONDEO en op onze gereedschap voor creatieve kapsels.

**TONDEO knipt. TONDEO stylt.**



www.tondeo.nl · Facebook: TONDEO.Solingen

**NIEUW**

# A MATCH MADE IN BEAUTY

Word exclusief verkooppunt  
van Beauty By Dorien!



Beauty By Dorien is een revolutionaire huidverbeteringslijn met een bewezen verjongende werking. Onze lijn bestaat onder meer uit crèmes, scrubs, maskers en serums.

U weet als geen ander dat huid- en haarverzorging hand in hand gaan. Met het Nederlandse Beauty By Dorien in uw assortiment biedt u uw klanten de totale beauty-beleving die ze verdienen.

#### Uw voordelen

- Goede marges
- Vaste prijsstelling
- In kleine hoeveelheden afneembaar
- Exclusiviteit in uw vestigingsplaats
- Terugname bij geen enkele verkoop mogelijk
- Uw naam landelijk geadverteerd
- Hoogwaardig product van instituutkwaliteit

**LAAT OOK UW KLANTEN GENIETEN VAN DE  
WISSELWERKING TUSSEN STRALENDE HUID EN  
SCHITTEREND HAAR!**

Wordt u onze partner in beauty?

Bekijk onze producten op [www.dorienshop.nl](http://www.dorienshop.nl) en profiteer van deze unieke kans. Meer informatie? Neem contact op via [info@schonenbergbeauty.com](mailto:info@schonenbergbeauty.com) in Druten.

**Beauty**  
By Dorien

high-end cosmetica



## L'ANZA versterkt educatieteam met Petra van den Burg



Per 1 september heeft L'ANZA Benelux het educatieteam versterkt met lang haar-specialist Petra van den Burg. Komend najaar verzorgt Petra verschillende look & learns en masterclasses voor het exclusieve kappersmerk.

Petra is eigenaresse van twee kapen beautysalons met in totaal zestien medewerkers, heeft tweemaal een Coiffure Award gewonnen en beschikt over ruime ervaring in het verzorgen van presentaties en trainingen. "Styling met een flinke dosis glamour, een vleugje extra-

vagantie en lang haar-technieken zijn mijn specialiteit. L'ANZA heeft me behoorlijk wat creatieve vrijheid gegeven, waardoor ik tijdens de trainingen echt de diepte in kan gaan en deelnemende kappers daadwerkelijk kan inspireren en naar een hoger niveau kan tillen-

Uiteraard zijn ook mijn beide salon overgestapt op L'ANZA."

Op 3 november verzorgt Petra een look & learn in Apeldoorn, op 10 november geeft ze de masterclass 'Haute Coiffure' en op 17 november is er een look & learn in Antwerpen.

Meer informatie en boekingen:  
L'ANZA Benelux  
Tel. (055) 5431111  
[www.lanza.eu](http://www.lanza.eu)

## MAXIMAAL VOLUME, ZELFS VOOR DUN HAAR

### Angel Dust Attitude

Al enkele jaren wordt het Deense kappersmerk TronTveit op de Nederlandse markt vertegenwoordigd door het bedrijf HairMission Nederland van John en Monica Slegers. Nieuw in het assortiment is het parabenevrije stylingpoeder 'Angel Dust Attitude'.

Bijzonder aan het product is een volledig nieuw en gepatenteerd pompsysteem, waarmee een zeer fijne wolk wordt gecreëerd. Het resultaat is maximale kracht, volume en controle – zelfs voor dun haar. Dit is ook mogelijk doordat het stylingproduct niet vloeibaar is, maar een poedervorm heeft.

TronTveit heeft ruim twee jaar ontwikkelingstijd in Angel Dust Attitude geïnvesteerd en het product is voorzien van een opvallende rode verpakking. Op de achterzijde hiervan vindt u een QR-code, die rechtstreeks toegang geeft tot enkele inspirerende instructievideo's.



Meer informatie: HairMission Nederland,  
Tel. (0495) 493015, [www.trontveit.com](http://www.trontveit.com)

ADVERTENTIE

BEN JIJ  
GEKNIPT VOOR  
DE ÉCHTE  
KAPPER?

Praat mee via [facebook.com/deechtekapper.nl](https://www.facebook.com/deechtekapper.nl) of  
meld je aan als échte kapper [www.deechtekapper.nl](http://www.deechtekapper.nl)



— SNEL VERANDERENDE WERELD INSPIRATIEBRON VOOR STERKE SEIZOENSCOLLECTIE —

## Re-Birth: herfst/wintercollectie van Bert de Zeeuw

'Re-Birth' is de nieuwe trendcollectie van Bert de Zeeuw voor het seizoen herfst/winter 2014-2015. De collectie is niet alleen bijzonder vanwege de fantastische beelden en de 'fashion professionals' die eraan hun bijdrage hebben geleverd, maar ook omdat het Berts eerste collectie is als lid van het Artistic Team van Redken.

Inspiratie voor Re-Birth werd gevonden in de huidige maatschappij, die sneller verandert dan ooit tevoren en waarin veel mensen de behoefte hebben om zichzelf opnieuw te ontdekken. De naam 'Re-Birth' is dan ook zeker geen toevaligheid.

"Bewust omgaan met de wereld om ons heen, volledig uitgaan van je individuele kracht en stijl, niets voor lief aannemen maar heel bewust omgaan met de belangrijke personen en gebeurtenissen in je leven: dit zijn allemaal zaken waar veel mensen tegenwoordig behoefte hebben", vertelt Bert. "Samen met mijn team heb ik een collectie ontwikkeld die deze tendens vertaalt naar haartrends. Het resultaat hiervan is een gevarieerde collectie, die de persoonlijkheid van de

modellen krachtig naar voren laat komen. Een nauwkeurige afstemming van texturen, kleuren en vormen op de gezichtsvorm van het individu: het komt allemaal tot uitdrukking in Re-Birth."

