

de kapper

INTERIOR DESIGN
&
INSPIRATION

GREAT HAIR EXTENSIONS
GROOTSTE AANBIEDER
A-MERKEN

ICONS OF THE HAIR INDUSTRY

OPENING

TREND & STYLE FACTORY

ARE YOU READY FOR HAIRLOXX?

HAIRLOXX PROFESSIONAL HAIREXTENSIONS

5 jaar universitair microscopisch onderzoek naar de ultieme hairextensions heeft geleid tot de ontwikkeling van Hairloxx Professional. Hoogwaardige hairextensions gemaakt van 100% human Indian hair met haarschubben. Voor klitvrije hairextensions die de kleur en vochtbalans behouden. Met 23 kleuren in diverse lengtes kunt u uw klant keer op keer verrassen met een bijzondere look. Hairloxx Professional is voor de zelfverzekerde vrouw die weet wat ze wil!

Naast hairextensions ontwikkelt Hairloxx Professional ook kappersproducten waaronder tools en een complete haarverzorgingslijn.

**Ervaar wat Hairloxx Professional voor u kan betekenen. Bel met Hairloxx Professional:
+31 (0)85 7600 820**



HAIRLOXX

Professional Hairextensions

Bel voor provincies Zeeland, Noord-Brabant en Limburg:

Rebel Hairstuff, JohnBeerens.com | Patrick van den Hout, T. +31 (0)6 469 199 97

Voor de overige provincies:

Algolweg 18E, 3821 BH Amersfoort | The Netherlands | T. +31 (0)85 760 08 20 | sales@hairloxx.com | www.hairloxx.com

Bel voor België: Funky Hairstuff, JohnBeerens.com | Ronald Mommers, T. +32 473 123 619



Vakinformatie voor de totale kappersbranche

Verantwoordelijke uitgever Nederland:

GPmedia BV
Van Schaeck Mathonsingel 8
6512 AP Nijmegen, The Netherlands
Telefoon: +31 (0)24 3246146
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
Jeroen Koebrugge (media-adviseur)
j.koebrugge@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 2015

Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd 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.

De Visie

Vorig jaar organiseerde P&G Salon Professional voor het eerst een portfolio-event, waaraan de verschillende kappersmerken (Wella Professionals, Sebastian Professional, Sassoon) een bijdrage leverden. Over dit 'Icons of the Hair Industry'-event schreef ik na afloop dat het zonder twijfel het meest spectaculaire en inspirerende kappersevenement van dat jaar in Nederland was geweest. Wat er vervolgens gebeurde had ik eerlijk gezegd niet verwacht: organisatoren van andere evenementen lieten weten dat dit niet klopte en dat hun event het meest spectaculair, inspirerend, grootschalig, etc. was geweest. Tja... wat moet je daarmee? Ik eigenlijk niet zoveel, want ik vertrouw erop dat u, gewaardeerde lezer, begrijpt dat een dergelijk waardeoordeel voor een deel ook met mijn persoonlijke voorkeuren te maken heeft.

Tot zover de introductie van waar ik eigenlijk naartoe wil. Namelijk dat op 20 september de tweede editie van het Icons of the Hair Industry-event plaatsvond en dat ik wederom onder de indruk was. Vele boegbeelden uit de sector waren van de partij, waardoor het een prima netwerk-event was. Verder is de hele organisatie eenvoudigweg strak geregeld, is het erg aantrekkelijk dat de TrendVision-inzendingen van dichtbij te bekijken zijn en – belangrijker dan alles – biedt het Icons-event de mogelijkheid om presentaties van het hoogste niveau te zien. Kijk bijvoorbeeld goed naar de perfecte afstemming van coupes, visagie en couturekleding tijdens de presentatie van Hester Wernert-Rijn en het is duidelijk wat ik bedoel. U voelt 'm al aankomen: wederom vind ik dat 'Icons' het beste event van het jaar is geweest. Alleen moet u in de reportage ditmaal wat meer tussen de regels doorlezen om deze conclusie te trekken, want ik voel er uiteraard weinig voor om bovengenoemde organisatoren dezelfde antwoorden te moeten geven als vorig jaar.

'Icons'-event maakt indruk

Tot slot nog een opmerking over de performance van Mark van Westerop (Hairdresser of the Year 2014) tijdens 'Icons'. Niet alleen verzorgde hij een waanzinnige show met de live presentatie van de Uncharted Territories-collectie, maar ook gaf hij de aanwezige kappers het advies mee om zichzelf zoveel mogelijk te profileren. Per slot van rekening is de concurrentie behoorlijk stevig en kan het je carrière zeker vooruit helpen om buiten de gebaande paden te treden, aan wedstrijden mee te doen, nieuwe initiatieven te ontplooiën en ga zo maar door. Mooi om te zien dat zo'n succesvolle stylist als Mark van Westerop dit advies op een volkomen oprechte manier met zijn collega's deelt en uiteraard is het een tip waar iedereen zijn of haar voordeel mee kan doen. De mogelijkheden hiervoor zijn tenslotte eindeloos en als er iets is dat de kappersbranche tot een geweldige sector maakt, dan is dat het wel!

Veel kijk- en leesplezier met deze najaarsuitgave van vaktijdschrift De Kapper!

Jos Kennis

Hoofdredacteur



P. 10 Interview Michel Kiela

In 1939 werd Kiela Metaalwarenfabriek opgericht door Jan Hendrik Kiela. Nu, ruim vijfenzeventig jaar later, telt het bedrijf uit Driebruggen honderd medewerkers, wordt het salonmeubilair geëxporteerd naar vijfenvijftig landen wereldwijd en beschikt het bedrijf over een meubelshowroom van in totaal 950 vierkante meter. Productiebedrijf Kiela en de verkooporganisatie Inline BV worden tegenwoordig geleid door de kleinkinderen van Jan Hendrik Kiela. Eén van hen is Michel Kiela, die in een uitgebreid interview ingaat op de nieuwste ontwikkelingen binnen het bedrijf, vertelt over de aantrekkelijke markt van saloninrichtingen en de specifieke manier waarop Inline actief is met totaalinrichting.



Foto: Martika de Sanders



P. 20 + 21 Merkprofiel: Di Biase Hair

Om een goed beeld te krijgen van het Italiaanse extensionmerk Di Biase Hair hield vaktijdschrift De Kapper een dubbelinterview met CEO Nello Di Biase en Herman Hodes (commercieel manager voor Great Hair Extensions in Nederland en Duitsland). Zij benadrukken dat Di Biase Hair bij uitstek geschikt is voor salons die behandelingen met Rémy-extensions willen aanbieden aan een brede groep klanten.

P. 13 De wereld van black hair onthuld

Mensen met kroes- en krulhaar (in al zijn verscheidenheid) spenderen bijna twee keer zoveel aan hun kapsel dan de 'doorsnee' klant. Ook heeft bijna dertig procent van de Nederlandse bevolking niet-westers haar en dat percentage neemt alleen maar toe. Desondanks is de wereld van black hair ondoorzichtig en voor velen onbekend. Om hier iets aan te doen schreven Sandra Sprott en Janice Deul het 'Little Black Hair Book'. Een aanrader!

P. 7 Introductie Exthand-scharen

Nieuw in Nederland zijn de Exthand-kappersscharen, die er heel anders uitzien dan u gewend bent. Juist door dit bijzondere design worden lichamelijke klachten voorkomen.



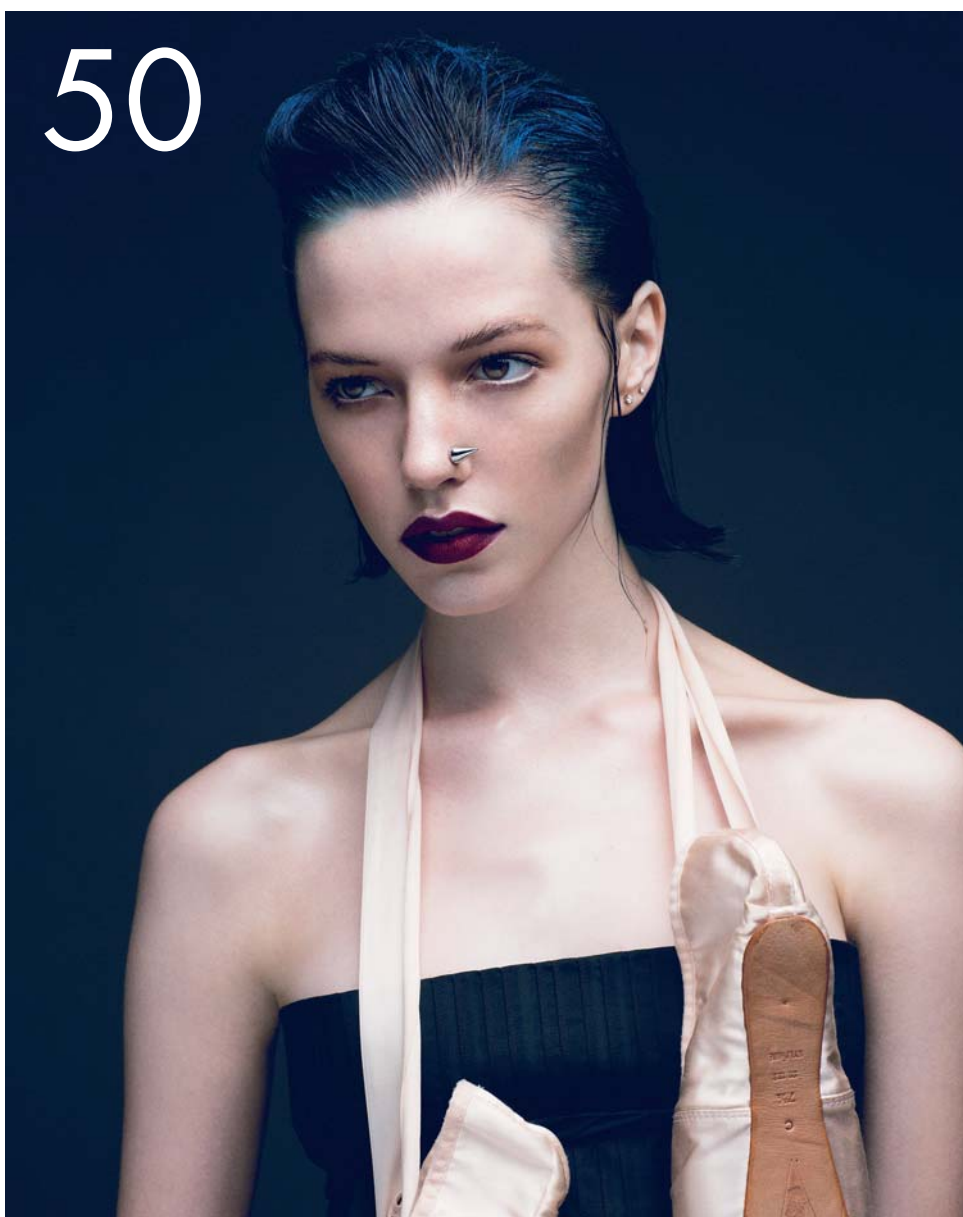


P. 43 Cuts & Colours

Nederland is een nieuwe kap-performule rijker. De eerste twee vestigingen zijn deze maand geopend in respectievelijk Berkel & Rodenrijs en Leiderdorp. Initiators Rene en Jasper Minnee benadrukken dat Cuts & Colours geen franchiseformule is, maar een formulepartnership waarin ervaren saloneigenaren hun krachten bundelen.

P. 50 Plié Collection

Hard en zacht, metalen studs en meisjesachtige tule: ze vinden elkaar in de ijzersterke Plié Collection van de Australische Toni&Guy-salon uit Newtown, Sydney.



P. 48 Salon X: The Hair Factory

In het Belgische St. Truiden brachten we een bezoek aan de spectaculaire jongerensalon 'The Hair Factory' van Freddy Remels, die al ruim dertig jaar saloneigenaar is en een heel eigen kijk heeft ontwikkeld op ondernemen in de kappersbranche.



BARBURYS
BY SIBEL

absolute must haves
voor uw snor en baard

Exhand maakt einde aan pijnlijke spieren en gewrichten

De belangrijkste reden waarom kappers de sector (vaak noodgedwongen) vaarwel zeggen is lichamelijke klachten, zoals schouder- en rugklachten, pijnlijke gewrichten, peesontstekingen en ga zo maar door. Vijf jaar onderzoek heeft geleid tot een heel nieuw type schaar, die de kans op dergelijke klachten aanzienlijk verkleint. Sinds kort zijn de Exhand-scharen ook in de Benelux verkrijgbaar.

Exhand-scharen zijn zo ontworpen dat de kapper als vanzelf de juist werkhouding aanneemt, zonder de schouders, rug of nek te belasten en met de pols mooi in het verlengde van de arm. Anders gezegd: met Exhand worden schaar en hand als het ware één. Ook is er onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek gedaan dat bevestigt dat de Exhand-scharen het lichaam aanzienlijk minder belasten dan traditionele scharen.

Wilt u hier meer over weten? Schrijf u dan in voor de gratis Exhand-presentatie (inclusief demo en workshop) die in de namiddag van maandag 2 november



gehouden wordt in Eindhoven. Voor inschrijvingen en/of meer informatie neemt u contact op met:

Pivot Point Benelux, Tel. 0499-330910, info@exhand.nl, www.exhand.nl

Open Dagen Kappershandel: 1 + 2 november

Gemiddeld driemaal per jaar houdt Kappershandel twee Open Dagen. De eerstvolgende staan gepland op zondag 1 + maandag 2 november.

Voor kappers zijn de Open Dagen een ideale gelegenheid om kennis te maken met Kappershandel, dat vrijwel alle grote kappersmerken aanbiedt alsmede een uitgebreid assortiment kappersbenodigdheden. Ook levert Kappershandel verschillende merken salonmeubilair en -accessoires, die in een eigen showroom gepresenteerd worden.

Tijdens de Open Dagen profiteren bezoekers van minimaal 25% korting op het volledige assortiment, volop speciale aanbiedingen en demonstraties van onder andere Balmain Hair Couture, L'Oréal Professionnel, Salon Ambience, BaByliss PRO en Wahl. Verder biedt de professionele scharenslijper Edmund Steffen zijn



diensten aan met 50% korting. Op beide dagen is de groothandel uit Almere geopend van 9.00 tot 17.00 uur. U bent van harte welkom op Katernstraat 33 F-G in Almere en parkeren is gratis.

Meer informatie: Kappershandel, Tel. 036-5467050, www.kappershandel.nl

MBO'ers geven parlementariërs make-over op prinsjesdag



Kappersleerling Imke te Baerts geeft CDA-kamerlid Mona Keijzer een nieuwe look

Traditiegetrouw is prinsjesdag het moment waarop onze regering de plannen voor het komende jaar bekendmaakt. Veertien leden van de Tweede Kamer begonnen afgelopen prinsjesdag op 15 september met een bezoek aan de splinternieuwe Aveda Lifestyle Experience Salon in Den Haag, waar ze een make-over kregen door talentvolle leerlingkappers en -schoonheidsspecialisten.

De activiteit was een initiatief van de ANKO, FNV Mooi, de MBO Raad, het Ministerie van OC&W en Skills Netherlands. Tijdens de sessie toonden de excellente mbo'ers hun vakmanschap, zowel aan de parlementariërs als aan de massaal toegestroomde pers. Ook onderstreepten zij hiermee dat Nederland niet zonder goede vakmensen kan. Twee nationale kampioenen maakten deel uit van het leerlingenteam: kapster Sanne Appelboom en schoonheidsspecialiste Lotte van Wandelen. Beiden namen deel aan WorldSkills 2015, het 'WK voor beroepen' dat in augustus gehouden werd in Brazilië.

Meer informatie
www.skills-netherlands.nl

e-kwip GOP voor betere ergonomie

e-kwip biedt verschillende hoogwaardige scharen voor professionele kappers aan in frisse designs. Het programma omvat naast verschillende knip- en uitdunscharen ook scharen voor bijzondere technieken zoals carving, tex-cut of double effect. Het model GOP is bijzonder ergonomisch zodat de gebruiker op een ontspannen manier kan knippen.

De GOP combineert de bekende Chiro-vorm en het nieuw ontwikkelde ergo-handvat voor een aangenaam en ontspannen gevoel bij het knippen. De

schaar heeft een platte stelschroef en een vingersteun in Japanse stijl. Ook het gebruikte staal is van Japanse kwaliteit. De schaar is leverbaar in de maten 5,0", 5,5" en als 5,75" uitdunnschaar met veertig tanden.

Voor meer informatie en verkoopadressen bij u in de buurt:

Haaro GmbH
Tel. +49 (0)212 3825620
www.haaro.de



Tondeo combineert prestaties met laag gewicht

De nieuwe Drynamic P van Tondeo combineert een gewicht van slechts 500 gram met een krachtige 1800 Watt AC-motor. Maar er zijn meer eigenschappen waardoor de föhn opvalt.

De Drynamic P heeft een dual-jet opzetstuk met twee extra openingen aan de zijkant dat voor een gelijkmatige luchtstroom zorgt om perfecte kapsels te kunnen creëren, drie temperatuur- en twee blaasstanden en een knop voor direct koude lucht.

De föhn is geschikt voor links- en rechtshandigen omdat de bediening zich in het midden van het apparaat bevindt. Door het geringe gewicht, de ergono-

mische greep en de uitgebalanceerde gewichtsverdeling is het mogelijk om lang met de Drynamic P te werken zonder dat handen of armen moe worden. Het design is opvallend en modern door de behuizing van hoogglanzende en matte oppervlakten.

Meer informatie en verkoopadressen:
Tondeo
Tel. +49 (0)212 658625
www.tondeo.de



Een sprookjesachtige kerst met Jaguar

Jaguar heeft dit jaar een betoverende kerstactie. De schaarmodellen Amira en Leia uit de gelimiteerde editie 'Princess' zijn namelijk onderdeel van een aantrekkelijke cadeauset. Deze omvat naast één van de scharen ook een compacte make-upspiegel en een intrekbaar cosmeticapenseel. De geschenksets zijn bij deelnemende dealers verkrijgbaar van 1 november tot 15 december, zolang de voorraad strekt.

