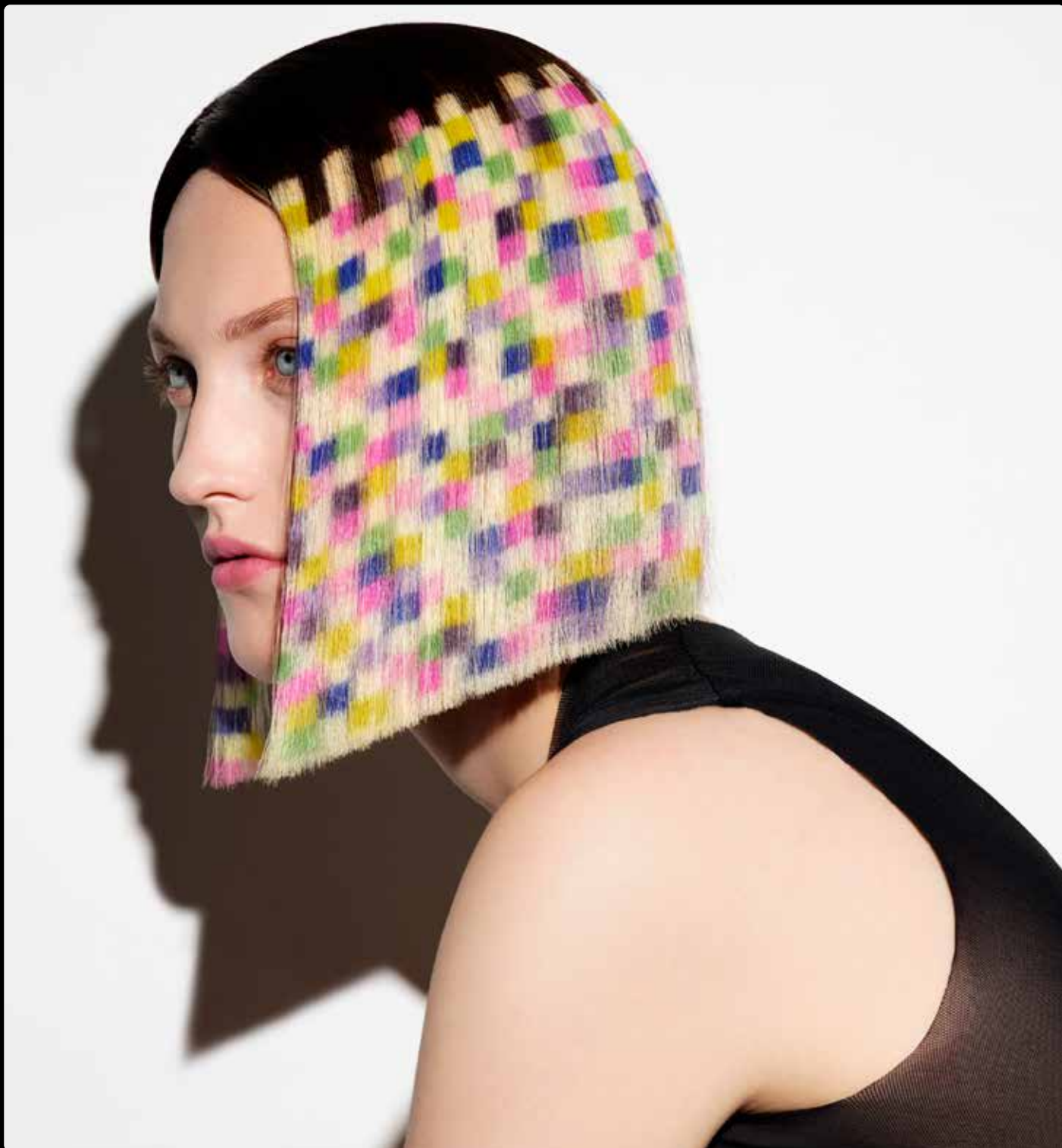


hair

HAIR.DK — FORUM FOR FRISØR- OG BEAUTYBRANCHEN





FRISORLND
HAIR AND BODY CARE

**Luksus der kan mærkes
- hver eneste dag**

Indhold

Inspiration

10 Fra Sønderborg til verdensscenen
Efter syv år i det internationale stjerne-team X-Presion Creativos, talrige shows på nogle af verdens største scener og en karriere, der har ført ham verden rundt, er Kasper Thomas i gang med at skabe sit eget næste kapitel.

Hår

14 Når frisøren bliver hårspecialist
Efter årtiers forskning i hårtab og hårbundsproblemer åbner Hårklinikken nu for et tæt samarbejde med frisørerne, med adgang til behandlinger, produkter og specialistviden.

20 Når frisørbranchen samles på den anden side af Sundet
Frisöreventet i Malmö er blevet en fast inspirationsdestination for svenske frisører – og nu vil arrangørerne have endnu flere danske frisører med.

24 Han er gået all in på frisørfaget
For Lee Rochester er frisørfaget blevet langt mere end et arbejde. Det er blevet en ny identitet – og en ny arena for udvikling.

31 “Jeg tror, man får de kunder, man har fortjent”
Frisørfaget er en livsstil – og for Sascha Hirtsgaard handler det om at gøre en forskel for mennesker.

32 100 år – og stadig på vej frem
Marcelklubben fylder 100 år. Men jubilæet handler ikke om at sætte sig tilbage og dyrke fortiden. Tværtimod.

Business

22 DOFK samler kræfterne i Randers
Ny kontorstruktur og styrket kommunikation skal bringe brancheorganisationen tættere på medlemmerne – og gøre det tydeligere, hvad DOFK kan gøre for danske frisører.

37 Nyheder

39 Branchenyt

Forsiden:

Credits:

Fra Kasper Thomas' Artkele 2.0 collection

Fotograf: Niklas Hoejlund - @niklashoejlundstudio

Stylist: Sofia Hjalmarsson - @sofia.t.hjalmarsson

MUA: Ulla Jacobsen - @ulla.jacobsen

Modeller: Clara Iskov - @clara_iskov & Filippa Mia - @filippamiafrisch



10 Fra Sønderborg til verdensscenen

Efter syv år i det internationale stjerneteam X-Presion Creativos, talrige shows på nogle af verdens største scener og en karriere, der har ført ham verden rundt, er Kasper Thomas i gang med at skabe sit eget næste kapitel. Men historien om den danske frisør handler mindre om priser og prestige end om nysgerrighed, mod og et ønske om at give noget tilbage til det fag, der tilfældigt blev hans liv.



32 100 år – og stadig på vej frem

Med nye medlemmer, nye idéer og store ambitioner for fremtiden vil Marcel fortsat være et kreativt og fagligt fællesskab, der tør udfordre både sig selv og frisørbranchen.

24 Han er gået all in på frisørfaget

Med en sølvmedalje til svendepreven og Håndværksfagenes Medalje overrakt af Kong Frederik har 32-årige Lee Rochester fået en flyvende start på sin frisørkarriere.

22 DOFK samler kræfterne i Randers

Ny kontorstruktur og styrket kommunikation skal bringe brancheorganisationen tættere på medlemmerne – og gøre det tydeligere, hvad DOFK kan gøre for danske frisører.



Kontakt: info@haircouture.dk

Instagram: @Maisonelour
@haircouture_nordics

Det er farligt at stå stille

Hvad har en frisør fra Sønderborg, en 60-årig salon i Helsingør, en hårklinik, et nyt DOFK-sekretariat i Randers, et 100 års jubilum og et frisørevent på den anden side af Øresund tilfælles?

Mere end man umiddelbart skulle tro.

For selv om historierne i dette nummer handler om vidt forskellige mennesker, virksomheder og initiativer, kredser de alle om det samme: Frisørfaget udvikler sig – og det gør de frisører og saloner, der udvikler sig sammen med det.

Kasper Thomas er et godt eksempel. Hans rejse er gået fra Sønderborg til internationale scener i blandt andet Dubai, London og Paris. Men måske er det ikke de store shows, der er den vigtigste del af hans historie. Det er erkendelsen af, at man kan nå længere sammen med andre, end man kan alene – og at den viden, man får, først for alvor får værdi, når den gives videre. I dag samler han salon, kreativ udvikling og undervisning under samme tag.

Den samme tanke går igen hos Lee Rochester, der efter en karriere i fodbold har kastet sig helhjertet over frisørfaget. Han arbejder ud fra princippet om at blive én procent bedre hver dag. Ikke nødvendigvis gennem store revolutioner, men ved hele tiden at lægge lidt mere viden og kunnen ovenpå.

Og måske er det netop her, vi finder en vigtig nøgle til fremtidens frisørbranche: Vi behøver ikke alle sammen ville det samme. Men vi skal turde ville noget.

For Sascha Hirtsgaard betyder det ikke nødvendigvis flere medarbejdere, større lokaler eller en større salon. Tværtimod har hun valgt at skru ned, halvere huslejen og skabe en forretning, der



Pia Finne, redaktør

passer bedre til det liv, hun ønsker. Samtidig holder hun fast i salonens historie og DNA og bruger sin internationale position til at åbne døre for unge frisører.

Det er en vigtig påmindelse om, at udvikling ikke har én bestemt størrelse eller retning.

Det kan være at specialisere sig. Hårklinikken åbner eksempelvis døren til et område, hvor frisøren kan bruge sin tætte kundekontakt til at arbejde mere målrettet med hår og hårbund – og samtidig styrke både sin faglighed og sin forretning. Pointen er ikke at gøre salonen til en klinik, men at give frisøren flere værktøjer.

Det kan også være at kigge ud over sin egen salon. I Malmö samles branchen til shows, faglig inspiration, debat og ikke mindst samtaler om uddannelse, ledelse, teams og fremtidens salon. For inspiration behøver ikke komme fra den nærmeste kollega. Nogle gange skal man over Sundet for at opdage, at der findes andre måder at gøre tingene på.

Og så er der organisationen. DOFK flytter til Randers med ambitionen om at bruge flere ressourcer på rådgivning, synlighed og medlemsværdi.

Måske er det derfor, dette nummer først og fremmest handler om mod.

Modet til at specialisere sig. Modet til at ændre sin forretning. Modet til at spørge, om tingene kan gøres anderledes. Modet til at lære nyt – og modet til at dele det, man selv har lært.

For frisørfaget er et håndværk, men det er også en levende branche. Og hvis der er én ting, historierne i dette nummer fortæller, er det, at det farligste ikke er at forandre sig.

Det farligste er at stå stille.

@hair.dk_official

WWW.HAIR.DK

www.facebook.com/hairdk

Hair - Forum for frisør- og beautybranchen

Magasinet Hair og Hair.dk giver inspiration til professionelle i frisør- og beautybranchen.

Magasinet distribueres gratis fire gange årligt til danske saloner, importører, interessenter, uddannelser og skoler. Den samlede medieplatform består af en onlineportal, et nyhedsbrev. Nyhedsbrevet sende gratis til alle der har tilmeldt sig via sociale medie kanaler eller via hair.dk.

Stof til redaktionen modtages fortrinsvis som word-fil eller lignende via mail til redaktion@hair.dk, såvidt muligt vedhæftet foto, grafer og andet illustrationsmateriale i høj opløsning, helst som eps- eller jpg-filer (HUSK tydelig kreditering). Eftertryk er kun tilladt efter forlods aftale med redaktionen.