Meer informatie:  
People Behind The Mirror  
Tel. (0318) 622821  
[www.peoplebehindthemirror.nl](http://www.peoplebehindthemirror.nl)



### People Academy

Kortgeleden is Bert de Zeeuw zijn eigen opleidingsinstituut voor kappers gestart. People Academy is merkonafhankelijk en toegankelijk voor alle kappers die geïnspireerd willen worden en zichzelf verder willen ontwikkelen. Een volledig overzicht van alle cursussen voor komend najaar is te vinden op [www.peopleacademy.peoplebehindthemirror.nl](http://www.peopleacademy.peoplebehindthemirror.nl)

#### Credits Re-Birth

Haar: Bert de Zeeuw & Creative Team People Behind The Mirror  
Fotografie: Brenda de Vries  
Make-up: Beni Durrer  
Styling: Xandra Brood  
Modellen: Tutti Models & Mod.S Agency  
Producten: Redken

# Salon Ambience

MADE IN ITALY 



**mirage**  
 WU/110/B (Sky 60-62)  
 elektrisch verstelbare voetsteun  
~~€ 2.099~~  
**€ 1.391,52**  
 WU/111/B  
~~€ 2.229~~  
**€ 1.069,92**

**-52%**



**titanium**  
 MI/140-06  
~~€ 1.069~~  
**€ 513,12**

**-52%**



**-52%**

**kubik**  
 SH/780-4 (Sky 67-68)  
~~€ 1.199~~  
**€ 575,52**

Kijk op onze site  
[www.salonambience.com](http://www.salonambience.com)  
 of bij uw grossier!

info@salonambience.nl  
 tel +31(0)15 2577171  
 - fax +31(0)15 2575579

 salonambiencegroup  salonambience

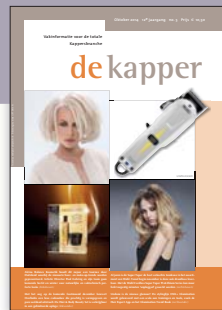
Vraag gratis info aan:

## CompleteSalonSoftware.nl

Online afsprakenboek, afrekenstelsysteem, pinkoppeling, marketing, overzichten, boekhoudkoppeling en meer.



DA VINCI SALONAUTOMATISERING.NL



de kapper



[www.twitter.com/kapper\\_biz](http://www.twitter.com/kapper_biz)

[www.facebook.com/vaktijdschriftdekapper](http://www.facebook.com/vaktijdschriftdekapper)

**e-kwip**

**EOP FS**

**NIEUW**  
 verstelbare  
 schroef

- Ergonomisch handvat, dit zorgt voor een ontspannen werkhouding en voor de bescherming van spieren en gewrichten.
- **NIEUW:** FS-Flat, verstelbare schroef
- Afneembare pinksteun
- Maten: 5", 5,5", 6"
- Ook in coupe (40 tanden) 5.5"



Verkrijgbaar bij alle gekwalificeerde dealers - [www.haaro.eu](http://www.haaro.eu)





Er moet nog een gaatje gedicht worden in de landsbegroting en daar is een mogelijkheid voor gevonden. Namelijk de afschaffing van het lage btw-tarief. Wanneer je dat doet voor alle goederen en diensten die nu onder het lage tarief vallen, levert dat zo'n tien miljard euro op.

het probleem zijn we het snel eens, maar wat mij betreft is het lage btw-tarief daarvoor geen echte, noch een eerlijke oplossing.

Hoe leg je aan een metselaar die duizend stenen per dag weglegt uit dat zijn werk belast wordt met 21% en dat van u met 6% omdat uw werk arbeidsintensief is? Dat van hem niet? Werk je in een gemengd beautybedrijf met kappers en schoonheidsspecialisten, is dat van u met 6% belast en dat van uw collega met 21%? Ben je toevallig een konijn dan is je voer belast met 6% en heb je de pech dat je een cavia bent, moet je 21% aftikken. Koop je een E-book op CD of memorstick dan betaal je 6%, maar download je dit zelfde E-book betaal je 21%. Snapt u het nog?

Alle geleerden zijn het trouwens wel redelijk met elkaar eens. Ongelijke btw-tarieven verstoren de markt en daarmee de economie. Ooit is het bedacht (zeker bij eerste levensbehoeften) om inkomens meer gelijk te houden, maar ook dat argument gaat niet meer op. Rijk profiteert net zo hard als arm van een lage

btw. Bovendien, wat zijn nog eerste levensbehoeften? Ik denk dat als je vandaag de dag iemand vraagt te kiezen voor zeven dagen eten en geen mobiele telefoon, of zes dagen eten en wel een mobiele telefoon, de keuze snel gemaakt is in het voordeel voor een dagje lijnen.

Terug naar het probleem. Dat gaat namelijk niet over het konijn, noch

tig voor de burens. Treed vervolgens hard op tegen garagebox-overtreders. Loonkosten: verlaag met een deel van je btw-opbrengst het werkgeversdeel van de loonkosten en een stuk inkomstenbelasting. Ofwel maak arbeid minder duur. En als je dan toch bezig bent, ook meer flexibel. Resultaat: een eerlijk speelveld – en een speelveld dat uitstekend is voor de werkgelegenheid. Mijn advies:

## Bent u liever een cavia of een konijn?

Los van deze enorme extra opbrengst, levert het ook een besparing op in het extra werk dat voortkomt uit btw-verschillen. Deze besparing wordt becijferd op een slordige honderd miljoen euro.

Nu hoor ik u denken: "dat kan niet, dat mag niet, want dan hebben we een probleem." Dat klopt, echter het probleem is ongelijke concurrentie met zwartwerkers, beter bekend als onze beunhazen. Het verschil met hen zou dan op prijs gemakkelijker groter worden, met als mogelijk gevolg banenverlies.

Echter als je probeert op iets meer afstand naar deze zaak te kijken, is het volgens mij toch anders. Over

over de cavia, maar over de beunhaas. Dat aanpakken zou toch slimmer moeten kunnen. Huisvesting: stop met het accepteren van een nieuwe KvK-inschrijving op een pand met als gemeentebestemming wonen. Iets wat je direct in het kadaster kan controleren. Dat is goed tegen de leegstand van bedrijfspanden en pret-

durf een cavia te zijn en ga voor de aanpak van het echte probleem!

