

NR. 11 NOVEMBER 2022



dofk.

FRISØRER & KOSMETIKERE

**DM OG ÅRETS FRISØR
SALON INTERNATIONAL
SÅDAN HÅNDTERER DU KLAGER**

Vil du være med i fællesskabet i et af Danmarks stærkeste frisørbrands?



zoom by zoom

Zoom by Zoom er en kæde af selvstændige frisørforretninger drevet på franchise basis af landets dygtigste frisører og med branchens stærkeste forretningskoncept.



De bedste produkter til attraktive priser

Du får adgang til markedets stærkeste produkt-sortiment - med ekstraordinære rabatter.

Fælles markedsføring

Du får adgang til fælles hjemmeside, visuel identitet og fælles markedsførings- og SoMe-indsatser - herunder salgs- og markedsføringsmaterialer, billeder m.m.

Koncept - udvikling - vækst

Det er grundlaget for Zoom by Zoom og for den succes, vi ønsker at alle danske frisørforretninger skal opnå. Som franchisetager forbliver du selvstændig med din egen salon - men med alle fordelene fra et stærkt og velafprøvet koncept.

Uddannelse

Du får masser af kreativ inspiration, sparring og uddannelse flere gange årligt for både indehavere og ansatte.



Sammen kan vi mere

I Zoom by Zoom bliver du medlem af en engageret familie, der hjælper og sparrer med hinanden og som har et stærkt fagligt og socialt netværk på tværs af salonerne - både ansatte og ledere. Det giver tryghed i hverdagen.

Det er let at komme i gang

Er du interesseret i at høre mere om fordelene og mulighederne for at blive en del af Zoom by Zoom, så vil vi meget gerne høre fra dig.

Ring til Kristian Bertelsen på
tlf. 20 74 83 53 eller skriv til
kristian@zoombyzoom.dk.

ZOOM ZOOM

INDHOLD

12 DM 2022 HANSENBERG - SØNDAG DEN 30. OKTOBER

Konkurrencefrisører mødes og kæmper om de eftertragtede placeringer og pokaler

16 ÅRETS FRISØR 2022

En årlig tilbagevendende begivenhed, som vi alle glæder os til.

18 THINK BIG MED PACT EDUCATION

150 spændte frisører er mødt op på Herning Tekniske skole.

22 SÅDAN HÅNDTERER DU KLAGER OG DÅRLIG OMTALE

Får man dårlig omtale på de sociale medier, kan du læse her, hvordan den håndteres bedst.

28 PERFEKT UPERFEKT

IdHAIR Emotion - bliver fremvist på Hotel Legoland i Billund..

42 DET SKER

Kalender for nationale og internationale arrangementer.

44 BRANCHENYT

46 NY I DOFK

Julie Kanstrup er uddannet i mormors salon Skansens Frisørcenter i Nørresundby.

50 MESTERINFO

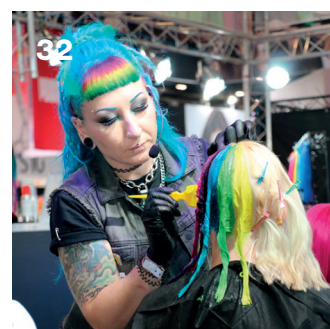
51 DANSK VINDER AF NORDISK FRISØRINITIATIV

Rikke Damm Brøndum fra Børkop, vinder af Wella Family Fund.



32 SALON INTERNATIONAL LONDON 2022

Bød tusindvis af besøgende og hundredvis af brands velkommen til ExCeL London



ZENZ

Professionelle produkter til din salon

LOOK GOOD

ZENZ Organic Products er en eksklusiv serie af salonprodukter udviklet af frisører til frisører. De multifunktionelle produkter inspirerer dig til at være kreativ og skabe professionelle resultater.

DO GOOD

Med ZENZ Organic Products drager du ikke alene omsorg for dig selv og dine kunders sundhed. Du er også med til at gøre en forskel for vores fælles miljø og natur ved at vælge mere miljøvenlige produkter.



Produkterne er certificeret for at give dig tryghed for at de lever op til høje krav fra en tredjepart som du kan stole på.

FEEL GOOD

Produkterne skaber rammerne for et sundt arbejdsmiljø for dig som frisør, mens du giver kunderne en velværeoplevelse. Oplev hvordan naturens reneste og bedste ingredienser skaber smukt og sundt hår. Produkterne indeholder maksimal andel af naturlige og certificeret økologiske ingredienser og er uden skadelig kemi.



Oplev hvordan produkterne gør en forskel for dig som frisør og for dine kunder.
Kontakt din sælger hos Sæther på tlf: 44390818 eller kundeservicepro@saether.dk for bestilling af produkter.

Kontakt ZENZ hvis du vil høre om mulighederne for at blive ZENZ Green Partner.
ZENZ Organic Products | +45 53538405 | pro@zenzorganic.com | zenzpro.dk

MANIPULATION MED TAL

Gennem de seneste mange år er det fra flere sider blevet fremført, at en frisør kun har en levetid i faget på 8,4 år inklusiv læretiden. Det er simpelthen ikke rigtigt. Det er ganske enkelt forkert! Jeg var for nylig til møde i Videncenteret, som har lavet denne undersøgelse.

Jeg har simpelthen aldrig kunnet forstå dette tal. Alene af den grund at dofk medlemmernes alder viser, at frisørernes gennemsnitlige levetid i faget MÅ være meget højere. Jeg fik ved mødet i Videncenteret lejlighed til at spørge ind til denne undersøgelse og fik et chok, da det viste sig ikke at være rigtigt. Jeg har efterfølgende bedt om, at få en bekræftelse på mail.

I undersøgelsen, som blev lavet i 2009 har man spurgt alle frisørerne, der har fået svendebrev i perioden fra 1985 til 2007 om, hvor mange af dem, som havde forladt faget. Man bad så samtidig de frisører, som havde forladt faget om at oplyse, hvor længe de havde været i faget. Derefter tog man gennemsnittet af den oplyste periode. Det viser jo absolut INGENTING om en frisørs gennemsnitlige levetid i faget. Det viser kun et gennemsnit af den gruppe, som havde forladt faget i den periode. Det kan man da kalde at manipulere med tal, når budskabet fremstår som, at frisørerne ikke holder længe i branchen.

Jeg fatter ikke, at nogen kan føle, at det vil være til gavn for en branche at gå ud med nogle tal, som ikke er korrekte. Det er absolut ikke til gavn, tværtimod! Det gør det ikke nemmere at rekruttere unge mennesker til branchen. Det sender forkerte signaler til unge mennesker, deres forældre, erhvervsskoler, arbejdstilsyn, politikere og andre instanser. Det kan ikke være rigtigt. Det skal stoppe.

Jeg vil gerne være med til at iværksætte en ny undersøgelse, når det kan lade sig gøre, så vi kan få det rigtige billede af branchen.

Jeg vil også gerne understrege, at vi i dofk har den holdning, at vi skal have så sundt et arbejdsmiljø som overhovedet muligt. Alt andet er nemlig skadeligt på alle måder for både salon, indehaver og ansatte, også økonomisk. Men de ting som bliver undersøgt, og hvis resultater skal fremlægges, de skal være reelle og ikke manipulerede. Det skal vi ikke acceptere i branchen.

DM/ÅRETS FRISØR/ SKOLEKONKURRENCEN

Tak for en dejlig søndag på Hansenberg i Kolding. Mange deltagere og tilskuere skabte rammerne for en rigtig god og flot faglig søndag. Der blev konkurreret på livet løs, og da dagen gik på hæld kunne mange deltagere juble. I kan læse meget mere om arrangementet inde i bladet.

Men jeg vil gerne sende en stor tak til alle dem, som, udover deltagerne, gør det muligt at afholde en sådan dag. Der er nemlig mange, som ganske frivilligt bruger mange fritimer på at hjælpe med planlægning og afvikling af dette stævne. Uden dem ville det ikke kunne lade sig gøre. Så en stor tak til alle dem for en flot indsats. Dejligt at det i år lykkedes at afholde dette arrangement. Vi ser frem mod 2023.

Connie Mikkelsen

Connie Mikkelsen
Formand



Id HAIR

SENSITIVE XCLUSIVE



Parfumeфри care

NYHED: SENSITIVE 911 RESCUE SPRAY

Du kender måske allerede vores populære 911 Rescue Spray fra Elements Xclusive. Alle de gode egenskaber har vi trukket med over i en ny flaske og efterladt parfumen på vores fabrik. Den plejende all-round spray med højt indhold af Arganolie giver styrke, glans og fugt til håret samt bekæmper frizz. Den kan desuden intensivere hårfarven.

I Sensitive Xclusive finder du et eksklusivt udvalg af hårprodukter i høj kvalitet uden parfume, der giver dig mulighed for lave smukke stilynger. Alle produkter er desuden dermatologisk testet.

KONTAKT DIN IDHAIR KONSULENT - FOR MERE INFO: 8674 2822 - PRO.IDHAIR.DK

FAGBLADET DOFK

dofk er erhvervs- og arbejdsgiverorganisation for frisører og kosmetikere og kæmper for at skabe de bedste betingelser for branchen. dofk har mere end 2200 medlemmer, som enten er salonejere eller arbejder som enkeltstående frisører eller kosmetikere. Der er 31 lokale laug, som skaber stærke faglige fællesskaber. Læs meget mere om dofk på dofk.dk.

Fagbladet dofk udkommer 11 gange om året – midt i hver eneste måned - på nær juli. Bladet sendes gratis til alle medlemmer af organisationen. Har du et bidrag eller ønsker du at annoncere, så kontakt os senest tre uger inden udgivelse.

UDGIVES AF

Danmarks organisation for
selvstændige frisører & kosmetikere
Islands Brygge 26
2300 København S
+45 6315 7440
blad@dofk.dk
www.dofk.dk

REDAKTION

Connie Mikkelsen, cm@dofk.dk (Ansvarshavende)

ANNONCESALG

Helle Jensen - helle@ff.dk
+45 9722 4885

FAGBLADET dofk **AIPP**
ISSN 2245-8700 ASSOCIATION INTERNATIONALE
DE LA PRESSE PROFESSIONNELLE

OPLAG

FAGBLADET dofk udkommer
i 3.600 eksemplarer.

 **DANSKE MEDIERS
OPLAGSKONTROL**

PRODUKTION

 **REPROHUSET**

Reprohuset, www.ff.dk

Redaktionen/udgiver påtager sig intet ansvar for
manuskripter, fotos og lign. indsendt uopfordret. Ligeledes ikke for
fejl i anvisninger m.m. Tekst og fotos er beskyttet af copyright.



**PRESSE
NÆVNET** 

Danske Medier:



FORSIDE

Vinder af Årets Frisør junior kategorien
Hår: Monika Mølgaard Kjær
Salon: Frisør Lyhne



Vinder af Årets Frisør senior kategorien
Hår: Karina Brandt Højgaard
Salon: By Højgård

Med Book Salon kan du realistisk set undgå adskillige timers administrativt arbejde hver uge.

Når dit booking- og betalingssystem er ét, vil massevis af tingene ske automatisk.



Book Salon PRO

- ✓ Online Booking
- ✓ Kunderegistrering
- ✓ Betalingsterminal til salonen
- ✓ Multi-bruger funktioner og hurtige udbetalinger
- ✓ Lager og lagerhåndtering
- ✓ SMS-påmindelser

+ meget mere!

299 DKK / måned

Pris pr. salon

Inkl. ubegrænset antal brugere og betalingsterminal

booksalon

Besøg pro.booksalon.dk og kom gratis igang



INNERSENSE

ORGANIC BEAUTY

Skønne krøller, bæredygtighed og professionel økologisk hårpleje

Velkommen til Innersense Organic Beauty
- en komplet og prisvindende serie af
kvalitative, bæredygtige produkter, udviklet
med økologisk certificerede ingredienser,
dit hår vil elske. Selvfølgelig uden brug af
skadelige kemikalier.

Serien er perfekt til dig, der ønsker en alsidig serie
af høj kvalitet og ikke mindst til styling af krøller,
som er blevet mere populært end nogensinde.