Amira en Leia zijn scharen in poederachtige tinten met een vleugje glitter, met een maat van 5,5". De modellen beschikken over de knipeigenschappen van de Jaguar Silver Line: semi-geïntegreerde snijvlakken met een scherpe kniphoeke,



een holle slijpbewerking en honen voor een uitstekende scherpte en ideale slice-eigenschappen. Het vlakke Smart Spin schroefstelsel biedt een zeer lichte en soepele gang. Het Offset design met ergonomische greep zorgt voor een ontspannen manier van werken. De innovatieve en resistente coating biedt extra bescherming bij nikkelallergie.

Meer informatie: Jaguar, tel. +49 (0)212252070, www.jaguar-solingen.com





SEISETA

KLEUR, VOLUME & LENGTE

ONZICHTBARE CLIP-ON

+ KLEUR
VOLUME



+ OMBRE/
SHATUSH
LENGTE



+ HIGHLIGHTS
VOLUME
LENGTE



KLEUR



+ HIGHLIGHTS
VOLUME



Ontdek
meer over
Seiseta



MADE IN ITALY



EURO★SOCAP®
HAIR EXTENSION

Tel. 0475-342903 - info@eurosocap.nl - www.eurosocap.nl

**KLEUR - HIGHLIGHTS - OMBRE EFFECT
DIRECT OP DE AANZET**

- SNEL - MAKKELIJK - HERBRUIKBAAR
- ONZICHTBAAR
- RISICOLOZE KLEURMETAMORFOSE
- 35 KLEUREN
- 50/55 cm



Fotografie: Maaike van Esch

In 1939 werd Kiela Metaalwarenfabriek opgericht door Jan Hendrik Kiela. Nu, ruim vijfenzeventig jaar later, telt het bedrijf uit Driebruggen honderd medewerkers (van wie er negentig uit het dorp zelf afkomstig zijn), wordt het salonmeubilair geëxporteerd naar vijfenvijftig landen wereldwijd en beschikt het bedrijf over een meubelshowroom van de merken Kiela en Welonda van in totaal 950 vierkante meter. Productiebedrijf Kiela en de verkooporganisatie Inline BV worden tegenwoordig geleid door de kleinkinderen van Jan Hendrik Kiela. Eén van hen is Michel Kiela, die in een uitgebreid interview ingaat op de nieuwste ontwikkelingen binnen het bedrijf, vertelt over de aantrekkelijke markt van saloninrichtingen en over de specifieke manier waarop Inline actief is met totaalinrichting.

lingen het benodigde bedrag rechtstreeks van investeerders verkrijgen. Voor salons die een degelijk bedrijfsplan hebben en zich serieus in de mogelijkheden verdiepen, is dit zeker een interessante optie."

Staan er op dit moment mooie projecten op de planning?

"Ja. Deze week leveren we drie salons op en vorige week waren het er twee. Een echt groot project is MBO Amersfoort, waarvan de Kappersschool en de 'School voor Schoonheidsspecialisten' is verhuisd naar een nieuwe locatie. Eind september zijn zij verhuisd en ook dit project is volledig door Inline verzorgd. Andere mooie projecten van de laatste tijd zijn het Horizon College in Heerhugowaard, Flow Hairdesigners in Zwijndrecht en Anne Coiffures in Liempde."

Bijzonder aan het merk Kiela is dat dit een volledig Nederlands kwaliteitsproduct is, dat uiteraard niet alleen in ons land wordt verkocht maar ook in het buitenland. Wat zijn behalve Nederland de belangrijkste afzetlanden?

"Kiela-meubilair wordt wereldwijd verkocht in vijfenvijftig verschillende landen, waarbij de nadruk ligt op Europa en Rusland. Binnen Rusland gaat het vooral om Moskou en de directe omgeving en binnen Europa zijn Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland, Noorwegen, Zweden en Spanje de belangrijkste exportlanden."

In Nederland wordt het salonmeubilair van Kiela en Welonda verkocht door Inline. Ook verzorgt Inline 'turn key'-projecten, waarbij de volledige (her-)inrichting van de salon wordt verzorgd. Hiervoor werkt Inline onder andere samen met het bedrijf Vendix van John Donkelaar. Waarom kiezen jullie ervoor om met Vendix samen te werken?

"We hebben al lange tijd een prettige samenwerking met John Donkelaar,

Er liggen economisch moeilijke jaren achter ons en voor kappers is het steeds lastiger geworden om krediet bij de bank te krijgen. Hierdoor hebben veel kappers de herinrichting van hun salon uitgesteld. Merk je nu dat het weer de goede kant opgaat en salons concrete plannen hebben voor de vernieuwing van hun interieur?

"Ja, dat is duidelijk merkbaar. In de afgelopen jaren merkten we bijvoorbeeld dat kapsalons ervoor kozen om de zaak in fases te verbouwen. Uiteraard hielden wij hier in het ontwerp rekening mee. Ook zag je dat salons meer gingen sparen. Nu het economisch gezien weer de goede kant opgaat, zien

"Inline adviseert saloneigenaren vaak om strenge keuzes te maken"

we dat het aantal (her)inrichtingen aantrekt en deze vaak grotendeels of zelfs volledig uit eigen middelen worden betaald. Verder is het duidelijk merkbaar dat er een daling is van het aantal projecten dat niet doorgaat doordat salons de financiering niet rondkrijgen. Ook dat is een duidelijk teken dat het weer de goede kant opgaat."

Biedt Inline en/of Welonda zelf ook financieringsvormen aan?

"Nee, maar we werken wel samen met een aantal vooraanstaande kappersmerken. Salons kunnen bij hen terecht voor financiering, waarna wij de totale inrichting of herinrichting van de zaak voor onze rekening nemen. Verder zijn alternatieve vormen van financiering de laatste tijd in opkomst. Dan heb ik het dus niet over het traditionele 'geld lenen bij de bank', maar bijvoorbeeld over crowdfunding, waarbij ondernemers zonder tussenkomst van financiële instel-

omdat hij veel ervaring en expertise heeft, altijd doet wat hij belooft en garant staat voor een hoog afwerkingsniveau. Tot nu toe zijn gezamenlijke projecten altijd succesvol afgerond, maar daar moet ik wel aan toevoegen dat het geen exclusieve samenwerking is. Met andere woorden: als een saloneigenaar om wat voor reden dan ook de voorkeur geeft aan samenwerking met een andere uitvoerende partij, dan kan dat natuurlijk ook."

Jasper en René Minnee hebben de nieuwe kappersformule 'Cuts & Colours' geïntroduceerd, waarvan deze maand de eerste twee vestigingen geopend zijn. Het doel is dat er in Nederland binnen enkele jaren zo'n vijftig van deze salons geopend worden. Voor deze vestigingen is Inline de vaste partner op interieurgebied. Kun je hier wat meer over vertellen?

"Vanuit de branche ken ik Jasper en René al jaren, ook omdat ze hun 'Groei

door Doen'-trainingen regelmatig in onze educatiestudio geven. Voor de inrichting van de 'Cuts & Colours'-vestigingen hadden zij duidelijk omliggende ideeën en onze interieurontwerpster Linda Glasbeek heeft deze verwerkt in het uiteindelijke ontwerp. Om het hele plaatje kloppend te krijgen, hebben alle partijen behoorlijk intensief met elkaar samengewerkt en ik ben er best trots op dat Inline hieraan een bijdrage heeft kunnen leveren. Niet alleen voor Cuts & Colours, maar ook voor verschillende andere bekende kappersketen is Inline de vaste interieurpartner. Dit heeft uiteraard te maken met de kwaliteit, de duurzaamheid en het design van ons meubilair, maar ook met het feit dat wij hen de garantie kunnen geven dat er altijd salons in dezelfde stijl en met hetzelfde meubilair bijgemaakt kunnen worden. Per slot van rekening produceren we dit meubilair helemaal zelf in onze eigen fabriek en zijn we niet afhankelijk van een externe fabrikant."

Inline heeft eigen ontwerpteam, dat gevormd wordt door Marieke van Leeuwen en Linda Glasbeek. Zij weten als geen ander om de wensen van saloneigenaren te vertalen naar een ontwerp dat werkt in de praktijk, het concept van de zaak versterkt en de salon een heel eigen identiteit geeft. Wanneer het ontwerp klaar is, hoe wordt dit dan gepresenteerd aan de kapper?

"Eerst voeren we een intakegesprek met de klant, waar een ruimteanalyse uit voortvloeit. Op basis hiervan maken we één tot drie voorstellen, wat grotendeels afhankelijk is van de beschikbare ruimte. Deze voorstellen worden uitgebreid met de klant besproken, waarna allerlei zaken zoals verlichting, wandbekleding en stoffering worden doorgenomen. Op basis hiervan komt de uiteindelijke 3D-presentatie tot stand, die een levensechte impressie geeft van hoe de salon eruit komt te zien. Na de realisatie van de inrichting, verzorgt Inline uiteraard ook de aftersales. Dat is echt iets waarmee we ons onderscheiden. Ons niveau van serviceverlening ligt enorm hoog."

Gebeurt het vaak dat saloneigenaren met ideeën komen die in de praktijk – om wat voor reden dan ook – niet haalbaar zijn? Hoe gaan jullie daarmee om?

"Ja, dat gebeurt regelmatig. Het komt bijvoorbeeld veel voor dat de ruimte niet geschikt is voor de ideeën van de saloneigenaar. Vaak maken we in dit geval twee ontwerptekeningen: één tekening om te laten zien hoe de zaak eruit komt te zien als al deze ideeën daadwerkelijk doorgevoerd zouden worden en een alternatief voorstel, wat ons de beste optie lijkt. Een advies dat we zeer vaak geven is dat saloneigenaren strenge keuzes moeten maken om te voorkomen dat er teveel verschillende activiteiten worden gecombineerd in een ruimte die hiervoor niet geschikt is."

Tijdens de crisis zag je dat veel salons overstapten op goedkoop salonmeubilair uit China, dat aanzienlijk goedkoper is dan de merken uit Europa. Is deze trend

in jouw ogen weer aan het omkeren ten gunste van merken uit het hogere segment zoals Kiela en Welonda?

"De laatste jaren hebben duidelijk aangetoond dat goedkoop vaak duurkoop is. Ik heb heel wat Chinees meubilair voorbij zien komen dat binnen een paar maanden kapot was. Maar eigenlijk heeft Inline niet echt last gehad van dit goedkope meubilair uit Azië omdat wij ons in een heel ander segment

"We hebben altijd in ons product geloofd, ook in 2008 toen de wereldwijde crisis uitbrak. We zijn nooit afgestapt van onze focus op kwaliteit, service en garantie en daar plukken we nu de vruchten van"

bevinden en we op al ons meubilair tot vijf jaar garantie bieden. En de enkele salon die toch overstapte op dit 'Made in China'-meubilair kwam hier in veel gevallen al snel weer van terug. We hebben altijd in ons product geloofd, ook in 2008 toen de wereldwijde crisis uitbrak. We zijn nooit afgestapt van onze focus op kwaliteit, service en garantie en daar plukken we nu de vruchten van. Verder hebben we in de afgelopen jaren regelmatig salons uit de brand geholpen omdat hun interieurbouwer failliet was gegaan of de gemaakte afspraken om een andere reden niet kon nakomen. Dat heeft van onze kant de nodige flexibiliteit gevergd, maar hierdoor creëer je veel goodwill en wordt de goede naam van Inline nog verder versterkt."

Meer informatie:

Inline BV

Kerkweg 2

3465 JJ Driebruggen

Tel. 0348-502244

www.inline.nl

www.welonda.nl





ami
KAPPERS

**START OOK JOUW
EIGEN AMI SALON!**

WWW.AMIFRANCHISE.NL

Little Black Hair Book

Foto: Martika de Sanders



Op 14 september overhandigde singer/songwriter en 'beauty queen' Sabrina Starke het eerste exemplaar van 'Little Black Hair Book' aan de auteurs, Sandra Sprott en Janice Deul. Het 184 pagina's tellende coffeetable book brengt een ode aan kroes- en krulhaar in al zijn verscheidenheid.

De introductie van Little Black Hair Book vond plaats in de gloednieuwe experience store 'Mevrouw Brouwers' in het hart van Amsterdam en werd bezocht door modepers en -vips, afro-fabulous Nederland en BN'ers als Trijntje Oosterhuis en Twan van Steenhoven (The Opposites).

In het boek delen ruim veertig Afro-Nederlandse vrouwen (en een enkele man) hun 'haarverhaal'. Onder hen modellen, studenten, ondernemers en een Officier van Justitie, maar ook BN'ers zoals Thyphoon, Giovanca, Sabrina Starke en Sylvana Simons. Zij gaan in op vragen als 'wat zijn de maatschappelijke consequenties van het kiezen voor een bepaalde coupe?' Daarnaast wordt aandacht besteed aan haarverzorging en geven professionals als Mark van Westerop en kroeshaar-ondernemer Dominique Snip hun visie op het vak. Verder is achterin het boek een begrippenlijst verklaard, om de wereld van fro's, twists en TWA's zoveel mogelijk te ontsluiten.

Auteur Sandra Sprott is freelance creative producer en blogt over black hair op de website sprottje.com. Janice Deul is freelance journalist en maakt zich via haar online platform Diversity Rules sterk voor meer diversiteit in fashion en magazines.

Little Black Hair Book kost € 22,95 en is te bestellen op deboekfabriek.biz

◀ *Giovanca is één van de BN'ers die in Little Black Hair Book aan het woord wordt gelaten*

Hairloxx organiseert Quick Start-trainingen

Onder de noemer 'Are you ready for Hairloxx?' organiseert Hairloxx Professional Hairextensions een 'Quick Start'-training waarbij kappers met ervaring op het gebied van haarextensions zich in één avond kunnen certificeren om aan de slag te gaan met producten en tools van Hairloxx.

Tijdens de Quick Start komt de deelnemer alles te weten over de herkomst van het haar, de verschillende toepassingen en kan er geoefend worden met de extensions. Ook professionals zonder ervaring met het zetten van extensions zijn welkom op de Quick Start. Zij kunnen zich alleen niet certificeren tijdens deze bijeenkomst. Hiervoor kunnen zij op een later tijdstip de Hairloxx Basic Training volgen. Deze duurt anderhalve dag.

Kennismaking en inschrijving

De Quick Start is een ideale manier om kennis te maken met de mensen achter Hairloxx. Ook vertegenwoordigers van distributiepartners Johnbeerens.com, Rebel Hairstuff en Funky Hairstuff zullen aanwezig zijn. Gezien de beperkte mogelijkheid tot het volgen van de bijeenkomsten is een snelle inschrijving noodzakelijk. Het inschrijvingsformulier hiervoor kan worden besteld via de onderstaande adresgegevens. De avonden staan gepland voor 2 november en 30 november. Deelname is, mits correct aangemeld, gratis.

Voor meer informatie en/of het aanvragen van een brochure of het aanmeldingsformulier:

Hairloxx Professional Hairextensions
Tel. 085-7600820
sales@hairloxx.com
www.hairloxx.com



Great Lengths®


the science of hair extensions

DÉ MEERWAARDEN VOOR UW SALON: DÉ REFERENTIE IN PERFECT HAAR.

+ Tienduizenden salons wereldwijd gingen u al voor.

Natural Ends 

+ Mooiste haar tot in de puntjes

Veredeling van het haar. 

+ Great Lengths unieke "osmose techniek"

Trouwe klanten opbouw

+ Vaar samen mee met uw klanten
op 30 jaar nonstop onderzoek
in beste toepassing & haar.

Boost nu uw business in omzet

SALONDIENTEN
brushen + snit + kleuren
+ retail + ...



Bel of mail voor vrijblijvende info in uw salon:

Great Lengths B.V. | Kampenringweg 3-5 | 2803 PE Gouda | Tel: 0182 / 512 486 | www.greatlengths.nl | info@great-lengths.nl

Sparkling eyes met **M2 Beauté** Magic Eyes Set



Vorbereiding

M2 Facial Oil Free Make-up Remover prepareert het gebied rond de ogen voor de verdere behandeling. Het zorgt voor een beter absorptievermogen en voorkomt verstopte poriën en een gezwollen gebied of wallen rond de ogen. Het product is dermatologisch getest en geschikt voor de gevoelige huid.

De meest feestelijke tijd van het jaar komt er weer aan: met kerstmis en oud en nieuw is alles en iedereen zo mooi mogelijk uitgedost. Voor veel vrouwen betekent dit dat ze zich al ver van te voren willen voorbereiden wat betreft hun look. Om ook de ogen stralend het jaar uit te laten gaan, introduceert M2 Beauté nu de Magic Eyes Set. De lange volle wimpers die hiermee gecreëerd worden, zorgen voor een oogverblindende verschijning tijdens het kerstdiner of op oudejaarsavond. Het is dan ook niet voor niets dat brow en lash styling en services in veel salons steeds belangrijker worden.

De perfect gestylde en lange wimpers zorgen niet alleen voor een mysterieuze en magische uitstraling die iedereen opvalt, maar dienen ook als versterking van de gekozen oogmake-up. Hiermee zorgt de Magic Eyes Set voor de perfecte finishing touch voor de totale party look. Uiteraard is de productset ook een uitgelezen sinterklaas- of kerstcadeau.

Magic Eyes Set

De limited edition set bevat één van de meest verkochte producten van de M2 Beauté-lijn; de Eyelash Activating Serum. Dit zeer actieve serum zorgt voor zichtbaar langere, volle, sterkere en beter gevoede wimpers in slechts zes tot acht weken. De Magic Eyes Set bevat ook een charmante porseleinen mini-seriadendoos in een prachtig kleurrijk ontwerp, waarin luxe feestaccessoires stijlvol opgeborgen kunnen worden.

Driestappenplan

Om alle wensen van modebewuste vrouwen aangaande hun wimpers in werkelijkheid te brengen, heeft M2 ook een driestappenplan gemaakt waarmee met de M2 Beauté-producten natuurlijk langere en dikkere wimpers te verkrijgen zijn in slechts een paar weken. De drie stappen zijn de voorbereiding, de versteviging en de styling.