*Reageren op deze column is mogelijk door een e-mail te sturen naar [pklappe@bnfgroep.nl](mailto:pklappe@bnfgroep.nl) of te bellen naar B&F Groep in Oss, tel. (0412) 629111. Aanvullende informatie is ook beschikbaar op [bnfgroep.nl](http://bnfgroep.nl)*

## WERELDBEROEMD KAPPERSDUO TE GAST IN L'ACADEMY

### Seminars van Oscar en Wendy Bond!

**Het echtpaar Oscar en Wendy Bond behoort tot de bekendste en meest succesvolle kappers ter wereld. Op 16 en 17 november brengen ze een bezoek aan ons land en zijn ze te gast in L'Academy, het opleidingscentrum van L'ANZA Benelux in Apeldoorn.**

Al jarenlang zijn Oscar en Wendy de belangrijkste creatieve en educatieve kracht achter L'ANZA USA. Ook zijn ze de grondleggers van de L'ANZA Bond Academy in New York City en schreven ze in 2010 een North American Hairstyling Award op hun

naam, die beschouwd mag worden als de belangrijkste kappersprijs ter wereld.

Op 16 november verzorgen Oscar en Wendy een look & learn van de nieuwste knip-, kleur- en styling-

technieken. De dag erna wordt in Apeldoorn een workshop gehouden onder leiding van Oscar en Wendy, waarbij L'ANZA-kappers zelf aan de slag gaan. L'ANZA wijst erop dat kappers een duo-ticket voor beide dagen of een ticket voor één van beide dagen kunnen boeken. Neem hiervoor contact op met:

L'ANZA Benelux  
Tel. (055) 5431111  
[www.lanza.eu](http://www.lanza.eu)



## 'Shades' is een spannend spel tussen schaduw en licht

Gezamenlijke Nederlandse Kappers (GNK) presenteerde op maandag 29 september de nieuwe trendcollectie 'Shades' voor herfst/winter 2014-2015. Kenmerkend voor de coupes zijn meerdere rondgeknipte lagen die beweging in het haar brengen en zorgen voor een spannend spel tussen licht en schaduw. Deze techniek wordt gecombineerd met een natural styling en nieuwe, uitgesproken kleuren.



Tweemaal per jaar wordt de Nederlandse Haarlijn ontwikkeld door GNK, een samenwerkingsverband waarin de ANKO, FNV Mooi en CNV Vakmensen verenigd zijn. Daarnaast wordt de ontwikkeling en 'live presentatie' van De Haarlijn mogelijk gemaakt door de sponsors L'ANZA Healing Haircare, KIS van Kappers, Farouk Systems en Alter Ego.

### Trend was nog nooit zo natuurlijk

Belangrijke inspiratiebronnen voor 'Shades' waren het straatbeeld en de eigen, natuurlijke valling van het haar. Nooit eerder was de trend zo natuurlijk aldus GNK en juist daarom zijn vaktechnisch perfect geknipte, gekleurde en gestylde coupes komend seizoen een must.

### Nieuwe techniek zorgt voor veel beweging

De belangrijkste nieuwe kniptechniek van 'Shades' is een techniek waarbij rond geknipte lagen de rondingen van het hoofd volgen en dit sterk gecentreerd vanuit één punt in het midden. De lagen die met deze techniek ontstaan zorgen automatisch voor meer textuur, een natuurlijke gloed en veel beweging.

### Spectaculaire kleuren

Het kleurbeeld van 'Shades' is ronduit spectaculair. Petrolblauwe accenten worden bijvoorbeeld aangebracht op een basis van gloedvol koper en ijskoude blondtinten worden gecombineerd met mintgroen en roze. Met andere woorden: de pasteltrend is ook komende herfst en winter nog steeds springlevend!

*Meer informatie:*

*Gezamenlijke Nederlandse Kappers  
www.kappersite.nl*

## “Ammonia vrij betekent niet schade vrij”

Al meer dan vijftig jaar wordt ammonia gebruikt in permanente haarkleuringen. In de afgelopen jaren deden er veel negatieve verhalen de ronde over deze stof. Zo zouden haarkleurproducten met ammonia schadelijker zijn voor het haar dan haarkleurproducten die gebaseerd zijn op alternatieve ingrediënten zoals Monoethanolamine (MEA). Uitgebreid wetenschappelijk onderzoek door Wella Professionals heeft uitgewezen dat dit een fabeltje is.

In het onderzoek heeft Wella Professionals zowel ammonia als enkele alternatieve stoffen (waaronder MEA) wetenschappelijk getest. Hieruit kwam naar voren dat wanneer ammonia in permanente haarkleuringen wordt gebruikt het niet noodzakelijkerwijs schadelijker is dan MEA. Sterker nog; ammonia kan juist de minst schadelijke optie zijn. Dit komt doordat er een lagere concentratie ammonia nodig is dan MEA om dezelfde kleurresultaten te behalen. Ammonia verdampt snel (vandaar de sterke geur), dus het is maar voor een relatief korte periode in het haar en heeft dus minder tijd om eventueel schadelijk te zijn.

Bijzonder aan het onderzoek is dat de conclusies volledig worden erkend door het Institute of Trichologists, de meest vooraanstaande (en langst bestaande) organisatie voor haarkunde ter wereld. Marilyn Sherlock, voorzitter van de Raad van Bestuur van het Institute of Trichologists, licht toe: “De haarkleurproducten met ammonia die Wella Professionals produceert ondergaan



enorm veel onderzoek, wat zorgt voor productbetrouwbaarheid en kwaliteit. Bovendien toont het onderzoek aan dat ammonia niet schadelijker is dan enige ander alkalisch ingrediënt, dus wij bevestigen de stelling “ammonia vrij is niet schade vrij”.