De populære krøller

Innersense kan selvfølgelig anvendes til alle
hårtyper, uanset længde eller om dit hår er krøllet,
farvet, glat, fint, tykt, skadet eller et sted der
imellem. Men særligt forbrugere med krøllet hår
har serien som deres favorit.

Vi udvikler ikke produkterne specifikt til krøller
eller med en krølle-metode i tankerne. Vi lader blot
resultaterne tale for sig selv, for med Innersense er
det utroligt let at skabe imponerende krøller.

Som professionel frisør kan du med enkle teknikker
og den rigtige kombination af produkter skabe det
perfekte Curly Look for dine kunder.



Løfter om bæredygtighed

Når det kommer til økologisk hårpleje, er vi blandt de førende
på verdensplan, hvor vi hele tiden skubber grænserne for
udviklingen af nye produkter og stiller store krav til os selv.

Dette indebærer bl.a. certificeringer som Carbon Neutral,
Plastic Neutral og B Corp, som et konkret løfte om at arbejde
globalt for en bæredygtig fremtid for mennesker og miljø.

Takket være en høj kvalitet og en ren, økologisk profil har
Innersense også opnået den højeste positive rating på den
internationalt anerkendte "Think Dirty" app og er selvfølgelig
også godkendt til Grøn Salon herhjemme.

Uddannelse og lokale trænere

Innersense tilbyder løbende kurser overalt i Danmark både
med vores danske team og det internationale træner-team,
der består af mere end 80 trænere, ambassadører og stylistere.
Som Innersense frisør kan du altid deltage i vores kurser, som
foregår både online og rundt om i Danmark. Vil du høre mere
om vores kurser, så står vores konsulenter klar til at hjælpe.

”

Vi lader blot resultaterne tale for sig selv, for med Innersense er det utroligt let at skabe imponerende krøller.

Værd at vide:

Grundlagt i San Francisco i 2005 af Greg og Joanne Starkman i 2005 og i dag et globalt anerkendt hårplejemærke.

22 eksklusive produkter i sortimentet i alle størrelser; salg, rejse, salon, sample og refill.

Bæredygtige, naturlige og økologisk certificerede ingredienser - uden skadelige kemikalier.

Perfekt til dine kunders drømmehår; kort, langt, glat, stilet, farvet eller krøllet.

Innersense fremtryller de flotteste krøller med en særlig klippe- og stylingteknik, som du nemt kan anvende i din salon.

En komplet hårplejeserie godkendt til Grøn Salon

Er du interesseret i at høre mere om muligheden for at få Innersense i din salon, kan distributør Plan Organic kontaktes på contact@planorganic.dk eller 55 72 11 00



Fra triste, trætte og livløse krøller til fantastiske resultater.

Foto: Innersense
Pro Educator
Stephanie Vinther



Vil du se flere fantastiske resultater med Innersense, så følg os på Instagram

📷 @innersenseorganicbeauty_dk

Dm 2022 Hansenberg - søndag den 30. oktober

SKAL VI IKKE LIGE GIVE DEM EN HÅND...

DM på Hansenberg i Kolding har nu gennem flere år været fast valg for stedet, hvor konkurrencefrisører mødes og kæmper om de eftertragtede placeringer og pokaler.



GODE FORHOLD PÅ HANSENBERG

Med fri parkering, kantine, toiletter og opholdsrum med siddepladser til både gæster og arrangører, sikres et godt event for dagens to højdepunkter - DM og Årets Frisør.

Denne gang var der i alt 8 discipliner, hvor de knap 50 tilmeldte konkurrencefrisører kunne gøre sig gældende med deres arbejde.

Skal man præstere i et DM for konkurrencefrisører, er det vigtigt, at man har trænet målrettet og hårdt forud for den store dag. Den yngste er 18 og den ældste er 44 år. Selv om de fleste hører til den helt unge kategori, og er elever, er mange af dem gengangere fra tidligere års konkurrencer, og de har allerede udmærket sig med flotte resultater og stor erfaring. Alligevel mærkes den sitrende stemning og presset klart, når nedtællingen forud for hver disciplin indledes. "3-2-1 og værs'go" lyder det fra højtalerne og blot et nanosekund efter fyldes Hansenbergs store aula med lyden af heftige hårtørre i funktion. En handling der nok kan resultere i strømsvigt, men ikke for personalet på Hansenberg da de har prøvet det hele før.



Trine Birkerod, stævnets speaker og selv tidligere konkurrencefrisør, gjorde det til en fornøjelse at deltage i arrangementet. Ikke alene sikrede hun en særdeles velgennemført agenda med både overholdelse af tidsplan og diverse regler, men havde samtidig overskud til at støtte, styrke og opmuntre de til tider stærkt pressede deltagere.

“Skal vi ikke lige give deltagerne en hånd - det ser brandgodt ud” lød det igen og igen fra dommerbordet, “vi har altid brug for lidt opmuntring”, hvorefter de mere end 200 fremmødte gæster og pårørende kvitterede prompte med klapsalver.

GÅ BLOT I GANG

Trine slår også et slag for konkurrencearbejdet. “Til jer elever blandt tilskuerne der er mødt op i dag, og også har drømmen om at deltage - gå blot i gang. Det er en stor oplevelse, selv om det kræver en del arbejde. Spørg jeres mester, spørg jeres skole, det er et fantastisk fag vi er en del af, med mange muligheder. En af dem er at arbejde med konkurrencehår og møde en masse mennesker og se lidt af verden, og jeg kan kun anbefale det” siger Trine.

HUSK JERES TING

Hver gang en disciplin når sin afslutning, bliver deltagerne mødt med nedtællinger, indtil flere af slagsen, gerne 15, 10, 5 og 1 minut før tiden er gået. Det er en meget venlig gestus, der skaber overblik, og også er med til at sikre, at deltagerne når det hele inden “slutsignalet” lyder. Når

først tiden er gået, er det for sent at rette mere på modellens hår. Det eneste man må, og som også er vigtigt, er, at rydde op ved spejlet, fjerne alle sine værktøjer og andre ting, rette på modellens tøj og sikre sig, at modellens højde og retning er perfekt afstemt i forhold til spejlet, så alle nødvendige detaljer til bedømmelsen kan



DAMEARBEJDE

Fashion Day		
1.	Lotte Cecilie Kristensen	
2.	Sara Høeg	Frisør & Wellness
3.	Anne Sofie Hansen	Hårgalleriet

Fashion Cut		
1.	Thea Voigt Pedersen	Chr I1 Coiffure
2.	Lotte Cecilie Kristensen	
3.	Louise Hartmann	By Hartmann

Creative Hair Color		
1.	Louise Hartmann	By Hartmann
2.	Camilla Bonde	Coiffure N
3.	Thea Voigt Pedersen	Chr I1 Coiffure



DM - Dame Fashion Day
Lotte Cecilie Kristensen



DM - Dame Fashion Cut
Thea Voigt Pedersen



DM - Dame Creative Hair Color
Louise Hartmann



DM - Herre Low Skin Fade
Katrine Bering

HERREARBEJDE

Low Skin Fade		
1.	Katrine Bering	Hair By CK
2.	Hozan Ibrahim	
3.	Melika Aktas	Bendesgaard

Fashion Pro Cut		
1.	Melika Aktas	Bendesgaard
2.	Veronika Belousova	Poul M Randers

Classic Skin Fade		
1.	Melika Aktas	Bendesgaard



DM - Herre Fashion Pro
Melika Aktas



DM - Herre Classic Skin Fade
Melika Aktas

SKOLEKONKURRENCE

Damearbejde - Bridal		
1.	Anne Sofie Hansen	Tradium
2.	Sara Høeg	Tradium
3.	Thea Voigt Pedersen	SDE Odense

Herrearbejde - Bombage		
1.	Thea Voigt Pedersen	SDE Odense
2.	Sarah Simonsen	Herningsholm
3.	Anne-Alberte Bagner Pryds	SDE Odense

Sammenlagt hold		
1.	Thea, Anne-Alberte, Ida Marie	SDE Odense
2.	Sara, Anne Sofie, Veronika	Tradium
3.	Thea, Karoline, Sarah	Herningsholm



Skolekonkurrence - Bridal
Anne Sofie Hansen



Skolekonkurrence - Bombage
Thea Voigt Pedersen





ses. Herefter er resten op til de 'skarpe' dommere og vismænd, hvor af mange også selv kender konkurrencearbejdet fra egen tid som deltager.

MED HOVEDET UNDER ARMEN

Når alle discipliner er gennemført, har deltagerne kun tilbage at vente på diverse sammentællinger backstage, før den spændende finale og præmieoverrækkelse finder sted. Også her lyder en opfordring fra Trine: Husk jeres hoveder - tag mannequin-dukken med på podiet, hvis I vinder - vi vil så gerne se jeres smukke arbejde!"

TAK TIL ALLE

En stor tak lød til Hansenberg for lån af lokaler, til PS Nielsen for deres støtte og en fin stand med plads til at nørde i alskens frisørgrej, til de to organisationer bag Faglig Ordning, dofik og dfkf, til dommere, vismænd og andre officials. Tak til de mange gæster der havde valgt at bruge en søndag i faget, og sidst, men ikke mindst, dagens hovedpersoner, konkurrencefrisørerne der 'gad' at gå gennem et kæmpe forarbejde for at kunne komme og stille op og give deres bedste udgave af sig selv og sin kunnen, og derved vise flotte frisurer til glæde for alle gæster og andre interesserede.



ÅRETS FRISØR 2022

En årlig tilbagevendende begivenhed, som vi alle glæder os til, er Årets Frisør. Det er en fotokonkurrence, og betyder altså, at man hverken klipper, farver eller styler på selve konkurrencedagen, men i stedet sender en "studieoptagelse", eller i hvert fald et billede i høj kvalitet - af sin model, ind til bedømmelse forud for konkurrencen.

I den mellemliggende periode kan man, hvis man slipper gennem nåleøjet, opnå at blive nomineret og på den måde være med i selve konkurrencen. Til det formål bliver der produceret en roll up, som så står til skue på hele konkurrencedagen, sammen med alle de andre deltagers bud på et vinderbillede.

Mange gæster tager billeder af de fremstillede forslag og gætter ivrigt på, hvem vinderen mon er. Dette forløsende øjeblik sker sidst på dagen i forbindelse med præmieoverrækkelsen for vinderne ved DM.

BÅDE JUNIOR OG SENIOR

Konkurrencen er opdelt i to kategorier - én for juniorer og én for seniorer. I år var der i alt 17 deltagere fordelt på begge kategorier. Hver enkelt deltager får 'sin' roll up med sig hjem, og for de to heldige vindere følger også en kontant præmie på 5000 kr. som kan anvendes til et spændende fagligt kursus eller event.

Det er DFKF og dofk, der i samarbejde kårer, udråber og præmierer de flotte indslag.

Som altid er det også et af vinderbillederne, der pryder fagbladets forside.