Versterking

Voor sterkere wimpers zorgt het hierboven besproken M2 Lashes Eyelash Activating Serum. De wimpers krijgen door dit product ook een donkere kleurtoon en een harmonieuze krul. Het serum is gebaseerd op het innovatieve MDN-complex dat is ontwikkeld op basis van bevindingen op ophthalmologisch gebied. De werking van dit product is wetenschappelijk bewezen en ook is dit product dermatologisch getest. Het wordt dagelijks aangebracht op schone, droge huid. Hiervoor is de avond na het schoonmaken optimaal. Net als een normale eyeliner wordt het product bij de basis van de wimpers aangebracht. Na kort intrekken kan het product samen met andere verzorgingsproducten gebruikt worden.

Stylen

Ten slotte kunnen de wimpers met behulp van de M2 Eyelash Revitalizing Gloss en de M2Tools Eyelash Comb worden opgemaakt. De gloss zorgt ervoor dat de wimpers er gezonder, beter gedefinieerd en glanzender blijven uitzien. Hiermee ondersteunt het de werking van de Eyelash Activating Serum. Net als mascara wordt de gloss van de basis richting de top van de wimpers aangebracht. Het kan dienen als basis voor mascara. Het kammetje separeert de wimpers en zorgt voor een elegante ronding in de wimpers. Een perfecte finishing touch voor feestelijke wimpers!

De Magic Eyes Set heeft een geadviseerde salonverkoopprijs van €120,-.

Voor meer informatie: M2 Beauté
Tel. 076-5317972, www.m2beaute.de

“Alle elementen op een goede manier op elkaar afstemmen, dat is werk voor specialisten”

In deze uitgave van De Kapper schenken we speciale aandacht aan saloninrichting. In dit kader spraken we met John Donkelaar van Vendix Retailprojecten, een bedrijf dat een jaar geleden werd opgericht en volledig gespecialiseerd is in de inrichting van kapsalons. Vendix Retailprojecten werkt intensief samen met de firma Inline (bekend van de merken Kiela en Welonda) en heeft in de afgelopen maanden verschillende grote projecten opgeleverd, waaronder de spectaculaire nieuwe inrichting van Flow Hairdesigners in Zwijndrecht en de eerste twee Cuts & Colours-salons van Rene en Jasper Minnee.

Hoewel het bedrijf van John Donkelaar nog jong is, beschikt hij over een jarenlange ervaring op het gebied van salondesign. “Gedurende 25 jaar heb ik voor een bekend interieurbedrijf gewerkt, waarbij ik me intensief op de kappersbranche richtte. Dat doe ik nu nog steeds, maar dan op zelfstandige basis”, vertelt John.

“Bij de inrichting van salons komt vaak meer kijken dan veel mensen denken. Wanneer het budget beperkt is, kun je natuurlijk gewoon het meubilair kopen en verder zoveel mogelijk zelf doen maar dan is het resultaat hier ook naar. Als je echt streeft naar perfectie, dan heb je een specialist nodig. Vendix Retailprojecten houdt rekening met tal van zaken die van invloed zijn op het uiteindelijke interieur. Daarbij kun je bijvoorbeeld denken aan voor de hand liggende zaken zoals kleurstellingen, de positionering van de werkplekken, routing en de water- en elektra-aansluitingen, maar ook aan minder voor de hand liggende elementen zoals klimaatbeheersing, akoestiek, datatechniek en reclame-uitingen in de salon.”

Professioneel plan

“Het moeilijkste van alles is om al deze elementen op een goede manier op elkaar af te stemmen. Stel bijvoorbeeld dat een airco-unit precies boven een behandelplek wordt geplaatst, dan kan dit het klantcomfort negatief beïnvloeden. Het creëren van een goede akoestiek is in kapsalons ook lang niet altijd gemakkelijk. Per slot van rekening zijn er veel geluidsbronnen en wordt er veelal gewerkt met harde materialen en vloeren, die het geluid naar alle kanten weerkaatsen. Om dit te voorkomen en juist een rustige ambiance te creëren, is het verstandig om vooraf een professioneel plan te maken dat hier rekening mee houdt.”

Zekerheid & begeleiding

“Saloneigenaren denken vaak dat een turn key-inrichting kapitalen kost, maar dat hoeft helemaal niet het geval te zijn. Wanneer Vendix Retailprojecten wordt ingeschakeld, verdienen wij onszelf als het ware voor een groot gedeelte terug. Daarmee bedoel ik dat de saloneigenaar nooit met onverwachte kosten te maken



krijgt, want we berekenen alles van tevoren door en realiseren het interieur vervolgens altijd voor de afgesproken prijs. Mocht er toch een onvoorzien probleem zijn, dan is dat voor de rekening van Vendix. Met andere woorden: we bieden salons zekerheid en garanderen dat we het hele project van A tot Z begeleiden. Ook hierdoor verdient Vendix Retailprojecten zichzelf terug, want de saloneigenaar kan al die tijd aan zijn of haar klanten besteden. Voortdurend bellen met aannemers, schilders en elektriciens is dus overbodig. Dat zijn allemaal dingen die Vendix uit handen neemt.”

Samenwerking Inline

“Zoals gezegd werk ik veel samen met Inline. Het gebeurt vaak dat saloneigenaren hun meubilair bij Inline kopen en de hele begeleiding en uitvoering van het project bij Vendix onderbrengen. In de afgelopen tijd hebben we zo tal van projecten uitgevoerd, zoals twee vestigingen van Equipe Hairstyling, De Kapper van Nu in Waddinxveen, Puur Kappers in Gouda, Haaridee in Meerkerk, Widy by Everline in Bennekom en De Kapper in Pijnacker. Verder is mijn samenwerking met Inline niet exclusief. Met andere woorden: wanneer saloneigenaren de voorkeur geven aan salonmeubilair van een ander merk, dan kan dat natuurlijk ook. Het behoort dan nog steeds tot de mogelijkheden dat Vendix Retailprojecten het technische ontwerp maakt, het project realiseert en de aftersales verzorgt. Dit laatste punt is trouwens ook erg belangrijk, want Vendix staat ook na oplevering van een project paraat om de puntjes op de i te zetten of service te leveren.”

Heeft u (ver)bouwplannen en stelt u prijs op een geheel vrijblijvend kennismakingsgesprek met John Donkelaar? Neem dan contact op met:

Vendix Retailprojecten, tel. 0318-701210, www.vendix.nl



Salon Ambience

100% MADE IN ITALY 



Versailles

MI/360-02
met voetsteun
€1.159

€567

Mirage



WU/110/B
electrisch
verstelbare
voetsteun
€3.499

€1.469

WU/111/B

€1.149



Glam
TR/13
€749

€367



Boutique

RD/200-B
€2.559

€1.249

Camille

CH/040-4
met hydraulische
pomp
€1.489

€625



**PROMOTIE GELDIG
TOT EN MET
31.12.2015**

Salon Ambience Benelux
info@salonambience.nl - tel 0573 769081
www.salonambience.com
salonambiencegroup

Amira Leira

SILVER LINE



JAGUAR

Princess

CHRISTMAS PROMOTION
LIMITED EDITION 01.11. - 15.12.2015

Bij alle deelnemende groothandels. Zolang de voorraad strekt.



WWW.JAGUAR-SOLINGEN.COM

GRATIS LUXURY?

DAT KAN MET DE L'ANZA VOORDEELPAS!



KRIJG DE HOOGSTE KORTING
BIJ 2300 WEBSHOPS!
EN BETAAL HIERMEE UW KAPPER!

VOOR MEER INFORMATIE BEL 055-5431111 OF GA NAAR WWW.LANZAVOORDEELPAS.NL

fonq.nl
het eigentijdse webwarenhuis

Booking.com

 **kpn**

wehkamp

hunkemöller

MediaMarkt

NIKE

 **zalando**

L'ANZA®
HEALING HAIRCARE

Lezersactie: **Sibel Furniture** geeft drie 'saddle stools' weg!

Begin dit jaar introduceerde Sibel Furniture de RollerCoaster™-collectie, bestaande uit verschillende modellen werkwagens en kappersfietsen die volledig onderhoudsvrij zijn door de slimme 'anti-haar'-wielen. Namens Sibel Furniture mag vaktijdschrift *De Kapper* nu drie RollerCoaster™-kappersfietsen (ter waarde van € 150,- per stuk) verloten onder de lezers!



Alle werkwagens en kappersfietsen uit de collectie zijn voorzien van RollerCoaster™-wielen, die speciaal ontworpen zijn om te voorkomen dat er haar tussen de wielen komt te zitten en dit iedere keer opnieuw verwijderd moet worden. Om dit te bereiken is ieder wiel zowel aan de bovenkant als aan de zijkanten afgedekt met naadloze beschermkappen en hebben de wielen een anti-statisch effect, waardoor haar wordt afgestoten.

Maximaal comfort

De totale RollerCoaster™-collectie bestaat uit tien verschillende kappersfietsen (elk met een verschillend zitgedeelte) en twee type werkwagens die leverbaar zijn in wit en zwart. Voor alle modellen geldt dat ze

zo zijn ontworpen dat ze u als kapper maximaal comfort en gemak bieden tijdens het werk. Dit wordt bereikt met de speciale wielen, maar bijvoorbeeld ook door de kwalitatief hoogwaardige pompen van de kappersfietsen en de toepassing van slijtvaste materialen.

Mail & Win

Sibel Furniture geeft drie 'saddle stool'-kappersfietsen met RollerCoaster™ Classic Wheels weg. Wilt u kans maken op één van deze drie modellen? Stuur dan een e-mail met als onderwerp 'Actie Sibel' met daarin uw KvK-nummer, naam van de salon, uw naam en postadres naar info@sinelco.com

Niet gewonnen en toch geïnteresseerd in de RollerCoaster™-collectie?

Deze is verkrijgbaar bij de betere kappersgroothandel. Voor meer informatie en verkoopadressen gaat nu naar www.sibelfurniture.com, mailt u naar marketing@sinelco.com of belt u naar Sinelco International, tel. +32 (0)55 334141.



Salon Ambience ontwikkelt klassieke 'barber corner'

In de afgelopen jaren heeft het barbiersvak een stormachtige ontwikkeling doorgemaakt, waardoor dit zich echt tot een aparte tak binnen de kappersbranche heeft ontwikkeld. Klassieke barbiershops schoten als paddenstoelen uit de grond, verzorgingsmerken voor mannen timmerden flink aan de weg, barber-events en academies werden steeds drukker bezocht en ga zo maar door. Ook veel gemengde salons zijn extra nadruk gaan leggen op mannelijke klanten, bijvoorbeeld door hen te ontvangen in een aparte 'herenhoek' en het aanbieden van barber- en scheerbehandelingen. Salon Ambience speelt in op deze ontwikkelingen met de introductie van een klassieke barbercorner.

"De barbercorner kan op vele verschillende manieren worden samengesteld. Je kunt er bijvoorbeeld een volledige herensalon mee inrichten, maar bijvoorbeeld ook een gedeelte van een gemengde salon zodat mannen in de zaak hun eigen ruimte hebben", vertelt Pim Stuij van Salon Ambience Benelux.

"De stijl van de barbercorner heeft klassieke elementen, maar is tegelijkertijd eigentijds, praktisch en representatief. Het beste van twee werelden wordt dus gecombineerd. Om mannelijke klanten in stijl te ontvangen, is de 'Executive Barber Chair' het paradepaardje van de barbercorner. Deze klassieke herenstoel biedt onovertroffen comfort, ook door de verstelbare rugleuning, hoofdsteun en voetensteun. Verchromde arMLEUNINGEN en de keuze uit 47 verschillende kleuren zonder meerprijs zorgen voor de finishing touch."

"De Executive Barber Chair combineert prachtig met de Horizon Barber Mirror, die een retrostijl heeft, aan de achterzijde voorzien is van LED-verlichting en is uitgevoerd met een robuuste werkruimte en een geïntegreerde keramische wasbak. De verschillende elementen zijn perfect op elkaar afgestemd, waardoor de barbercorner niet alleen prachtig is om te zien maar ook zeer functioneel is en volop mogelijkheden biedt voor klassieke knip- en scheerbehandelingen."

Meubilair van Salon Ambience is verkrijgbaar bij een groot aantal regiodealers. Voor meer informatie en verkoopadressen neemt u contact op met:

*Salon Ambience Benelux
Tel. 0573-769081
www.salonambience.com*



“Di Biase Hair staat voor goede kwaliteit human hair extensions en een toegankelijk prijsniveau”

Italië is de belangrijkste producent ter wereld van kwalitatief hoogwaardige extensions van Rémy-kwaliteit (waarbij de haarschubben tijdens het productieproces in tact worden gelaten). Het belang van Italië voor de internationale extensionmarkt valt onder meer te verklaren vanuit één familie, die al sinds de jaren tachtig actief is met de ontwikkeling, productie en verdere professionalisering van extensionssystemen. Het gaat hier om de familie Di Biase, die afkomstig is uit de buurt van Napels. Nello Di Biase (38) behoort tot de derde generatie van extensionproducenten. Alle kennis en ervaring die hij gedurende zijn leven heeft opgedaan, is verwerkt in zijn eigen extensionmerk Di Biase Hair. Dit label werd gelanceerd in 2009 en heeft sindsdien flink aan de weg getimmerd, zowel in eigen land als internationaal. In Nederland wordt het merk vertegenwoordigd door Great Hair Extensions uit Hengelo. Om een goed beeld te krijgen van Di Biase Hair hield vaktijdschrift De Kapper een interview met Herman Hodes (commercieel manager voor Great Hair Extensions in Nederland en Duitsland) en met Nello Di Biase zelf, die de groei van zijn merk verklaart vanuit de combinatie van kwaliteit, duurzaamheid en volop creatieve en commerciële mogelijkheden voor de kapper.



“Mijn familie is al decennialang actief met extensions. Mijn vader en ooms hebben elk hun eigen merk en ik ben dus opgegroeid in de wereld van extensions”, vertelt Nello Di Biase. “In 2009 heb ik mijn eigen merk opgericht, dat ik – niet zonder trots – vernoemd heb naar mijn familie. Een belangrijk kenmerk van Di Biase-extensions is dat ze grotendeels op de traditionele manier geproduceerd worden en daar komt dus heel wat handwerk aan te pas. Voor sommige handelingen geldt dat het jaren van oefening kost voordat iemand deze echt tot in perfectie beheerst. Mijn medewerkers zijn dus goud waard. Zonder hen en hun enorme expertise zou Di Biase Hair nooit succesvol kunnen zijn.”

Internationale groei

“Ons bedrijf is gevestigd in Sant’ Antimino ten noorden van Napels en ons team bestaat uit 28 personen. Ik verwacht dat dit aantal de komende jaren verder gaat stijgen, want door de toenemende export groeien we behoorlijk hard. In

▲ Door de vriendelijke prijzen is Di Biase speciaal geschikt voor salons die haarverlenging willen aanbieden aan klanten met een kleinere portemonnee

het afgelopen jaar bijvoorbeeld was het bedrijfsresultaat dertig procent hoger dan het jaar ervoor. De verkoop in de V.S. ontwikkelt zich goed en daarnaast exporteren we naar Scandinavië, Groot-Brittannië, Nederland, Duitsland, Frankrijk, Spanje en Roemenië. In Mexico zijn we net gestart en ook daar zijn de eerste ontwikkelingen positief.”

Inkoop van Indiaas haar

Op de vraag hoe de inkoop van het haar precies is georganiseerd, antwoordt Nello Di Biase: “Niet alle soorten human hair zijn geschikt om te verwerken tot extensions. Blond, steil haar zoals veel mensen in Noordwest-Europa dat



hebben is bijvoorbeeld volstrekt ongeschikt. Het beste haar vind je in India. Mensen schenken het haar daar aan de tempels, wat een oude religieuze traditie is. Vroeger werd dit haar na een tijdje gewoon weggegooid, maar sinds de groei van de extensionmarkt ontstond er een levendige handel in. Er zijn speciale markten voor en de opbrengsten hiervan gaan naar de tempels, wat in mijn ogen een perfect systeem is. Dat zijn behoorlijke bedragen, want een kilo menselijk haar dat op groei-richting is gesorteerd kost tegenwoordig zo'n € 600,-. Mijn familie en ook Di Biase Hair werkt al jarenlang samen met een vertrouwde contactpersoon in India, die de inkoop van het jaar verzorgt. Dankzij zijn enorme ervaring komt alleen het beste haar bij ons terecht. De focus op kwaliteit begint dus al bij de inkoop. Ook erg belangrijk in dit opzicht is dat we de extensions volledig in eigen huis maken, waardoor we iedere stap in het productieproces zelf kunnen controleren."

Lichte blondtinten

"Eén van de moeilijkste extensionproducten om te maken zijn Rémy-extensions in lichte blondtinten. De reden hiervoor is natuurlijk dat het zwarte, Indiase haar volledig teruggekleurd moet worden en het is lastig om dit te bereiken zonder de haarstructuur en de haarschubben te beschadigen. Om een zo goed mogelijk resultaat te bereiken, maakt Di Biase Hair gebruik van een traditionele en deels geheime methode, waarbij het haar gedurende vijftien dagen en in een heel langzaam tempo wordt ontkleurd. Door dit heel langzaam te doen, behoudt het haar zijn oorspronkelijk kracht, glans en flexibiliteit. Hierdoor zijn de extensions wanneer ze geplaatst zijn niet te onderscheiden van het eigen haar van de consument. Ik ben er best trots op dat we deze lichte blondtinten in ons assortiment hebben, want veel merken bieden deze tinten niet aan, eenvoudigweg omdat ze niet de kennis in huis hebben om tot een goed product te komen. Dit geeft dus wel aan hoe goed de technische kennis van Di Biase Hair ontwikkeld is."