Meer informatie: Wella Professionals,  
Tel. (010) 286 35 441, [www.wellacompany.nl](http://www.wellacompany.nl)

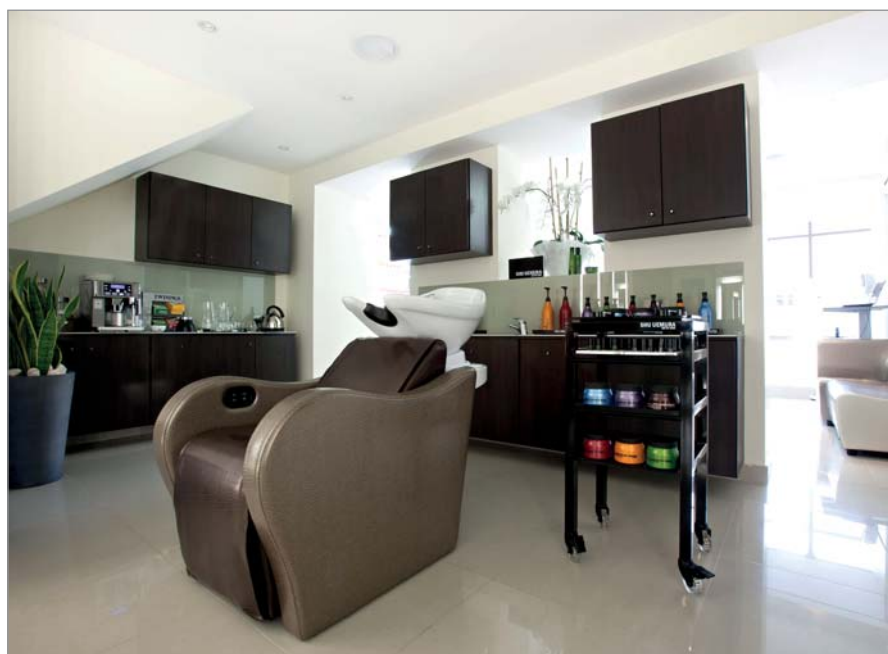
— ITALIAANSE MEUBELDESIGNERS ONTWERPEN OOK VOLLEDIGE SALONINRICHTINGEN —

## Ontwerpteam Salon Ambience staat voor u klaar!

Salon Ambience behoort tot de grootste producenten van salonmeubilair ter wereld. Minder bekend is dat het designteam van het Italiaanse bedrijf ook complete saloninrichtingen ontwerpt. Door deze werkwijze lopen de stijl van het meubilair en de salon zelf prachtig in elkaar door en ontstaat een uitgebalanceerd totaalbeeld.

Pim Stuij van Salon Ambience Benelux benadrukt dat de Italiaanse designers ook klaar staan voor Nederlandse saloneigenaren met (ver)bouwplannen. “Het systeem is even doeltreffend als eenvoudig. Kappers gaan naar één van de Nederlandse regio-dealers van Salon Ambience, die te vinden zijn op onze website. Vervolgens wordt in goed onderling overleg een ontwerpproces gestart. De eisen en wensen worden doorspeeld naar het ontwerpteam in Italië, die hun plannen presenteren in een 2D- en 3D-tekening en een zogeheten fotorendering. Deze geeft een fantastische en zeer levensechte impressie van het uiteindelijke resultaat.”

“Uiteraard zijn er tijdens het ontwerpproces nog volop mogelijkheden om wijzigingen door te voeren en voor Nederlandse saloneigenaren is het ook goed om te weten dat de regio-dealer uw enige contactpersoon is. Vanzelfsprekend hoeft u niet zelf contact met Italië te onderhouden. Wat dat betreft wordt het hele traject – van de eerste schetsen tot de definitieve oplevering en aftersales – voor onze rekening genomen. En dat Italiaanse designers weten hoe ze tot een indrukwekkende, praktische en oogstrelende saloninrichting moet komen behoeft waarschijnlijk geen toelichting. Ter inspiratie tonen we u graag mooie projecten die in de afgelopen tijd zijn opgeleverd!”



Neem voor meer informatie contact op met:  
Salon Ambience Benelux  
Tel. (015) 2577171  
[www.salonambience.com/nl](http://www.salonambience.com/nl)

Salonnet

SalonNet, de meest gebruiksvriendelijke en betaalbare oplossing voor uw Salon



€ 30,- p.m.

[www.salonnet.nl](http://www.salonnet.nl)

Overtuig uzelf, download GRATIS een demo

SalonNet  
Schoolweg 15 - 3959 AW Overberg - T. +31 (0)343-758 252 - M. +31 (0)6-51 39 42 47  
E. [info@salonnet.nl](mailto:info@salonnet.nl) - W. [www.salonnet.nl](http://www.salonnet.nl)



- Grensoverschrijdende beurs
- Meer dan 6000 m<sup>2</sup> beursoppervlakte
- Platform om uw netwerk te onderhouden en uit te breiden

Beauty  Live

Wellness • Nails • Cosmetics • Hair • Fitness



22 - 24 november 2014

[www.messekalkar.de](http://www.messekalkar.de)

[gianna.koster@messekalkar.de](mailto:gianna.koster@messekalkar.de)

Tel. 0049-2824-910124

Vakbeurs voor cosmetica, wellness, manicure, pedicure, kappersbenodigdheden en fitness

**Openingstijden:**

**zaterdag** van 10.00 – 18.00 uur

**zondag** van 10.00 – 18.00 uur

**maandag** van 10.00 – 16.00 uur

 **messekalkar**  
www.messekalkar.de

“VOLOP MOGELIJKHEDEN VOOR SPECIALE BEHANDELINGEN IN DE SALON”

## Tweedaags Aerorazor-event maakt kappers enthousiast over snijtechnieken

Vijf jaar geleden werd de ‘Aerorazor’ gelanceerd, een slimme multifunctionele tool die kappers volop mogelijkheden biedt om haar op snelle, veilige en eenvoudige wijze te snijden. Eind september organiseerde producent Aerotools voor het eerst een evenement, waarbij deelnemende kappers uitleg kregen over alle vaktechnische en commerciële mogelijkheden die de Aerorazor te bieden heeft. Het event vond plaats op een originele locatie: het terrein van meubelontwerper Piet Hein Eek in designstad Eindhoven.