Redaktion:

Rasmus Brylle
Udgiver (ansv.)
rb@horisontgruppen.dk

Pia Finne
Redaktør
redaktion@hair.dk

Majbritt Refsgaard
Grafiker
mr@horisontgruppen.dk

Salg & Marketing:

Mette Kronborg
Business Manager, annoncer & partnerskab
mk@horisontgruppen.dk
Telefon 2713 0010

Abonnement:

Ændringer af navn eller adresse for modtagelse af magasinet hair, skriv venligst mail til: abo@horisontgruppen.dk

ISSN 2794-5154

Tryk:



Produceret af KLS PurePrint A/S

Udgiver:
Horisont Gruppen a/s
Strandlodsvej 44 . DK 2300 København S
Telefon: +45 5350 6060
info@horisontgruppen.dk
www.horisontgruppen.dk



HÅRKLINIKKEN

of Copenhagen since 1992

Prisvindende produkter, som skaber optimale betingelser for hårets kvalitet og hårbundsmiljøet

Hårklinikken tilbyder et sortiment af produkter til hår og hårbund med fokus på at skabe optimale betingelser for hårvækst og hårbundsmiljø.

Produkterne, som er udviklet over flere årtier, er baseret på videnskabeligt udviklede formuleringer, plantebaserede ingredienser og dokumenterede resultater.

Er du frisør, salonindehaver eller professionel behandler og ønsker at tilbyde dine kunder noget ud over traditionel hårpleje? Som forhandler af Hårklinikken får du adgang til et prisvindende og differentieret produktsortiment, der bygger på en videnskabelig, helhedsorienteret og specialiseret tilgang til at skabe optimale betingelser for hår og hårbund.

Vil du høre mere om mulighederne for at blive forhandler af Hårklinikken?

Kontakt os på partner.dk@harklinikken.com

STABILIZING SCALP SHAMPOO • Liv pro age award 2025 • New beauty award 2024 • New beauty award 2023 • Danish beauty award 2022

BALANCING SHAMPOO • Costume beauty award 2023

WEIGHTLESS CONDITIONER • Costume beauty award 2025 • Costume beauty award 2024

FORTIFYING ADD-ON SHAMPOO • Liv pro age award 2026

HAIR HYDRATING CRÈME • Liv pro age award 2025

HAIR MASK • Costume beauty award 2025 • Costume beauty award 2024





NORDIC SHADES

innovativt farvesystem uden kompromis



BEDRE RESULTATER – BEDRE ARBEJDSMILJØ

”NORDIC SHADES tilbyder det, der er behov for, og er så nemme at arbejde med. Man kan påføre farven direkte i håret og få fantastiske resultater. Og det faktum, at man kan blande farverne og lave farveprøver, er fantastisk.”

– Deltager på farvekursus

Opnå intense, glansfulde og langtidsholdbare resultater med op til 100 % gråhårsdækning med en mere skånsom tilgang til hårfarve.

NORDIC SHADES er en vegansk, parfumefri og non-oxidativ hårfarve. Den unikke formel med provitamin B5, mandelprotein og papayaekstrakt fugter og plejer håret, mens den bløde og cremede konsistens gør den nem at arbejde med.

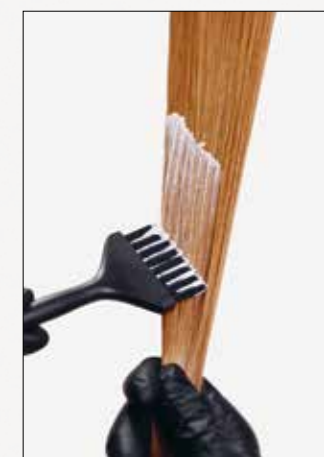
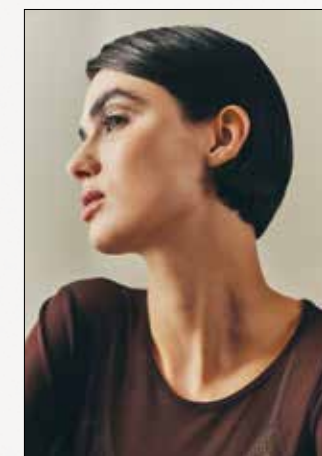
Serien er godkendt til Grøn Salon og udviklet med fokus på dig, dine kunder og en mere skånsom salonoplevelse. Formlen indeholder ingen ingredienser, der er mistænkt for at være allergifremkaldende, hormonforstyrrende eller kræftfremkaldende.

ATTRAKTIVE STARTPAKKER

Oplev ZENZ' unikke salonkoncept og hårfarver. Få en attraktiv pris på en startpakke som passer til dig og din salon.

Kontakt din lokale sælger hos Sæther for at høre mere tlf: 44 39 08 18
kundeservicepro@saether.dk

Kontakt ZENZ tlf: 53 53 84 05 pro@zenzorganic.com
zenzpro.dk





Fra Sønderborg til verdensscenen

Efter syv år i det internationale stjerneteam X-Presion Creativos, utallige shows på nogle af verdens største scener og en karriere, der har ført ham verden rundt, er Kasper Thomas i gang med at skabe sit eget næste kapitel. Men historien om den danske frisør handler mindre om priser og prestige end om nysgerrighed, mod og et ønske om at give noget tilbage til det fag, der tilfældigt blev hans liv.

Fra Kasper Thomas' Artkele kollektion. Stylist: Sofia Hjalmarsson - @sofia.t.hjalmarsson, MUA: Ulla Jacobsen - @ulla.jacobsen, models: Fiona Foss - @fionafoss & Sofie Markvad - @sofiemarkvad. Foto: Niklas Hoejlund - @niklashoejlundstudio

Tekst: Pia Finne

Da Kasper Thomas overtog sine egne lokaler tidligere på året, var det på mange måder kulminationen på flere års tanker og overvejelser. Ikke fordi han drømte om at åbne endnu en salon, men fordi han havde brug for et sted, der kunne rumme alt det, hans arbejdsliv efterhånden var blevet.

I årevis har hjemmet fungeret som en slags kreativt laboratorium. Dukkehoveder, stativer, extensions, skitser og idéer fyldte stadig mere, og på et tidspunkt var grænsen mellem privatliv og arbejdsplads nærmest forsvundet. "Min kone syntes nok efterhånden, at det var på tide, jeg fandt et andet sted at være," siger han med et smil.

I dag er værkstedet flyttet ind i rå lokaler med beton og fliser og et udtryk, der ligger langt fra den Fra traditionelle salon. Her skal der både være plads til kunder, kreative projekter, photo shoots og uddannelse på det akademi, som Kasper også har etableret, for selv om han har arbejdet på nogle af verdens største scener, er det netop kombinationen af de forskellige sider af frisørfaget, der stadig driver ham.

Måske hænger det sammen med, at han aldrig har set sig selv som den klassiske frisørstjerne. Faktisk var det nærmest tilfældigt, at han overhovedet fandt vej ind i faget.

Som ung i Sønderborg havde han svært ved at se sig selv i de traditionelle uddannelsesveje. Skolen sagde ham ikke det store, og fremtidsplanerne var begrænsede.

"Jeg vidste egentlig ikke, hvad jeg ville. Når jeg ser tilbage, tror jeg heller ikke, jeg var særlig bevidst om de muligheder, der fandtes. Jeg kan ikke huske, at nogen fortalte os, at man også kunne skabe en karriere som håndværker."

Efter en periode med forskellige overvejelser endte han i København, hvor han mere eller mindre ved et tilfælde faldt over frisøruddannelsen. Beslutningen var ikke resultatet af en stor passion for hår, men snarere en fornemmelse af, at det kunne være værd at prøve.

Den første dag på frisørskolen husker han stadig tydeligt.

Han kom som sædvanligt for sent ind med skateboardet under armen og blev mødt af en

sal fyldt med nye ansigter. "Jeg kiggede rundt og tænkte, at jeg måske ikke helt passede ind. Jeg var hiphop- og skatertype, og pludselig stod jeg i et lokale, hvor næsten alle var piger. Havde alles øjne ikke været rettet mod mig, tror jeg, jeg var vendt om igen."

Det gjorde han heldigvis ikke.

For ganske langsomt begyndte han at opdage, at frisørfaget rummede noget, han ikke havde fundet andre steder. Her var både håndværket og kreativiteten, men også muligheden for hele tiden at udvikle sig. Jo mere han lærte, desto mere nysgerrig blev han.

Det kulminerede da han første gang stødte på arbejdet fra det spanske kreative team X-Presion Creativos.

En fotograf viste ham nogle af deres billeder, og han husker stadig sin reaktion.

"Jeg havde aldrig set noget lignende. Det virkede som om, de havde deres eget univers."

Hvor mange måske ville have nøjedes med at lade sig inspirere på afstand, gjorde Kasper Thomas noget andet. Han skrev til teamet, fortalte



Kasper Thomas foran sin nyåbnede salon, der samtidig er kursuslokale. Foto: Pia Finne

hvem han var, og hvor fascineret han var af deres arbejde. Til hans overraskelse fik han svar.

Hvis han en dag kom til Madrid, kunne de godt mødes.

På det tidspunkt virkede det som en fjern mulighed. Men da det blev stadig vanskeligere at få de nødvendige papirer til at blive i Argentina, tog han endnu et spring ud i det ukendte.

Han valgte det sidste.

"Når jeg ser tilbage, var det nok lidt ovovet. Men jeg har altid haft det sådan, at hvis man får en mulighed, må man prøve at følge den. Ellers risikerer man at bruge resten af livet på at tænke over, hvad der kunne være sket."

De første måneder i Spanien arbejdede han blandt andet som tekniker for Sebastian Profesional, tog freelanceopgaver, og andet, og tre måneder senere kom opkaldet. Teamet ville have ham med.

Det blev begyndelsen på syv år, der kom til at forandre både hans karriere og hans syn på frisørfaget.

Når Kasper Thomas taler om årene hos X-Presion Creativos, handler det ikke så meget om de mange priser, man høstede, selv om teamet opnåede nærmest kultstatus blandt frisører verden over, er det fællesskabet, der står stærkest tilbage.

"Det var første gang i mit liv, jeg virkelig forstod, hvad teamwork kan gøre," siger han.

X-Presion Creativos var ikke en traditionel salon, men et kreativt miljø dedikeret til udvikling, uddannelse og innovation. Her arbejdede mennesker med forskellige styrker mod det samme mål, og netop det fællesskab kom til at forme hans syn på både frisørfaget og samarbejde.

"Vi havde den samme passion, men forskellige kompetencer. Det gjorde, at vi kunne skabe ting

sammen, som ingen af os ville have kunnet skabe alene."

Det blev en erkendelse, som stadig følger ham i dag, og som også forklarer, hvorfor han taler så varmt om samarbejde, fællesskab og det at løfte andre. For selv om han senere har opnået stor succes på egen hånd, er han ikke i tvivl om, at mange af de vigtigste erfaringer blev skabt i netop det fællesskab.

Samtidig åbnede der sig en verden, som den unge frisør fra Sønderborg ikke engang havde vidst eksisterede.

Med X-Presion Creativos rejste Kasper verden rundt. "Det føltes nogle gange lidt som at være med i et rockband." Han smiler, da han siger det, men sammenligningen er ikke helt ved siden af.