Assortiment & levering

Als commercieel manager bij Great Hair Extensions is Herman Hodes verantwoordelijk voor de vertegenwoordiging van Di Biase Hair in Nederland en Duitsland. Hij verduidelijkt dat Di Biase door de vriendelijke prijzen speciaal geschikt is voor salons die haarverlenging willen aanbieden aan klanten met een beperkt budget. Het assortiment van het merk is onderverdeeld in verschillende categorieën, zoals het traditionele systeem met keratine-bondings, de razendsnelle tape-extensions, weaving- en clip-extensions.

"Voor al deze systemen geldt dat we een breed assortiment aan kleuren aanbieden. Uiteraard is het voor salons een kostbare zaak om alle soorten en kleuren op voorraad te hebben, maar dat hoeft ook helemaal niet. Bestellen van de extensions gaat snel en gemakkelijk via onze webshop. Kappers maken hier een eigen account aan, waarna het bestellen en betalen volledig verloopt via de website. Op die manier wordt veel tijd bespaard en dat resulteert in razendsnelle levertijden. Kappers die tijdens werkdagen voor 17.30 uur hun bestelling plaatsen, hebben de extensions de volgende dag in huis. Dit leveringssysteem is perfect georganiseerd en volledig transparant, waardoor het aanhouden van een grote voorraad voor 'hair professionals' echt niet nodig is."

Educatie

"Niet alleen met het aanhouden van de voorraad, maar ook met educatie ondersteunt Great Hair Extensions kappers die met Di Biase Hair werken. Zo bieden we in onze opleidingscentra in Hengelo en in Capelle aan de IJssel een tweedaagse basisopleiding aan. De deelnamekosten bedragen slechts € 100,- (ex. btw) per persoon, waardoor er geen drempel is om met Di Biase Hair te starten. En voor kappers is het ook goed om te weten dat alle salons wordt aangeraden om deze training te volgen. Hiermee bereiken we dat Di Biase ook op lange termijn een sterk merk blijft en consumenten altijd op de juiste manier behandeld worden. Een volledig overzicht van ons trainingsprogramma is te vinden op www.greathairextensions.nl"

Technische ondersteuning & aftersales

"Bij het plaatsen van extensions komt de nodige vaktechniek kijken. Hoewel de verschillende vaardigheden allemaal behandeld worden tijdens de basistraining, weten we uit ervaring dat kappers veel prijs stellen op een back office die verstand van zaken heeft. Wanneer kappers vragen hebben, krijgen ze bij ons altijd direct een antwoord. We kennen het merk inmiddels van binnen en van buiten en daarnaast staan we direct in contact met Di Biase Hair in Italië, waardoor we salons altijd van een professioneel advies kunnen voorzien."

"Een laatste punt dat ik wil benadrukken is de prijs/kwaliteitverhouding van Di Biase Hair", besluit Herman Hodes. "Wat dit betreft combineert het merk echt het beste van twee werelden. Enerzijds is het kwaliteitsniveau goed en anderzijds bieden wij de extensions aan tegen een zeer concurrerend prijsniveau, waardoor salons geen kapitale bedragen voor de behandeling hoeven te vragen. Dit leidt er weer toe dat er volop mogelijkheden zijn om extensionbehandelingen aan te bieden aan een brede groep consumenten. Uiteraard helpen we kappers graag om Di Biase Hair onder de aandacht van hun klanten te brengen en het merk in hun zaak tot een commercieel succes te maken. Ook dat is een onderdeel van de Di Biase Hair-filosofie."

Voor aanvullende informatie: Great Hair Extensions
Tel. 074-2780449, info@greathairextensions.nl, www.greathairextensions.nl



RUSK[®]

fashion+culture+attitude

Introducing the **NEW**
STYLING COLLECTION

Attitude
is Everything



Dutch Haircare
Postbus 128
5120 AC Rijen
013 5719160
info@haircare.nl
www.haircare.nl

Kyone Premium combineert de beste staalsoorten met de nieuwste slijp- en koeltechnieken

Met de nieuwe premium scharenlijn van Kyone biedt het bedrijf kappersscharen van hoogwaardige kwaliteit, scherpte en duurzaamheid. Om dit te bereiken heeft Kyone tijdens het productieproces gebruik gemaakt van de beste staalsoorten en nieuwe slijp- en koeltechnieken.

Er zijn verschillende staalsoorten waar Kyone intensief mee heeft gewerkt, namelijk VG-10 kobaltstaal (coupescharen, 2300, 2600), Super Gold-staal (2700, 3100, 3300) en Hideyo-staal (4000, 4200). Kobaltstaal is algemeen bekend, maar voor de verschillende gradaties van kobaltstaal geldt dit veel minder. Kyone gebruikt alleen de V-Gold (VG-10) variant; dit is één van de beste

scharen, de 2100T en de 2400T. Deze vallen op door de gebogen tanden. Doordat deze tanden tijdens het knippen op het snijvlak terecht komen, kan het haar niet vooruit glijden met een rechte snede als gevolg. De 2100T heeft veertig tanden, de 2400T dertig. Het instapmodel onder is de 2300. Net als de hoger gepositioneerde scharen is dit een goed ontworpen, goed uitgebalanceerde schaar met een ergonomisch design. De 2600 is een elegante allround schaar die geschikt is voor zowel slicen als het fijnere knipwerk.

Super Gold-staal

De 2700 heeft een driedimensionale grip die de lijnen van de hand ondersteunt. Hierdoor blijven de vingers en hand in een natuurlijke houding, wat

Kyone Premium 2700 heeft een driedimensionale grip, waardoor de kans op lichamelijke klachten aanzienlijk wordt verkleind



kobaltstalen op de markt. Super Gold-staal en Hideyo-staal zijn zogenaamde micropoederstalen. Deze hebben een hoge dichtheid die zorgt voor een betere hardheid, slijtvastheid en scherpte.

Slijp- en koeltechnieken

Een nieuwe slijptechniek is gebruikt om de snijbladen een andere convex-hoek te geven. Deze wordt verlaagd tot tien graden, wat resulteert in scherpere



Kyone Premium 4200 is vervaardigd uit het micropoederstaal 'Hideyo', dat zorgt voor een betere hardheid, slijtvastheid en scherpte

bladen en een tot twintig procent hogere knipcapaciteit. Een andere nieuwe techniek is het koelen met stikstof. Tijdens dit 'dieptekoelen' worden de scharen na verhitting afgekoeld tot een temperatuur van -185 °C. Dit resulteert in een hogere hardheid en een betere slijtvastheid.

Productlijn

De nieuwe lijn van Kyone bestaat uit negen modellen, waaronder twee cou-

spanning voorkomt. Bij de 3100 valt vooral de vorm van het snijblad op. Deze maakt een complexe convex hoek mogelijk. De 3300 combineert het beste van de twee voorgaande scharen met zowel een ergonomische handgreep als een lage convex-hoek. Deze drie modellen zijn in Super Gold-staal uitgevoerd.

Topmodellen

De 4000 en 4200, gemaakt van Hideyo-staal, zijn de absolute topmodellen van Kyone. Naast de gebruikte materialen vallen deze scharen op door hun ergonomische vorm. De 4000 heeft een licht 'sword blade' en de 4200 heeft gestroomlijnde convex snijbladen. Het Hideyo-staal garandeert een lange levensduur, ook bij intensief gebruik.

Voor meer informatie en verkoopadressen bij u in de buurt neemt u contact op met:

Kyone International Trading BV
Tel. 0117-385103
www.kyone.nl

Verhuizing Kyone International Trading BV

Vanwege een uitbreiding van de bedrijfsactiviteiten is Kyone International Trading BV onlangs verhuisd naar een nieuw adres: Dorpsstraat 25, 4511 EB, Breskens. Het postbusnummer (Postbus 7, 4510 AA, Breskens) en alle andere contactgegevens zijn ongewijzigd.



Art Style Technique

BECOME AN AEROSTYLIST

AERORASOR
Binnenkort verkrijgbaar bij uw betere regionale distributeur.

Art Style Technique
AERORASOR
Work of Art Razorcut
www.aerorazor.com

KNIP

Salon- en personeelsadministratie

- Administratie
- Loonadministratie
- Jaarrekening
- Aangiftes
- Subsidie BBL'ers
- Direct antwoord op vragen per mail of telefoon
- Belastingvoordeel
- Geen verrassingen achteraf

Eén vast bedrag per maand – bereken je maandbedrag op www.knipadministratie.nl

Hoofdstraat 43 | 5481 AA | Schijndel | T 073-2032125 | E info@knipadministratie.nl | I www.knipadministratie.nl




100% Natuurlijke hairweaves Onzichtbaar
Waanzinnige kwaliteit
Eenvoudig te bevestigen In elke gewenste haarkleur

www.naturalhaircompany.nl facebook.com/NaturalHairCompanyNL




Beauty Live
Wellness • Nails • Cosmetics • Hair



21 en 22 november 2015

Vakbeurs voor cosmetica, wellness, manicure, pedicure en kappersbenodigdheden

messekalkar

Openingstijden:
zaterdag van 10.00 - 18.00 uur
zondag van 10.00 - 18.00 uur

- Grensoverschrijdende beurs
- Meer dan 6000m² beursoppervlakte
- Platform om uw netwerk te onderhouden en uit te breiden

www.messekalkar.de • gianna.koster@messekalkar.de • Tel. 0049-2824-910124

Verleidelijke kleurinnovaties **Lisap Milano** spelen in op nieuwe modetrends

Italië is een belangrijk land voor de internationale kappersbranche. Toonaangevende producenten van salonmeubilair, extensions, kappersbenodigdheden en 'hot tools': ze zijn allemaal gevestigd in Italië. Ook een behoorlijk aantal professionele haarcosmeticamerken vindt hier zijn oorsprong, waaronder Lisap Milano. Om tegemoet te komen aan de specifieke wensen van kappers en hun klanten, is het Lisap Milano-assortiment onderverdeeld in een groot aantal verschillende productlijnen. Professionele haarkleuringen zijn zonder twijfel het paradepaardje van Lisap Milano. Nieuwe tinten wordt volledig in eigen huis ontwikkeld, getest en geproduceerd. Om in te spelen om de nieuwe modetrends voor komend seizoen, zijn weer verschillende nieuwe tinten en (kleur) producten gelanceerd.



▲ Het stylingproduct Ultimate Oil Plus maakt het haar beter handelbaar door arganolie en keratine

Escalation Now Color Seduction

De kleurrijke 'Escalation Now Color Seduction' wordt gekenmerkt door een zeer lage ammonia-waarde en de toevoeging van macadamia-olie en het intensief verzorgende ICC Complex. Dit alles zorgt voor milde kleuringen, die het haar tijdens de behandeling verzachten, hydrateren en glans en textuur geven. Ook wordt haarverlies bestreden en wordt de haarstructuur voor langere tijd hersteld. Escalation Now is zeker ook geschikt voor mensen met een gevoelige hoofdhuid en/of mensen die gevoelig zijn voor allergieën. Een ander belangrijk kenmerk van deze kleurlijn is de crème-achtige textuur en de aangename geur van het product, waardoor maximaal comfort wordt geboden aan kapper en klant.

Binnen Escalation Now Color Seduction zijn zes levendige, sexy nuances geïntroduceerd, te weten:

- 5/55 ES Extra intens rood lichtbruin
- 6/55 ES Extra intens rood donkerblond
- 7/55 ES Extra intens rood middenblond
- 4/78 ES Intens mokka middenbruin
- 5/78 ES Intens mokka lichtbruin
- 6/78 ES Intens mokka donkerblond



Om ervoor te zorgen dat de klant zo lang mogelijk plezier heeft van de kleurbehandeling wordt voor thuisgebruik de Escalation Now Color Seduction Kleurversterkende Shampoo aanbevolen. Deze is vrij van parabenen, siliconen, SLS en SLES en beschermt de hoofdhuid en het haar op effectieve wijze. Ook bevordert de shampoo de haargroei en heeft deze een subtiele, frisse geur wat een rustgevend gevoel oplevert.

◀ De kleurversterkende shampoo van Escalation Now Color Seduction zorgt voor effectieve (kleur)bescherming

Ultimate Oil Plus

Een tweede innovatie van Lisap Milano is Ultimate Oil Plus, een stylingproduct dat het haar beter doorkambaar en beter handelbaar maakt door de toevoeging van arganolie en keratine. Door het product op droog haar te verstuiwen, wordt het haar glanzend en glad zonder vettig aan te voelen. Tegelijkertijd wordt het haar beschermd door een ingebouwde UV-filter.

Foamy Up

Een derde productlancering van Lisap Milano is 'Foamy Up', een kleurmousse die nu in twee nieuwe nuances beschikbaar is. Met de toevoeging van 'Rich Chocolate' en 'Sparkling Champagne' komt het totale aantal natuurlijke kleuren uit op elf. Foamy Up is speciaal ontwikkeld om de haarkleuren te verfrissen en te verlevendigen. Sommige varianten (Steel Grey, Silver en Intense Grey) zijn speciaal geschikt om grijs haar te verfrissen en geeltinten te elimineren.

Voor meer informatie neemt u contact op met: Lisap Benelux BV
Tel. 0475-342903, www.lisap.nl

Escalation Now Color Seduction heeft een zeer lage ammonia-waarde en is daardoor mild voor haar en hoofdhuid ▼





ZEG VAARWEL
TEGEN PIJNLIJKE
GEWRICHTEN,
SPIEREN EN
PEZEN!

Knippen wordt
preciezer.



Schaar en hand
worden één.



De creativiteit
neemt toe!

Verskillende
kleuren.



0499/33.09.10
www.exthand.nl
info@exthand.nl

Florale Haircare Group opent Trend & Style Factory in Maastricht

Met 46 shops, 240 medewerkers en een hoofdkantoor van in totaal 15.000 vierkante meter is Florale Haircare één van de grootste leveranciers van kappers- en beautyproducten in de Benelux. Sinds het jaar 2000 is de hoofdvestiging gelegen aan de Volmolen 31 in Maastricht en in de afgelopen maanden is hier hard gebouwd aan de zogeheten Trend & Style Factory, die bestaat uit een grote meubelshowroom en een opleidingsinstituut. De nieuwbouw is in september opgeleverd. Vaktijdschrift *De Kapper* sprak over deze feestelijke mijlpaal met de familie Kamm.



De nieuwbouw biedt ruimte aan verschillende educatieruimtes, die volledig zijn uitgerust voor professionele trainingen. Het programma bestaat uit trainingen van de merken La Biosthétique, Scruples en Metamorphose Haircare, alsmede uit merkonafhankelijke trainingen van bekende educators uit de sector

Florale Haircare voert een zeer uitgebreid assortiment, bestaande uit duizenden verschillende producten. Een belangrijk deel van dit assortiment is te vinden in de vuistdikke catalogus (die jaarlijks wordt uitgegeven) en in de B-to-B-webshop op floralehaircare.com. Naast dit groot-handel-assortiment worden drie kappersmerken op salonexclusieve basis aangeboden, te weten: La Biosthétique, Scruples en Metamorphose Haircare. Deze merken mogen beschouwd worden als de paradepaardjes van Florale Haircare. "De samenstelling van dit trio is uiteraard geen toevaligheid", verduidelijkt Armand Kamm. "De merken hebben elk hun eigen uitstraling en kwaliteiten. Zo is La Biosthétique ons premium brand, is het Amerikaanse merk Scruples gericht op het middensegment en staat Metamorphose voor professionele kwaliteit tegen vriendelijke prijzen."

Educatieprogramma

"Veel van de trainingen die ons educatieteam verzorgt, zijn gekoppeld aan één van de salonexclusieve merken. Ook bieden we trainingen aan die verzorgd worden door succesvolle educators zoals Ludovic Beckers, Frank Hermans en verkooptrainer Harrie van Heck. Het totale trainingsaanbod is al behoorlijk uitgebreid, maar zal de komende periode nog verder ontwikkeld worden. We gaan volgend jaar bijvoorbeeld ook starten met meerdaagse trainingen inclusief een hotelovernachting. Ook om die reden was het noodzakelijk dat onze studio werd vergroot."

"De nieuwe trainingsruimtes in de Trend & Style Factory hebben een gezamenlijke oppervlakte van 750 vierkante meter, wat een forse vergroting is ten opzichte van de oude situatie. Ook hebben we hier meer mogelijkheden om cursisten echt als gast te ontvangen en hen bijvoorbeeld een

De nieuwe meubelshowroom toont meer dan twintig opstellingen van de Italiaanse merken Vezzosi en Ceriotti. Kappers zijn van harte welkom om in Maastricht interieur-inspiratie op te doen





Het assortiment van Florale Haircare Group bestaat uit duizenden producten. De merken La Biosthétique, Scruples en Metamorphose mogen beschouwd worden als het paradepaardje (elk binnen hun eigen segment) en worden op salonexclusieve wijze aangeboden



De Trend & Style Factory is de nieuwste uitbreiding van de hoofdvestiging van Florale Haircare in Maastricht. Deze biedt ruimte aan een opleidingsinstituut en een meubelshowroom met de merken Vezzosi en Ceriotti

hapje en een drankje in een perfect verzorgde setting aan te bieden. Per slot van rekening zijn we niet voor niets in het bourgondische zuiden van het land gevestigd! Kappers die meer willen weten over de trainingen zijn van harte welkom om telefonisch of per e-mail contact met ons op te nemen."

Meubelshowroom

"Enerzijds bestaat onze nieuwe Trend & Style Factory dus uit verschillende studioruimtes, anderzijds is hier een showroom van 750 vierkante meter ondergebracht waar we salonmeubilair van de Italiaanse merken Vezzosi en Ceriotti presenteren. Wat voor onze salonexclusieve kappersmerken geldt, gaat ook op voor deze merken: ze richten zich op verschillende marktsegmenten. Vezzosi is een exclusief designmerk met een luxe uitstraling. Een gemiddelde pompstoel van Vezzosi kost om en nabij € 800,- en bij Ceriotti is dit ongeveer de helft, waardoor dit merk bereikbaar is voor een brede groep salons. Ter gelegenheid van de opening van de nieuwbouw, is er nu een actie waarbij salons tot het einde van het jaar geen btw betalen op kappersmeubilair."