VINDEREN AF ÅRETS FRISØR 2022

Nomineret til årets frisør i kategorien junior
- Monika Mølgaard Kjær - Frisør Lyhne
Vindinggård Center 27A, 7100 Vejle
Nomineret til årets frisør i kategorien Senior
- Karina Brandt Højgård - By Højgård
Jernbanegade 3, 5750 Ringe



epiic hair care

– et nyt og banebrydende dansk hårplejebrand
udviklet af frisører til frisører og stylist

Det nye brand er resultatet af en vision om at skabe en serie af professionelle, bæredygtige hårplejeprodukter produceret med omtanke for både mennesker og natur:

- ✓ Emballage fremstillet efter OWP™ konceptet, der arbejder for at fjerne plast fra verdens have og floder 1:1
- ✓ Naturlige ingredienser og helt fri for sulfater og parabener
- ✓ "Cosmos Organic"-certificering af flere produkter
- ✓ 100% vegansk og naturligvis ikke testet på dyr

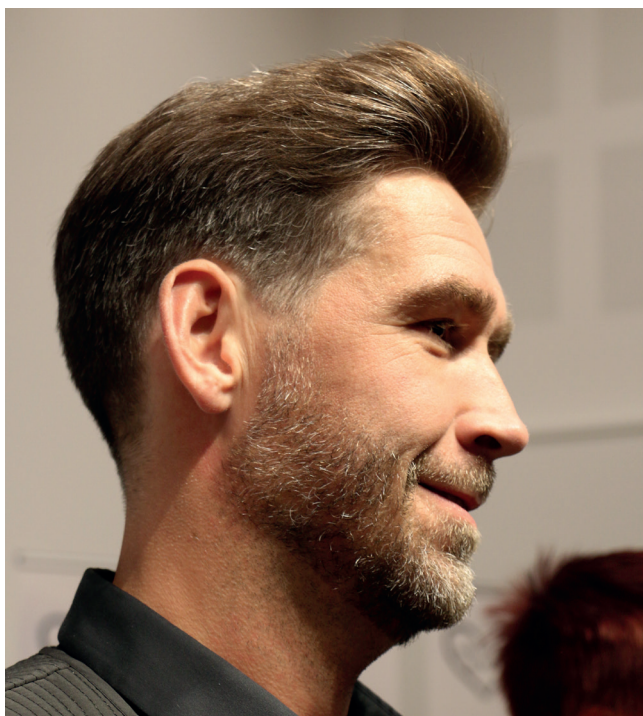


epiic
hair care

Forhandles af: Pact Nordic A/S · Tlf: 70 22 33 54 · www.pactnordic.dk

THINK BIG - MED PACT EDUCATION

150 spændte frisører er mødt op på Herning Tekniske skole og venter på at blive opdateret i seneste nyt om tidens trend og tendenser.



Tak fordi I har lyst til at bruge jeres tirsdag aften her sammen med os til - "Think Big" - lyder det fra en glad Marianne Henriksen, fra Pact Education.

I kommer til at opleve noget lækkert dame- og herrehår, både i klip og farve, lige til at tage med hjem og bruge i salonen, lover Marianne.

SMÆK PÅ FARVERNE

Tre tekniske frisører fra det creative team hos Pact Education - Nicole, Jimmy og Kristian - åbner op for showet med hver deres model, de første 3 ud af af i alt 10 modeller. Vi bliver lovet eksempler på teknikker, hvor der er "leget" dip-dye, color blocking og i det hele taget smæk på

farverne. "Ingen beige, ingen opblanding, men bare farvepigmenter direkte i håret", lyder fra farvespecialist, Marianne.

DET VI BRANDER, ER DET VI SIGNALERER

Kristian fortæller, at en af modellerne har givet udtryk for, at salonerne generelt er ved at blive for 'normale'. Hun mener, det kan være svært at finde en salon, der kan tilbyde et look, hvor man 'skejer ud', eller er med på de nye farve vibes, der opleves, f.eks. på de sociale medier. Hvis man gerne vil vinde denne kundegruppe, er man også nødt til at signalere det. For nogle kunder kan det ikke blive vildt nok, jo mere farve, jo bedre, siger Kristian.

Det er også vigtigt, at vi lægger mærke til, hvilken type der kommer ind i vores salon, siger Marianne. Hvilken taske har hun med, hvad slags tøj går hun i, og hvor meget tid vil hun gerne bruge på sig selv. Så kan vi bedre rådgive kunden, når vi skal tilpasse det rette look med tidens trend og fashion.

I det hele taget er vejen til en lang frisørkarriere afhængig af, at vi følger med tiden, og at man anerkender nødvendigheden af at søge faglig udvikling og uddannelse, både for jer og for os, siger Marianne.



MODEN GÅR MOD DET MERE MARKEREDE

Efter en tid hvor håret gerne må være 'blødt og blended', oplever vi nu en tendens til, at moden går mod det mere markerede igen. Derfor ser vi også lige kanter i fx. dip-dye og color blocking teknikker, lyder det fra Nicole og Marianne. De skarpe linjer går også igen i efterårets tøj- og modestil. Ifølge modeskaberne vil vi se lidt mere kreative sammensætninger i tøjet og med flere markeringer, siger Nicole og gennemgår billeder fra tidens trends på storskærmen.

FARVE PÅ FYRENE IGEN

Det er fedt at fyrene 'får lov' til at have farve i håret igen. Vi ser det mere og mere,

og det synes jeg er en god retning, siger Jimmy.

Det androgyne look er stadig fremme, og vi ser f.eks. perlekæder til mænd.

KARRIEREHJULET

Jeg tror også, det er vigtigt, at man som frisør kigger lidt ind i sin egen salon og sit eget koncept, og spørger sig selv - 'hvem er vi egentlig' - 'hvad vil vi gerne være kendte for i vores salon' - 'hvad er vi eksperter i'.

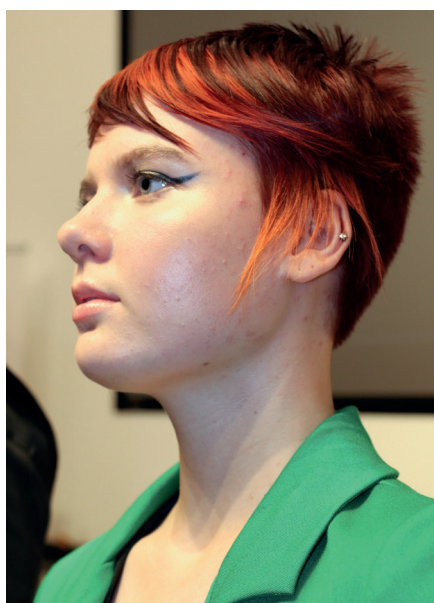
Jeg er sikker på, at man i hver salon kender personalets kompetencer og begrænsninger. Vi kan ikke alle sammen være lige gode til alt. Samtidig er der også så mange





**“Fedt at
fyrene ‘får
lov’ til at have
farve i håret
igen”
Jimmy Lund
Hansen**





elementer og muligheder i vores industri, hvor vi kan dygtiggøre os og forbedre os og derved finde frem til, hvem vi er, og hvad vi vil, siger Kristian.

Når man 'nørder ned' i det, man virkelig brænder for, gør det til sin kompetence, og tilbyder kunderne det, man virkelig er god til, er det også med til at sikre følelsen af en dejlig arbejdsdag, hvor man kan gå glad hjem, hver gang man når til fyraften, supplerer Nicole.

INSTAGRAM ER DEN NYE FRISUREBOG

Mange kunder søger og finder jeres salon på Instagram i dag. Vi skal egentlig se de sociale medier som den nye frisurebog. Når kunderne ser, hvad I laver, og hvad I står for, så er det medvirkende til, at de træffer beslutningen om at bestille tid i jeres salon, siger Marianne.

Hvis I prøver at brande jer selv med det, I er gode til, så vil I også se, at kunderne 'liker' jer, siger Nicole.

3 GLADE VINDERE

Kig under jeres bord, lyder det fra scenen. Ivrigt bliver der kigget efter en seddel, der afslører de tre heldige vindere af virkelig flotte og nyttige gaver. Ved scenen overrækkes vindernes præmier til en samlet værdi på mere end 20.000 kr. - ikke dårligt, og så på en tirsdag aften.

Efter showet bliver både team og konsulenter blandt publikum og besvarer spørgsmål til hår, farve, opskrifter og andet teknisk, der kræver en dybere forklaring.



SÅDAN HÅNDTERER DU KLAGER OG DÅRLIG OMTALE

Man kan aldrig sikre sig helt imod kundeklager eller dårlig omtale enten på de sociale medier eller på f.eks. Trustpilot. Men man kan tage sine forholdsregler, så man så videst muligt undgår både dårlig omtale og kedelige klager, der i værste fald når hele vejen til Forbrugerklagenævnet. Får man dårlig omtale på de sociale medier, kan du læse her, hvordan den håndteres bedst.

Det er aldrig sjovt at få klager fra kunder eller dårlig omtale på de sociale medier. Men man kan gøre noget for at undgå det.

Klager en kunde over en behandling i salonen, er det selvfølgelig bedst for begge parter, hvis situationen løses mindeligt i salonen. Men indimellem vælger kunden at tage kontakt til Forbrugerklagenævnet, og med det også det offentlige forbrugerklagesystem, der et alternativ til domstolssystemet, og som består af Mæglingsteamet for Forbrugerklager og Forbrugerklagenævnet, der behandler klager over forbrugerkøb på områder, der ikke er dækket af private ankenævn.

Mæglingsteamet for Forbrugerklager er den første del af det offentlige forbrugerklagesystem.

"I Mæglingsteamet hjælper mæglere forbrugere og erhvervsdrivende med at finde løsninger sammen. Mæglerne er neutrale og upartiske og har stor praktisk erfaring med at hjælpe parter med at finde fælles

løsninger. Mæglerne er uddannede jurister, og de kan derfor også vejlede begge parter om deres rettigheder", hedder det fra forbrug.dk. og faktisk finder to tredjedele af alle parter en fælles løsning her. Mægleren skriver aftalen ned og sagen afsluttes.

FORBRUGERKLAGENÆVNET

Findes der ikke en fælles løsning hos Mæglingsteamet for Forbrugerklager, kan forbrugeren klage til Forbrugerklagenævnet, hvor en formand, to medlemmer, der repræsenterer forbrugerinteresser og to medlemmer, der repræsenterer erhvervsinteresser, træffer en juridisk afgørelse i sagen.

Mæglingsteamet for Forbrugerklager og Forbrugerklagenævnet kan kun behandle klager over forbrugerkøb, hvor salonen ligger i Danmark, og hvor prisen for varen eller tjenesteydelsen, der klages over, er mindst 1.110 kr. og højst 100.000 kr.

ATAK har eksisteret siden 1997 og er blandt Danmarks førende specialister inden for online reputation management og håndtering af shitstorms. ATAK er et bureau med speciale inden for marketing og kommunikation - herunder krisekommunikation. William Atak, direktør i ATAK A/S, er blandt førende shitstorm-eksperter i Danmark og bruges som ekspert i danske og udenlandske medier. William Atak holder foredrag om bl.a. shitstorms, online reputation management og håndtering af anmeldelser. For mere info besøg: <https://www.atak.dk/> og <https://williamatak.dk/>

DET KAN DU GØRE FOR AT UNDGÅ KLAGER, DER IKKE HAR MED SELVE BEHANDLINGEN AT GØRE:

- Oplys prisen inklusive moms. Kunderne skal tydeligt kunne se prisen på alle varer og behandlinger.
- Undgå skjult reklame på blogs og sociale medier. Opdag skjult reklame på blogs og sociale medier. Reklamerer du for et produkt eller for din salon skal det være tilstrækkeligt markeret med i starten af teksten/på selve billedet/i starten af teksten, der er knyttet til billedet: "REKLAME" og "ANNONCE"
- Bruger du influencere skal de også tydeligt angive, når de reklamerer for din salon for både mediet/bloggeren og virksomheden bag produktet kan blive ansvarlig for reklamen.
- Få kundens samtykke til udsendelser. Salonen må kun sende reklamer til kunderne via email, SMS eller henvendelser på sociale medier, hvis man har fået kundens samtykke, og framelding skal være nem og gratis. Derfor er det en god idé eksempelvis at oprette en kundeklub, hvor kunden aktivt sætter et kryds for at acceptere, at hun gerne vil modtage elektroniske reklamer på fx mail eller SMS.
- Gavekort og tilgodebeviser kan også give anledning til klager. Her må fristen ikke være urimeligt kort, men der findes ingen fast regel for, hvor kort fristen på gavekortet må være. Men nægter man at indløse et gavekort eller tilgodebevis, der er udløbet inden den almindelige treårige forældelse, kan kunden klage til Mæglingsteamet for Forbrugerklager.





DU HAR RET TIL AT AFHJÆLPE

Når kunden klager, har du som hovedregel ret til at afhjælpe. Det vil sige, at du kan prøve at rette op på arbejdet eller eventuelt gøre det om. Hvis det ikke sker inden for rimelig tid, kan kunden dog have ret til at få pengene helt eller delvis tilbage.