I takt med at teamets internationale ry voksede, voksede rejseaktiviteten også. Pludselig stod den unge frisør fra Sønderborg på scener i Dubai, London og Paris og oplevede en side af branchen, de færreste udenforstående kender til.

"Det føltes nogle gange lidt som at være med i et rockband. Folk ville have selfies, vi blev hentet i limousiner og boede på femstjernede hoteller.

Netop den proces blev en af de ting, Kasper Thomas kom til at elske allermest.

"Det fedeste er faktisk ikke nødvendigvis at stå på scenen. Det er alt det, der sker inden. At bygge noget op fra bunden."

Måske er det netop dét, der gør hans historie lidt anderledes end mange andre kreative profiler. For selv om han har arbejdet på den internationale scene og været en del af nogle af branchens mest spektakulære produktioner, har han aldrig mistet interessen for den hverdag, som de fleste frisører kender.

Da han efter syv år i Spanien og yderligere nogle års samarbejde med X-presion Creativos vendte hjem til Danmark, blev netop den balance vigtigere end nogensinde før.

At finde sin egen stemme

Hjemkomsten til Danmark blev ikke kun et geografisk skifte. Den blev også begyndelsen på en proces, hvor Kasper Thomas skulle finde sin egen stemme uden for det team, der havde været hans faglige hjem i næsten et årti.

Samtidig blev han mindet om, hvor forskelligt



Kasper Thomas Hair Studio. Foto: Kasper Thomas

Jeg stod ofte midt i det hele og tænkte: Jeg er jo bare frisør."

En kreativ rus

Men bag glamouren lå et enormt arbejde. Hvert show krævede måneders forberedelse med udvikling af koncepter, teknikker, musik, koreografi og visuelle universer. "Det fedeste er faktisk processen.

frisørbranchen ser ud fra land til land.

"Når man er vant til internationale shows med flere tusinde deltagere, er det selvfølgelig en omstilling at komme hjem til et mindre marked."

I stedet for at lade sig begrænse begyndte han at fokusere på, hvordan erfaringerne fra udlandet kunne omsættes til danske forhold. Samtidig voksede ønsket om at skabe noget under eget navn.

→ "Jeg havde brug for at finde ud af, hvad jeg selv kunne skabe."

Beslutningen blev starten på en ny kreativ proces.

Han begyndte at udvikle egne kollektioner og brugte talrige timer på at eksperimentere. Nogle af de første projekter blev måske lidt for kunstneriske, erkender han i dag, men de var nødvendige skridt på vejen mod at finde sit eget udtryk.

"Jeg skulle finde ud af, hvad der egentlig var mit fingeraftryk. Det tager længere tid, end man tror."

Et vendepunkt kom, da han indledte et samarbejde med en fotograf, som delte hans kreative tilgang. Sammen udviklede de kollektioner, hvor idéerne for alvor begyndte at falde på plads, og hvor han følte, at hans eget udtryk trådte tydeligere frem.

"Der begyndte tingene at klikke. Vi havde en god kemi, og vi arbejdede på en måde, hvor vi udfordrede hinanden, men samtidig trak i samme retning."

De internationale nomineringer og priser begyndte hurtigt at komme. Blandt højdepunkterne var sejre ved Colour World og Trophée Haute Coiffure samt en finaleplads ved British Hairdressing Awards. Men for Kasper Thomas handlede perioden mindre om resultaterne end om følelsen af at have fundet sit eget kreative udtryk.

Samtidig begyndte en anden drøm at tage form.

For selv om han fortsat elsker de kreative projekter, de internationale samarbejder og arbejdet med kollektioner, voksede ønsket om at skabe et sted, hvor alle trådene kunne samles.

Et sted med plads til kunder, undervisning, kreativ udvikling og nye idéer. Et sted, hvor han ikke blot kunne arbejde med sit eget håndværk, men også være med til at inspirere andre frisører til at udvikle deres. For hvis der er én ting, årene med X-Presion Creativos lærte ham, så er det, at viden først for alvor får værdi, når den deles videre.

At give passionen videre

I begyndelsen af 2025 blev drømmen om egne lokaler en realitet. Her samler Kasper Thomas i dag salonarbejde, kreative projekter og undervisning under samme tag, og netop kombinationen af de tre områder er blevet central for hans arbejde.

Gennem årene hos X-Presion Creativos lærte han, hvordan komplekse teknikker kan brydes ned og formidles, så andre kan bruge dem. Den erfaring ønsker han nu at omsætte til kurser i sit nystartede akademi, der både udfordrer og inspirerer, men som samtidig tager udgangspunkt i den virkelighed, frisører møder hver dag.

Derfor er det også vigtigt for ham at skabe et miljø, hvor frisører kan mødes, udveksle erfaringer og finde ny inspiration, og netop det ønske var også drivkraften bag Nordic Hair Shot Awards.

Projektet blev skabt med ambitionen om at give frisører i hele Skandinavien en platform, hvor de kunne vise deres arbejde frem, uanset om de var etablerede profiler eller nye talenter på vej ind i branchen. Og responsen overgik alle for-

ventninger.

"Vi havde frisører fra hele Skandinavien, over 60 professionelle kollektioner og over 300 entries i alt, så alt i alt en fantastisk opbakning. Men det bedste var egentlig ikke konkurrencen. Det var stemningen."

Han beskriver dagen som kulminationen på flere års arbejde. Bag kulisserne var et stort hold af frivillige, stylist, fotografer og branchefolk med til at skabe arrangementet, og for første gang oplevede han, hvordan det føltes at stå på den anden side af scenen.

"Jeg blev faktisk overrasket over, hvor meget det betød for mig. At stå og uddele priser gav næsten den samme følelse som selv at modtage dem. Måske fordi jeg kunne se, hvor meget det betød for dem, der stod på scenen."

Her vender han igen tilbage til den tanke, der løber som en rød tråd gennem hele hans historie: Betydningen af fællesskab.

"På et tidspunkt begynder det at handle om

noget andet end én selv. Jeg har været utrolig heldig gennem min karriere. Jeg har mødt mennesker, der har åbnet døre for mig, og jeg har fået lov til at opleve ting, som jeg aldrig havde forestillet mig. Derfor synes jeg også, det er vigtigt at give noget tilbage."

Når Kasper Thomas taler om fremtiden, handler det i høj grad om mennesker. Om undervisning, inspiration og om at skabe miljøer, hvor frisører kan udvikle sig.

Han ser en ny generation på vej ind i faget, som er nysgerrig, ambitiøs og villig til at opsoge ny viden, og det giver ham optimisme.

"Jeg møder mange unge mennesker, der virkelig vil noget. Den energi er fantastisk."

Selv er han langt fra færdig med at udforske sit fag. "Jeg tror aldrig, jeg bliver færdig. Der er altid noget nyt at lære, altid en ny idé at udforske."

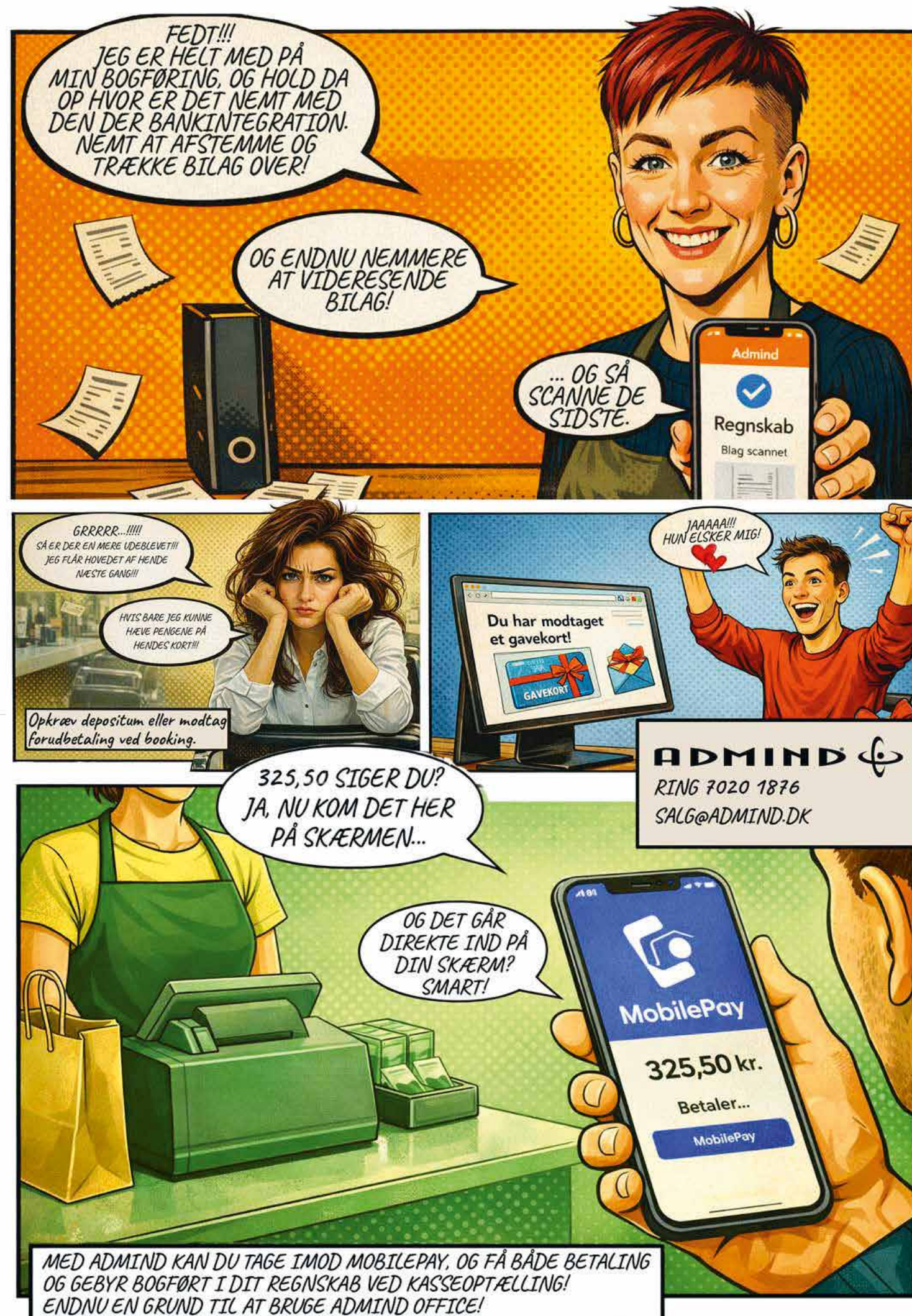
Det er den nysgerrighed, der har ført ham fra Sønderborg til verdensscenen – og som fortsat driver ham videre mod næste kapitel.



Scan QR og læs hele artiklen



Fra Kasper Thomas' 'Arkele 2.0' kollektion. Stylist: Sofia Hjalmarsson - @sofia.t.hjalmarsson, MUA: Ulla Jacobsen - @ulla.jacobsen, models: Clara Iskov - @clara_iskov & Filippa Mia - @filippamiafrisch. Foto: Niklas Hoejlund - @niklashoejlundstudio



Efter årtiers forskning i hårtab og hårbundsproblemer åbner Hårklinikken nu for et tæt samarbejde med frisørerne. Med adgang til behandlinger, produkter og specialistviden får salonerne mulighed for at udvide deres behandlingstilbud – og skabe en stærkere relation til kunderne.