Aantrekkelijke investeringen

"Iedereen weet dat de afgelopen jaren economisch gezien moeilijk zijn geweest. Dit leidde ertoe dat veel salons de vernieuwing van hun interieur op de lange baan schoven. Een saloninterieur gaat echter niet eeuwig mee. Het is net als met een auto: vroeg of laat houdt het op en moet je een nieuwe aanschaffen. Nu de economie weer aantrekt, verwachten we dat veel salons weer gaan investeren. Wat dat betreft is de opening van onze meubelshow goed getimed. Saloneigenaren die eraan denken om hun zaak te vernieuwen of gewoon eens willen kijken wat er allemaal mogelijk is, zijn dan ook van harte welkom in onze nieuwe Trend & Style Factory."

Totaalinrichting & financiering

"Graag wijs ik ook op de mogelijkheden voor totaalinrichting, waarbij Florale

Haircare niet alleen het meubilair levert maar met onze vaste partners het complete project verzorgt. Salons die kiezen voor La Biosthétique, Scruples en/of Metamorphose kunnen bij ons ook terecht voor aantrekkelijke financieringsmogelijkheden, waarbij wij de (her)inrichting van de zaak mogelijk maken en de salon zich verbindt aan één of meerdere van deze merken. Wie hierover meer wil weten is uiteraard welkom voor een oriënterend gesprek."

Persoonlijke band

Op de vraag hoe hij aankijkt tegen de ontwikkeling van Florale Haircare Group in de komende jaren, antwoordt Armand Kamm: "De Trend & Style Factory is een mooie basis van waaruit we onszelf verder kunnen ontwikkelen. Zo zien we mogelijkheden om de positie van onze eigen merken verder te versterken en educatie is een goede manier om dit te bereiken. Verder verwacht ik dat we de komende vijf jaar in Nederland en België nog zo'n twintig nieuwe vestigingen gaan openen, wat natuurlijk wel gedeeltelijk afhankelijk is van de ontwikkeling van de economie. Tot slot wijs ik er graag op dat we sommige dingen bewust niet veranderen. Zo vind ik het extreem belangrijk dat we ondanks de groei een persoonlijke band met onze klanten blijven houden. De relaties die wij met onze klanten hebben is de basis van alles en we doen er alles aan om de groei van hun salons te ondersteunen."

Voor aanvullende informatie gaat u naar www.floralehaircare.com of neemt u contact op met: Florale Haircare, Volmolen 31, 6229 PJ Maastricht, tel. 043-3215391, www.floralehaircare.com



Vezzosi is het 'premium brand' op interieurgebied en heeft een luxe uitstraling

BaBylissPRO™



ROTATING 800

Deze roterende warme lucht borstel is speciaal ontwikkeld voor de salon en creëert eenvoudig indrukwekkend volume in het haar. De ionische technologie voorkomt pluizig en statisch haar en zorgt voor een zijdezacht en glanzend resultaat. Bij deze krachtige 800 Watt tool zitten 2 opzetborstels. De 50 mm opzetborstel is perfect voor het stylen van lang haar, terwijl je met de 40 mm opzetborstel perfect de kortere lokken en pony kunt stylen.

Kijk voor meer informatie op www.babylisspro.nl

L'ANZA presenteert 'Beauty is Color' in Antwerpen



Tweeënehalf jaar geleden startte L'ANZA Nederland ook in België en Luxemburg, waardoor de bedrijfsnaam veranderde in L'ANZA Benelux. Op zondag 13 september was duidelijk te zien dat het merk ook in België en Luxemburg flink aan de weg timmert, want enkele honderden kappers uit deze landen (plus een flink aantal kappers uit Nederland) waren op die dag te gast bij de 'Beauty is Color'-presentatie in Antwerpen. De dag erna werd deze op een wat kleinere schaal herhaald in L'Academy in Apeldoorn.

◀ *Hair Plumper is het nieuwste product in de lijn L'ANZA Keratin Healing Oil*

De presentatie in Antwerpen vond plaats in het Theater aan de Stroom, dat gelegen is op de 'alternatieve' linkeroever van de Scheldestad. Het publiek werd getraakteerd op een glaasje bubbels en werd in de grote theaterzaal ontwaald door een bekende Vlaamse soapacteur.

Barcode-techniek

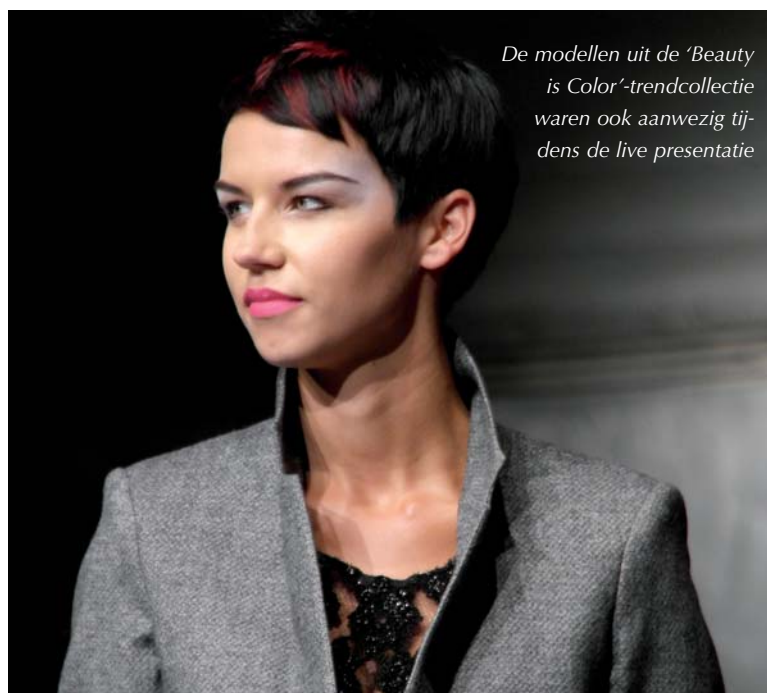
'Special guest' in Antwerpen (en de dag erna in Apeldoorn) was de Amerikaanse vakfanaat Shannon McPeek, die al jarenlang bekendstaat als één van de beste educators van de Verenigde Staten. In het eerste gedeelte van de podiumpresentatie presenteerde hij samen met Natasja Keijzer de kniptechnieken van de nieuwe L'ANZA-trendcollectie 'Beauty is Color'. Speciaal voor deze collectie is de zogeheten 'barcode'-techniek ontwikkeld, waarbij de breedte van de passés steeds wisselt. Ook liet Natasja een korte coupe zien, die toch nog steeds zeer vrouwelijk is. Dit wordt bereikt door de zijanten enigszins op lengte te laten, maar het gedeelte rond het oor wel kort te knippen.

Ombé-techniek

Shannon McPeek verduidelijkte dat lange balayage-coupes in Amerika een 'big thing' zijn en Brigiet Schoemaker presenteerde een folietechniek om deze kapsels met overlopende kleur op een snelle en mooie manier te realiseren



Shannon McPeek



De modellen uit de 'Beauty is Color'-trendcollectie waren ook aanwezig tijdens de live presentatie

in de salon. Hierbij wordt gebruik gemaakt van het L'ANZA Color Board. Doordat het met deze methode mogelijk is om balayage-coupes op een snelle manier te creëren, is deze erg prettig voor zowel kapper als klant.

Barber- en lang haar-technieken

In het gedeelte na de pauze (waarin het publiek werd getraakteerd op een optreden van de band Joe Bosco Safari) betrad een andere nieuwkomer het podium. Samen met educator Mieke van der Riet gaf Hassan Tolu van The Barberstation Nijmegen een presentatie van de nieuwste herencoupes en barbertechnieken. De presentatie werd afgesloten met een 'lang haar'-sessie door Petra van den Burg en Natasja Keijzer.

Plumper

L'ANZA Benelux maakte tijdens de 'Beauty is Color'-presentaties in Antwerpen en Apeldoorn meteen van de gelegenheid gebruik om de nieuwe Keratin Healing Oil Hair Plumper te introduceren. Deze geeft dun haar een mooie



A



B

A. Natasja Keijzer

B. Mieke van der Riet liet samen met Hassan Tolu nieuwe herencoupes zien

volle look, zorgt voor een volume-boost zonder het haar te verzwaren en zorgt voor definitie en flexibiliteit in het haar zelf. De Hair Plumper geeft het haar een natuurlijke versteviging van factor 4.

Voor aanvullende informatie:

L'ANZA Benelux, tel. 055-5431111, www.lanza.nl



ZEG VAARWEL
TEGEN PIJNLIJKE
GEWRICHTEN,
SPIEREN EN
PEZEN!

Knippen wordt
preciezer.

Schaar en hand
worden één.



De creativiteit
neemt toe!

Verskillende
kleuren.



0499/33.09.10
www.exthand.nl
info@exthand.nl



INTENSIVE
www.studio-intensive.com
STUDIO



Kappers BHV

BEDRIJFSHULPVERLENING VOOR DE KAPPER

Kijk op **KAPPERSBHV.NL**
voor de opleidingsdata

Huurne 6
7245 VP Laren (Gld) www.kappersbhv.nl
Tel. 06 - 504 16 338 info@kappersbhv.nl



De grootste
kappersbookingsite
van Nederland.

Bijna **50%** van de **online afspraken**
wordt **buiten openingstijden**
van je salon gemaakt.
Die wil je toch niet missen?

www.barberbooking.com/kapper

Powered by Da Vinci Salonautomatisering.nl

vendix[®]
retailprojecten

**Verbouwen
zonder
kopzorgen**

Let u op uw kapperszaak, zorgen wij
voor perfect bouwmanagement.

WWW.VENDIX.NL • 0318 - 70 12 10 • LUNTEREN



Brian McLean

Een nieuwe, vaste rubriek in vaktijdschrift De Kapper is volledig gericht op vaktechniek. Hiervoor werken we samen met de zeer ervaren hairstylist en educator Brian McLean, die al vijftig jaar actief is als kapperstrainer, over de hele wereld trainingen heeft gegeven en in opdracht voor de grote kappersmerken gewerkt heeft. Samen met zijn vrouw Waltraud is Brian ook de bedenker en drijvende kracht van het Curlsys®-knipsysteem, waarmee kappers leren om klanten met krullend haar zo goed mogelijk te behandelen. Nu Brian een dagje ouder wordt, heeft hij meer dan ooit de behoefte om zijn vaktechnische kennis over te brengen op de nieuwe generatie van talentvolle kappers. In deze uitgave van De Kapper doet hij dit door een 'Bohemian Chic'-krullenkapsel te analyseren en vaktechnische uitleg te geven.

'Bohemian Curls' zijn volop te zien in magazines, het straatbeeld en op de internationale catwalks. De transformatie van steil haar in mooie volle krullen is dan ook een interessante

service voor iedere salon en het is een goed voorbeeld van 'Metamorphosis', wat niet voor niets de titel van deze rubriek is.

Om te verduidelijken hoe zo'n look gecreëerd wordt, heeft Brian een combinatie van (styling)technieken uit de trukendoos van SuperCurl toegepast. Hiermee is het mogelijk om verschillende stylingvarianten te realiseren. De coupe is door de kapper op een gemakkelijke manier te maken en voor de klant eenvoudig te onderhouden (of te veranderen).

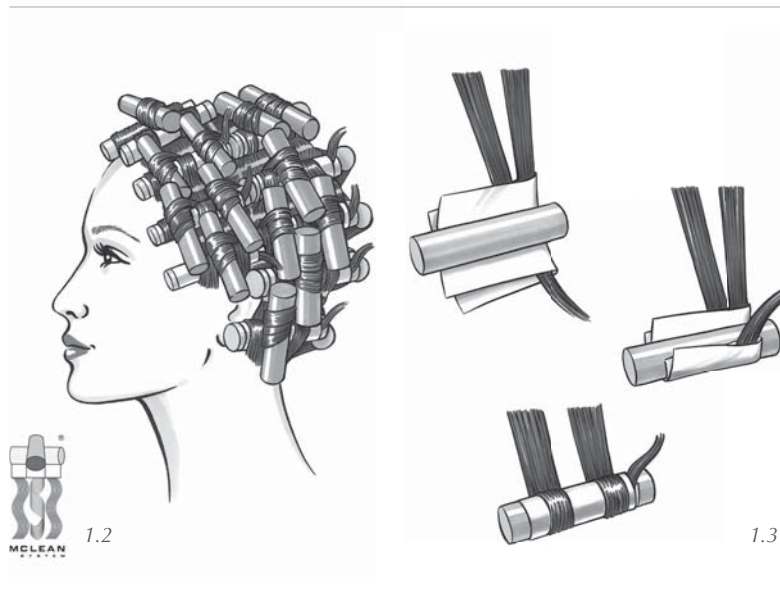
permanent styling, semipermanente krullen en hot curling. Dit zijn allemaal technieken uit het SuperCurl Permanent Styling-programma.

In de afgelopen twintig jaar hebben duizenden kappers de Curlsys- en SuperCurl-methode aangeleerd, waardoor zij als geen ander in staat zijn om volume en dynamiek in krullend haar te brengen door het op een specifieke manier te knippen. Ook in Nederland worden deze trainingen regelmatig gegeven. Wilt u hier meer over weten? Ga dan naar www.curlsys.nl of neem contact op met Kappershuis De Vries (tel. 0543-512480), dat Curlsys in de Benelux vertegenwoordigt.

▼ Copyrights modellenfoto + 'how to do it'-tekeningen: Brian Mclean

Bohemian Chic Curls!

Bij het kapsel is gebruik gemaakt van een ronde vorm, die is afgewerkt met de pointing-techniek of de Curlsys multibundel kniptechniek. Met deze manier van werken wordt maximaal volume gecreëerd.



Om te komen tot 'Bohemian Curls' is gebruik gemaakt van een techniek waarbij iedere haarsectie in drie tot vijf individuele bundels wordt opgesplitst. Dit aantal is afhankelijk van de gewenste grootte van de krul. Voor maximaal volume wordt iedere bundel in verschillende richtingen gekruld (tekening 1.2). Tekening 1.3 toont een interessante avantgarde -variatie en beide technieken zijn geschikt voor verschillende stylingmethodes, zoals permanent waving,





Bezoek onze nieuwe showroom in Maastricht!
 Maak vrijblijvend een afspraak.

De nieuwe showroom herbergt 24 salonopstellingen met elk een eigen sfeer en uiterlijk. Onze exclusieve merken zijn VEZZOSI en CERIOTTI. Maak vrijblijvend een afspraak en laat u deskundig adviseren door onze medewerkers.



Great Lengths en Angelo Seminara kondigen exclusieve samenwerking aan

Great Lengths en Angelo Seminara hebben onlangs laten weten te gaan samenwerken. De eerste trendcollectie die Angelo Seminara voor het extensionmerk maakt, wordt komende lente gepresenteerd.

Vanaf eind jaren negentig tot het jaar 2007 (toen hij besloot het wat rustiger aan te gaan doen) was Trevor Sorbie zonder enige twijfel de meest succesvolle hairstylist ter wereld. De Brit beschikt over eigen salons, academies en een eigen haarcosmeticamerk. Ook stonden de grote internationale kappersmerken in de rij om Trevor Sorbie als ambassadeur aan zich te binden. Belangrijke redenen hiervoor waren zijn fabelachtige vaktechniek, maar ook zijn charme en (Britse) humor. Jarenlang verzorgde Trevor Sorbie de grootste kappersshows over de hele wereld. Toen hij de wens had om zijn activiteiten op een wat lager pitje te zetten, benoemde hij zijn leerling Angelo Seminara tot zijn opvolger. Dat bleek een juiste keuze te zijn, want ook Seminara slaagde erin om door te dringen tot de absolute top van de internationale kappersbranche en ook hij ontplooidde zich tot een zeer succesvol podiumkapper, educator en ambassadeur. Afgelopen zomer is het Great Lengths gelukt om te komen tot een exclusief samenwerkingsverband met Angelo Seminara. De eerste 'Angelo Seminara for Great Lengths'-haarmodecollectie wordt komende lente geïntroduceerd.

Droomcarrière

De loopbaan van Angelo Seminara begon dertig jaar geleden als leerlingkapper in een klein Italiaans dorp. Vervolgens vertrok hij naar Rome, waar Angelo vijf jaar voor Toni & Guy werkte. Hij droomde echter altijd van Londen en kwam terecht bij Trevor Sorbie, die hem na enkele jaren aanstelde als International Creative Director. Sinds 2010 werkt Angelo op zelfstandige basis en vervult hij verschillende functies. Zo is hij verbonden aan het merk Davines, verzorgt hij het haar bij grote mode-shows, geeft hij kappersshows en werkt hij voor toonaangevende magazines als Vogue, Harper's Bazaar en Vanity Fair. Nieuw sinds afgelopen zomer is de samenwerking met Great Lengths.

Grote fan

Angelo is zeer enthousiast over de samenwerking. In een interview verwoordt hij het als volgt: "Ik ben altijd al een grote fan geweest van extensions en pruiken, gewoon omdat ze een soort basisuitrusting zijn voor mijn artistieke werk. Ik koester al jaren de wens om samen te werken met een merk dat internationaal gezien toonaangevend is, dat voor kwaliteit staat en dat professionele diensten biedt voor kappers, de modewereld en natuurlijk ook voor klanten in de salon. Bij Great Lengths heb ik dit allemaal gevonden."

Nieuw zelfvertrouwen

"Met extensions kun je ongelooflijke dingen doen. Met Great Lengths kunnen kappers vrouwen nieuw zelfvertrouwen geven door het onmogelijke mogelijk te maken. Ik verheug me dan ook zeer op de eerste trendcollectie die ik voor Great Lengths International ga maken en die komende lente gepresenteerd wordt. Ik beschouw dit uiteraard als een geweldige nieuwe uitdaging."

Inspiratie

"Vanzelfsprekend heb ik al bepaalde gedachtes over deze haarmodecollectie. Ik haal inspiratie uit veel verschillende dingen, maar wat mij het meest inspireert is de natuur. Deze omvat namelijk alles. Ook modeontwerpers en fotografen geven me veel inspiratie, doordat ze de dingen anders zien dan de meeste mensen. Hetzelfde geldt voor experts op andere gebieden, zoals architecten, kunstenaars en designers."