Hvad der er rimelig tid, afhænger helt af den konkrete situation. Hvis du som frisør begår en fejl med kundens hår, skal du hurtigt rette op på det. Men det afhænger af kundens behov for at få arbejdet udført - måske inden en bestemt begivenhed.

Hvad der er rimelig tid, vil også afhænge af, hvor mange gange du har prøvet at afhjælpe. Her har man som hovedregel to forsøg. Hvis arbejdet er forfæjlet, så kunden ikke har gavn af det, kan pengene kræves tilbagebetalt. Der kan også gives et afslag, hvis

ydelsen - til trods for at den er mangelfuld - har en vis værdi for kunden.

HVIS SALONEN RAMMES AF DÅRLIG OMTALE

Hvad gør man, hvis ens salon pludselig rammes af dårlig omtale - berettiget eller ej - på nettet. Det kan være en regulær shitstorm, eller det kan være dårlig omtale på eksempelvis Trustpilot. Ét er i hvert fald helt sikkert: Det skal tages alvorligt, og der skal gøres noget, for den dårlige omtale forsvinder ikke bare. Den bliver liggende og selv om en dårlig omtale er flere år gammel, dukker den op, når en forbruger søger på virksomhedens navn.

Faktisk siger syv ud af 10 forbrugere, at de finder et andet sted at handle, hvis virksomheden har fået dårlig omtale bl.a. på anmeldelsessider som Trustpilot, Yelp og

Tripadvisor, der ofte dukker op som noget af det første, når man søger på Google. Herudover anmelder forbrugerne også på bl.a. Facebook og lignende. Men hvor der på de anerkendte anmeldelsessider er regler og retningslinjer, der skal følges, når man anmelder en virksomhed, er det samme ikke tilfældet på eksempelvis Facebook, der ikke er "designet" til anmeldelser, og hvor anmelderen kan "gemme" sig bag sin skærm.

Så det gamle ordsprog, der lyder på at dårlig omtale er bedre end ingen omtale gælder altså ikke på nettet!

Netop derfor er "Review Management" et stort fokusområde, og nogle af dem, der er eksperter på det område, er Atak A/S, der hjælper virksomheder, som ikke selv kan overskue, hvordan man tackler en shitstorm, hvordan man slipper af med

dårlig omtale på nettet eller måske endda, hvordan man vender negativ omtale til positiv omtale.

"Problemet med online anmeldelser og gidseltagning af virksomheder via anmeldelsessider er desværre gået hen og blevet en trend. Vi oplever, at forbrugere, der har ret i deres kritik, i mindre grad har ønske om at komme i dialog med virksomheden for at finde en løsning. Herudover er der falske nyheder/anmeldelser, hvor der altså pyntes gevaldigt på sandheden, og disse er skadelige for især mange små og mellemstore virksomheder, der ikke har voldsomt mange anmeldelser i forvejen, så én negativ/falsk anmeldelse ødelægger deres statistik og viser et

enormt ubalanceret billede af virkeligheden", fortæller William Atak.

Får man en dårlig anmeldelse, så reagér! Enten ved at få den negative anmeldelse fjernet eller ændret til et højere antal stjerner. Dvs. "vende" den negative anmeldelse til en neutral eller positiv anmeldelse, eller ved at besvare anmeldelsen. Besvarer man straks en negativ anmeldelse, læser andre forbrugere også svaret, og dermed kan man måske tage brodden af omtalen.

Man kan også vælge at tage direkte kontakt til kunden. "Den personlige henvendelse via telefonen er som oftest den mest effektive", lyder det. For svarer man online risikerer man at øge rækkevidden for den negative anmeldelse.

MEN HVAD SKER DER, HVIS MAN HELT UNDLADER AT SVARE?

"Det er altid en god ide at gå i dialog med sine kunder, men ikke på bekostning af hvad som helst. Kunder (eller internettrolde), der kommer med falske anklager, grove beskyldninger eller bruger et meget grimt sprog, skal man heller ikke "give taletid". De anmeldelser skal fjernes - hvad end det kræver. Hvis man dog ikke besvarer helt fair anmeldelser, der ligger på større, anerkendte og velbesøgte sociale medier og anmeldelsessider, kan det sende et forkert signal. Man må aldrig glemme, at man - ved at besvare den enkelte anmeldelse - faktisk besvarer potentielle kunder, der læser denne anmeldelse og din besvarelse", rådgiver William Atak.

VÆLGER MAN AT SKRIVE ET SVAR, ANBEFALER ATAK, AT MAN ER OPMÆRKSOM PÅ:

- Ikke at kalde kunden grimme ting eller svine vedkommende til men at være konstruktiv, også selv om man mener, klagen er uberettiget. Personlige holdninger skal tilsidesættes, og man skal formulere sig sagligt og høfligt.
- Ikke at tage kritikken personligt: Husk at kunden kritiserer virksomheden og den enkelte oplevelse ikke dig personligt. Hvis klagen går på en person i virksomheden, er det en god idé at lade en anden besvare anmeldelsen.
- Ikke at begynde svaret med en undskyldning: Begynder man med at erkende sin fejl, er der en stor sandsynlighed for at såvel anmelderen som andre potentielle kunder ikke læser resten af et måske langt og uddybende svar med en god forklaring på, hvad der havde været årsag til den dårlige oplevelse og en god håndtering fra virksomhedens side.
- Ikke at finde sig i alting: Husk svaret ligger på nettet for altid, og alle kan følge med i samtalen. Derfor skal man ikke bare give kunden ret og finde sig i alting. Det kan nemlig svække virksomhedens professionalisme og autoritet i potentielle kunders øjne, og ikke mindst kan det anspore andre til at forsøge det samme.

I ET SVAR SKAL MAN:

- Rette op på situationen: Et svar er god stil, men det er også en uvurderlig mulighed for at vende situationen, så kunden ender med at være tilfreds og ændrer sin anmeldelse til positiv omtale, hvilket man i øvrigt godt kan anspore vedkommende til at gøre, hvis dialogen har været god.
- Skabe interesse for at læse hele indlægget: Skriv svaret så kunden og andre potentielle kunder får lyst til at læse det hele.
- Tage ansvar: Anerkend utilfredsheden, og få kunden til at føle sig modtaget og forstået og udvis empati.
- Tilpasse svaret til den kunde, man har med at gøre: Skriv i samme sproglige stil som kunden. Er sproget akademisk, så svar på samme vis, og er sproget mere enkelt, så tilpas svaret til det.
- Tilbyde en godtgørelse: En rigtig god måde at "omvende" en utilfreds kunde på, er ved at give en kompensation, og har man en fysisk butik er det allerbedst, hvis man kan få kunden til at møde op personligt.
- Bruge humor i svaret: Humor er en god måde at løsne dialogen op. Sørg dog for ikke at gøre grin med kunden
- Være stolt og ærlig: Er der sket en fejl, så erkend det og vis, at en af virksomhedens værdier er ærlighed.

MÆRKEDAGE

Bevar **friheden**

– husk at sikre dig i tide

Book et møde på
www.pfs.dk

– eller ring på
33 93 86 00

**Som selvstændig
bestemmer du selv
– også hvornår du
vil gå på pension**

Få styr på dine forsikringer,
mens du er rask, og begynd at
spare op så tidligt som muligt.



PERFEKT UPERFEKT

Stig Bo Andersen og Sabrina Opstrup står i spidsen for det tekniske team fra IdHAIR da nyeste kollektion – IdHAIR Emotion - bliver fremvist på Hotel Legoland i Billund.

Godt hundrede forventningsfulde frisører er mødt op i Billund for at hente ny inspiration til klip og farve. Mange af de glade gæster giver også udtryk for deres behov for netop at opleve et fagligt boost i en tid hvor alting omkring os forandres, og intet er som det plejer - hvis ikke lige vi taler om håret på hovedet.

Aftenens program er inspireret af tanken om, at dét øjet fanger, skal være noget, som giver os en følelse. Måske er det nysgerrighed, begejstring, måske er det undren.

Kollektionen er IdHAIR's bud på, hvordan tendenser og bevægelser inden for hårmøden kommer til at se ud i den nærmeste fremtid.

Den overgribende trend lige nu er skønhedslooks fra tidligere årtier – som ellers var gået i glemmebogen. Disse looks har fået nyt liv og nye udtryk. Inden for frisørfaget er Mullets og Shags for eksempel på fremmarch, og vi ser flere nostalgiske retotrends i krystalkuglen, lyder det fra det tekniske team.

DET UPERFEKTE PERFEKTE

I kollektionen er der arbejdet ud fra et princip kaldet det 'Uperfekte Perfekte'. Dette skal forstås ud fra tendensen eller oplevelsen af en bevægelse væk fra den ensartede mode, hvor idealet har været at tilpasse sig modens luner, uanset udgangspunkt. I dag gælder det om at

“At vise den bedste version af sig selv, også selv om vi ikke er perfekte”

udtrykke, hvem man er som individ – både udenpå og inden i. Vi kan være én type den ene dag og måske en helt anden type en anden dag. At vise den bedste version af sig selv, også selv om vi ikke er perfekte. Samtidig har de sociale medier været fulde af fejlfri billeder, som ingen kan leve op til i levende live. Denne kollektion vil gerne slå et slag for det uperfekte perfekte, og hvordan man kan lade sig inspirere af begge dele.

BRUG IKKE TIDEN PÅ NAKKEN

- Der er en tendens til, at man som frisør bruger for meget tid på selve nakken, nogle gange op til halvdelen af klipningens tid. Lad være med det. Brug det meste af tiden på fronten. Det er det kunden ser. Vil I give mig lidt ret...? - lyder det fra Stig, hvortil publikum prompte anerkender udtalelsen.

Der er også plads til spørgsmål fra salen, der ivrigt kommenterer de mange tips og tricks, der gavmildt gives fra det veloplagte team. Tre timer i godt og fagligt fællesskab går hurtigt, og alle gæster kan drage hjem med ny inspiration, energi og gå-på-mod, klar til en ny og dejlig dag i salonen.

INTERVIEW MED DET TEKNISKE TEAM:

Hvad var vigtigt for Jer, da I udviklede denne kollektion?

Stig: Det vigtigste for mig var at have fokus på hår, der er brugbart. Vi ser mange kollektioner, der er frisørorienterede og gode, men måske ikke kundevenlige og derved aldrig kommer ud til slutforbrugeren. Frisører er meget visuelle, og jeg føler mig overbevist om, at de kan tage aftenens kollektion inklusiv tips og tricks





direkte med hjem i salonen og bruge det, vi har vist.

Sabrina: Da jeg kun har været ansat hos IdHAIR i relativt kort tid, har jeg ikke været med i hele udviklingen af kollektionen, men jeg har da fået lov til at sætte mit præg på mine frisurer. Her er det især det, der indeholder flet og også selve stylingen, jeg har arbejdet med på.

Stig: Vi ser flere forskellige kundegrupper i dag. Derfor er det vigtigt for mig, at vi ikke kun viser en enkelt stilart, men en hel "Street kollektion", der er tilpasset flere identiteter. Det her med netop at man f.eks. kan tage på festivaler og også har et andet liv. Nogen kan lide at campere i fritiden, og så kan de lide at være

direktør, når mandagen kommer. Dette hverdags skift er der rigtig mange af os, der elsker. Vi lever ikke i en kasse mere. Vi er meget mere varierende i den måde, vi både klæder os på, og også lever på. Derfor skal kollektionen kunne bære det hele, både med tøj, makeup og hår. Derfor hedder vores kollektion 'Emotion'.

Sabrina: Ja, håret skal heller ikke være så kantet, det må godt være blødt. Man kan godt have en fed "gryde", men det, der gør den fed i dag, er, at den er blød og tilpasset kunden, og ikke er lavet til "kun" at være grafisk lækker. Så hvis kunden f.eks. har lidt struktur i håret, så bliver strukturen udgangspunktet, og "bowl cut" looket kan sagtens være der alligevel, bare i en 2022-version.