Tekst: Pia Finne | Foto: Hårklinikken

Når frisøren bliver hårspecialist

”Hvis hårbunden ikke trives, trives håret mindre optimalt.” Så enkelt formulerer stifter og indehaver af Hårklinikken, Lars Skjøth, det princip, som i mere end tre årtier har været fundamentet for virksomhedens arbejde med hårtab og hårbundsproblemer. Hvor frisørfaget traditionelt har haft fokus på hårets form, farve og struktur, arbejder Hårklinikken med det biologiske udgangspunkt for sundt hår: Hårbunden. Og netop her opstår et naturligt møde mellem klinikken viden og frisørernes daglige arbejde.

”Frisører er jo dem, der ser håret og hårbunden igen og igen,” siger han. ”De opdager ofte de første tegn på problemer – og derfor giver det enormt god mening, at de også kan arbejde mere aktivt med hårets sundhed.” Med et nyt partnerskabsprogram inviterer Hårklinikken nu frisører ind i universet. Her får salonerne adgang til udvalgte produkter, behandlinger og et fagligt system, der gør det muligt at rådgive kunderne mere målrettet om hår og hårbund. Samtidig åbner det for et helt nyt univers i salonen – og dermed også nye muligheder for meromsætning.

”Det banebrydende er egentlig, at vi nu giver frisørerne mulighed for at blive en del af den videnskab for forståelse, vi har opbygget gennem mange år,” siger Lars Skjøth. ”Det er viden, der er skabt gennem forskning, laboratoriearbejde og klinisk erfaring – og nu åbner vi for, at frisørerne kan arbejde med den i deres egne saloner.” Videnskaben bag sundt hår Hårklinikken er bygget på en metode, der tager udgangspunkt i hårbunden. Ifølge Lars Skjøth er det her, fundamentet for et sundt hår ligger. ”Mange tænker stadig på hårpleje som sham-

”Hvis hårbunden ikke trives, trives håret mindre optimalt.” Så enkelt formulerer stifter og indehaver af Hårklinikken, Lars Skjøth, det princip, som i mere end tre årtier har været fundamentet for virksomhedens arbejde med hårtab og hårbundsproblemer. Foto: Hårklinikken



poo og styling,” forklarer han. ”Men vi ser håret som et biologisk system. Hvis hårbunden ikke trives, kan håret heller ikke.” Derfor arbejder Hårklinikken med en viden-skabelig tilgang til hårpleje, hvor behandlinger og produkter skræddersys til den enkelte. Centralt i metoden er virksomhedens egen ingrediens, Hair Gain Extract, som indgår i behandlingsforløb sammen med shampoo, fugtgivende produkter og stylingprodukter. Målet er at skabe balance i hårbunden og på mange forskellige måder skabe de optimale betingelser for optimal hårvækst ”Vi arbejder med flere parametre på én gang,” siger han. ”Fugt, styrke, beskyttelse og selvfølgelig selve hårvæksten.” Resultaterne er ikke kun baseret på erfaringer fra klinikken, men også på systematisk dataindsamling, hvor klienter, der deltager i kliniske forsøg, udfylder spørgeskemaer i efter 14 dage, fire uger og igen senere i forløbet. ”Det er et kæmpe arbejde,” indrømmer han. ”Men det er sådan, vi bygger en vidensvirksomhed.” Ifølge en forbrugerundersøgelse gennemført over 120 dage oplevede samtlige deltagere en forbedring i hårets sundhed og en øget dækning

af hårbunden. De fleste oplevede også, at håret føltes tykkere og voksede hurtigere. ”For os er det vigtigt, at det ikke bare er en fornemmelse – men noget, vi rent faktisk kan dokumentere.”Han understreger samtidig, at resultaterne kan være markante: ”Vi kan i de fleste tilfælde skabe 40–60 procent – og ofte endnu mere hår på en person og samtidig forbedre kvaliteten af det hår, der vokser frem. Det giver et helt andet fundament for hårets styrke og fylde.

Et interview under mikroskop

Mens vi taler, er interviewet ikke det eneste, der er i gang. Lars Skjøth gennemgår mit hår med et bærbart mikroskop, og på bordet står en skærm, hvor billeder af min hårbund dukker op i stærk forstørrelse. Det er fascinerende – næsten lidt overraskende – at se sit eget hår og hårbund på den måde. Nogle hårstrå fremstår kraftige og sunde, mens andre er tyndere. ”Det her fortæller faktisk rigtig meget,” siger Lars Skjøth, mens han flytter mikroskopet en smule og studerer billedet. Han forklarer roligt, hvad vi ser, og hvad det betyder for hårets vækst. Samtidig beskriver han, hvordan Hårklinikken system fungerer – og hvordan frisørerne kan arbejde med det i deres egne saloner.

Og analysen er en central del af metoden. Først registreres hår og hårbund, der tages billeder, og der samles data om hårets tilstand. Derefter sammensættes et individuelt behandlingsforløb. Mens vi taler, bliver der taget forbilleder. Om et par måneder skal de sammenlignes med nye billeder, der viser udviklingen. Behandlingen, som Lars Skjøth sammensætter til mig, består af produkter, der skal optimere betingelserne for hårvækst, styrke håret og give det mere fylde. ”Vi følger udviklingen over tid,” forklarer han. ”Det er sådan, vi kan se og måle med bl.a. mikroskop, hvad der virker.” Og jeg for min del må indrømme, at jeg allerede er nysgerrig efter at se efterbillederne.

Fra klinik til salon

Indtil for nylig har Hårklinikken primært arbejdet gennem egne klinikker. Men efter mange års udvikling og pilotprojekter er tiden nu kommet til at invitere frisørerne med, som man i øvrigt allerede gør det i USA. ”Vi har faktisk testet samarbejdet i flere år,” fortæller Lars Skjøth. ”Men det sidste halve år har vi for alvor sat gang i det i Danmark.” Hårklinikken blev grundlagt i 1992, og siden →





Hår

→ er virksomheden vokset til et internationalt koncept med klinikker i København og Aarhus samt samarbejdsklinikker blandt andet på Island, i New York, Los Angeles og Dubai. I dag har næsten 150.000 klienter verden over været gennem et behandlingsforløb hos Hårklinikken.

Idéen er enkel: Frisørerne får adgang til udvalgte produkter, behandlinger og værktøjer, der gør det muligt at arbejde mere målrettet med hår- og hårbundsproblemer i salonen.

Men samarbejdet er ikke tænkt som et traditionelt produktsalg.

"For os handler det ikke bare om en produktserie på en hylde," siger han. "Det er en faglig tilgang. Frisøren køber ind i et partnerskab."

I praksis betyder det, at frisøren kan gennemføre en analyse af kundens hår og hårbund, tage billeder og registrere informationer i Hårklinikkens digitale konsultationsværktøj.

Ud fra de data sammensætter klinikken et personligt produktprogram til kunden. "Det er et personligt og skræddersyet program," siger Lars Skjøth. "Ikke noget standardprogram."

Samtidig er rådgivningen præcis og behovsbaseret. "Vi prøver ikke at sælge klienterne produkter, de ikke har brug for," siger han. "Tværtimod forklarer vi præcis, hvordan de skal bruge

produkterne, så de ikke bruger mere end nødvendigt."

Et stærkere bånd til kunden

Netop den relation er en vigtig del af potentialet for frisørerne. "Vi ser det som kittet, der binder frisøren og kunden endnu tættere sammen," siger Lars Skjøth. Hårproblemer udvikler sig nemlig sjældent fra den ene dag til den anden. De kræver opfølgning, justering og rådgivning. "Jeg har flere klienter, der løbende er kommet i klinikken igen 20 eller 30 år," fortæller han.

For frisørsalonerne kan det åbne op for en ny type service og et nyt univers, hvor man kan tilbyde noget på et helt andet niveau – og dermed også en ny indtægtskilde.

"De kan udvide deres behandlingstilbud og skabe meromsætning," siger han.

Et eksempel kommer fra en salon i New York, der begyndte at arbejde med konceptet for omkring et år siden. "De solgte på tre-fire dage det samme antal produkter, som de tidligere solgte på en hel måned," fortæller Lars Skjøth.

Hårklinikken er dog ikke interesseret i at samarbejde med hvem som helst. "Vi er ikke ligeglade med, hvem vi arbejder sammen med," siger Lars Skjøth.

FAKTA

DERFOR KRÆVER HÅRTAB EN INDIVIDUEL LØSNING

"Gennem årtiers forskning har jeg lært, at hårtab næsten aldrig skyldes én enkelt årsag." Sådan forklarer Lars Skjøth tankegangen bag Hårklinikkens 7 Pathways – syv mekanismer, der kan føre til svækkede hårsække og hårtab. Ofte spiller flere faktorer sammen, og derfor arbejder Hårklinikken med skræddersyede behandlingsforløb frem for standardløsninger.

1. Androgenetiske faktorer

Den mest almindelige form for hårtab skyldes genetik kombineret med hormonel følsomhed. Hårsækkene reagerer på DHT, hvilket gradvist får dem til at skrumpes og producere finere hår. Rammer både mænd og kvinder.

2. Hormonelle forandringer

Store hormonelle skift kan påvirke hårets væksts-cyklus. Det ses blandt andet efter graviditet, i overgangsalderen eller ved stofskifteproblemer, hvor mange oplever øget faldning eller udtønding.

3. Inflammatoriske tilstande

Betændelsestilstande i hårbunden kan skade hårsækkene. Symptomer kan være kløe, svie, priken eller ømhed – men nogle oplever kun hårtab. Tidlig indsats er vigtig for at undgå varige skader.

4. Fibroserende tilstande

Ved eksempelvis Frontal Fibrosing Alopecia opstår ardannelse omkring hårsækkene, ofte langs hårgrensen. Ses især hos kvinder efter menopause og kræver hurtig opmærksomhed.

5. Oxidativt stress

Frie radikaler fra blandt andet forurening, UV-stråling og stress kan skade cellerne i hårsækkene og forstyrre væksten.

6. Næringsmangler

Hårsække har brug for proteiner, vitaminer, mineraler og fedtsyrer for at fungere optimalt. Utilstrækkelig kost eller nedsat optagelse i kroppen kan hurtigt påvirke håret.

7. Autoimmune mekanismer

Ved autoimmune former som Alopecia Areata angriber kroppen fejlagtigt sine egne hårsække. Det viser sig ofte som runde, hårløse pletter og kan ramme både børn og voksne.

"Når vi forstår, hvilke pathways der er i spil hos den enkelte, kan vi målrette behandlingen langt mere præcist," siger Lars Skjøth. "Det er derfor, vi ikke tror på one-size-fits-all."

Ambitionen er at samarbejde med omkring tre til fire procent af salonerne i Danmark. "Det vigtigste for os er ikke størrelsen på salonen, men at frisørerne virkelig er interesserede i at hjælpe mennesker," siger han.

Uddannelse og fællesskab

For at klæde frisørerne på til rollen har Hårklinikken etableret et omfattende uddannelsesprogram.

Det begynder ofte med workshops i selve klinikken.

"For kort tid siden inviterede vi omkring 30 frisører ind i Hårklinikken," fortæller Lars Skjøth. "De stod ved stationer i klinikken og oplevede præcis, hvordan vi arbejder." Her kunne frisørerne selv prøve analyser, se behandlinger og stille spørgsmål.