Harmonie

"Voor wat betreft de nieuwe Great Lengths-collectie heb ik al besloten dat deze levensecht, natuurlijk en modern moet zijn. Ook zal de collectie een vleug magie bevatten en in harmonie zijn met het lichaam, de geest en de ziel van eigentijdse vrouwen. Kortom: ik zal het beste van mijzelf geven om het karakter en de mogelijkheden van Great Lengths zo goed mogelijk te presenteren en om kappers en consumenten wereldwijd te inspireren."



Meer informatie:
Great Lengths Nederland, tel. 0182- 512486, www.greatlengths.nl

PROFESSIONAL

jura®



Ultieme koffiebeleving, verrassend betaalbaar

JURA Professional biedt een breed assortiment hoogwaardige koffie- en espressomachines. Ook voor saloninrichtingen heeft JURA Professional een maatwerk koffieoplossing, de JURA IMPRESSA XS9 Professional. Met één druk op de knop kan iedereen de lekkerste koffierecepten bereiden.

- Hoogwaardige koffie- en espressomachine
- Geschikt voor elke koffieboon
- Gebruiksvriendelijke koffiemachine
- Excellent Swiss Made design
- Uitstekende service



Nu met **GRATIS** extra bonenreservoir, inclusief bijpassende melkkoeler voor ultiem gemak (t.w.v. €155,45).
GRATIS aflevering en installatie op locatie.

**Meest geplaatste koffiemachine in retail:
JURA IMPRESSA XS9. Meer weten?
Ga naar juraprofessional.nl/dekapper
of bel: 079 - 33 00 796**

Topkwaliteit voor uw bedrijf.



WAHL®

ProLithium Series

Constante power met Lithium-Ion accu

SuperTaper Cordless

Aangedreven door een efficiënte en duurzame Lithium Ion-batterij.

In 3 uur volledig opgeladen en gereed voor 1,5 uur continu gebruik.

Lichtgewicht en draadloos voor nog meer gebruiksgemak, maar met dezelfde snijkwaliteit als de bekende snoertondeuses van WAHL®

Voorzien van precisiegeslepen, verchromde snijmessen en de verstelhendel om kniplengtes aan te passen van 1 - 3,5 mm zonder het mes te verwisselen.



Verstelbaar
snijmes



Voor gebruik met
en zonder snoer



3 uur laden voor
1,5 uur gebruik



Hoogwaardige
kwaliteit uit de
VS

WAHL®

MOSER®

ermila®

www.tondeuse.nl

Gerben ter Avest



Er is volop positief nieuws van AMI Kappers. Eind september werd in het historische centrum van Deventer de eerste vestiging van AMI Gents geopend, die zich volledig richt op heren. Verder is de nieuwe haarmodelijn Unleashed Beauty kortgeleden geïntroduceerd en is de kappersorganisatie afgelopen zomer een gecertificeerd lidmaatschap van De Nederlandse Franchise Vereniging (NFV) toegekend. "AMI Kappers is de enige kappersketen in Nederland met zo'n certificering en dit bevestigt voor mij dat we het heel goed doen", aldus Gerben ter Avest, oprichter en directeur van AMI Kappers. Vaktijdschrift De Kapper sprak met hem over de franchisemogelijkheden die AMI Kappers aan ambitieuze ondernemers biedt.

Partnership

"AMI Kappers bestaat sinds '96 en deze maand wordt onze 79e vestiging geopend, wat de tweede vestiging in Hengelo wordt. Al deze salons worden aangestuurd door 55 franchisenemers en dit zijn allemaal heel verschillende mensen. Goedbeschouwd is hun enige echte overeenkomst dat ze het belang van samenwerking en partnership inzien. Ze weten dus dat je soms je eigen belang op de tweede plaats moet zetten voor een beter rendement op de langere termijn. Hiermee bedoel ik dat we absoluut niet gaan voor snelle groei en winst. Continuïteit in bedrijfsvoering en gestaag verder bouwen aan een stevig fundament vind ik veel belangrijker. Precies om die reden hanteren wij de cao en wordt er voortdurend geïnvesteerd in educatie van de medewerkers. Dat is een

De eerste vestiging van AMI Gents is gevestigd in een klein, maar prachtig historisch pand in Deventer-Centrum ▼



"De NFV-certificering was een prachtige opsteker voor onze organisatie, want om deze titel te bemachtigen moet je als franchiseorganisatie aan strenge voorwaarden voldoen", vertelt Gerben. "Daarbij kun je bijvoorbeeld denken aan bovengemiddelde naamsbekendheid, een gedegen opleidings- en scholingsplan en ook moeten franchisenemers een goed ondernemersloon verdienen. Behalve AMI Kappers hebben afgelopen zomer ook andere gerenommeerde organisaties zoals Hunkemöller, McDonald's en New York Pizza de certificering toegekend gekregen, dus we zijn in goed gezelschap!"

"Onze franchisenemers begrijpen hoe belangrijk samenwerking is"



▲ Unleashed Beauty is gebaseerd op de gedachte dat imperfectie het nieuwe schoonheidsideaal is

weloverwogen keuze, want de mensen die voor AMI werken vormen uiteraard het hart van de organisatie."

Nieuwe franchisers

"Ongeveer zeventig procent van de mensen die starten als franchisenemer komt van binnen de organisatie. Vaak zijn het dus medewerkers van een AMI-salon die voor zichzelf willen beginnen. Dertig procent komt van buiten de organisatie. Om ervoor te zorgen dat zij de organisatie en onze werkwijze goed leren kennen voordat ze zelfstandig worden, gaan ze vaak eerst enkele maanden als medewerker in een AMI-salon aan de slag. Inmiddels is wel gebleken dat dit een hele goede methode is om elkaar als het ware beter te leren kennen. Dit vergroot de kans op een succesvolle samenwerking aanzienlijk."

Wilt u meer weten over de franchisemogelijkheden die AMI Kappers biedt? Of ben je geïnteresseerd in de ervaringen van franchisenemers? Ga dan naar www.amifranchise.nl/starten



Inline bedankt Petra Schippers van FLOW Hairdesigners uit Voorschoten voor het vertrouwen en de fijne samenwerking. We wensen haar veel succes met deze prachtige nieuwe zaak en de nieuwe inrichting.

inline[®]
CONCEPTS OF BEAUTY

Showroom: Kerkweg 2
3465 JJ Driebruggen
0348 502244 | www.inline.nl



Laurens van de Vijver is de nieuwe columnist voor vaktijdschrift De Kapper. Daar zijn we best trots op, want Laurens is niet alleen Algemeen Directeur van Wave International* maar ook een ervaren marketeer die weet wat er op marketinggebied nodig is om salons succesvol te laten zijn. In zijn column gaat Laurens dus vooral in op thema's als ondernemen in de kappersbranche, leiding geven, teambuilding, nieuwe manieren om klanten aan de salon te binden en het stimuleren van de bezoeksfrequentie. Doe er uw voordeel mee!

Het is nu twee jaar geleden dat ik begon met een baan in de kappersbranche. Eén van de zaken die mij is opgevallen, is dat veel kappers in mijn ogen kansen laten liggen door hun personeel niet beter te betrekken in het waarmaken van hun merkbelofte. Iedere kapper heeft een merk, ongeacht schaal, geografie, franchise of niet-franchise, budget of premium. Dit merk wordt op allerlei manieren gecommuniceerd; op de gevel, via werkkleding, social media, website of advertenties. Echter, het meest krachtige 'medium' dat de merkbelofte het krachtigst kan overbrengen wordt vaak vergeten: de medewerker!

Het verbaast mij hoe vaak kappers verzuimen om hun personeel goed uiteen te zetten waar ze als merk voor staan, hoe ze dat op de klant willen overbrengen maar vooral ook WAAROM voor deze positionering is gekozen. Medewerkers hebben hiervan vaak geen benul. Hierdoor mist de kapper de kans om de merk-belofte op de meest authentieke wijze over te laten brengen en te voorkomen dat een klant teleurgesteld raakt omdat de merkbelofte die wordt gedaan, in de salon niet wordt waargemaakt.

Om je personeel jouw merk echt te laten leven, begint dat al bij je aannamebeleid. Zo hebben wij bij Wave International voor onze formules Cosmo en TEAM Kappers samen met onze franchisenemers voor beide merken de merkwaarden bepaald. Met andere woorden: wat zijn de waarden waar de respectievelijke merken voor staan? Wanneer onze franchisenemers vervolgens een nieuwe medewerker willen aannemen kunnen zij toetsen in hoeverre deze persoon beantwoordt aan de merkwaarden. Voor Cosmo hairstyling zijn onder andere 'modebewust' en 'trendy' belangrijke waarden. Onze franchisenemers weten nu dat zij bij aanname goed toetsen en kijken (!) of iemand deze waarde op geloofwaardige wijze leeft en uitstraalt. We zien hierdoor een aanmerkelijk verbetering in profiel van ons personeel dat ons merk geloofwaardig uitdraagt.

Wanneer je eenmaal een goed team hebt samengesteld, zorg dan dat je op eenvoudige wijze en met enige regelmaat vertelt wat de merk-belofte is, hoe zij dit in hun dienstverlening kunnen overbrengen, maar laat ze voor al ook begrijpen waarom je hiervoor hebt gekozen. Uiteindelijk wil je het beste inspelen op de klantbehoefte en je zo goed mogelijk onderscheiden van de concurrent. Wij adviseren onze franchisenemers dan ook om hun medewerkers eens in de zoveel tijd de mogelijkheid te geven om een concurrent te bezoeken. Geen betere manier om goed te laten begrijpen hoe de gekozen merkbelofte ons kan helpen onderscheidend en succesvoller te zijn.

De medewerker is je belangrijkste klant!

Kortom: geef tijd en aandacht aan je personeel en behandel ze als je belangrijkste klant. Je zult zien dat het effect enorm is en dat zij beter dan ooit klanten aan jouw salon weten te binden.

**Wave International is het moederbedrijf van de ketens Cosmo Hairstyling en Team Kappers, die samen over 157 vestigingen beschikken. Sinds zijn aanstelling in 2013 heeft Laurens (samen met zijn team) beide ketenbedrijven rigoureus vernieuwd. Wilt u meer weten over de mogelijkheden die Wave International biedt aan ondernemende franchisers? Ga dan naar www.wave-international.com/franchisen*

Trendworkshop bij **Cabello** op 18 november

Op woensdag 18 november (19.00 – 22.00 uur) presenteert het vaktechnisch team van KIS (onder leiding van Natasja Keijzer) een trendworkshop bij Cabello Cosmetics in Katwijk.

KIS is één van de officiële sponsors van de Nederlandse Haarlijn. Tijdens de workshop bij Cabello Cosmetics wordt de vaktechniek van de nieuwe Haarlijn voor herfst/winter 2015-2016 gepresenteerd en leren deelnemers hoe ze deze technieken in hun eigen salon kunnen toepassen. Kappers gaan tijdens de workshop zelf aan de slag met oefenhoofden die zij na afloop kunnen meenemen.

Deelname aan de workshop kost € 25,- (ex btw) inclusief hapje, drankje en een leuke goodiebag. De presentatie wordt gehouden in de Cabello-studio aan de Ververstraat 6 in Katwijk.

Voor boekingen of meer informatie neemt u contact op via tel. 071-4026661.





ZEG VAARWEL
TEGEN PIJNLIJKE
GEWRICHTEN,
SPIEREN EN
PEZEN!

Knippen wordt
preciezer.



Schaar en hand
worden één.



De creativiteit
neemt toe!

Verschillende
kleuren.



0499/33.09.10
www.exthand.nl
info@exthand.nl

Wella Professionals TrendVision Awards uitgereikt tijdens portfolio-event 'Icons of the Hair Industry'



Fotografie: Raymond van Mil

Vorig jaar organiseerde P&G Salon Professional voor het eerst een grootschalig evenement waar alle kappersmerken van het concern bij betrokken waren. Op zondag 20 september werd de tweede editie van 'Icons of the Hair Industry' gehouden in de Brabanthallen, waar honderden gasten werden getrokken op een perfect georganiseerde avond met indrukwekkende podium performances van absolute topstylisten (en creatieve teams) uit binnen- en buitenland. Een ander belangrijk onderdeel van het event was de nationale finale van de Wella Professionals TrendVision Award 2015, waarbij de Nederlandse finalisten live hun creaties toonden en middels een app beoordeeld werden door het publiek en een vakjury.

Voorafgaand aan de start van het podiumprogramma was er een Sebastian Professional Experience, waar bezoekers geïnformeerd werden over de nieuwste ontwikkelingen van het merk en dit onder leiding van lead trainer en ambassadeur Lucien Beijerinck. Daarnaast kregen bezoekers de kans om de zestien genomineerde TrendVision Award-creaties van dichtbij te bekijken.



▲ Lucien Beijerinck tijdens de Sebastian Professional Experience

Hester Wernert-Rijn



Hester Wernert-Rijn

De 'main show' ging om 21.00 uur van start met een presentatie van Hester Wernert-Rijn, die vooral opviel door de geweldige manier waarop de fantasierijke coupes samensmolten met (haute couture) outfits van verschillende ontwerpers. Favoriet bij de redactie van De Kapper was een Oriëntaals opsteekkapsel, waarbij handig gebruik was gemaakt van chopsticks. Ook combineerde Hester in haar presentatie natuurlijke items zoals exotische veren

en droogbloemen met haarkleuren zoals blauw-, paars-, violet- en bordeauxnuances.

HOB Academy

De tweede podiumpresentatie werd gegeven door het Britse HOB Academy, dat zich had laten inspireren door Londense street styles uit de jaren zeventig. Op basis hiervan toonde HOB edgy looks met een stevige dosis punk en rock 'n roll.



▲ Alle TrendVision Award 2015-winnaars bij elkaar

Mark van Westerop

Mark van Westerop, ambassadeur van Wella Professionals en Hairdresser of the Year 2014, verzorgde een prachtige interpretatie van de Uncharted Territories-collectie voor herfst/winter 2015, waarbij dansers en modellen zich gelijktijdig over het podium bewogen. Ook bij deze presentatie was het weer de mix van videobeelden, muziek, choreografie, hairfashion en styling die de presentatie



Mark van Westerop presenteerde Wella Professional's Uncharted Territories-collectie

zo aantrekkelijk maakte. Doordat alles nauwkeurig op elkaar was afgestemd, kreeg de totale presentatie een extra dimensie en shows van dit kaliber zijn in Nederland een zeldzaamheid.

Metamorphik

Michael Polsinelli en Shay Dempsey, beiden Global Creative Directors voor Sebastian Professional, waren speciaal voor het 'Icons'-event naar Nederland gevlogen en toonden de wintercollectie Metamorphik (die ook te zien was in de laatste september-uitgave van vaktijdschrift De Kapper). De modellen toonden grensverleggende looks met een duidelijke combinatie van extreem volume en textuur met hyper-glans.

Hester Wernert-Rijn



TrendVision Award 2015

De zestien kappers die genomineerd waren voor de TrendVision Awards 2015 streden om een Bronze, Silver of Gold Award in de categorieën Young Talent en Color Vision. Deze overzichtelijke opzet maakt de TrendVision-wedstrijd extra aantrekkelijk. Er zijn geen awards in vele verschillende categorieën (zoals bij veel andere nationale en internationale kapperswedstrijden wel het geval is), maar in slechts twee categorieën.

De creaties van Anneke Spelt van Michel Arendsen Kappers uit Utrecht en Daphne van Es van Nancy Hair & Beauty uit Vlissingen maakten het meeste indruk op het publiek en de jury. Zij wonnen de eerste prijs in respectievelijk de Color Vision- en de Young Talent-categorie en vertegenwoordigen Nederland tijdens de internationale TrendVision Award-finale die later dit jaar plaatsvindt in Berlijn.

De andere winnaars binnen Color Vision waren Ilona Pouw (eveneens van Michel Arendsen Kappers) en Amber Saft van Bosman Haar en Make Up uit Alkmaar. Bij Young Talent ging het zilver en het brons naar Linsey van Rooyen (Change, Panningen) en Danya Zwinkels (Reflex Hairstyling, 's-Gravenzande).

Meer informatie en foto's van Icons of the Hair Industry zijn te vinden op www.facebook.com/WellaProfessionalsNederland

Shay Dempsey en Michael Polsinelli, Global Creative Directors voor Sebastian Professional



Salonnet

De meest gebruiksvriendelijke en betaalbare software voor uw salon



www.salonnet.eu

v.a. € 25,- p.m.

Overtuig uzelf, download GRATIS een demo

Ook online afspraak maken via APP

SalonNet - Schoolweg 15 - 3959 AW Overberg - T: +31 (0)343-758 252 - E: info@salonnet.eu

NIEUWE COLLECTIE

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

WWW.EMBRON.NL

NIEUW
in het
assortiment



Wij staan voor:

- Trendy, vlot en modieus
- Hoogwaardige kwaliteit
- Verzorging bedrijfsnaam
- Snelle levertijd
- Naleveringsgarantie 2 jaar
- 100% service
- Vlekvrij, strijkvrij, krimpvrij en kleurecht

Kijk op onze
website voor
meer informatie

EMBRON
TRENDY BEDRIJFSKLEDING

Makkelijk via
internet te
bestellen

Voor meer informatie:

Elly van Wijk T 06-29047904 / 0299-396302 • E embron@embron.nl • I www.embron.nl

de kapper

Vakinformatie voor de totale Kappersbranche

ADVERTENTIEMOGELIJKHEDEN?

Voor advertentiemogelijkheden neemt
u contact op met Jeroen Koebrugge:

j.koebrugge@gpmedia.nl
tel. (024) 3246146.

SOCIAL MEDIA

Volg ons ook op social media en blijf
op de hoogte van het laatste nieuws!

facebook.com/vaktijdschriftdekapper
twitter.com/dekapper_biz

Knip Administratie: thuis in de kappersbranche

Je administratie neerleggen bij een accountantskantoor dat gespecialiseerd is in kapsalons? Dat is Knip Administratie. Deze organisatie kent de kappersbranche door en door en dat maakt het bijhouden van de administratie van je salon en personeel een stuk gemakkelijker. 'Knip' neemt je volledige administratie uit handen én ondersteunt bij vragen over bijvoorbeeld loonkosten of inkooprijzen. Bovendien is Knip Administratie thuis in de cao en biedt de organisatie hulp bij het aanvragen van subsidies. Voor alle werkzaamheden én vragen betaal je één vast maandbedrag.