Thijs Moons is de bedenker en ontwerper van de Aerorazor

De Aerorazor is volledig bedacht en ontworpen in Nederland. Industrieel vormgever Thijs Moons stond aan de basis en samen met Maaïke van Winsen werkt hij er hard aan om kappers te enthousiasmeren over de tool. Om dit doel ook internationaal te bereiken is er een samenwerking met de befaamde Amerikaanse hairstylist William Whatley, die de Aerorazor – ook in Nederland – weer een stevige impuls heeft gegeven.

### Fearless Razor Cutting

Het Aerorazor-event bestond uit een

look & learn van William Whatley op 28 september en een uitgebreide ‘hands-on’-sessie de dag erna. Thijs Moons: “Veel kappers hebben angst om haar te snijden in plaats van te knippen. Het omzetten van deze angst in enthousiasme is het belangrijkste doel van dit tweedaagse evenement en het door ons ontwikkelde stappenplan ‘Fearless Razor Cutting’. Dat is uitstekend gelukt, want ik ben er zeker van dat alle deelnemende kappers in de praktijk actief aan de slag gaan met de Aerorazor.”

### Omzetting

Maaïke van Winsen voegt hieraan toe dat de Aerorazor niet alleen nieuwe creatieve en technische mogelijkheden biedt, maar ook nieuwe commerciële kansen: “Fearless Razor Cutting is een totaalconcept, waar behalve snijtechnieken ook stylingtechnieken deel van uitmaken. De opties zijn dusdanig groot, dat het voor kappers zeker mogelijk is om voor Aerorazor-behandelingen wat extra’s te rekenen. Salon die hiermee aan de slag zijn gegaan hebben een omzetting van twintig procent gerealiseerd. Zeker in deze tijd is dat natuurlijk een prachtig resultaat.”

### YouTube-kanaal

“In de periode voorafgaand aan de



Speciaal voor het Aerotools-event bracht de Amerikaanse hairstylist William Whatley een bezoek aan ons land

introductie van Aerorazor kwamen we erachter dat er voor kappers eigenlijk nauwelijks trainingsprogramma of step-by-stepvideo’s bestaan die gericht zijn op het snijden van haar. Daarom beschikt Aerorazor nu over een eigen kanaal op YouTube, waar kappers volop praktische tips en instructievideo’s vinden. Ook dit blijkt een effectieve methode om Fearless Razor Cutting in binnen- en buitenland meer bekendheid te geven. Met grote regelmaat wordt er nieuwe content op het YouTube-kanaal geplaatst, wat voor Aerorazor-kappers natuurlijk een geweldige bron van inspiratie is.”

### Abonnement

Nieuw is dat de Aerorazor wordt aangeboden in combinatie met een abonnement, waardoor de kwaliteit van kappers die met de tool werken is gegarandeerd. Thijs Moons: “Er zijn verschillende abonnementsvormen. Met het Aero Essential-abonnement van € 39,- per maand volgt de kapper drie cursussen per jaar en wordt de Aerorazor geleverd inclusief twintig

doosjes mesjes. Ook bieden we twee uitgebreidere abonnementsvormen aan. De precieze inhoud hiervan is te vinden op onze website.”

Meer informatie:  
Aerotools BV  
Tel. (0840) 032650  
[www.aerorazor.com](http://www.aerorazor.com)

De Aerorazor wordt geleverd met vier verschillende opzetstukken



## Lisap Benelux presenteert haarmodetrends van Italiaanse catwalks in Roermond

In de afgelopen jaren heeft Lisap Benelux flink aan de weg getimmerd. Een nieuwe stap werd eind september gezet met de organisatie van een eigen trendpresentatie. Het event vond plaats in Theaterhotel De Oranjerie in Roermond waar de Italiaanse topstylisten Johnny Almagno en Susy Micillo de nieuwe herfst/wintercollectie 'Be Darer' tot leven brachten.



▲ *Vlechtwerk hoeft niet veel tijd in beslag te nemen. Johnny Almagno demonstreert dat binnen 'no time' prachtige elegante coupes worden gecreëerd door slimme technieken toe te passen*

Johnny en Susy vormen al vier jaar een creatief duo en voor het merk Lisap Milano reizen ze de halve wereld af om de nieuwste knip-, kleur- en stylingtechnieken aan kappers over te brengen. Daarnaast is Johnny eigenaar van een salonketen en heeft hij zijn eigen academie in Rome.

Speciaal voor het 'Be Darer'-evenement brachten Johnny en Susy een bezoek aan ons land en doordat ze intensieve contacten met de Milanese mode-scene onderhouden konden de aanwezige kappers er zeker van zijn dat de gepresenteerde haarstijlen rechtstreeks afkomstig waren van de Italiaanse catwalks.

### Vlechten

Zeer elegant waren de gevlochten coupes en Johnny demonstreerde 'on stage' dat vlechtwerk niet eens zoveel tijd in beslag hoeft te nemen wanneer je de juiste technieken hanteert. Binnen enkele minuten creëerde hij op deze manier zeer vrouwelijke



Johnny Almagno

coupes, die zeker niet zullen mistaan op een gala-avond of luxe cocktailparty.

### Straighten

Andere technieken die het duo presenteerde waren sterk gelaagde kapsels die vervaardigd werden met behulp van straighteners en haarlak. Susy benadrukte dat lang niet iedere haarlak geschikt is om te gebruiken in combinatie met een stijltang. Lisap Milano heeft echter verschil-

lende sprays in het assortiment die het haar beschermen tegen de hitte, waardoor hiermee prachtige effecten vervaardigd kunnen worden.