"Det giver en helt anden forståelse, når man er en del af processen."

Og Lars Skjøth fortæller, at interessen indtil videre har været overvældende.

Efterfølgende fortsætter uddannelsen online med moduler og løbende opdateringer.



Før.

Fremtidens salon?

I salonerne vil kunderne kunne møde små visuelle elementer, der fortæller om samarbejdet – film i vinduerne, information ved spejlene og materialer, der hjælper frisørerne med at starte dialogen. "Det skal være elegant og naturligt," siger Lars Skjøth, der slår fast, at pointen ikke er at gøre salonen til en klinik – men at give frisøren nye værktøjer.

"Når kunden sidder i stolen og får klippet eller farvet hår, kan frisøren måske nævne noget om hårbunden," siger han. "Og så indledes samtalen."



Efter.

På længere sigt forestiller Lars Skjøth sig, at nogle saloner vil gå endnu længere.

"Faktisk er vi nu i gang med at udvikle et endnu højere niveau for de frisører, der har lyst, empati og forståelse for det. Det betyder, at de, hvis de vil, praktisk talt kan foretage behandlinger i salonerne ud fra Hårklinikkens metode og måske nærmest fungere som små hårklinikker," siger han.

Men ambitionen er ikke at ændre frisørfaget. "Tværtimod," siger han. "Vi vil styrke det."



Vi har gode danske produkter, og monterer komplette udsugningsanlæg til frisørsaloner og negleklinikker



Havrevænget 10 • 7870 Roslev • mail@permavent.dk • T. 9740 6133 • www.permavent.dk



TANA
spejl & hylde

FLIRTY
frisørstol

VELARIS
massagevask

FRISORLND
HAIR AND BODY CARE

**Invester i oplevelsen
– skab en destination**

Når frisørbranchen samles på den anden side af Sundet

Tekst: Pia Finne | Foto: Frisöreventet



Frisöreventet i Malmö er blevet en fast inspirationsdestination for svenske frisører – og nu vil arrangørerne have endnu flere danske frisører med. Den 13.-14. november 2026 venter to dage med shows, sessions, trendspotting, branchedebat og masser af muligheder for at hente ny inspiration med hjem til salonen.

Der er ikke langt fra København til Malmö. Alligevel er det stadig de færreste danske frisører, der har gjort Frisöreventet til en fast del af kalenderen. Det vil arrangørerne gerne ændre på.

For når dørene igen åbnes på Clarion Hotel Malmö Live den 13.-14. november, er ambitionen at skabe et af årets stærkeste samlingspunkter for frisør- og barberbranchen – med både kreativ inspiration og blik for den virkelighed, der venter på den anden side af salonens spejl.

Frisöreventet har eksisteret siden 2016 og har gennem årene udviklet sig til Sveriges største mødeplads for frisører, barberere, entreprenører og kreative profiler. På årets event forventes omkring 2.000 branchefolk at lægge vejen forbi.

Bag eventet står blandt andre Ricard Larsson fra Larsson & Lange, og ifølge ham udspringer idéen af et ønske om at skabe noget, som branchen manglede.

"Vi ville skabe en dag, hvor man for relativt få penge kan få utrolig meget inspiration. Og man skal ikke købe adgang til hver enkelt show, så man kan tage hele sit team med, for når indgangsbilletten er betalt, gives der adgang til alt. Du køber én billet og får adgang til en hel masse inspiration," forklarer han.

Fra enkeltstående event til årlig tradition

Frisöreventet blev etableret i 2016 og blev i begyndelsen afholdt hvert andet år, blandt andet fordi der også var lignende aktiviteter i Stockholm. Da arrangementerne i Stockholm senere lukkede, blev der plads til at gøre Malmö-eventet til en årlig begivenhed.



Malmö har samtidig en oplagt geografisk placering – ikke mindst set med danske øjne.

"Vi vil meget gerne have det bredt ud på den anden side af Sundet. Der er allerede begyndt at komme danske frisører, og vi vil gerne have endnu flere med," siger Richard.

Det er også en udvikling, arrangørerne oplever hos de virksomheder, der deltager. Som eksempel

nævner Ricard Larsson, at Noberu har omkring 50 danske kunder, som de har inviteret til eventet.

Frisöreventet har gennem årene fået et stadig bredere program, og den officielle beskrivelse af 2026-eventet lægger vægt på netop kombinationen af spektakulære sceneshows, paneldebatter, udstillere og møder med både svenske og internationale profiler.

Mere end en messe

Det særlige ved Frisöreventet er ifølge Ricard Larsson, at det ikke først og fremmest skal være en traditionel messe.

I 2026 er der planlagt mere end 20 shows og sessions med et stærkt hold af kreative kræfter bag. Leverandørerne er en aktiv del af scenen, og programmet fordeles sig på blandt andet på Store Scene, Kuben og i Green Room med forskellige

kring 20 minutter på Store Scene og 45 minutter i Kuben, så dagen kan sammensættes efter den enkeltes interesser.

Og det er netop denne frihed, der er en vigtig del af konceptet: Man behøver ikke vælge mellem én bestemt visning eller én bestemt leverandør. Man kan bevæge sig rundt, lade sig overraske og fylde dagen med det, der giver mening.

Inspiration skal kunne mærkes

For Ricard Larsson handler det ikke kun om at vise nye frisurer og teknikker. FrisörEventet skal også være et sted, hvor branchen får mulighed for at løfte blikket.

"Vi skal turde tænke nyt. Man kan godt kigge lidt uden for boksen. Jeg har for eksempel selv etableret en cocktailbar i en af mine saloner, for at gøre noget, der skiller sig ud. Det handler om at turde tænke anderledes," er hans holdning.

Den tanke går igen i Business Friday, som ligger dagen før selve FrisörEventet. Her skifter fokus fra de kreative shows til branchens udvikling, ledelse, uddannelse, trends og forretning.

Business Friday: Hvor bevæger branchen sig hen?

Business Friday er tænkt som en slags opvarmning til selve FrisörEventet – men også som et selvstændigt forum for de frisører, salonledere og branchefolk, der gerne vil arbejde mere strategisk med deres forretning.

Dagen skal blandt andet sætte fokus på videreuddannelse, brandopbygning, lederskab, leverandørernes syn på fremtiden og salonens næste skridt. Ifølge den foreløbige beskrivelse bliver der både foredrag og interaktive paneldiskussioner.

På scenen kommer blandt andre Staffan Westman fra Frisörföretagarna, som præsenterer analyser fra årets Hairdresser Barometer, mens trendeksperten Göran Adlén står for en skræddersyet trendrapport om udviklingen i både branchen og omverdenen. Han vil i øvrigt også være dagens moderator.

Efter frokost bliver uddannelse et centralt tema. Her skal profiler med ansvar for uddannelse i branchen diskutere, hvorfor videreuddannelse er så afgørende – både for den enkelte frisør og for branchen som helhed.

"Vi skal tale om, hvordan vi løfter branchen. Uddannelse er en vigtig del af det. De frisører, der satser på uddannelse og dygtiggør sig, har også mulighed for at skabe en stærkere forretning."

Fra ansatte til teams

Ledelse bliver et andet centralt tema på Business Friday. For Ricard Larsson handler moderne salonledelse i høj grad om at skabe teams frem for blot at administrere en gruppe ansatte.

Som eksempel peger han på Clarion Hotel Malmö Live, hvor stedets souschef og konferencchef skal bidrage til samtalen om ledelse og teamkultur.

"For så i en frisørsalon er det ikke bare ansatte. Det handler om team og teamwork."

Business Friday skal derfor ikke alene handle om, hvordan man får flere kunder ind ad døren, men om hvordan man bygger en virksomhed, hvor mennesker kan udvikle sig – og hvor det også er muligt at skabe en sund og attraktiv forretning.

Et blik på fremtidens salon

Et andet tema bliver salonernes udvikling og branchens forskellige positioner. Ifølge Ricard Larsson oplever han i Sverige en tendens til, at de bedste saloner fortsætter med at udvikle sig, mens de saloner, der befinder sig i midtersegmentet, får sværere ved at klare sig. Det stiller krav om at turde tage stilling.

Skal man gøre, som man altid har gjort – eller skal man eksperimentere med nye koncepter, nye kundeoplevelser og nye måder at drive salon på?

Det er nogle af de spørgsmål, Business Friday skal være med til at stille.

Og netop her kan dagen være interessant for danske frisører. For selv om de svenske og danske salonmarkeder på mange områder minder om hinanden, kan det være inspirerende at se, hvordan kolleger på den anden side af Sundet arbejder med ledelse, uddannelse, konceptudvikling og kundeoplevelser.

Det endelige program for 2026 er ved at være på plads, både hvad angår udstillere og shows, og retningen er klar: Frisöreventet vil samle så meget kreativitet, faglighed og brancheinspiration som muligt på ét sted.

Og for danske frisører er det måske værd at sætte et kryds i kalenderen.

"Det skal være sådan, at man tager hjem og tænker: Hold da op, hvor har jeg fået meget inspiration for pengene."

Læs mere om Frisöreventet på www.frisoreventet.se, hvor programmet løbende opdateres samt på frisoreventet på instagram.

DOFK samler kræfterne i Randers



Ny kontorstruktur og styrket kommunikation skal bringe brancheorganisationen tættere på medlemmerne – og gøre det tydeligere, hvad DOFK kan gøre for danske frisører.

Tekst: Pia Finne | Foto: 123rf.com

Når Danmarks Organisation for Frisører og Kosmetikere (DOFK) i løbet af efteråret samler sit sekretariat i Randers og dermed lukker kontoret på Islands Brygge i København, er det ikke et spørgsmål om at spare penge. Tværtimod. Det handler om at optimere og styrke organisationen.

Ifølge formand Ole Knudsen handler flytningen om at styrke organisationen, skabe bedre samarbejde internt og frigøre flere ressourcer til det, medlemmerne efterspørger mest: rådgivning, synlighed og konkrete medlemsfordele.

"Det er ikke en spareøvelse. Det er en prioritering. Vi vil bruge færre penge på mursten og flere penge på værdi for medlemmerne."

Ét stærkt team under samme tag

DOFK har gennem de senere år haft aktiviteter fordelt på flere lokationer. Men med tiden er det blevet tydeligt, at organisationen står stærkere,

når medarbejderne arbejder tæt sammen i hverdagen.

"Det har ikke været hensigtsmæssigt at have to mindre kontorer. Derfor tager vi konsekvensen og samler sekretariatet i Randers, hvor vi kan opbygge et stærkt team med bedre synergi."

Kontoret på Islands Brygge er sat til salg, og alle medarbejdere er blevet tilbudt stillinger i Randers. Ingen har dog ønsket at flytte med, og derfor er DOFK nu i gang med at opbygge et nyt hold med fire nyansættelser over de kommende måneder.

Når flytningen er fuldt gennemført, vil 9-10 medarbejdere have deres daglige gang i Randers.

"Det gør selvfølgelig ondt at sige farvel til dygtige medarbejdere. Men vi er nødt til at træffe de beslutninger, der er bedst for DOFK og for medlemmerne på lang sigt."