Stig: Det er helt ok at mikse de forskellige typer. F.eks. "Mullet", "Shag" og "Pixie" osv. - er frisurer vi tidligere var tilbøjelige til at holde adskilt. Det blander vi lidt nu. Fronten på håret kan sagtens være en 70'er stil tilsat en skarp page, eller en mullet med en lidt mere kort front sammensat med en shag i nakken. Den der "Polle-Fra-Snave-stil" kan kunderne ikke helt se sig selv med, men hvis vi tilfører lidt "shag", så kan både frisør og kunde finde en brugbar løsning. Trenden er helt klart, at man mikser stilarterne.

Sabrina: Jeg vil gerne fremhæve det glatte hår. Det kan være lige så lækkert at se på, som det mere krøllede look. Et lækkert glattet og glansfuldt hår er gået lidt i glemmebogen, fordi der har været ►





så meget fokus på balayage, ombre og det mere "wavy" hår. Det glatte hår skal frem igen.

Howdan er det at arbejde sammen i et tekniker-team og ikke i en salon?

Stig: Nu har jeg jo arbejdet som tekniker i mange år, hvorimod Sabrina er ret ny i det, så jeg tror, hun bedst kan kommentere forskellen på samarbejdet i en salon kontra et tekniker-team.

Sabrina: Vi er meget tætte i vores team, og det er godt. Selv om jeg føler, at Stig har været i faget i 'hundrede' år, og jeg selv kun har været med i teamet i godt 8 måneder, kan jeg sagtens komme med en idé til Stig og blive mødt med åbenhed og uden nogen form for hierarki. Sådan har det været under udarbejdelsen af kollektionen, og sådan er det også

backstage og mellem resten af vores team. Vi ping-pong'er med hinanden, og det kører bare.

Stig: Jeg kan også godt selv huske, hvordan det var at stå i salon. God ledelse er jo alt i verden, og selve årsagen til, at man selv kan stå og 'shine'. For os gælder det, at vi skal have en god køreplan for, at alle ved, hvad alle gør, alt lige fra bilen der skal pakkes, billeder der tages af scenearbejde, billeder der fremvises på storskærm osv. Selv sælgerne får tilsendt denne køreplan, så alt klapper. Det ser måske legende let ud, men det kræver en stor indsats fra alle. Nu siger Sabrina godt nok, at der ikke er noget hierarki, men alligevel er der jo placeret et overordnet ansvar, hvis noget går galt, eller der er noget, der mangler, så ved vi, hvem vi kan henvende os til. Der kan jeg godt huske tilbage til min tid

i salonen, at jeg manglede den chef, der ligesom havde det der overblik og den vigtige struktur. Jeg elsker at arbejde ind under struktur, fordi så kan jeg se ting udvikle sig. Derfor synes jeg, det er super vigtigt at mestre med ansatte tager sig en lederuddannelse. Der er forskel på de ansatte og deres personlighed. Der er eleven, der bare ønsker at være en del af et team, og en anden ansat ønsker måske at være den bedste. Én tager ansvar, en anden ønsker ikke ansvar, og alle er vi forskellige, men for at salonen skal fungere, er det derfor vigtigt med lederskab og struktur.

SALON INTERNATIONAL LONDON 2022

Måske verdens største inspirator - Salon International - bød tusindvis af besøgende og hundredvis af brands velkommen til ExCeL London for at fremvise det allerbedste inden for international hår, kreativitet og uddannelse.

Det store tre-dages arrangement, der løb fra den 8.-10. oktober, gav noget for enhver smag – fra seneste nyt fra hårandustrien, til spændende sceneoptrædener fra både større og mindre navne inden for branchen. Der var også muligheder for uddannelse og netværk – sideløbende med den altid store inspiration fra live frisørshows.

DE GRATIS SHOWS

Der er stadig meget der er ganske gratis på messen, og i år blev de besøgende forkælet med en fantastisk line-up af kunstnere. I år vendte Color Stage tilbage med spændende nyt indenfor farve, og arrangørens egen produktion, HJ Stage, var udvidet med en ekstra stor scene og begejstrede med alt fra klip- og styling, til flet- og parykarbejde.

MENS ONLY

I de senere år har Modern Barber-scenen været en fast del af messen og havde da også denne gang stor opmærksomhed fra gæsterne, der blev mødt med en visuel fest af barberetrends, -teknikker og -uddannelse. Virkelig et tilløbsstykke fra den del af branchen der stadig er et stort hit i England lige nu - 'mens grooming'.

BUSINESS LIVE

Selv om Business Live-seminarerne foregår på engelsk, var salonejere fra hele verden mødt op for at få al den rådgivning og støtte samt inspiration, til at klare de mange økonomiske udfordringer, som branchen i øjeblikket står over for. Her blev der bl.a. drøftet emner som elevforhold, mental sundhed, bæredygtighed samt i rekruttering og styring og vedligeholdelse af et motiveret team.

SALON LIVE

For dem, der er seriøse omkring uddannelse og også er villig til at betale for det, gav Salon Live-showene mulighed for at gå i dybden med de store shows fra Mahogany, Patrick Cameron, Sassoon Academy og TONI&GUY. Showene gav frisører mulighed for at forkæle sig selv med de nyeste teknikker på tværs af klip, farve og styling, og også at tanke nye ideer til både kreativt og kommercielt arbejde.

EN UFORGLEMMELIG WEEKEND

"Salon International var en vidunderlig, actionfyldt weekend", siger HJs administrerende direktør, Jayne Lewis-Orr. "Fulde af inspiration, uddannelse og spænding er vi så stolte af alle involverede, som var med til at gøre Salon

International til det utrolige show, det er. Alle var mødt op for at skabe en uforglemmelig weekend. Det var fantastisk at se branchen genforenes, hvor ideer og inspiration blev udvekslet, nye produkter afsløret og førende undervisere fremvise deres trendkollektioner. Salon International er et godt bud for branchen for at tanke kreativt op og holde gang i faget, og derfor skal der lyde en kæmpe tak til alle dem, der udstillede, demonstrerede og besøgte."

Salon International vender tilbage til ExCeL London den 14. – 16. oktober 2023. For yderligere detaljer besøg www.salonshow.co.uk





SALON
INTERNATIONAL



MAHOGANY - SALON LIVE

Det stærke kreative team - Mahogany - havde denne gang flyttet sig et step up i hierarkiet, fra seminar til Live show. Her kunne man se deres seneste kollektion, The Kilter Klub, inspireret af 80ernes New Romantic periode, der havde sin oprindelse i Londons post-punk underground og night club miljøer.

Kollektionens farver er kontrastrege, men komplementære, lige fra glitrende metallisk pink og violet kobber, til Blondie-inspireret platin og stålgrå med et stænk af det blæksorte.

International Creative Director, Colin Greaney, udtaler at hovedtanken bag

kollektionen skal ses i at, 'smukt hår er mere effektivt når det bliver serveret med lidt kant'. Yderligere inspiration til vores kollektion kommer fra den konceptuelle modedesigner Sharon Ezra, hvis label Wilde Vertigga har en eksperimenterende tilgang, der fremhæver harmonien mellem asymmetriske former og det uperfekte, inspireret af Oscar Wildes atypiske tænkning. Dette passer fint til vores idé om at fordreje det traditionelle, og bryde med vores vante regler og teknikker, når det gælder form og farve, alt sammen for at give frisuren øget interesse og individualitet, slutter Colin.

**“Smukt hår er mere effektivt når det bliver serveret med lidt kant”
- Colin Greaney**







PATRICK CAMERON - SALON LIVE

Efter mere end 25 år på scenen i London skulle man ikke tro at Patrick kunne overraske, men det kunne han. De to største nyheder var hans eget look, ændret fra langt, krøllet og sort, til nu kort og gråt, men dog stadig krøllet. Den anden nyhed består i at han flytter domicil. Efter at have haft bopæl i London i flere årtier, flytter han nu tilbage til sit hjemland - New Zealand. Tiden med Corona har lært ham at online education, passer fint for både ham selv og kunderne. I løbet af de seneste tre år er hans online-platforme, med step-by-step undervisning, bare vokset og vokset til forbløffende nye højder. "Jeg føler mig som en dinosaur, der tog beslutningen om at gå videre til de sociale medier," jokede han, "og nu har jeg en digital rækkevidde på næsten 3,5 millioner. Hvis jeg kan gøre det, kan du også." - tilskynder Patrick publikum.

Efter sin intro, var der selvfølgelig også det show som gæsterne havde glædet sig til at se - endnu et Cameron-show med

hestehaler, fletninger og tilsyneladende lette håropsætninger. Opskriften er stadig den samme: "For mig skal det handle om lethed og enkelhed," sagde Patrick til publikum. "Det skal være kommercielt og udstråle det udseende, dine kunder ønsker - ikke en fantasi."

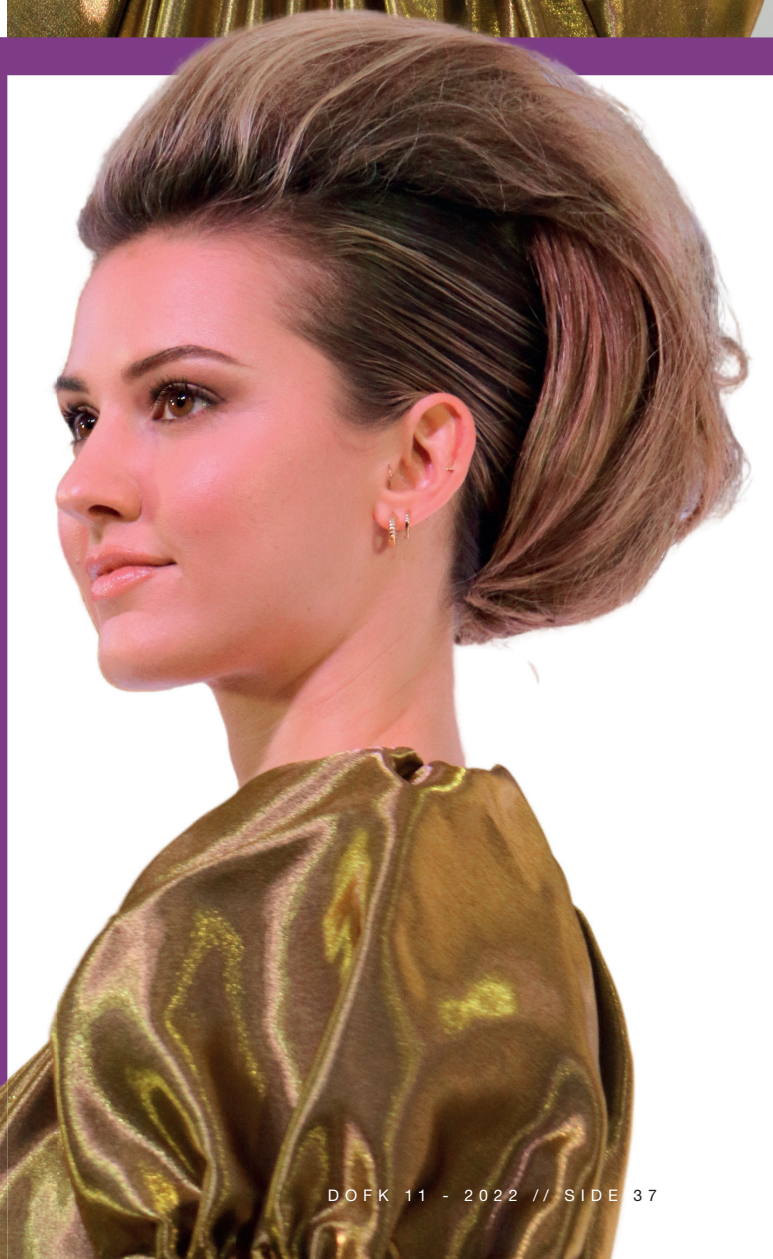
Patrick understreger vigtigheden af en stærk base eller fundament, når man arbejder med langt hår. 'Undlad at overkonditionere håret, og brug altid varme ruller eller varmt krøllejern når du laver din base' siger Patrick. Han delte også vigtigheden af at vælge den rigtige model i forbindelse med fotoarbejde til de sociale medier, og gav forslag om at bruge det lyse hår til at forklare detaljer og det mørke hår til at fremvise struktur og fylde.