### Tie-ribs

Een andere praktische tip die Johnny en Susy het publiek aan de hand deden, was het werken met tie-ribs, die je in iedere doe-het-zelf-zaak kunt kopen. De kunststof klemmetjes zijn perfect om een passé tijdelijk op zijn plek te houden. Na behandeling van de passé worden de tie-ribs eenvoudig verwijderd door ze over het haar heen te schuiven.

Meer informatie: Lisap Benelux  
Tel. (0475) 342903, [www.lisap.nl](http://www.lisap.nl)



Susy Micillo

### Verdere uitbreiding Absolute 3

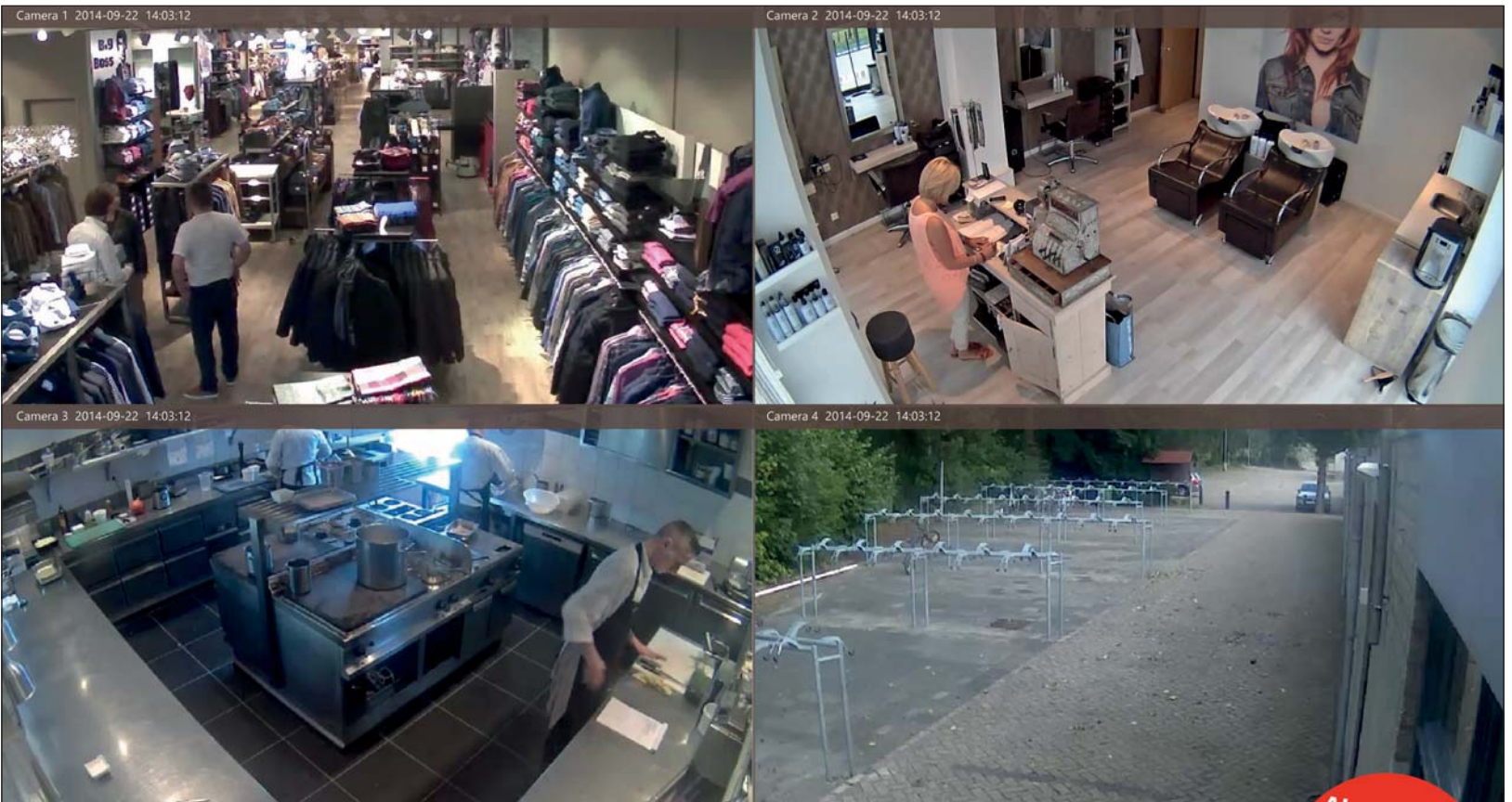
*Absolute 3 is de ammonia-, ppd-, en resorcinolvrije permanente haarkleur van Lisap Milano. Deze is kortgeleden uitgebreid met de modetinten mokka en macadamia. Het totaal aantal nuances komt hiermee uit op vijftig. Absolute 3 onderscheidt zich door een milde productformule, die het haar tijdens het kleuren beschermt en hydrateert. De ontwikkeling van de haarkleur wordt pas in gang gezet nadat het product op het haar is aangebracht. Hierdoor gaan er geen kleurmoleculen verloren en garandeert Absolute 3 een intense kleur met honderd procent grijsdekking.*

NIEUW  
Panasonic  
ER GP80

Verkrijgbaar  
bij uw groothandel



Invoerder: [www.anhairco.be](http://www.anhairco.be)



[eenveiliggevoel.nu](http://eenveiliggevoel.nu)

**Uw onderneming in beeld?**

Abonnement op Camerabeveiliging vanaf € 29,95 per maand

Een Veilig Gevoel B.V. T 088 555 48 88 E [info@eenveiliggevoel.nu](mailto:info@eenveiliggevoel.nu) I [www.eenveiliggevoel.nu](http://www.eenveiliggevoel.nu)

Door de toenemende behoefte van onze unieke diensten zijn wij op zoek naar nieuwe mensen. Bekijk onze website.