Mere rådgivning og bedre service

For medlemmerne vil flytningen først og frem-

mest betyde, at DOFK får bedre muligheder for at levere den rådgivning og sparring, som mange saloner har brug for.

"Vores medlemmer kommer jo ikke fysisk på kontoret. Al kontakt foregår digitalt eller telefonisk, så det betyder ikke noget, om vi sidder i København eller i Randers. Det afgørende er, at vi er tilgængelige og kan hjælpe hurtigt og kompetent."

Med et samlet sekretariat bliver det lettere for medarbejderne at sparre med hinanden og træde til på tværs af opgaver. Det styrker blandt andet rådgivningen om ansættelsesforhold, overenskomster, forsikringer, pension, salontjek og juridiske spørgsmål.

"Når medarbejderne sidder sammen, kan de hurtigt stikke hovederne sammen og finde den bedste løsning. Den synergi er uvurderlig."

Synlighed er afgørende

Flytningen er en del af en større strategi, som skal

gøre DOFK mere synlig som arbejdsgiverorganisation.

"Vi har en klar opgave i at fortælle, hvad vi kan hjælpe med. Det er ikke nyt, at vi tilbyder stærke medlemsfordele, juridisk hjælp og attraktive aftaler. Men det er det svært at sælge en hemmelighed, derfor skal vi fremadrettet sørge for at folk også ved det."

Målet er både at skabe større værdi for de eksisterende medlemmer og at tiltrække nye medlemmer, som måske ikke er klar over, hvad organisationen kan bidrage med.

"De unge har en anden tilgang til at blive medlem af noget i dag. Tidligere blev man medlem, fordi den tidligere ejer af salonen var det. I dag spørger de unge: 'What's in it for me?' Derfor skal vi være langt tydeligere omkring den konkrete værdi, vi skaber."

Kommunikation løftes til næste niveau

Som led i den nye strategi har DOFK valgt at outsource sin kommunikation til bureauet New Beginning i Vejle.

Herfra skal et eksternt team stå for både fagblad, nyhedsformidling og sociale medier.

"Vi havde tidligere en dygtig medarbejder in-house, men vi kan få endnu flere kompetencer ved at samarbejde med et helt kommunikationsteam. Det giver os mulighed for at komme mere professionelt ud over rampen."

Den øgede kommunikationsindsats skal sikre, at både medlemmer og potentielle medlemmer får et tydeligere billede af, hvad DOFK står for.

"Vi skal tage steppet ind på de sociale medier og være langt mere synlige i det daglige."

Stærk politisk stemme gennem SMVdanmark

Selv om sekretariatet flytter fra København, fortsætter DOFK sit tætte samarbejde med SMVdanmark. Ole Knudsen sidder fortsat i bestyrelsen, og medlemmerne vil fortsat have adgang til organisationens rådgivning, mødefaciliteter og politiske arbejde.

"Som lille brancheorganisation er det en stor styrke at være en del af SMVdanmark. De giver os en stærk stemme på Christiansborg og adgang til juridisk ekspertise og politisk indflydelse, blandt andet når det gælder arbejdskraft, uddannelser og erhvervspolitik."

For Ole Knudsen er flytningen til Randers et naturligt skridt i udviklingen af DOFK.

Målet er at skabe en mere moderne og handlekraftig organisation, der kan støtte frisørerne i en branche præget af stigende krav og øget kompleksitet.

"Frisørerne har brug for en organisation, der er synlig, relevant og klar til at hjælpe. Med flytningen og vores nye strategi står vi stærkere end nogensinde til at løfte den opgave."



DOFK's formand Ole Knudsen fortæller, at flytningen af hovedkontoret til Randers ikke er et spørgsmål om at spare penge men om at optimere og styrke organisationen. "Vi vil bruge færre penge på mursten og flere penge på værdi for medlemmerne". Foto: dofk

TRONTVEIT

SNAP LASH & BROW SYSTEM

FÆRRE TRIN. SMARTERE ARBEJDSGANG.

Et nyt professionelt lash & brow-system, udviklet til at gøre behandlingerne enklere og mere effektive.

TRONTVEIT Snap Lash & Brow System samler flere arbejdsstrin i én arbejdsgang. Blandt andet med 3-i-1 lash & brow-lamination, hvor tre laminationstrin samles i én formel, og ready-to-use brynfarve, der ikke skal blandes med beize.

Det betyder færre produktskift, mindre blanding og en enklere arbejdsgang, uden at gå på kompromis med den præcision, professionelle behandlinger kræver.

Udforsk Snap Lash & Brow System ved at scanne QR-koden

Bestil allerede i dag
på b2b.TRONTVEIT.dk eller 6070 7311

Han er gået all in på frisørfaget

For Lee Rochester er frisørfaget blevet langt mere end et arbejde. Det er blevet en ny identitet – og en ny arena for udvikling. Med en sølvmedalje til svendeprøven og Håndværksfagenes Medalje overrakt af Kong Frederik har 32-årige Lee Rochester fået en flyvende start på sin frisørkarriere.

Tekst: Pia Finne | **Foto:** Hair by Rochester



"Jeg har været privilegeret ved at kunne bygge min egen kundegruppe op samtidig med uddannelsen, men det har også været det sværeste. Jeg har stået selvstændigt fra dag ét og kørt mit eget flow ved siden af skolen. Det er jeg faktisk ret stolt af". Foto: Pia Finne

Da Lee Rochester for kort tid siden stod foran Kong Frederik for at modtage Håndværksfagenes Medalje, var det svært for ham helt at forstå, hvad der egentlig var ved at ske.

"Jeg vidste godt, at det var stort, men det gjorde et endnu større indtryk, end jeg havde forestillet mig, og jeg var mere nervøs, end jeg havde regnet med," fortæller han med et smil.

For nylig afsluttede han sin frisøruddannelse med en sølvmedalje ved svendeprøven, og medaljen fra Kong Frederik blev kulminationen på en rejse, der på mange måder begyndte længe før frisørskolen. For bag succesen ligger år med kompromiser, kompromisløs træning og en næsten sportslig tilgang til frisørfaget. For Lee handler det ikke om at være færdig – men om hele tiden at jage det næste niveau.

For Lee Rochester er frisørfaget nemlig ikke kommet tilfældigt ind i livet. Han er praktisk talt vokset op i en frisørsalon sammen med sin mor, og han har haft salonlivet tæt inde på kroppen. Men i mange år var det ikke frisørfaget, der fyldte mest. Det var fodbolden.

For Lee spillede professionel fodbold i 10–12 år, blandt andet i Lyngby og HB Køge, og var også omkring ungdomslandsholdet. Samtidig begyndte en anden passion stille og roligt at vokse frem.

"Jeg klippede faktisk allerede fra jeg var 18 år, mens jeg spillede fodbold. Jeg gik på biblioteket og lånte frisørbøger og forsøgte at forstå teknik-

kerne og tankegangen bag frisørfaget," fortæller han.

Det blev starten på en intens og lidt nørdet tilgang til håndværket, siger han selv.

"Det ligger i mit DNA, at jeg vil forstå tingene helt ned i detaljen. Jeg bryder tingene ned i små dele og arbejder med én ting ad gangen. Måske kun fem procent ad gangen – men jeg bliver ved, til jeg forstår det. Så tager jeg fat på det næste. Til sidst hænger det hele sammen."

Netop den tilgang genkender han tydeligt fra sportens verden.

"Der er mange paralleller mellem eliteidræt og frisørfaget. I fodbold handler det om at træne målrettet, optimere og hele tiden blive bedre. Det samme gælder her. Hvis du vil være dygtig, skal du øve dig igen og igen. Og det, du lærer, kan ingen tage fra dig."

Han arbejder også efter en helt konkret filosofi om konstant udvikling.

"Jeg prøver at blive én procent bedre hver dag. Det lyder måske ikke af meget, men over et helt år bliver det til virkelig meget. Det handler ikke om kæmpe spring hele tiden, men om hele tiden at bygge lidt på."

Da fodboldkarrieren begyndte at gå ned ad bakke, blev frisørfaget mere og mere det sted, hvor Lee kunne lægge sin energi, og ganske naturligt blev det herrehår, han først tog fat på.

Frisørfaget voksede på ham

For lidt over fire år siden tog han springet fuldt



< For Lee Rochester er frisørfaget blevet langt mere end et arbejde. Det er blevet en ny identitet.

"Jeg startede i en voksenklasse med folk, der allerede havde erfaring, og niveauet var højt. Det motiverede mig. Jeg vidste fra begyndelsen, at uddannelsen ville blive rigtig svær, men jeg tænkte også: Hvorfor skulle jeg ikke kunne blive en af de bedste?"

Selvom han især er kendt for sit herrearbejde, kastede han sig også kompromisløst over damefaget.

"Da vi havde dametrend, gik jeg all in. Jeg ville vise, at jeg havde forståelsen og kunne lægge en plan. Jeg endte med 12 i dametrend, og det var jeg virkelig stolt af."

Han fremhæver især svendeprøven som en enorm læringsproces.

"Mit mål var at blive så dygtig inden svendeprøven, at jeg vidste, jeg kunne klare mig godt. Jeg forberedte mig ekstremt meget og vendte hver en sten for at finde ud af, hvad der gav mening."

Men for ham handler det ikke kun om teknikkerne, men også om helheden.

"Jeg tænker meget over kundeoplevelsen. Hvordan ville jeg selv have det, hvis jeg sad i stolen? Jeg elsker folk, der gør sig umage, og det prøver vi også at skabe i salonen."



ud. Sammen med sin mor overtog han salonen By Rochester, samtidig med at han begyndte på frisøruddannelsen.

Det blev alt andet end den nemme løsning. "Jeg har været privilegeret ved at kunne bygge min egen kundegruppe op samtidig med uddannelsen, men det har også været det sværeste. Jeg har stået selvstændigt fra dag ét og kørt mit eget flow ved siden af skolen. Det er jeg faktisk ret stolt af."

Men han lægger ikke skjul på, at det har krævet store ofre.

"Jeg ville ikke nødvendigvis anbefale andre at gøre det på samme måde. Jeg har gået på kompromis med mange ting undervejs, men nu begynder jeg også at høste frugterne."

For Lee handler frisørfaget om langt mere end hår.

"Det passer virkelig godt til min personlighed. Jeg er social, jeg kan lide kontakten med mennesker, og jeg elsker følelsen af at kunne gøre sig

umage og skabe noget, der giver folk et smil på læben."

Samtidig er han drevet af en konstant lyst til udvikling.

"Selv efter sølvmedaljen føler jeg stadig, at der er tusind ting, jeg gerne vil blive bedre til. Det er også det fede ved frisørfaget – du kan gå i så mange retninger og fordybe dig i forskellige discipliner."

Skolen blev en jagt på forståelse

På frisørskolen blev han hurtigt kendt for sin store arbejdsdisciplin og sit høje ambitionsniveau.

"Jeg var meget fokuseret, og jeg var aldrig bange for at spørge om hjælp. Jeg tror faktisk, det er en styrke at turde være sårbar og sige, at man ikke ved noget endnu."

Han beskriver lærerne som eksperter på hver deres område, og han stoppede sjældent med at stille spørgsmål, før han havde fået svar.

Næste mål er allerede sat

I dag er kalenderen fyldt godt op, og ambitionerne rækker langt videre end medaljer og anerkendelse.

Han drømmer blandt andet om at undervise i fremtiden.