Selv om Patrick Cameron flytter til den anden ende af jorden, forventes han dog at deltage i London igen, til næste år.





**“Det skal være kommercielt
og udstråle det udseende,
dine kunder ønsker - ikke
en fantasi.”
- Patrick Cameron**



SASSOON ACADEMY - SALON LIVE

Sassoon-showet på Salon International er altid noget man glæder sig til at se. Deres visionære arbejde og tekniske ekspertise er elsket jorden over. Med et bevidst mål om at være innovativ og inspirerende er de stærkt medvirkende til både at turde fastsætte og redefinere hårets linjer og producere looks, der giver genlyd.

I år lovede den internationale kreative direktør, Mark Hayes en præsentation, der var ført "back-to-basic ... med fokus på håndværk og ren teknik." Ledsaget af de internationale farve- og kreative teams var det præcis, hvad der blev leveret - med livedemonstrationer, der afspejlede et meget personligt, skræddersyet bud på Sassoons filosofi om form og balance.

"I dag handler det om mangfoldighed," fortsatte Mark. »og mere end nogensinde om individet, og hvad der netop passer kunden."

De to internationale farve- og kreative teams viste eksempler og fortolkninger på arbejde, der har holdt Sassoon Academy på toppen i de

sidste seks årtier. Ved hjælp af flotte video- og fotopræsentationer på storskærmen samt live-arbejde på scenen, demonstrerede Sassoon Academy deres seneste bud på klip- farve og styling.

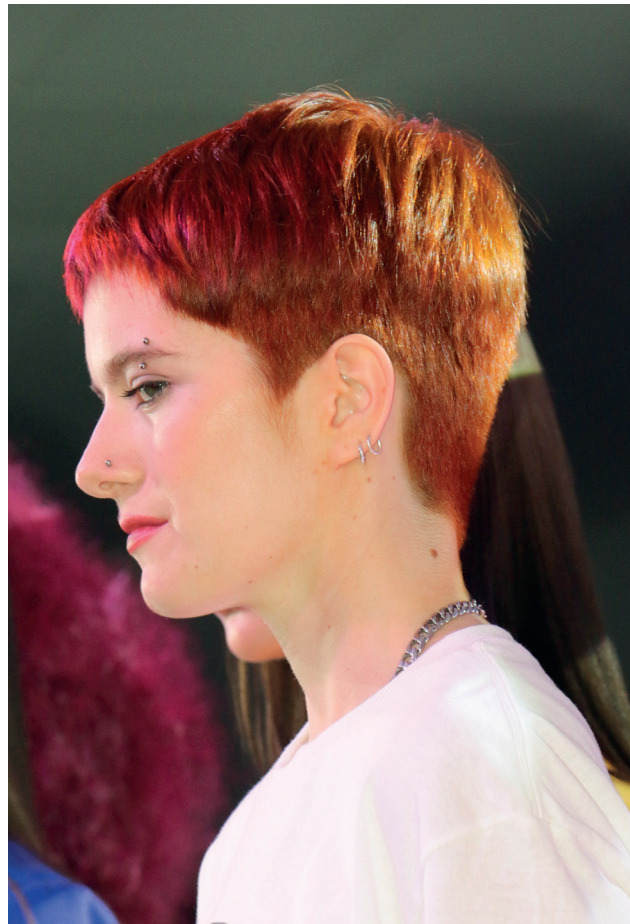
"Tider med stridigheder bringer nye og interessante måder at fremvise hårfarverne frem på," forklarede den britiske farvedirektør, Edward Darley. »Og det er præcis, hvad der sker i branchen. Den 'frihåndsfarve', som vores farveteam laver i dag, er opstået gennem de seneste 12 måneder, og afspejler hvad vi alle har gennemlevet." Farverne i deres show spandt sig fra gyldne blonde og orange nuancer samt et blend af det lyserøde og violette til det mere velkendte i sort og rød.

"Vi har en geometrisk tilgang til hår," sagde Mark. »Men det betyder ikke, at udseendet skal være geometrisk eller grafisk. Det handler mere om at have styr på metoder og principper; når du først kan kontrollere håret, kan du være præcis så kreativ, som du ønsker."

"Vi er altid inspireret af vores arv," sluttede Mark. "Den er for god til ikke at bruge! Men vi flytter også tingene hele tiden, og jeg er meget inspireret af tanken om at bevæge os ind i en periode med nytænkning af fortidens klassiske friserer, tilpasset nutidens håndværk."

**“Vi er altid inspireret af vores arv,
den er for god til ikke at bruge!”
- Mark Hayes**







TONI&GUY - SALON LIVE

"Vi har et stærkt fundament og en fantastisk fremtid foran os - og min fars arv vil fortsætte med at præge, alt vi laver. Et af hans ordsprog var uddannelse, uddannelse, uddannelse - det er så vigtigt altid at blive ved med at lære, vokse og udvide. For os som virksomhed er det vigtigste at styrke vores frisører," meddelte ejeren og brandets globale direktør, Sacha Mascolo-Tarback, til det udsolgte auditorium.

På vej gennem sit sjette årti som inspirator for alle der elsker hår, kan TONI&GUY se frem til et nyt kapitel, sagde Global Creative Director, Cos Sakkas. Vores motto eller udtryk gennem det hår vi laver er: Vores hår er modigt og spontant, og får enhver der bærer det til at udstråle - 'this is me'.

Herefter gav det store team eksempler på den nye ReVibe 6.0-kollektion med fokus på store fyldige krøller og kraftigt struktureret hår. Den anden kollektion der blev fremvist bar navnet "Metaculture", og

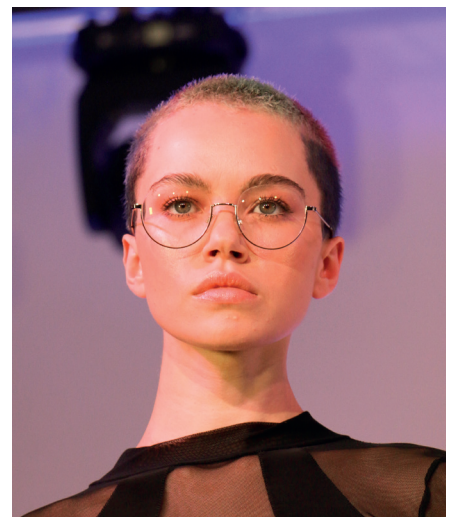
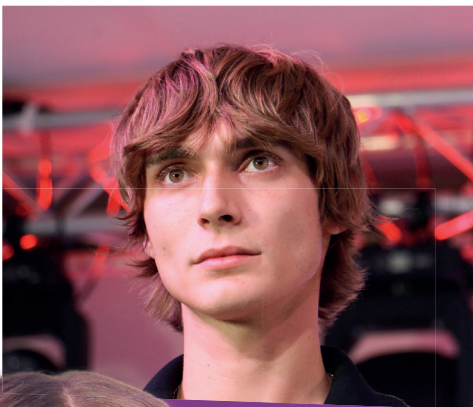
havde også vægten på det individuelle look ud fra devisen - "who we are, what we could be, and what we'd like to be," sagde Educational Director, Bill Watson. Endnu en kollektion, en tredje, bar navnet Revamp, og var tilsigtet en ny måde at navigere og identificere de perfekte produkter for hver kunde.

Fra kundevenlige og kommercielle frisurer, både hvad angår klip og farver til det mest avant garde street look, har TONI&GUY atter været med til flytte grænser i et fag der aldrig stopper med at udvikle sig.

Inden gæsterne kunne tage hjem efter en lang dag, fik de en finale med både video- og live catwalk præsentationer fra London Fashion Week samt en avant garde afdeling hvor det kreative team havde givet gas med alt fra origami til glitrende plastic.

"Vores hår er modigt og spontant, og får enhver der bærer det til at udstråle - 'this is me'"
- Cos Sakkas





DET SKER

dofk har 30 lokale laug, der arrangerer aktiviteter, kurser og inspirationsaftner over hele landet. Arrangementerne er åbne for alle medlemmer af dofk, men deltager du i et arrangement i et andet laug end dit eget, kan der forekomme et deltagergebyr.

FYRAFTENSMØDE I DOFK AALBORG



Dato: 9. november.

Tid: 18.30

Sted: Håndværkerhuset,
Kattesundet 20, 9000 Aalborg

Vi får besøg af Bodil Nielsen, som er coach, konsulent og stress-coach.

Temaet er trivsel og samarbejde på salonen.
Hvordan er jers team sammensat.
Hvilken type skal du ansætte næste gang.

Pris: 495 kr. inkl. mad og drikke

Tilmeldingsfrist: 1. november

KØGE LAUG - JULEFROKOST

Dato: 25. november.

Tid: 18.00

Sted: Restaurant Duevangs Deluxe, Sankt Gertruds Stræde 2, Køge

Julefrokost for alle medlemmer og deres ansatte.

Pris kr. 250 for medlemmer og kr. 500 pr. ansat.

Betaling til konto 2360 0360132897 - oplys salonnavn og antal.
Ved spørgsmål kontakt tlf. 56653723.

ÅRLIGT ANDESPIL

Dato: 7. december.

Tid: 18.15

Sted: Restaurant Terrassen i Tivoli Friheden

Aarhus frisørlaug afholder det årlige andespil i Tivoli Friheden.
Dørene åbner kl 18.15

Tilmelding: Sms eller ring til Max på 30565340

JOBLIFE OG DERMA

Dato: 16. november.

Tid: 18.30 – 21.30

Sted: Restaurant
Håndværkeren,
Hersegade 9, Roskilde

Roskilde-Holbæk-Køge Frisør-laug arrangerer aften om ergomi og kemi og derma om forandring i huden i hovedbunden. Alle er velkommen. Kontakt Lone Jørgensen tlf. 46321600.



Der er tilmeldingsfrist den 1. november 2022

AFTEN OM ERGONOMI OG KEMI MED EFTERFØLGENDE VINSMAGNING

Dato: 7. december.

Tid: 18.30

Sted: Håndværkerhuset, Kattesundet 20, 9000 Aalborg

Københavns Frisørlaug inviterer sine medlemmer til aften hvor Lotte holder et oplæg om ergonomi og kemi med efterfølgende vinsmagning, hvor Lasse præsenterer forskellige vine. Der bliver serveret et let traktament - derfor er tilmelding nødvendig.



Pris: Gratis - ved udeblivelse opkræves kr. 300.

FAKE YOUR BEAUTY**Dato:** 8. februar**Tid:** 18.00

Kom med på et super fedt kursus sammen med Horsens Frisørlaug, og se de super inspirerende Lina og Mike fra Fake Your Beauty.

De har salon i København, hvor de laver fede farver, funky styles og ultraskarpe klipninger.

Lina har lavet masser af hår til modeblade og shows i både Danmark og USA og har undervist frisører på tværs af landet i nye trends.

Mike er specialiseret sig i herrearbejde, og er udover frisør også uddannet barber. Mike har lavet sceneshows både i Danmark og Tyskland.

Pris: 350 inkl. mad. Arrangementet er både for ansatte og mester - men gratis for mester.

Tilmelding: kontakt Jeanica på 22925333 inden 8/12

Tilmelding er bindende.

DOFK'S LEDERKURSUS**Dato:** 8.-9. maj 2023 & 12.-13. juni**Sted:** Islands Brygge 26, 2300 København S.

Mødetid: dagskurser – kl. 09.30 – 17.00

Mødetid: todagskurser – 1. dag kl. 09.30 til 2. dag kl. ca. 16.00 (inkl. Overnatning)

Priser er inklusiv fortæring, kursusmateriale og overnatning. Ved tilmelding til kurser over én dags varighed, opkræves halvdelen af kursusgebyret ved tilmelding. Resten af kursusgebyret opkræves senest seks uger før kurset afholdes. Dofk udsteder kursusbevis.

Pris: 8.250 kr.

Tilmelding: på tlf. 63 15 74 40 inden 31/3 tilmeldingen er bindende.