"Voor salons die klant bij ons zijn verzorgen we de volledig administratie voor een vast bedrag in de maand", vertelt Freek Verhulst van Knip Administratie. "Dit pakket is volledig compleet en omvat dus de administratie, aangiftes omzetbelasting, de jaarrekening, aangifte inkomstenbelasting en subsidieaanvragen. Kappers die tussendoor een vraag willen stellen kunnen ook op ons rekenen, want ook deze vorm van service hoort bij het vaste maandbedrag. Dat bedrag bereken je gemakkelijk op www.knipadministratie.nl. Overstappen is gemakkelijk en kosteloos en wordt door Knip Administratie geregeld."

Vliegensvlug én overzichtelijk

Werk je graag volledig digitaal? In dat geval koppelt 'Knip' je bankrekening en kassasysteem aan hun systeem. Facturen mail je of stuur je via een foto met de Knip-app. De gegevens en gewerkte uren van medewerkers kun je via de mail sturen en Knip Administratie zorgt ervoor dat de salarissen vliegensvlug verwerkt worden.

Lever je de administratie het liefst op de traditionele manier aan? Je kunt je administratie elke maand of kwartaal afgeven bij het kantoor van Knip Administratie. Het team komt ook graag naar je toe.

Elk kwartaal wordt er een overzichtelijk rapport opgesteld dat met je wordt doorgenomen. Zo ben je per kwartaal helemaal op de hoogte en weet je precies hoe de salon ervoor staat. Heb je tussendoor vragen? Bel, mail of stuur een Whatsapp-bericht en je hebt meteen duidelijkheid.

Knip Administratie komt graag bij je langs om de mogelijkheden te bespreken. Je bent natuurlijk ook welkom op het kantoor van 'Knip'. Meer informatie of jouw maandbedrag berekenen? Kijk op www.knipadministratie.nl.



Beauty Live Kalkar heeft alles voor de professional

De derde editie van beauty- en kappersvakbeurs Beauty Live vindt op zaterdag 21 en zondag 22 november 2015 (10.00 – 18.00 uur) plaats in Kalkar, net over de grens bij Nijmegen. Op de beurs zijn nieuwe ontwikkelingen op het gebied van cosmetica, wellness, manicure, pedicure en kappersbenodigdheden te vinden. Beauty Live gaat voor de totaalbeleving van de bezoeker, waarbij een ongedwongen sfeer van belang is.

Beauty Live Kalkar is grensoverschrijdend en daarom zijn er zowel Duitse als Nederlandse ondernemers aanwezig die hun bedrijf en diensten presenteren. De beurs heeft een oppervlakte van maar liefst zesduizend vierkante meter en er zijn presentaties op verschillende vakgebieden. Zo wordt onder meer de 'German Nail Award 2015' uitgereikt en is er een modeshow van Embron Bedrijfskleding. Ook biedt Beauty Live Kalkar voor hair & beauty professionals volop mogelijkheden om (grensoverschrijdend) te netwerken.

De beurs is te bezoeken op uitnodiging van de deelnemende exposanten. Ook kunnen geïnteresseerden op de website www.messekalkar.de van Beauty Live Kalkar kaarten bestellen. De toegang is gratis wanneer je je op deze website registreert met je Kamer van Koophandel-nummer. Parkeren, drankjes en een warm en koud buffet zijn bij de toegang inbegrepen.

Meer informatie:
Beauty Live Kalkar
Tel. +49 (0)2824910124
www.messekalkar.de

Eerste Cuts & Colours-vestigingen geopend

Nederland is een nieuwe kapperformule rijker. De eerste twee vestigingen zijn deze maand geopend in respectievelijk Berkel & Rodenrijs en Leiderdorp. Initiators Rene en Jasper Minnee benadrukken dat Cuts & Colours geen franchiseformule is, maar een formulepartnership waarin ervaren saloneigenaren hun krachten bundelen.

Cuts & Colours onderscheidt zich met een duidelijke 'menukaart' met daarop drie type knip- en drie type kleurbehandelingen. "Onze prijzen worden zeer duidelijk gecommuniceerd. Deze liggen ongeveer dertig procent lager dan bij expertsalons uit het hoge segment, maar we concurreren zeker niet alleen op prijs", verduidelijkt Jasper Minnee. "Zo onderscheiden we ons ook met uitstekende service en prachtige interieurs. Verder zijn klanten bij ons echt te gast. Dit bereiken we bijvoorbeeld met een bijzonder koffieconcept en ook door te werken zonder afspraken."

"Zowel voor consumenten als voor ondernemers wordt Cuts & Colours een aantrekkelijk alternatief voor de bekende budgetketens. Ons doel is om dit jaar vijf pilotsalons te openen en op de langere termijn door te groeien naar zo'n vijftig Nederlandse vestigingen. Voor ondernemers zijn de instapkosten beperkt, want onze samenwerking met partners als Schwarzkopf Professional, Indola, Kiela, Samsung en Illy maakt het mogelijk dat 2/3 deel van de benodigde investering al gerealiseerd is voordat een nieuwe vestiging de deuren opent. Voor alle



vestigingen geldt dat ze in bezit zijn van ervaren ondernemers, die al eigenaar zijn van minimaal één salon in het hoge segment. Dit maakt Cuts & Colours tot een organisatie waarin door de wol geverfde ondernemers elkaar versterken."

Meer informatie: www.cutsandcolours.nl

Compleet assortiment en advies op maat bij Salonvoordeel.nl

Wie op zoek is naar saloninrichting en daarbij een helder advies op prijs stelt, is van harte welkom bij Salonvoordeel.nl. Eigenaar Gregor Corbeek is een kapper/ondernemer die al dertig jaar in het vak zit en u met groot enthousiasme van de beste tips voorziet, zodat u de juiste keuze maakt.



Salonvoordeel.nl beschikt over een sfeervolle showroom van zeshonderd vierkante meter in Dinxperlo. Hier wordt salonmeubilair in alle prijsklassen en stijlen gepresenteerd. Kappersstoelen zijn er vanaf € 179,- en washunits vanaf € 499,-. Voor een professioneel advies op maat is de showroom zeven dagen per week op afspraak te bezoeken. Het plannen van een afspraak is mogelijk via een button op de website of door telefonisch contact op te nemen (tot 22.00 uur).

Op de vraag waarin Salonvoordeel.nl zich onderscheidt van andere leveranciers van salonmeubilair antwoordt Gregor Corbeek: "Kappers kunnen bij ons terecht voor advies op maat, waarbij mijn jarenlange ervaring als kapper het voordeel heeft dat ik me gemakkelijk in de situatie kan verplaatsen. Verder is Salonvoordeel.nl zeer actief met nieuwe media. We hebben bijvoorbeeld een eigen YouTube-kanaal waarop regelmatig informatieve video's worden geplaatst. Ook via Facebook bieden we kappers advies en inspiratie."

"Een ander belangrijk punt is dat kwaliteit bij ons voorop staat. Om die reden bestaat vrijwel ons gehele assortiment uit meubilair dat in Europa wordt gefabriceerd. Twee of drie keer per jaar bezoeken mijn vrouw Patricia en ikzelf de fabriek, waar we marktontwikkelingen en assortimentswijzigingen bespreken met de betrokken personen. Deze werkwijze garandeert dat ons assortiment altijd up-to-date is."

"Tot slot is het belangrijk te vermelden dat Salonvoordeel.nl niet alleen actief is met de verkoop van nieuw salonmeubilair. Er zijn ook mogelijkheden voor het inruilen van meubilair en we bieden zelfs leaseconstructies aan. Ook hiervoor geldt dat we graag met de kapper meedenken in een vrijblijvend adviesgesprek."

Meer informatie: Salonvoordeel.nl
 Anholtseweg 24, Dinxperlo
 Tel. 0315-750253
www.salonvoordeel.nl

People Behind The Mirror – **Undonity**

Voor dit herfst- en winterseizoen heeft het creatieve team van People Behind The Mirror onder leiding van Bert de Zeeuw gekozen voor coupes die gemakkelijk draagbaar en (door de klant zelf) restylebaar zijn.

Voor de trendcollectie 'Undonity' werkte People Behind The Mirror samen met een absoluut topteam. Zo werd de styling verzorgd door Xandra Brood, nam Lydia Thann de visagie voor haar rekening en werd de fotografie verzorgd door Richard Monsieurs.

"De Undonity-coupes zijn zo gemaakt dat dames hun haar thuis gemakkelijk kunnen stylen door er even met hun handen doorheen te gaan. Uren voor de spiegel staan is dus niet nodig", vertelt Bert de Zeeuw. "Met de collectie richten we ons dus specifiek op de eigentijdse vrouw die er verzorgd uit wil zien, maar met haar haar ook een gevoel van vrijheid wil uitstralen."

"Om dit te bereiken hebben we gekozen voor coupes die in de salon zorgvuldig geknipt en gekleurd zijn. Verder krijgt de collectie een rauw randje doordat op vele verschillende manieren gebruik is gemaakt van de stijl- en/of krultang."

'Undonity' vormt een rode draad binnen het merkonafhankelijke educatieprogramma van People Academy, de opleidingsstudio van Bert de Zeeuw. Voor meer informatie ga je naar peoplebehindthemirror.nl



Credits:

Haar: Bert de Zeeuw & Creative Team

People Behind The Mirror

Fotografie: Richard Monsieurs

Make-up: Lydia Thann

Styling: Xandra Brood

Modellen: Tutti Models

Producten: Redken

ADVERTENTIES

MOVIESTARS
 Promotieperiode: september - november 2015
 Bij aankoop van een schaar uit de 'moviestars campagne' ontvangt u een Gratis Pathé bioscoop bon (t.w.v. € 12,50*)

... en 7 anderen modellen voor actieprijs

www.haaro.eu
 Verkrijgbaar bij alle gekwalificeerde dealers
 * De voucher geeft recht op gratis toegang in een 2D -film van uw keuze

Great Careers

WANTED:
**KAPPERS OM TE WERKEN
 AAN BOORD VAN CRUISESCHEPEN**

SOLLICITATIE GESPREKKEN
 ZONDAG 22 NOVEMBER 2015 IN UTRECHT

CHASSYOUR DREAM

theonboardspa
 BY STEINER



Automatiseringsspecialist Patrick Klappe (directeur B&F Groep) heeft een heel eigen kijk op de kappersbranche en is daarom columnist van vaktijdschrift De Kapper. In deze uitgave gaat Patrick in op 'couponing' waarbij de consument (vaak via internet) grote kortingen krijgt in de salon.

Onlangs zat ik te eten in een sushi-restaurant, waar het langzaam maar zeker steeds iets drukker werd. Ofschoon ik me uiteraard op mijn tafeldame concentreerde, werd ik toch enigszins afgeleid door de andere gasten. Er viel me iets op, maar ik kon maar niet plaatsen wat. Toen ik de Sake, Suzuki, Tamago, Teppanyaki en Tempura weer overleefd had en mocht afrekenen, wist ik het. Al die gasten had-

den A4-tjes bij zich en waren de hele avond druk met de bediening om strikt binnen de voorwaarden op het A4-tje te blijven. Ik geloof dat ik daadwerkelijk de enige was die een normale rekening kreeg. Ondertussen was mijn gezelschap aan het googlen en kwam ze met de mededeling dat onze maaltijd nagenoeg gratis op één van de bekende kortingssites werd aangeboden. Het zal ongetwijfeld aan mijn karakter liggen, maar het was voor mij niet alleen de eerste keer dat ik in dat restaurant was, maar ook gelijk de laatste keer.

Het 'couponing' in alle varianten heeft in Nederland met de komst van internet een hoge vlucht genomen. Ruim de helft van Nederlanders tussen 18 en 65 bekijkt zo nu en dan deals van kortingssites en iets meer dan veertig procent van de Nederlanders koopt wel eens iets via een kortingssite. Tot zo ver is er nog niet zo veel aan de hand, maar dan komt het: één op de tien Nederlanders koopt elke maand via deze kortingssites en ik sluit niet uit dat u, net zoals ik, gelijk aan iemand moet denken in uw kennissenkring.

Zo iemand die u elke keer weer trots vertelt waar ze nu weer naar toe is gegaan, waar ze is gaan eten, waar ze naartoe is gevlogen, welke cursus ze heeft gevolgd, etc.. Nagenoeg zonder één euro te hebben uitgegeven. Het is voor hen een sport geworden. Ik ben niet vies van marketing en ook niet van acties, sterker nog: ik heb commerciële economie gestudeerd, een prachtig vak. Echter de kern van een marketingactie is dat het je als bedrijf 'in the end' wel wat moet brengen. Waarom zou je het anders doen?

Ook in de kappersbranche zie je dat veel bedrijven de verleiding niet kunnen weerstaan. OK, je staat dan te buffelen voor een tarief van minimaal 50% tot 75% korting op je reguliere prijzen, maar daar stopt het niet. Van het geld dat overblijft mag je dan ook nog 30-50% afstaan aan de kortingssite en moet ook nog iets ingewikkelds met btw verrekend worden. Maar... dan schijn je wel een heleboel nieuwe klanten te krijgen! In menig geval klopt dat ook. Ik ken zelfs bedrijven waar de centrale het niet meer aan kon. Of bedrijven die meer dan een jaar ontregeld waren omdat ze iets met een limiet op de actie niet goed begrepen hadden en vertrouwd hebben op de goede intenties van het accountmanagement van die betreffende kortingssite's. Dit, terwijl de praktijk is dat het accountmanagement juist keihard onderhandelt over de te hanteren korting en het aantal te verkopen coupons omdat zij het zelf in alle gevallen de moeite waard moeten vinden.

Extreme couponing – gun het uw concurrent!

Wat mij betreft zou dit allemaal nog OK zijn, mits als de storm weer is gaan liggen, je daadwerkelijk ziet dat er klanten blijven hangen. En precies daar gaat het mijns inziens mis. Dit profiel klant is niet op zoek naar loyaliteit of lange termijn commitment, maar naar keiharde korting, naar buitenkansjes. Het is een profiel, waar je de oorlog niet mee gaat winnen. Of erger nog, dat veelal meer kapot maakt, dan dat het brengt.

Met de huidige mogelijkheden in salonautomatisering zijn er fantastische opties om zelf je eigen coupon-acties te maken en/of slimme 'tell a friend'-acties te doen. Bijvoorbeeld door dit te koppelen aan volledig geautomatiseerd klanttevredenheidsonderzoek. Je bent dan zelf baas over hoe ver je wilt gaan, kunt voorkomen dat je je bestaande klanten te kort doet en het zo sturen dat je ver weg blijft van extreme couponing. Wees galant en gun dat laatste nu uw concurrent!

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

Pivot Point - Eclectic

Wereldwijd is Pivot Point actief met het geven van kapperstrainingen en het ontwikkelen van leermiddelen voor kappersscholen en 'hair professionals'. Ook biedt Pivot Point volop inspiratie, onder meer met twee jaarlijkse trendcollecties. De nieuwe collectie voor komende winter draagt de naam Eclectic en is direct toepasbaar in de salon.

Kernwoorden van de collectie zijn transparantie, beweging en gelaagde effecten. Ook werd er inspiratie gevonden in de pure, ongerepte schoonheid en de koele kleuren van het Noordpoolgebied.

De Eclectic-collectie bestaat uit vier coupes, waarvan de vaktechniek een rode draad vormt binnen het educatieprogramma van Pivot Point. De coupes worden gekenmerkt door sterke vormen, disconnectie, zachte texturen en koele kleuren, soms in combinatie met lichte accenten. Van alle coupes zijn bij Pivot Point structuurtekeningen beschikbaar, zodat kappers in één oogopslag kunnen zien hoe de kapsels gemaakt zijn.



Wilt u meer weten over de kapperstrainingen van Pivot Point? Neem dan contact op met:

Pivot Point Nederland, tel. 0499-330910, www.pivotpoint.nl



BACKSTAGE

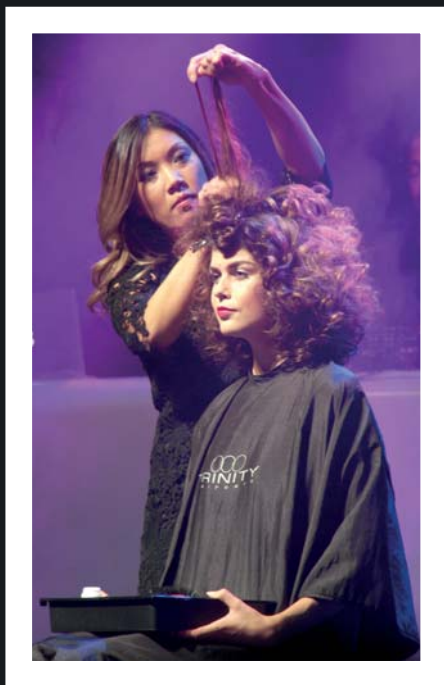
inspirational interiors for
professional hair & beauty salons

pac
interiors

pac-interiors.com

Gentsesteenweg 190 - 9800 Deinze - 09 386 16 36

Trinity Trend Day in teken van Sophisticated by Nature



Stefanie Nijhof-Tang demonstreert de Cashmere-kniptechniek



Arno Doppen toont stoere barbercoupes en de mogelijkheden van Tailor's



Wat drinken mannen het liefste? Precies: bier! Daarom ontvangt iedere salon bij aanschaf van een startpakket Tailor's een houten kratje met Tailor's bier

Op zondag 4 oktober hield Trinity haircare Benelux de tweede Trend Day in Theater Orpheus, Apeldoorn. Enkele honderden Trinity-kappers werden getraakteerd op een live presentatie van de Sophisticated by Nature-collectie en de spectaculaire Michael Jackson Tribute Show 2.0. Daarnaast werden de Trinity Trophy's uitgereikt en werd er een heel nieuw merk gelanceerd: het verzorgingsmerk Tailor's - Made for real men!