"Jeg kunne virkelig godt tænke mig at komme ind og undervise på et tidspunkt. Jeg kan huske alle frustrationerne fra selv at skulle lære det, og jeg tror, jeg kunne bidrage med noget der."



Jeg prøver at blive én procent bedre hver dag. Det lyder måske ikke af meget, men over et helt år bliver det til virkelig meget. Det handler ikke om kæmpe spring hele tiden, men om hele tiden at bygge lidt på.

Derfor handler fremtiden også om specialisering og samarbejde.

Inspiration finder han konstant – især gennem sociale medier og mennesker omkring sig.

"Jeg gemmer hele tiden billeder og idéer. Hvis jeg ser nogen på gaden eller i toget med et spændende look, kan jeg godt finde på at spørge, om jeg må tage et billede eller måske bruge dem som model."

Den kreative energi stopper sjældent.

"Jeg har virkelig mange idéer og tanker hele tiden. Jeg kan godt lide at have mange bolde i luften."

Han har allerede lavet egne kataloger og arbejder med modeller i mange forskellige hårtyper og stilarter – fra skandinavisk til afro og asiatisk hår.

Men selvom ambitionerne er store, mærker man tydeligt, at drivkraften ikke først og fremmest handler om titler og medaljer. Den handler om udvikling.

"Hver gang jeg opnår noget, sætter jeg et nyt mål. Så da jeg havde mødt Kong Frederik, var jeg mentalt allerede videre mod næste mål," siger han smilende og fortsætter:

"Jeg tror ikke, jeg er særlig god til at stå stille."

For Lee Rochester er frisørfaget blevet mere end et arbejde. Det er blevet en ny identitet.

"Før var jeg bare fodboldspilleren. Nu er jeg også frisør. Og det er faktisk vokset endnu mere på mig, end jeg havde forestillet mig."



NO.1
SALON COLOR
BRAND IN
THE WORLD

15 YEARS IN RESEARCH

**100%
PURE COLOR
PERFECTION**

**CLINICALLY PROVEN,
REDUCES SIGNS OF DAMAGE¹**

+55% SHINE **+45% SMOOTHNESS** **+42% NOURISHED**

0% AMMONIA
FRAGRANCES
MINERAL OILS
SILICONES
PPD/PTD²

→ Up to 100% gray coverage

→ A curated palette of 30 shades for pure & true to tone color results

→ Vegan

→ Dermatologically tested on sensitive skin

1. +55% shine, +45% smoothness, +42% nourished look; vs. untreated hair, based on expert panel clinical study.
2. Do not use this product if you have a known PPD/PTD allergy, as you may still experience a severe reaction.

*Based on Wella Master Brand USD sales on the 2024 Professional Hair Care Global Serie for the hair coloring products category published by Kline



hairtalk®
extensions

Innovative fremskridt
inden for hårkvalitet

Premium extensions med naturlig bevægelse, styrke og glans.

ENDLESS POSSIBILITIES



@hairtalknordic
#hairtalkextensions

BY_WE

kontakt@bywe.com / 60 255 000
www.bywe.com



STRONGER HAIR. STRONGER YOU.



Forvandl dit hår synligt med den opgraderede Bonacure Repair Rescue+ serie, drevet af Peptide Bond Complex.

For +100% stærkere, mere robust og repareret hår.*

*sammenlignet med ubehandlet hår

FOR EVERY YOU.

Kontakt: 53895300
kundeservice.skp@sconsult.dk

DISCOVER THE LOOKS



“Jeg tror, man får de kunder, man har fortjent”

Efter 60 år i familien er frisørfaget stadig en livsstil – og for Sascha Hirtsgaard handler det om at gøre en forskel for mennesker, drive en sund forretning og åbne døre for den næste generation.

Tekst: Pia Finne | Foto: Sascha Hirtsgaard

Der er både historie og fremtid i Sascha Hirtsgaards salon i Helsingør. I år markerer virksomheden 60-års jubilæum. Salonen blev grundlagt af hendes far i 1966, og Sascha har haft sin gang i den, siden hun var barn.

“Jeg har stået i den salon, siden jeg var på min datters alder,” fortæller hun.

Samtidig har hun netop gennemført en stor forandring. Få dage før påske flyttede hun salonen til nye lokaler – og gjorde det med en effektivitet, som siger meget om hendes tilgang til både fag og forretning.

“Da sidste kunde gik fredag, skruede vi den konsol, hun sad ved ned. Og det var det sidste element, der forlod den gamle salon, hvor vi dagen igennem skruede inventaret ned i takt med, at kunderne gik ud ad døren, og klokken halv otte om aftenen stod den nye salon arbejdsklar.”

men jeg ville gerne have, at den nye salon stadig havde vores DNA, og med mikset af nyt og gammelt er det samtidig en hyldest til fortiden, der er rykket med ind i fremtiden.”

Den beslutning er også et udtryk for hendes forretningsfilosofi: Man skal kende sin identitet og bruge sine ressourcer klogt.

Mindre butik, større frihed

Sascha fyldte 50 sidste år. Og et blev en anledning til at gøre status.

Tidligere var salonen større, med flere medarbejdere og et omfattende setup med blandt andet extensions og makeup. I dag har hun bevidst valgt en mindre og mere overskuelig model. “Jeg ønsker ikke at være en del af det store cirkus. Og ærligt, så er det også svært at skaffe medarbejdere til en stor salon i en by som Helsingør.”

I dag består teamet af Sascha selv, en fuld-



Den nye udgave af Guys & Dolls i Helsingør.

Men selv om adressen er ny, er sjælen den samme.

Inventaret er i høj grad genbrug fra den gamle salon. Konsoller i galvaniseret stål, som en lokal smed fremstillede i 1987, har fået nyt liv og er i den nye salon blevet kombineret med nye stole.

“Jeg kunne sagtens have købt nyt af det hele,

tidsassistent, en deltidsassistent og en elev.

Det er et valg, der giver mere ro og færre bekymringer. “Mange medarbejdere giver mange problemer. Færre medarbejdere giver færre problemer.”

Flytningen til mindre lokaler betyder samtidig, at huslejen er halveret.



Sascha med din datter og sin mor da Guys & Dolls fejrede 60 års jubilæum i ny lokaler.

“På sigt gør det en stor forskel. Det er dyrt at flytte, men det er sundt fornuft på den lange bane.”

Sascha lægger ikke skjul på, at økonomi er afgørende, og hun opfordrer frisører til jævnligt at evaluere deres forretning.

“Vil du arbejde 60 timer om ugen eller 40 timer om ugen, tage en ordentlig pris for behandlingerne og tjene det samme?”

“Vi steg for nylig med 4-5 procent. Ikke én kunde har kommenteret det. Alt bliver dyrere, og vi bliver fysisk slidte. Ingen sikrer os, hvis vi ikke selv gør det.”

Stolt af rejsen

Når Sascha ser tilbage, er hun både stolt og taknemmelig.

Hun har videreført familiens virksomhed, skabt en sund forretning og opnået en international position, som ingen anden dansk frisør før hende. Og planen er at drive både salonen i Helsingør og ikke mindst arbejde med de unge i FG i mange år frem.

“Jeg kan bevise mit værd. Og det er jeg stolt af.” Men vigtigst af alt elsker hun stadig frisørfaget. “Jeg er glad og tilfreds med livet som frisør.”

Og efter en lang karriere med saksen i hånden er drivkraften den samme som altid: ønsket om at gøre en forskel – både for kunderne i stolen og for de unge frisører, der skal føre faget videre.



100 år – og stadig på vej frem

Marcelklubben fylder 100 år. Men jubilæet handler ikke om at sætte sig tilbage og dyrke fortiden. Tværtimod. Med nye medlemmer, nye idéer og store ambitioner vil Marcel fortsat være et kreativt og fagligt fællesskab, der tør udfordre både sig selv og frisørbranchen.

Tekst: Pia Finne | **Foto:** Marcelklubben

Når Marcelklubben den 14. november fejrer sit 100-års jubilæum i Pumpehuset i København, bliver det naturligvis en fejring af en ganske særlig historie. En historie om faglighed, konkurrencer, rejser, shows, stærke personligheder og et fællesskab, der for nogle medlemmer har været en del af livet i mere end seks årtier.

Men hvis man spørger Marcelklubbens præsident, Claus Rasmussen, og Filip Herluf Schelle, der er kasserer i Marcelklubben, er det mindst lige så vigtigt, hvad der skal ske i de næste 100 år.

"Det ville være helt forkert, hvis vi kun brugte jubilæet til bare at kigge bagud," siger Claus Rasmussen.

"Selvfølgelig skal vi være stolte af vores historie. Den er fantastisk, og den fortæller meget om, hvem vi er. Men Marcel blev jo i sin tid skabt, fordi en gruppe frisører kunne se, at faget var under forandring. Og den evne til at forandre sig er måske noget af det vigtigste, vi kan tage med os ind i fremtiden."

Historien om DameFrisørklubben Marcel begynder i 1926 – i en tid, hvor barberfaget var under pres.

Sikkerhedsskraberen havde gjort det muligt for mænd at barbere sig hjemme, og en vigtig del af barberernes traditionelle forretning var dermed ved at forsvinde. Samtidig var kvindernes hår og mode under hastig forandring. Håret blev kortere, nye former opstod, og både kemi, bølger og nye teknikker vandt frem.

Nogle af tidens barbermestre valgte ikke at kæmpe imod udviklingen. De valgte at lære nyt. De rejste, hentede inspiration, underviste hinanden og kastede sig over de nye muligheder i damefrisering. Det var i det miljø, Frisørklubben Marcel blev født.

"Det er faktisk en utrolig vigtig del af vores historie," siger Filip Herluf Schelle.

Det skulle betyde noget at være medlem

Gennem Marcells historie har medlemskabet aldrig bare været et medlemskort.

Man kan ikke nødvendigvis bare melde sig ind. Nye medlemmer skal anbefales, vurderes og demonstrere deres faglige kunnen. Ideen var og er enkel: Det skal betyde noget at blive medlem – og det skal også betyde noget at være medlem. "Vi taler meget om, hvad det vil sige at være

Marcel i dag," siger Claus Rasmussen.

"Branchen er blevet langt bredere, og man kan ikke længere sige, at alle skal kunne præcis det samme. Vi har dygtige klippere, farveteknikere, barberer, undervisere og kreative mennesker, der arbejder meget forskelligt med faget."

Det afgørende er derfor ikke, at medlemmerne ligner hinanden.

"Tværtimod," siger Filip Herluf Schelle. "Noget af det spændende ved Marcel er netop, at man kommer med forskellige kompetencer og perspektiver. Men man skal have noget, man vil bidrage med. Marcel skal være et fællesskab, hvor man både kan lære af andre og selv give noget videre." Det er en balance, der bliver stadig vigtigere i en tid, hvor fællesskaber konkurrerer med en verden af hurtige digitale tilbud.

"Du kan finde utrolig meget inspiration på sociale medier. Du kan se teknikker og følge frisører fra hele verden. Men det er ikke det samme som at stå sammen i et rum, skabe noget sammen og have mennesker omkring sig, som udfordrer dig," siger Claus Rasmussen.

"Det fællesskab kan man ikke bare downloade."

Traditioner er ikke vigtigere end mennesker

Marcells historie rummer masser af faglighed og alvor – men også masser af humor.