EVENTS

FAGLIGE KURSER – KOMPETENCEFONDEN

Det er muligt, at få løntilskud til private faglige kurser fra Frisør og Kosmetikerfagets Udviklingsfond, efter særlige retningslinjer

Retningslinjerne er følgende:

Private faglige kurser er defineret som kurser, hvor en frisørvirksomhed udbyder undervisning.

KURSUSUDBYDERE:

- Stuhr
- Creademic
- Zoom by Zoom
- Hair Construction
- Saco
- Benjamin Martin
- Dofk Creative
- ZENZ

KURSUSUDBYDEREN SKAL HAVE:

- Den 4-årige frisøruddannelse
- Virksomheden skal være medlem i dofk
- Minimum 3 års erfaring i undervisning

- Kurset skal have frisørfaglig relevans
- Der skal være et aktivt kursusprogram og priser

KURSER I ARBEJDSSTIDEN

- Virksomheden betaler kursus/undervisere
- Virksomheden betaler eventuelle rejseomkostninger
- Der betales gennemsnitsløn til den ansatte
- Kompetencefonden refunderer kr. 120,68 (den til enhver tid gældende dagpengesats) pr. time

KURSER I WEEKENDEN

- Virksomheden betaler kursus/undervisere
- Virksomheden betaler eventuelle rejseomkostninger
- Der aflønnes med kr. 120,68 pr. time (en dag er lig 7,4 time). Betaling er ikke ferie-, S/H eller pensionsberettiget

- Weekend kursustimerne indgår ikke i den ugentlige arbejdstid og kan ikke betragtes som overarbejde
- Kompetencefonden refunderer kr. 120,68 (den til enhver tid gældende dagpengesats) pr. time

SÅDAN KAN DU SØGE:

På Pension Danmarks website kan du ansøge om løntilskud til private faglige kurser. Det er dig som virksomhed der skal ansøge manuelt på websiten. På websiten er der link til en vejledning.

Gå til www.pension.dk/virksomhed - login med NemID og følg den vejledning der ligger på siden.

Er de manuelle data udfyldt korrekt, kan ansøgning godkendes. Går ansøgningen igennem de endelige valideringer i systemet, vil refusionen blive udbetalt til virksomhedens Nemkonto i løbet af 5 hverdage.



COLOR FRESH MASK

Wellas populære serie Color fresh Mask udvider med to nye farver - Peach Blush and Cool Espresso. Color Fresh Mask er formuleret til at gøre håret blødt og for stærk transformation. Resultaterne kan variere afhængig af den anvendte maske og hårets startniveau og porøsitet. Forhandles fra start november.

Kontakt: Wella på tlf: 33119111



EPIIC HAIR CARE CUTTING COLLAR

Unik letvægts klippekrave som både frisører og kunder vil elske. Beskytter kunden mod vand og løse hår. Justérbar til alle nakkestørrelser og passer dermed til både børn og voksne. Lukker tæt omkring nakken – uden at stramme. Tyndt, elastisk letvægtsmateriale produceret i høj, langtidsholdbar kvalitet.

Kontakt: Pact Nordic på tlf: 70223354



L'ANZA HEALING CURLS

L'ANZA har skabt Healing Curls til dig som ønsker de flotteste krøller. De 7 unikke produkter er udviklet til at samle og give spændstighed på krøllerne. Serien indeholder et VEGANSK BUTTER COMPLEX som tilfører ekstra dybdevirkende fugt, reducerer frizz og giver skinnende glans.

Kontakt: Pact Nordic på tlf: 70223354



DIVA PROFESSIONEL - MICRO 5000 PRO FØN

DIVA Micro 5000 Pro er en kraftfuld føn, der leverer masser af luft, designet i et super kompakt og letvægts hus. Fønen vejer kun 407g og har en stærk 2000W DC motor, så den er både let og lille. Der medfølger 2 x styling næb (standard hurtig tørring & smal præcision) Findes i Sort og Millennium Pink

Kontakt: Design Professionel på tlf: 86249055



GHD LIMITED EDITION GO GRAND GO LUXE

GO GRAND GO LUXE I DENNE FESTSÆSON MED DEN NYE GHD LIMITED EDITION. Ghd's bedst sælgende tools er designet i en farvepalette af overdådig champagneguld ledsaget af en æske i dramatisk rød fløjlsamtlilbehold. Serien består af helios™ hårtørrer, platinum+™ styler, ghd gold® styler og limited edition glide hot brush.

Kontakt: ghd på tlf: 33119111



NATULIQUE ULTRA SHINE FINISHER

NATULIQUE Ultra Shine Finisher er den perfekte afslutning til enhver frisure. Det er en nærende spray, som tiltrækker og reflekterer lyset for at give smuk glans, som holder hele dagen. Den plejer uden at tynde håret ved hjælp af rosenolie, vitaminer og antioxidanter, som også beskytter mod miljøpåvirkninger.

Kontakt: MadeOrganic på tlf: 88638848



L'ANZA T.R.U.E: CLEAN SHAMPOO OG PURE CONDITIONER

Limited Edition. Shampooen omdannes fra et blødt pulver til et silkeagtigt, fugtgivende skum når det blandes med vand (Bruger over 70% mindre vand end en standard flydende shampoo). Aloe vera, risprotein og tang giver skånsom og vitaminfyldt hårvask. Plej håret med Pure Conditioner og få et sundt og smidigt hår.

Kontakt: Pact Nordic på tlf: 70223354



VIOLET LIFE BLEACHING POWDER FRA FARMAVITA

Helt fantastisk lysningspulver der fjerner mere gult og lysner op til 9 toner, med pro plex teknologi, lavt indhold af ammoniak og er formuleret 100% vegansk.

Kontakt: Design Professionel på tlf: 86249055



WELLA COLOR EMBALLAGE

Sidste år udskiftede Wella Professionals alle sine farvetuber med tuber, der er 100% genanvendelige og fremstillet af 100 % genbrugsmateriale. Wella udvider sit partnerskab med genbrugsappen Bower. Fra oktober kan Wella-kunder downloade Bower-appen, oprette en konto til salonen og begynde at recirkulere farvetuber.

Kontakt: Wella på tlf: 33119111



PEACCI NEGLELAK

Peacci er en super flot og dækkende neglelak i mange nuancer.

De er højpigmenterede og giver en ekstra lang holdbarhed, så neglene forbliver flotte i længere tid. Neglelakken er meget nem at fordele, så du får et flot resultat hver gang.

Kontakt: Design Professionel på tlf: 86249055



Rigtig Frisør er en garanti for et højt fagligt uddannelsesniveau og en salon med overenskomst med personalet, løn under barsel, pensionsordning m.v. En Rigtig frisør har ordnede forhold, betaler moms og skat og bidrager positivt til samfundet.

Se mere på rigtigfrisor.dk

Ny i dof

"I GYMNASIET SAD JEG I TIMERNE OG SÅ YOUTUBE-VIDEOER OM HÅR"

Julie Kanstrup er uddannet i mormors salon Skansens Frisørcenter i Nørresundby. I maj 2022 overtog hun salonen – kun 25 år gammel. Og hun har bestemt ikke fortrudt. "At være selvstændig frisør er det, jeg vil med mit liv", siger hun.

Julie Kanstrup nåede lige at fylde 25 en uge før hun overtog sin mormors salon Skansens Frisørcenter i Nørresundby. Og selv om hun både har stået i lære i butikken, og nu selv står for at drive den godt 90 kvm store salon, så har hun bestemt ikke fortrudt.

"Det er bare det, jeg skal", siger hun og fortæller, at hun var udlært i februar 2021, for at overtage salonen i maj 2022. Og hun holder meget af at være selvstændig. "Jeg tror, jeg er bedst, når jeg får lov til at bestemme retningen og styre tingene", siger hun med et smil.

Julie er udlært hos sin mormor, Inge Kanstrup, der havde salonen i 53 år, og allerede tidligt i forløbet, blev Julie spurgt, om hun kunne forestille sig at overtage salonen, når hun var færdiguddannet.

"Det kunne jeg selvfølgelig. Så allerede tidligt i min uddannelse arbejdede vi på, at jeg en dag skulle overtage. Det vil sige, at jeg hurtigt kom i gang med at klippe, jeg fik mine egne kunder, gjorde kassen op og frem for alt lærte jeg en del om salonens drift allerede fra begyndelsen. Både af min mormor og af salonens revisor, der også har været fantastisk til at sætte mig ind i tingene", fortæller Julie, der er glad for den måde, hun stille og roligt er blevet guided ind i tingene på.



Men planen var egentlig slet ikke, at Julie skulle være frisør.

"Jeg har spillet klassisk musik, siden jeg var seks år gammel, og jeg ville være musikterapeut. Men jeg kom på gymnasiet som 16-årig, og tog derefter et sabbatår som så mange andre. Jeg ville gerne

arbejde med mennesker og gerne med børn, men det lå bare ikke i kortene. Jeg søgte og søgte, men jeg kunne hverken få job i en børnehave eller på en skole, så jeg fik et job med at lægge tøj sammen i den lokale Jack and Jones. Det var dog ikke lige det, jeg havde forestillet mig. En dag spurgte min mor, om jeg nogensinde



havde overvejet at blive frisør. Det havde jeg faktisk, da jeg var hjælpepige i salonen i 6. klasse, men dengang sagde min mormor: Nej, det skal du ikke! og så blev det lagt på hylden", fortæller Julie.

Men ideen blev dog hentet frem igen. "For som min mor rigtigt nok sagde, jeg brugte ikke gymnasietiden på at være flittig med lektierne. I stedet sad jeg i timerne og så YouTube videoer om hår".

Julies mormor var på det tidspunkt i begyndelsen af 70'erne, så hendes eneste krav var, at det skulle ske hurtigt. Og det gjorde det, for i løbet af 14 dage var Julie meldt ind på TECHCOLLEGE i Aalborg.

"Jeg kan huske, at jeg allerede efter de første timer ringende hjem til min mor og sagde; det er bare det her, jeg skal være!", fortæller Julie og hun siger videre, at hendes kæreste engang spurgte, om der da ikke var noget andet, hun også gerne ville lave. "Min svar var, nej, kan jeg ikke blive frisør, skal jeg ikke være noget", siger Julie med et stort smil.

KREATIVITET OG MENNESKEKONTAKT

Spørger man Julie, hvad det er ved frisørfaget, der i den grad har fanget hende, svarer hun: "Jeg har altid gerne villet have med mennesker at gøre. Det har jeg jo absolut i frisørfaget. Jeg kommer tæt på mennesker, jeg ellers ikke ville

have talt med, og jeg lærer mange nye mennesker at kende. Samtidig er der ikke to dage, der er ens, og så er der jo ikke mange fag, hvor man får lov til at være så kreativ, som i frisørfaget".

Julie overtog naturligvis en kundekreds efter sin mormor, og mange af kunderne har valgt at blive. "Mange har jo kendt mig, siden jeg var baby, så for dem er jeg bare "lille Julie". Men selvfølgelig er der også kunder, der har valgt at prøve noget andet".

Det betyder til gengæld, at Julie nu får flere og flere unge, der kommer i salonen. Ikke mindst efter at hun, med fantastisk hjælp fra familien, gennemrenoverede salonen over sommeren.

"Jeg følte, det stadig var min mormors salon, jeg arbejdede i. Men nu har jeg sat mit eget præg på salonen, og gjort den til min egen", siger Julie. Hun ændrer også åbningstider, så de passer bedre til hende, og hun tager også gerne en ekstra tørn, hvis det er det, der skal til på nogle pressede dage.

"Men jeg nyder, at kunne arbejde med salonen, som jeg vil, og udvikle den".

Skansens Frisørcenter ligger i et villakvarter som en selvstændig bygning på samme grund som Julies mormors bolig. Julie er ganske tilfreds med placeringen, men hun





fortæller også, at hun skal reklamere for den for at trække nye, yngre kunder til.

"Men det går rigtig godt", siger hun. "I takt med at jeg spreder ordet, kommer der flere og flere nye kunder til".

At hun står alene i en salon på 90 kvm, holder Julie faktisk også af. "Min mormor havde jo både ansatte og elever igennem tiden, så der var behov for størrelsen, men nu er der kun mig. Jeg kan dog godt lide, at der er plads, og at man ikke føler sig presset. Og indtil jeg finder 100 pct. ud af, hvad jeg vil, så forbliver jeg bare mig".