Aan het begin van de avond presenteerden de kappers die genomineerd waren voor een Trinity Trophy hun modellen aan het publiek, waarna Robin Schenke er in zijn welkomstwoord op wees dat Trinity in Nederland inmiddels vijf jaar succesvol is en destijds van start ging met een Michael Jackson Tribute-show tijdens Hair Style. Gezien het grote succes stond er in Orpheus een heel nieuwe 2.0-versie van de show op het programma.

Cashmere Cut

De vaktechniek van de 'Sophisticated'-trendcollectie werd live gepresenteerd door Saskia Bolk, Stefanie Nijhof-Tang en Marleen Siechter. Zij toonden onder meer de Cashmere Cut, een techniek waarbij de coupeschaar op een toupeerachtige manier wordt gehanteerd met als resultaat volop textuur en volume in het haar. Alle kappers ontvingen aan het eind van de avond een boek met daarin de 'Sophisticated'-collectie en de bijbehorende step-by-steptechnieken. Een leuke bijkomstigheid van de podiumpresentatie was dat de modellen uit de trendcollectie ook op het podium te zien waren.

Tailor's

Het tweede gedeelte van de Trend Day bestond uit de lancering van de mannenlijn Tailor's, die voor consumenten vanaf half november verkrijgbaar is. Tailor's is volledig ontwikkeld in de Zwitserse laboratoria van Trinity, maar afgezien daarvan is er geen connectie met Trinity. Met andere woorden: Tailor's is een merk dat op zichzelf staat, dat een eigen website heeft en in de nabije toekomst over eigen trendcollecties en een eigen educatieprogramma beschikt.

Originele extra's

Aantrekkelijk aan Tailor's is dat de introductie van het merk gepaard gaat met een aantal originele

acties. Zo heeft singer/songwriter Bart Voncken een Tailor's-song gecomponeerd, die de consument gratis kan downloaden na aanschaf van een product. Ook maken salons die een startpakket aanschaffen kans op een optreden van Bart Voncken in de eigen salon. Verder speelt Tailor's in op de ultieme drank voor mannen, namelijk bier. Er is speciaal Tailor's-bier en bij aanschaf van een startpakket ontvangt de salon hiervan een houten kratje, dat ook meteen geschikt is als productdisplay. Een derde innovatie is dat ieder Tailor's-product een QR-code bevat. Door deze te scannen komt de consument uit bij een instructievideo die uitlegt hoe het betreffende product gebruikt dient te worden. Tijdens het event in Orpheus ging de introductie van Tailor's gepaard met een vaktechnische presentatie door Edwin de Kwaadsteniet en Arno Doppen. Zij toonden stoere barbercoupes en lieten de mogelijkheden van Tailor's zien.

Tribute-show en Trophy's

Het tweede gedeelte van de avond stond volledig in het teken van de spectaculaire Michael Jackson Tribute Show 2.0 en de uitreiking van de Trinity Trophy's 2015. Deze werden gewonnen door:

Haar-Moment, Camilla Uytterwaal (Categorie Avant Garde 2015)
D2 Kappers Lochem, Ergün Gündüz (Categorie Heren 2015)
Kapsalon Piekobello, Priscilla de Vries (Categorie Dames 2015)
Xpressive Kappers, Sigrid Meines (Categorie Colour 2015)

Meer informatie over Tailor's is te vinden in de volgende uitgave van vaktijdschrift *De Kapper* (6 december) of door contact op te nemen met:

Trinity haircare Benelux, tel. 0485-521333,
www.trinity-haircare.nl, www.tailorsgrooming.com

Natuurlijke kleuren en vormen bepalen de nieuwe Sophisticated-collectie ▼





Bij wijze van uitzondering gingen we voor deze editie van 'Salon X' over de landsgrens naar het Vlaamse Sint-Truiden, dat zo'n veertig kilometer van Maastricht ligt. We ontmoetten Freddy Remels, die al sinds '84 saloneigenaar is, nog altijd 'hands on' is en inmiddels tien jaar op zijn huidige locatie aan de Gazometerstraat is gevestigd. Afgelopen zomer kreeg de zaak een heel nieuw interieur, dat ontwikkeld en gerealiseerd is in samenwerking met PAC Interiors. Het is inmiddels de derde keer dat Freddy Remels de inrichting heeft toevertrouwd aan PAC Interiors. Doordat vrijwel alle vormen in de zaak rond zijn, inclusief de muren, is een dynamische inrichting ontstaan die de klanten privacy biedt en die is afgestemd op de belangrijkste doelgroep van The Hair Factory: jongeren!

beter tweemaal €40,- kunt verdienen dan eenmaal €80,-; het geeft eenvoudigweg meer zekerheid. Ik had er enkele jaren geleden zeker ook voor kunnen kiezen om een andere kant op te gaan en van de zaak echt een salon in het hoge segment te maken, met een glaasje cava en uitgebreide behandelpakketten voor de klant. Mede-ondernemers die deze stap hebben gezet, hebben hiermee goede resultaten bereikt. Maar bij mij past dit gewoon niet. Al met al ben ik dus blij met de keuzes die ik destijds heb gemaakt."

"Het allerbelangrijkste bij het bedenken en uitvoeren van een salonconcept is dat dit in alles zoveel mogelijk consequent is. Op die manier bereik je dat klanten weten waarvoor ze bij jou terecht kunnen. Om de jongeren te bereiken, werkt The Hair Factory bijvoorbeeld met betaalbare prijzen, ruime openingstijden, acties die specifiek op hun belevingswereld zijn afgestemd en ga zo maar door. Een belangrijk bijkomend voordeel van de focus op jongeren is dat je de leeftijdsgroep die boven hen zit zeker niet uitsluit. Wanneer je de dochter als klant hebt, gebeurt het al snel dat zij haar moeder ook naar ons meeneemt. Andersom is dat een stuk lastiger."

"Bij de herinrichting van de zaak heb ik mijn jonge doelgroep in het achterhoofd gehouden. Mijn oorspronkelijke plan was een soort tunnel waarvan ook het plafond golvende vormen zou hebben, maar dat was echt geen haalbare kaart. PAC Projects heeft echter een uitstekende middenweg gevonden door golvende wanden

Hoe heeft uw loopbaan er toe nu toe uitgezien?

"Ruim dertig jaar geleden ben ik een eenmanszaak gestart in Budingen, een dorp hier in de buurt. Later is daar een tweede salon bij gekomen, maar nu richt ik me volledig op The Hair Factory. Inmiddels ben ik 52, vader van een vierjarige zoon en ik zie dat veel collega-ondernemers van mijn generatie zelf geen klanten meer behandelen, maar uitsluitend nog bezig zijn met managen. Zelf wil ik dat niet; ik hanteer de kappersschaar nog met evenveel passie als vroeger en ik ben echt verslingerd aan het vak. Verder is het voor de zaak ook goed dat ik zelf klanten behandel, want het zorgt ervoor dat je feeling met hen houdt en als je je klanten goed kent, is het gemakkelijker om de juiste beslissingen te nemen."

De laatste jaren zijn economisch gezien niet gemakkelijk geweest. Hoe bent u erin geslaagd om de crisis door te komen?

"Ik ben gaan samenwerken met een bedrijfsmentor. In de afgelopen jaren zijn de

"Een salonconcept moet in alles consequent zijn"

lonen met wel dertig procent gestegen en veel salons hebben hierop gereageerd door hun prijzen te verhogen. Ik wilde dat niet. Deels was dit een gevoelskwestie en deels ook gewoon gezond verstand, want mijn belangrijkste doelgroep bestaat uit jongeren en die zijn bovengemiddeld prijsbewust. In overleg met de bedrijfsmentor is toen het besluit genomen de prijzen niet te laten stijgen, maar om ze zelfs een beetje te verlagen. Dit is een uitstekende beslissing geweest. Het aantal klanten groeide hierdoor aanzienlijk, ik kon een extra medewerker aannemen en de productverkoop ging omhoog. Het is altijd mijn stellige overtuiging geweest dat je



Freddy Remels

te maken en op het plafond ronde vormen te creëren met speciale lampen. Een volledig witte vloer is me - achteraf volkomen terecht - ook afgeraden door PAC Projects. Ik wilde dit in eerste instantie graag, maar in de praktijk is een spierwitte vloer gewoon geen goed idee. Klanten hebben enthousiast op de nieuwe inrichting gereageerd. Wat zij vooral erg prettig vinden, is dat niet alle werkplekken op één lijn staan, waardoor de klant net wat meer privacy heeft. Ook heb ik er zeer bewust voor gekozen om iedere werkplek veel ruimte te geven, wat zowel voor de klant als de medewerkers en mijzelf erg prettig is."

"Ik werk heel wat meer uren dan 'normale' kantooruren. Ik ben vijf dagen per week van 7.00 tot 19.00 uur in de salon en op de meeste werkdagen doe ik 's avonds thuis nog een uur de administratie. Dat zijn behoorlijk wat uren, maar ik zou echt niet anders willen. Juist omdat ik zoveel uren maak en ook nog vader ben, is het erg belangrijk dat je een partner hebt die volledig achter je staat en achter wat je doet. Anders is het in mijn ogen een stuk lastiger om succesvol te zijn. Dat ik zo iemand heb, beschouw ik als een groot geluk."

Kunt u een voorbeeld geven van marketingacties van The Hair Factory die gericht zijn op jongeren?

"Een nieuwe actie die erg succesvol is, is dat we de laatste zaterdag van de maand tussen 17.00 en 18.00 uur aan vijf klanten een gratis 'make over' aanbieden inclusief een fotoshoot. Via social media worden die foto's veel gedeeld, wat natuurlijk goed is voor onze naamsbekendheid. Ook komen er regelmatig vrienden en vriendinnen van die klanten een kijkje nemen, die vaak ook weer klant worden. Daarnaast stellen de fotoshoots ons in de gelegenheid om te laten zien wat we kunnen en wat volgens ons de nieuwste trends zijn."

"In het najaar maken we met het complete team van The Hair Factory altijd een trendcollectie, bestaande uit een korte, een lange en een opsteekcoupe plus een herenmodel. Die trendcollectie nemen we heel serieus, want het is een goede manier om je medewerkers naar een hoger niveau te tillen en inspiratie te bieden aan je klant. Voor mij is het ook een goede manier om mijn team nog beter te leren kennen. Het is belangrijk dat ik precies weet wat de sterke punten van een bepaalde medewerker zijn, want hierdoor is het voor mij gemakkelijker om een klant met bepaalde wensen aan de juiste kapper te koppelen. Juist doordat ik veel tijd en energie in mijn medewerkers steek, loop ik het risico dat zij op een zeker moment



de zaak verlaten. Maar daar heb ik geen problemen mee. Als iemand niet meer volledig gemotiveerd is, dan heb ik veel liever dat ze hun eigen weg gaan. Soms betekent dit dat andere medewerkers en ook ikzelf een extra tandje bij moeten zetten, maar zolang je over een gemotiveerd team beschikt is dat geen probleem. In de loop der jaren heb ik ondervonden dat dit echt de beste manier is om hiermee om te gaan, wat onder meer bewezen wordt doordat ik nog nooit zo'n goed team heb gehad als nu. Met hen en de nieuwe inrichting zie ik de toekomst dus vol vertrouwen tegemoet!"

Meer informatie:
The Hair Factory
Tel. +32 (0)11 887730
www.thehairfactory.be

PAC Interiors
Tel. 0165-528879
www.pac-interiors.nl

PAC Interiors realiseerde voor The Hair Factory een inrichting met boogwanden en zwevende panelen. Doordat de behandelpaatsen niet allemaal op één lijn staan, hebben de klanten extra privacy ▼



Plié Collection van **Toni&Guy** Newtown is krachtig en breekbaar tegelijk

In de afgelopen tijd is Toni&Guy steeds meer een consumentenmerk geworden. Een groot deel van het assortiment is voor Nederlandse consumenten bijvoorbeeld direct verkrijgbaar bij drogisterijketens zoals Etos en Kruidvat. Wel beschikt Toni&Guy wereldwijd nog altijd over 430 salons in 45 verschillende landen. De nieuwe collectie van Toni&Guy Newtown uit Australië wilden we u niet onthouden. Dit niet alleen vanwege de fantastische foto's en de bijbehorende vaktechniek, maar ook vanwege het ijzersterke concept waarop de collectie gebaseerd is.



De Plié Collection is ontwikkeld door Nicole Kae van de Toni&Guy-salon in Newtown, een wijk in de hoofdstad Sydney. Zij is bepaald niet de eerste, de beste aangezien Nicole Kae in het afgelopen jaar finalist was voor vele kapperswedstrijden, waaronder de Australian Hair Fashion Awards (in de categorieën Newcomer of the Year en Artistic Team of the Year).

“De Plié-collectie zet kracht en breekbaarheid recht tegenover elkaar”, vertelt Nicole Kae. “In zes portretten wordt bijvoorbeeld ingegaan op de elegantie en de discipline van ballerina's. Op haarmodegebied is dit vertaald naar nauwkeurig gevlochten braids en naar

coupes die zeer precies zijn geknipt. Dit staat dan weer in contrast met de nonchalant aangebrachte pasteltinten en gladde finishing. Deze benadrukken de rauwe, pure schoonheid van de Plié Collection”, aldus Nicole Kae.

“Voor de collectie heb ik intensief samengewerkt met modestylist Blake Sutherland. Volledig in lijn met de coupes, koos hij voor delicate stoffen zoals tule in wit en zachte pasteltinten. Deze zijn gecombineerd met stoer zwart leer, metalen studs en piercings. Ook hier zie je dus dat zachtheid en harde, sterke elementen met elkaar gecombineerd worden om te komen tot een visueel spektakel dat de individualiteit benadrukt.”

Meer informatie: www.toniandguy.nl, www.toniandguy.com.au

Credits 'Plié Collection'

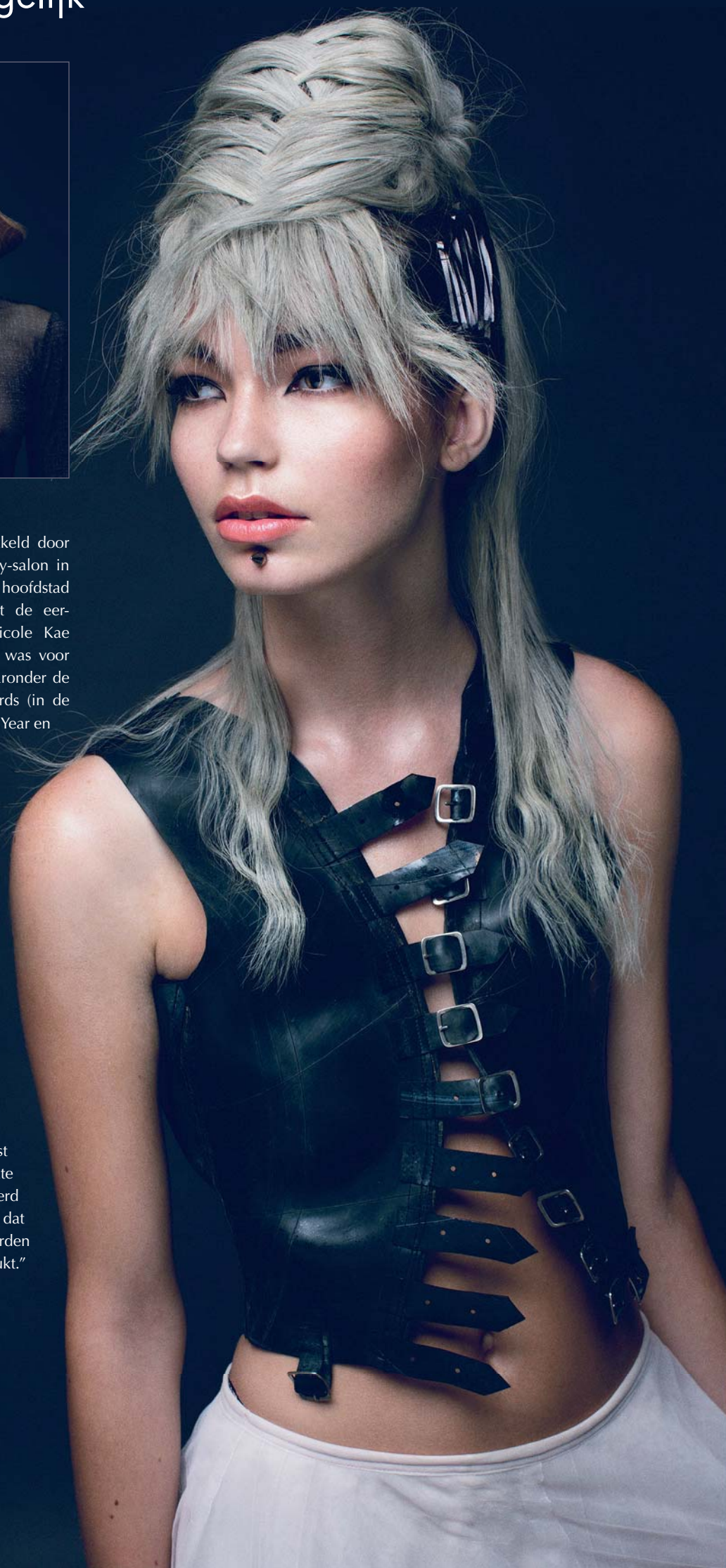
Hair: Nicole Kae, Toni & Guy Newtown, Sydney, Australia

Photographer: Kristina Yenka

Make Up: Isobel Claire Stanford

Styling: Blake Sutherland

www.toniandguy.com.au



Vitality's

LIFE IN THE HAIR



ART ABSOLUTE

COLOR + PROTECTOR OIL

go together well

COLOR + SHINE

guaranteed by the exclusive blend of the Protector Oil

Art Absolute leaves the hair soft and natural looking, a true conditioning color



GO BEYOND LUXURY



HAIR PLUMPER

VOOR MEER INFORMATIE BEL 055-5431111

L'ANZA®
HEALING HAIRCARE