I lange perioder mødte medlemmerne eksempelvis op i smoking til klubbens arrangementer. Det siger noget om den betydning og højtidelighed, man tillagde fællesskabet.

Men netop den stærke historie forpligter også. "Vi skal passe på, at traditionerne ikke bliver vigtigere end menneskene," siger Filip Herluf Schelle. "Historien er vigtig, men den må aldrig blive en undskyldning for at stå stille."

For Marcel handler fremtiden netop om at være åben. "Hvis vi vil være relevante, skal vi være nysgerrige. Vi skal kunne lytte til nye generatio-

ner og nye idéer – også når de udfordrer det, vi selv er vant til," siger Filip Herluf Schelle.

Når de unge får lov til at larme

Det er heller ikke første gang i Marcells historie, at en ny generation har udfordret de eksisterende rammer.

Konkurrencefrisering har gennem mange år været en central del af klubbens identitet. Men nye medlemmer begyndte på et tidspunkt at tænke anderledes.

Der opstod en kreativ afdeling, hvor frisørfaget blev blandet med musik, dans, film og scenografi. Hår blev en del af større visuelle fortællinger og shows – og ikke alle var nødvendigvis begejstrede fra begyndelsen.

Men det var måske netop pointen.

"Det er sundt, når der kommer nye idéer," siger Filip Herluf Schelle.

"Hvis en ny generation kan komme ind i en 100 år gammel klub og forandre alt uden at skabe diskussion, så er der måske ikke særlig meget på spil."

De kreative initiativer udviklede sig siden til store shows på københavnske scener og blev endnu et bevis på, at Marcel kan tage frisørfaget ud af salonen og vise det i nye sammenhænge.

"Det er stadig noget af det, vi gerne vil," siger Claus Rasmussen. "Vi vil skabe oplevelser. Vi vil inspirere. Og vi vil vise, hvor kreativ og mangfoldig vores branche er."

Historien er ikke produktet

Jubilæumsåret kommer derfor ikke til at betyde, at Marcel skruer ned for ambitionerne.

Tværtimod oplever klubben, at nye medlemmer kommer til – medlemmer, der ikke nødvendigvis kender alle historierne, alle pokalerne eller navnene på de mennesker, der har præget klubben gennem generationer.

Og det er en styrke.

"Nye medlemmer kommer ikke ind, fordi de vil passe på et museum," siger Claus Rasmussen.

"De kommer, fordi Marcel skal give mening for dem nu. Derfor skal der være faglighed, inspiration og oplevelser. Og der skal være et fællesskab, hvor man møder mennesker, man ellers måske aldrig ville have mødt."

100 år er ikke målet

Den 14. november samles fortid og fremtid, når Marcel Centum indtager Pumpehuset. Det bliver en fejring af 100 års historie – men først og fremmest et billede af den klub, Marcel ønsker at være fremover.

Her skal medlemmer med årtiers erfaring møde de nye kræfter. Traditioner skal møde nye idéer. Og frisørfaget skal igen vise, hvor meget det kan, når kreative mennesker arbejder sammen.

"Vi håber, at de medlemmer, der har været med i 40 eller 60 år, kan genkende Marcel," siger Claus Rasmussen. "Men vi håber samtidig, at et nyt medlem kan mærke, at der er plads til at skabe noget, vi endnu ikke har set."

Det er måske den største udfordring – og den største styrke – ved at være en klub med 100 års historie. At holde fast i det, der betyder noget, uden at holde fast i alt.

"Marcel er ikke først og fremmest pokalerne, vedtægterne eller traditionerne," siger Filip Herluf Schelle. "Marcel er de mennesker, der vælger at bruge deres tid og energi på fællesskabet. Dem, der kommer med idéer, udfordrer hinanden, lærer fra sig og skaber noget sammen."

Og hvis klubben også om 30, 40 eller 60 år skal have medlemmer, der ser Marcel som en vigtig del af deres liv, så må den nødvendigvis blive ved med at forandre sig.

For 100 år er ikke målet. Det er bare endnu et kapitel. Og Frisørklubben Marcel er langt fra færdig med at skrive resten af historien.



HÅROLOGI

HAIR CARE THROUGH LIFE

Ethvert hår er unikt og kræver derfor unik pleje.

Det svenske brand HÅROLOGI tilbyder produkter der er skræddersyet til hver enkelt kundes specifikke behov. De avancerede analysemetoder gør det muligt for dig som frisør at identificere præcis, hvad kundens hår har brug for. Du kombinerer serum til kundens personlige produkter, der sikrer optimale resultater - og effekten kan ses og måles fysisk fra besøg til besøg.

Skil dig ud som frisør og tilbyd dine kunder en unik og personlig hårpleje - de kun kan købe i din salon.



FRISØRLND
HAIR AND BODY CARE



KEVIN.MURPHY

Bad day. Good hair.

Flawless hair in any kind of chaos



FLAWLESS - 6-i-1 bond-building styling lotion.
Styrker. Reparerer. Beskytter. Udglatter. Giver glans. Styler.

Drevet af KM.RE.BOND, arginin og en blanding af fermenterede olier reparerer FLAWLESS op til 73 % af hårets brudte bindinger og giver op til 6 gange mindre knækket hår*. Samtidig forsegler den spaltede spidser, reducerer krus med op til 95%*, beskytter mod varme, forkorter føntørringstiden og booster glans - så håret forbliver stærkt, glat og ubesværet stilet, uanset hvad dagen byder på.



* vs non-conditioning shampoo. Laboratory study, 2025

Nyheder



Hårtoppe og toupéer fra Toftild

Brudespecialist Uddannelsen fra RiiStyle Academy

RiiStyle Academy tilbyder en specialiseret uddannelse i brudestyling for frisører. Uddannelsen kombinerer hands-on træning i hår og makeup med konsultation, prissætning, kunderejse og forretning. Der udbydes 10 pladser årligt, og 54 frisører var i august 2026 certificeret gennem uddannelsen.

www.riistyle.com - Sponseret



Toftild tilbyder hårtoppe og toupéer til kunder med tyndt hår eller hårtab. Hårdele kan tilpasses i farve, længde og frisure og integreres med kundens eget hår. Løsningerne kan enten tages af og på eller fastgøres i en periode. Toftild søger samtidig flere frisører til sit forhandlernetværk.

www.toftild.com - Sponseret



KEVIN.MURPHY styling til Copenhagen Fashion Week

KEVIN.MURPHYs globale ambassadør Eugene Souleiman stod bag håret til Collina Stradas Delirium in Bloom-show under Copenhagen Fashion Week. Med blandt andet FRESH.HAIR, ANTI.GRAVITY og SESSION.SPRAY skabte han skulpturelle looks med tekstur, volumen, glimmer og tinsel inspireret af intergalaktiske landskaber.

www.iconhair.dk - Sponseret

PARK Texturizing Finish Spray

PARK Styling lancerer Texturizing Finish Spray, der giver volumen og tekstur uden at gøre håret stift eller tungt. Sprayen er udviklet med input fra frisørerne i PARK-salonerne og skaber en let, luftig finish med naturlig bevægelse. Produktet er nomineret til Costume Skønhedsfavoritter 2026 i kategorien Hårstyling.
www.parkstyling.dk - Sponseret



Eaude1974 bringer signaturduftene ind i hjemmet

Eaude1974 udvider sit sensorielle univers og lancerer nu home fragrance-versioner af mærkets ikoniske signaturdufte. De samme luksuriøse duftsignaturer, der har gjort Eaude1974s hårparfumer populære, flytter nu ind i hjemmet som rumdufte og andre boligprodukter. Med inspiration fra steder som Capri, Santorini og Hamptons skaber brandet en sammenhængende duftoplevelse, der forbinder personlig pleje og indretning – og gør det nemt at bære den genkendelige Eaude1974-stemning gennem hele dagen, fra hår til hjem.

www.hcnordic.com - Sponseret



Artero Aura præcisionssakse

Arteros nye Aura-serie består af en klassisk saks og en skulptørsaks i 6". Saksene er fremstillet i japansk stål med sort titaniumbelægning og ergonomisk design. Den klassiske saks har mikroskær, der giver ekstra greb om håret og høj kontrol ved blandt andet herreklip, konturer og pointcut.

www.frisorland.dk - Sponseret



Nye emballagekrav rammer også små beautyvirksomheder

Nye EU-krav til emballage får betydning for virksomheder i hår- og beautybranchen – også de mindre aktører, der sælger egne produkter eller importerer varer. De første krav i EU's nye emballageforordning, PPWR, træder i kraft 12. august 2026. Virksomheder skal blandt andet kunne dokumentere emballagens ma-

dokumentation og dialogen med producenter og leverandører. SMVdanmark kritiserer, at den danske vejledning først blev offentliggjort 3. august – få dage før reglerne træder i kraft. Organisation opfordrer til, at virksomheder får mindst et år med vejledning, før myndighederne begynder at udstede bøder.



terialer, sikre sporbarhed og overholde grænser for blandt andet tungmetaller og PFAS. For saloner og beautyvirksomheder med egne produktserier betyder reglerne derfor nye krav til

De nye EU-regler kommer samtidig med det danske udvidede producentansvar for emballage, som også pålægger virksomheder nye forpligtelser.



Ja tak-tilbud skal give kunderne en reel besparelse

"Ja tak" i kommentarfeltet og adgang til en særlig pris. Tilbudsformatet er populært på sociale medier, men Forbrugerombudsmanden understreger, at kunden faktisk skal opnå en særlig fordel. Baggrunden er sager, hvor varer blev markedsført som ja tak-tilbud, selv om de samtidig kunne købes til samme pris på almindelig vis. Dermed var der risiko for, at kunderne fik et vildledende indtryk af tilbuddets værdi.

Reglerne er også relevante for saloner, beautybrands og forhandlere, der bruger Facebook, Insta-

gram og andre sociale medier til kampagner på eksempelvis hårpleje, kosmetik og behandlinger. Et ja tak-tilbud skal altså være reelt. Virksomheden bør sikre, at den særlige fordel faktisk er knyttet til tilbuddet, og at pris, betingelser og eventuelle begrænsninger fremgår tydeligt. Markedsføringen må heller ikke skabe et fejlagtigt indtryk af eksklusivitet eller tidspres. Markedsføringsloven forbyder både urigtige oplysninger og oplysninger, der præsenteres på en måde, som kan vildlede forbrugeren.

5-DAGES ELEVKURSUS med Katrine Bjerring & Julius Ellegaard

Få 5 intensive dage fyldt med inspiration, teknik og hands-on træning. Start d. 12. september.

TILMELD DIG NU & LÆS MERE PÅ KURSUS.PARKSTYLING.DK



id HAIR
PROFESSIONAL

ELEMENTS

INSPIRED BY NATURE



PROFESSIONEL HÅRPLEJE STARTER VED HOVEDBUNDEN

Elements bringer skinification ind i professionel hårpleje med hyaluronsyre, ceramider og AHA. Sammen med et bioaktivt marint ferment plejer serien både hår og hovedbund med fokus på fugt og balance - så du som frisør kan arbejde med hele fundamentet for et sundt hår.

KONTAKT DIN IDHAIR KONSULENT ELLER
TLF. 8674 2822 FOR MERE INFORMATION.

100% DANSKEJET