På længere sigt, kan Julie dog sagtens se flere ansatte i salonen. "Men lige nu er her dejligt stille og roligt, og jeg har tid til at give mine kunder de behandlinger, de skal have og at være grundig med dem, selv om det er balayage eller babylights, der kan tage tre-fem timer at lave ordentligt".

Det betyder meget for Julie at få lov til at lave det, hun gerne vil, hver dag. Det gør hun nu, men hun har da også en drøm om, på et tidspunkt at supplere med at undervise andre frisører. "Men det må komme med tiden", siger hun. "Lige nu har jeg det, som jeg vil have det, og som ny selvstændig frisør er der mange ting, man skal have styr på".

INSPIRATION FRA DE SOCIALE MEDIER

På hylderne i salonen står produkter fra Designfrisørerne og fra La Biosthetique. Og som Julie siger det: Er man tilfreds, er der ingen grund til at skifte ud. Inspirationen henter Julie for en stor dels vedkommende på de sociale medier. "Selv om jeg kun er 25 år, er der jo allerede en generation yngre end mig, og de bruger TikTok rigtig meget til at lade sig inspirere. Derfor gør jeg det også. Her ud over bruger jeg Instagram meget – og YouTube til at undersøge nye teknikker, der kan bruges, nye farver med mere.

Jeg kigger meget på, hvad der sker i USA, for jeg synes, de er dygtige, og at det er fantastisk god inspiration", siger hun.

HVORFOR DOFK

Straks Julie overtog salonen meldte hun sig ind i dofk.

"Det har min mormor altid været. Hun har været meget glad for det, og hun har brugt mange af de tilbud og fordele der er med i medlemskabet. Så lige fra begyndelsen har min holdning været, at er man selvstændig frisør, er det dofk, man skal være en del af".

Julie har lige været på et økonomikursus igennem dofk, som hun fik rigtig meget ud af. "Ikke mindst fordi jeg havde en grundforståelse fra mine samtaler med vores revisor", siger hun, og hun fortæller også, at hun anbefaler dofk til andre.

"Jeg har en klassekammerat fra TECHCOLLEGE, som jeg lige har anbefalet at blive medlem. Jeg er glad for dofk, og jeg ser ikke, at det vil ændre sig i fremtiden", slutter Julie.

VELKOMMEN TIL NYE MEDLEMMER I DOFK

- Folketingets Frisør i København K
- More Than Beauty ApS I skive



permaVent.dk



NYHED

Nyt unikt design

Vi lancerer et helt nyt design, som vil give de individuelle løsninger, unikke muligheder for et endnu bedre arbejdsmiljø.

- Mindre el-forbrug
- Effektiv udsugning
- Nemmere rengøring
- Billigere installation
- Længere holdbarhed
- Flot design

PermaVent
- for et bedre arbejdsmiljø

Havrevangvej 10 • 7870 Roslev
Phone: + 45 9740 6133
salg@permaVent.dk • permaVent.dk

BECHER'S FRISØRUDSUGNING

www.frisorudsugning.dk

Vi renser, måler og monterer punktudsugningsanlæg i hele Danmark og sørger for, at det opfylder Arbejdstilsynets krav.

**RENSNING & SERVICE
MALING & JUSTERING
SALG & MONTAGE**

Rune Becher • Tlf. 23 25 85 24 • rune@frisorudsugning.dk



FRISØRREVISOR
Udredning af dine krøllede regnskaber

Skal vi holde et gratis møde?
Kontakt os for et uforpligtende møde

Find os her: www.frisorrevisor.dk

TIDSBESTILLINGSKORT TIL SALONEN

- vælg et standard look, eller
få designet dit helt personlige kort
fx. med eget logo!

500 stk. fra

kr. 499,-

Ekskl. moms og forsendelse



Tidsbestilling:

dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.
dag, d.	/	kl.

Din salonadresse her

SE OG BESTIL ALLE TRYKASGER,
PLAKATER OG MEGET MERE PÅ PÅ FF.DK

ff.dk

MESTERINFO

Vi ved endnu ikke, om det bliver en kold vinter, vi går mod, men vi ved, at energien kan blive knap, og at energipriserne er højere end sædvanligt. Derfor er det også besluttet, at de fleste offentlige bygninger skal sænke temperaturen til 19 grader.

Arbejdstilsynet har lavet ny vejledning til virksomheder om at komme bedst muligt gennem vinteren. Her er sparerådene:

Få et overblik over energiforbruget

Skab et retvisende overblik over jeres nuværende forbrug til især varme, vand og el, og identificer sparepotentiale for jeres arbejdsplads.

Skru ned for varmen

Varm kun rummet op til 19 grader. Hold døren lukket mellem rum med forskellig temperatur.

Spar på strømmen

Gør det til en vane at slukke for lys, skærme, computer og andet elektronik, når du forlader et rum eller går hjem.

Skift til LED-belysning

Undersøg muligheder for at skifte til LED-belysning. Det giver effektivt lys på kontoret og sparer udgifter på elregningen.

Brug mindre varmt vand

Brug mindst muligt varmt vand, når du vasker hænder eller vasker op.

Involver hele arbejdspladsen

Snak med dine ansatte om, hvor I kan spare energi på arbejdspladsen, og tænk gerne driften ind i jeres spareindsatser.

NYT ANSIGT I DOFK

Når du for fremtiden ringer ind til dofk, så kan det være, at du får en ny stemme i røret. Dofk har nemlig ansat Rasmus Engelbrecht Stegmann som kommunikationskonsulent. Rasmus startede i sin nye stilling den 1. oktober, og han skal blandt andet være med til at lave fagbladet.

- Jeg glæder mig enormt meget til at komme ordentligt ind i tingene. Min største drøm er at give medlemmerne et blad, som er lækkert, indbydende, og som indeholder nogle historier, de synes er interessante, siger Rasmus.

Rasmus kommer fra en lignende stilling som redaktør og kommunikationskonsulent i Blik- og Rørarbejderforbundet, hvor han de sidste par år har haft ansvaret for deres fagblad og generelle medlemskommunikation. Han har bred erfaring fra fagbevægelsen, men det er første gang, han skal beskæftige sig med arbejdsgiversiden.

- Når man tænker over det, så er der jo mange overlap mellem organisationerne. Det er jo alt sammen medlemsorganisationer – og det handler om, at medlemmerne skal have værdi for deres medlemskab. Og det håber jeg, at jeg kan bidrage med at give dem, slutter Rasmus af.

En af Rasmus' første initiativer er at sende en læserundersøgelse ud til alle dofk's medlemmer, så han kan blive klogere på, hvad medlemmerne gerne vil læse om. Den bliver sendt ud i nærmeste fremtid.

KAN MEDARBEJDERNE KRÆVE, AT JEG AFHOLDER UDGIFTER TIL EKSTRA TRØJER, FINGERVANTER MV?

Nej. Almindelig beklædning – altså påklædning som normalvis findes i almindelig garderobe – skal arbejdsgiveren som udgangspunkt ikke forsyne de ansatte med og derfor heller ikke afholde udgifterne hertil. Det er dog arbejdsgiverens pligt at se på, om det er muligt at indføre forebyggende foranstaltninger. Eksempelvis at kompensere for den lave temperatur gennem pauser med fysisk aktivitet eller lignende.

Kilde: Arbejdstilsynet



HAR DU EN GOD HISTORIE? TIP OS.

Har du en god historie, information eller aktiviteter, der er relevante eller kan inspirere andre i branche, så send det til blad@dofk.dk

Deadline for at indsende indhold til næste udgivelse er den 30. november 2022.

Stort engagement fra lokalbefolkningen:

RIKKE DAMM BRØNDUM FRA BØRKOP VED VEJLE ER DANSK VINDER AF NORDISK FRISØRINITIATIV

I løbet af de sidste seks uger har folk kunne stemme på de fem Wella Family Fund finalister med geografisk spredning i Danmark, og i alt er knap 10.000 stemmer blevet talt op. Frisør Rikke Damm Brøndum fra Børkop var den salon med flest stemmer, og hun er dermed den danske vinder af Wella Family Fund.

Wella Family Fund er et nyt initiativ, der er skabt ud fra Wella Companys ønske om at støtte en industri, der er blevet hårdt ramt af pandemien. Formålet med Wella Family Fund at skabe opmærksomhed omkring frisørbranchen og hylde de mange lokale frisørsaloner, som gør en forskel i manges hverdag.

“Det er utrolig dejligt at se, at så mange mennesker i Danmark har engageret sig i initiativet, både ved at nominere deres lokale frisørsalon og nu ved at stemme på vinderen. Det viser, hvor stor en betydning deres lokale salon har i lokalsamfundet, og den forskel frisørerne gør for så mange mennesker. Vi håber at kunne gøre en forskel, ikke kun for salonen, men for hele lokalsamfundet, og at dette vil være med til at styrke den lokale ånd af velgørhedsarbejde. Rikke Damm Brøndum får nu mulighed for at give tilbage til dem, der har stemt, ved at støtte en velgørhedsorganisation eller sag i Børkop.”, siger Kenneth Lundskov, landechef i Danmark.

Udover at vinde hovedpræmien på 1 års forbrug af Wella-produkter til en værdi af op til 500.000 kr., vil Rikke Damm Brøndum være vært for Wella Week i samarbejde med Wella Company i løbet af vinteren. Wella Week er en intensiv uge med arrangementer og aktiviteter i

salonen, som kan være med til at øge engagementet og interessen for salonen i lokalsamfundet og give Rikke Damm Brøndum mulighed for at udvælge en velgørende organisation, hun vil vise sin støtte til en dag i løbet af ugen med en aktivitet i salonen.

“Det er en kæmpe boost at jeg står her som vinder af Wella Family Fund. Det giver mig mulighed for at dygtiggøre mig inden for faget og fortsætte med at udvikle min forretning. Jeg er vildt overrasket over at jeg vandt, når jeg ser hvilke andre saloner der var med i finalen. Jeg så mig lidt som underdog blandt finalisterne, jeg er jo blot mig selv i min salon. Men det siger måske også meget om kræfterne i lokalmiljøet. Jeg er blevet stoppet på gaden af folk, der ville fortælle at de havde stemt på mig. Alle har bakket op omkring mig.”, siger indehaver Rikke Damm Brøndum

De fire andre finalister vil modtage for 10.000 kr. i Wella-produkter, og disse frisørsaloner er:

- Esha Khamo i København K
- Frisør Agerskov i Viborg
- Lab48c i Aarhus
- Art of Hair i Svendborg

For spørgsmål kontakt venligst PR1:
rikke@pr1.dk



OM WELLA COMPANY

Wella Company er et af verdens førende skønhedsfirmaer, bestående af en familie af ikoniske mærker, såsom Wella Professionals, OPI, Sebastian Professionals, Nioxin og ghdl. Med 6.000 ansatte globalt og tilstedeværelse i over 100 lande ønsker Wella Company og dets brands at gøre det muligt for forbrugerne at se og mærke sig selv gennem styrken af positive forandringer. Wella Company er skabt og designet til nutidens og morgendagens skønhedsjunkies og er forpligtet til mangfoldighed og inklusion, bæredygtighed og andre sociale spørgsmål. Mere information om Wella Company kan findes her:
www.wellacompany.com.

før¹

efter²



NYE

NUANCER



SHINEFINITY

color glaze

SHINE YOU CAN FEEL

LANGVARIG FARVEGLAZE • INGEN LYSNING • INGEN SKADE • DRYPFRI GELÉ CREME

TIL BUNDDYBDE OG BLANDINGER

NEUTRALISERER MESSINGTONER



04/0

natural
espresso



06/0

natural
brandy



08/0

natural
latte



04/12

cool
chia



07/12

cool
mushroom

² Roots & ends SHINEFINITY 30g 04/12 + 30g SHINEFINITY brush & bowl activator Ends around face 10g 04/12 + 10g 07/12 + 20g SHINEFINITY brush & bowl activator

¹ Hair previously highlighted