Abonnement  
op  
Alarminstallatie  
vanaf € 59,95  
per maand



Marie-Anne Heuker of Hoek-Rog is zonder twijfel één van de meest succesvolle zakenvrouwen in de Nederlandse kappersbranche. Dit is extra bijzonder wanneer je bedenkt dat ze wegens ernstige rugklachten ooit volledig werd afgekeurd en tussen de bedrijven door ook nog drie kinderen grootbracht. Kortgeleden heeft ze besloten haar bedrijven te verkopen en het wat rustiger aan te gaan doen. Marie-Anne blijft echter actief in de branche met haar extensionsalon Villa Capelli Haarverlengingen, die onlangs zijn deuren opende. Vaktijdschrift De Kapper ging een kijkje nemen in Haaksbergen (bij Enschede) en concludeerde dat Marie-Anne ook dit project heeft opgezet op de manier waarop ze altijd gewerkt heeft: niets is aan het toeval overgelaten en zelfs de kleinste details zijn tot in perfectie uitgevoerd.

Marie-Anne heeft altijd keihard gewerkt om haar extensiongroothandel Beauty Hair Extensions en haar merk Great Hair Extensions groot te maken. Hoewel Marie-Anne hier voorlopig nog bij betrokken blijft, heeft ze zowel de groothandel als Great Hair Extensions kortgeleden verkocht. In de komende uitgave stelt vaktijdschrift De Kapper de nieuwe eigenaresse aan u voor.

#### Vaste klanten

“Het was voor mij echt tijd om een stapje terug te doen, maar tegelijkertijd wil ik wel contact blijven

houden met de mensen die in veel gevallen al jarenlang klant bij me zijn. Met velen van hen heb ik echt een persoonlijke band. Ik ben bij hun huwelijk geweest, heb de geboorte van hun kinderen meegemaakt en ga zo maar door. Dat contact zou ik voor geen goud willen missen.”

#### Rustige sfeer

“Al twee jaar geleden hebben we de grond gekocht waarop Villa Capelli is gebouwd. De locatie is prachtig gelegen in een landelijke omgeving. Alleen daardoor al straalt de salon rust en een ‘wellness-gevoel’ uit. Aanvankelijk stonden er op het perceel wat vervallen boerenschuren, maar deze zijn allemaal afgebroken en Villa Capelli is dus gevestigd in

ook een enorm succes. Het wordt in steeds meer landen verkocht en de nieuwe verpakkingen van 2,5 ml (ter aanvulling op de al langer bestaande 4,5 ml-verpakkingen) slaan uitstekend aan.”

#### Intieme sfeer

“De inrichting van Villa Capelli is gerealiseerd in samenwerking met Harmeling Interieurs en ik ben erg

## “Met Villa Capelli kies ik echt voor mezelf”



een pand dat de sfeer van vroeger uitstraalt, maar volledig nieuw is gebouwd.”

#### Estee Paris

“Behalve mijzelf bestaat het Villa Capelli-team uit mijn zestienjarige dochter Jill en extensionspecialist Oslem, die bij Beauty Hair Extensions al jarenlang voor me gewerkt heeft en die beschouwd mag worden als één van de beste extensionkappers van Nederland.”

“Zelf blijf ik nog minimaal zes maanden voor Beauty Hair Extensions en Great Hair Extensions werken om de overgangsfase voor de nieuwe eigenaresse zo gemakkelijk mogelijk te maken. Daarna richt ik me volledig op Villa Capelli en het wimperverlengingsmerk Estee Paris, waarvan ik de producent ben. Estee Paris heb ik helemaal vanaf het allereerste begin opgezet, dus daar wil ik voorlopig nog geen afstand van nemen. Commercieel gezien is het merk

tevreden over het eindresultaat. Ik ben echt gegaan voor een huiselijke, intieme sfeer waardoor klanten zich helemaal thuis voelen. Om dit te bereiken heb ik bijvoorbeeld gekozen voor een leefkeuken en mooie grote ramen, waardoor de salon een lichte en ruime uitstraling heeft.”







### Commerciële kansen liggen voor het grijpen

Op de vraag of er wel voldoende mogelijkheden zijn om de benodigde omzet te behalen door uitsluitend verlenging- en volumebehandelingen aan te bieden geeft Marie-Anne een duidelijk antwoord: "Zowel voor leveranciers als voor salons liggen de commerciële kansen nog steeds voor het grijpen. Voorwaarde is wel dat je

Die tijden liggen natuurlijk allang achter ons en Villa Capelli biedt consumenten een breed pakket aan behandelingen. De prijs van een behandeling wordt bepaald door het merk, de lengte en het aantal extensions. Voor een volledige verlenging met Great Hair Extensions - inclusief wassen, knippen en föhnen – reken ik vanaf € 275,- ex btw. Met een wat goedkoper merk kom je voor dezelf-

### Profiel Villa Capelli

**Bestaat sinds:** mei 2014  
**Locatie:** Haaksbergen  
**Specialiteit:** Extension- en volumebehandelingen  
**Merken:** Great Hair Extensions, DiBiase Hair, Dante Couture (haarverlenging in één minuut), Balmain Hair, ISO Professional

het echt professioneel aanpakt. Bij Villa Capelli heb ik van alle merken waarmee ik werk een uitgebreide voorraad. Klanten hebben dus de keuze uit alle kleuren en het zal mij echt niet gebeuren dat ik van een bepaald product de door de klant gewenste tint niet op voorraad heb. Verder heeft mijn team de technische kant van het werken met extensions uitstekend onder de knie. Dat is natuurlijk een eerste voorwaarde om de klant tevreden te stellen, maar toch ben ik in de loop der jaren heel wat mensen tegengekomen bij wie een verlenging bij hun vaste kapper hopeloos was mislukt. Als je daar als salon verantwoordelijk voor bent, kun je in mijn ogen beter helemaal niet met extensions beginnen."

### Prijzen

"Begin jaren negentig kwamen de eerste extensions op de markt en het was toen nog een zeer kostbaar product dat slechts voor een beperkte groep consumenten bereikbaar was.

de behandeling uit op een bedrag vanaf € 190,- en volumebehandeling met vijftig extensions bieden we al aan vanaf € 95,-."

### Grote verschillen tussen de merken

"Als ik naar de toeleveranciers, merken en producenten van hairextensions kijk, dan weet iedereen denk ik wel dat verschillende van hen een



moeilijke tijd doormaken. Dat vind ik eerlijk gezegd niet zo verwonderlijk, want in veel gevallen gaan ze ieder jaar opnieuw in prijs omhoog en rekenen ze kapitalen voor hun opleidingen. Op het hoogtepunt van de extensionhype kon je daar als leverancier misschien nog mee wegkomen, maar er zijn nieuwe spelers op de markt gekomen die dezelfde kwaliteit leveren als de gerenommeerde merken van oudsher en die een veel hoger serviceniveau bieden aan de salons die klant bij hen zijn.

Uit ervaring kan ik iedere kapper die met extensions werkt of plannen in die richting heeft dan ook aanraden om goed te bestuderen wat de verschillende merken te bieden hebben. De verschillen in professionaliteit, prijs en kwaliteit tussen de leveranciers zijn enorm, dus hier heeft het echt zin om vergelijkend onderzoek te doen."

*Meer informatie: Villa Capelli  
 Brammeloweg 43  
 7482 NK Haaksbergen  
 Tel. (074) 349 0673  
 www.villacapelli.nl*





HAIR & BODY BEAUTY SET IDEaal DECEMBERCADEAU

## Luxe Orofluido-giftbox verkrijgbaar als limited edition

Met het oog op de komende feestmaand december lanceert Orofluido een luxe cadeaubox die prachtig is vormgegeven en pure weldaad uitstraalt. Deze Hair & Body Beauty Set is verkrijgbaar in een gelimiteerde oplage.

De giftbox bevat twee producten: het 'klassieke' Orofluido Beauty Elixer (100 ml) en de nieuwe Orofluido Perfumed Body Cream (175 ml).

Het elixer geeft een schoonheidsbehandeling aan alle haartypes en bevat een rijke mix van argan-, cyperus- en lijnzaadolie. De zijdezachte formule van de Perfumed Body Cream voedt en hydrateert de huid, die meteen zacht

en glad aanvoelt en heerlijk ruikt. Goudpigmenten zorgen de hele dag voor een stralende huid en de lichaamscreme heeft een heerlijke ambergeur met een vanillebasis. Evenals het Orofluido Beauty Elixer is ook de Body Cream verrijkt met argan-, cyperus- en lijnzaadolie.

Ook vanwege de prachtige vormgeving en uitvoering van de box is de Hair & Body Beauty Set een perfect cadeau om te geven of te krijgen



tijdens de komende feestdagen!

Meer informatie:  
Colomer Netherlands  
Tel. (036) 5467506  
[www.orofluido.com](http://www.orofluido.com)

THE OLD SCHOOL IS WÈL TOEGANKELIJK VOOR VROUWEN

## Bertus & Leen openen barber academy in Rotterdam

In september heeft het team van Schorem Barbier en Haarsnijder een eigen academie geopend. De technieken die dagelijks worden toegepast in hun razend populaire barbershop worden in 'The Old School' aan cursisten bijgebracht.

Vier jaar geleden opende Schorem z'n deuren aan de Nieuwe Binnenweg 113 en het is algemeen bekend wat er vervolgens gebeurde: volop media-aandacht, rijen wachtende mannen, 145.000

likes op Facebook, optredens bij dwdd, eigen producten en ga zo maar door. De barbiershop werd al snel te klein en eigenaars Bertus en Leen werden min of meer gedwongen om uit te wijken naar een gro-



tere locatie aan de overkant van de straat. Het ging hun echter aan het hart om de oorspronkelijke locatie helemaal vaarwel te moeten zeggen omdat ze deze toch als een soort heilige grond zijn gaan beschouwen. Zo werd het idee van The Old School geboren, een kleine particuliere academie waar de barbertechnieken worden behandeld die elke dag bij Schorem worden gebruikt.

In tegenstelling tot Schorem zijn vrouwen bij The Old School wèl van harte welkom. Aspirant barbiers (m/v) leren de basis van het ambacht in cursussen van één dag per week en dat gedurende veertig

weken. Verder biedt The Old School een cursus voor gevorderden die drie dagen per week in beslag neemt en waarbij ervaren kappers en barbiers direct zelf aan het werk kunnen om hun technieken verder aan te scherpen. Daarnaast worden er scheercursussen gegeven.

De website van Schorem ([schorembarbier.nl](http://schorembarbier.nl)) wordt binnenkort volledig vernieuwd. Informatie over (het cursusprogramma van) The Old School is dan te vinden op een side-site van deze website. Het is ook mogelijk contact op te nemen via het telefoonnummer van Schorem: tel. (010) 2410309.

Vitality's

LIFE IN THE HAIR



## Het probleem.

35%\* van de bevolking heeft een gevoelige hoofdhuid.

**zero** Het is de ideale kleuring voor mensen met een gevoelige en gemakkelijk geïrriteerde huid.

ZERO is de permanente oxidatiekleuring van Vitality's met een HUIDBESCHERMENDE en HERSTRUCTURERENDE werking.

\* Bron: Journal of Cosmetic Science.

COMMERCIELE DIENST: de heer Philippe Vanlandeghem telefoon 0032-475840758  
Happy Hair Service • Veilingweg 30-32 • 3034 KB Rotterdam • 010-4115555  
Sarlemijn & Korlia • Van Kinsbergenstraat 5 • 1057 PJ Amsterdam • 020-6838569  
Sarlemijn & Korlia • Van IJsendijkstraat 387A • 1442 LB Purmerend • 0299-461044

WWW.VITALITYS.IT



WINNAAR BEAUTY ASTIR AWARD 2013

# GO BEYOND LUXURY

DE MEEST BUITENGEWONE HAARVERZORGING  
VOOR ONOVERTROFFEN HAARHERSTEL, GLANS EN VOLUME



VOOR MEER INFORMATIE BEL 0800 24 524

L'ANZA®  
WWW.LANZA.EU