

Hair & FASHION

VAKBLAD VOOR DE BEAUTY PROFESSIONAL

2026
(02)

sens'us®

EST. 1938
DENMAN®
professional

mowan®
time can change everything

Total Hair Service
Groots in topmerken en
educatie voor de kapper.

Chapter Green
Vakidioten komen elkaar
niet toevallig tegen.

**Jean Paul Mynè
Nederland**
Gezond haar is geen trend.
Het is de toekomst.

Super Hair Brands
Exclusiviteit als kracht van de kapper

“

Waarom zou je
producten verkopen
die overal al te
koop zijn?

”

NO COCONUT, ALOE, ARGAN AND OLIVE OIL

We choose better ingredients.



www.prettycurlygirl.com



{ Voorwoord }

Met veel plezier presenteren wij u de zomereditie van Hair & Fashion 2026. Een editie waarin vakmanschap, innovatie en ondernemerschap opnieuw centraal staan. De kappersbranche blijft volop in beweging en juist dat maakt ons vak zo inspirerend. Nieuwe technieken, vernieuwende educatieprogramma's en innovatieve verzorgingslijnen zorgen ervoor dat er altijd iets nieuws te ontdekken valt.

In deze editie nemen we u mee langs inspirerende ondernemers, bijzondere merken en professionals die hun kennis graag delen. U leest onder andere hoe educatie steeds belangrijker wordt binnen de branche, hoe leveranciers investeren in trainingen die direct toepasbaar zijn in de salon en hoe nieuwe productlijnen inspelen op de groeiende vraag naar kwaliteit, duurzaamheid en een complete salon-beleving.

Ook staan we stil bij een onderwerp dat veel kappers bezighoudt: de positie van de salon als verkooppunt van professionele haarproducten. Nu steeds meer producten ook buiten de salon verkrijgbaar zijn, rijst de vraag hoe belangrijk het is dat kappers kunnen blijven verdienen aan de producten die zij adviseren. Is productverkoop nog altijd een onmisbare pijler onder een gezonde salonvoering, of verschuift de

focus steeds meer naar kennis, service en beleving? Verschillende professionals uit de branche delen in deze editie hun visie op dit actuele vraagstuk.

Daarnaast vindt u volop inspiratie op het gebied van kleur, styling, verzorging en ondernemerschap. Van exclusieve productintroductions en praktijkverhalen tot interviews met vakgenoten die iedere dag werken aan de toekomst van het kappersvak. Hopelijk biedt deze editie niet alleen nieuwe inzichten, maar ook ideeën die u direct kunt meenemen naar uw eigen salon.

Namens de gehele redactie wens ik u veel leesplezier en vooral een inspirerende zomer toe.

Lynn Reijnen (CEO) & Migaël Wolven (Redacteur)



07



12



MEDIA & COMMUNICATIE

Een uitgave van

Muchterstraat 47

6511 TX Nijmegen

+31 (0)6 453 180 19

Info@lrmediaencommunicatie.nl

www.lrmediaencommunicatie.nl

facebook: hair&fashion

Uitgever | Lynn Reijnen

Redactie | Migael Wolven

Verkoop | Lynn Reijnen | Ralf Peters

Advertenties | Lynn Reijnen

Content online | Robèrt Jezewski

Vormgeving | Tja Design - Tanja Hubbers

Abonnementen | +31 (0)6 453 180 19

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen lopen tot 1 januari en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk voor 1 november van het lopende abonnementsjaar schriftelijk opzegt.

Abonnementsprijs voor 4 nummers,
€ 49,95 per jaar.

Copyrights

Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden. Vermenigvuldiging van redactie, in welke vorm dan ook is zonder schriftelijke toestemming van de uitgever niet toegestaan. LR media en Communicatie en de bij deze uitgave betrokken redactie en medewerkers aanvaarden geen aansprakelijkheid voor mogelijke gevolgen die zouden kunnen voortvloeien uit het gebruik van de in deze uitgave opgenomen informatie.



16



19



39



49



Voorwoord	03
Coverstory Luxury Gold	07
DivineCurls	12
Chapter Green	16
Jean Paul Mynè	19
Polo Cosmetics	22
Kiki's kappersgroothandel	24
L'Alga	27
Saskia Hair Eduction	30
Sabrina Hair Eduction	35
Yoar.Muse	39
Gladjakkers	44
Barbercollege	46
Total Hair Service	49
AlaPro	53
Tahe Nederland	56
Magnetic Naildesign	60
Jezewski	68
Finnley's	70
Trinity haircare	72
Salongoederen	76
Tape in Lashes	78
Vakpanel Hair & Fashion	84
Laatste woord	96



Boost your confidence!

De snelst groeiende
hairextensions
groothandel van
Nederland en België!



Bij Luxury Gold draait alles om kwaliteit, innovatie en samenwerking. Met extensions en verzorgingsproducten die salons onderscheiden én opleidingen die vakkennis versterken, bouwt Frederique aan een groeiende community van succesvolle kappers. Wil jij je salon naar een hoger niveau tillen? Dan is dit hét merk om kennis mee te maken.



Nagelpoelweg 82 Apeldoorn | +31 55 2032652 | info@luxurygold.nl

www.luxurygold.nl

sens.us®

EST. 1938
DENMAN®
professional

mowan®
time can change, every thing

SHB
SUPER HAIR
BRANDS

Super Hair Brands: exclusiviteit als kracht van de kapper

“Waarom zou je producten verkopen die overal al te koop zijn?”

Het is de vraag waarmee Mariëlle van Super Hair Brands kappers graag aan het denken zet. Want in een tijd waarin consumenten vrijwel ieder product online kunnen vergelijken, bestellen en goedkoper kunnen vinden, wordt de positie van de kapper steeds belangrijker. Niet alleen als vakprofessional aan de stoel, maar ook als adviseur en verkooppunt van producten die écht bij het salonvak horen.



Sens.ùs: compleet en professioneel

Een van de belangrijkste merken binnen Super Hair Brands is Sens.ùs. Dit Italiaanse merk is breed, veelzijdig en ontwikkeld voor de professionele salon. Het assortiment loopt van verzorging tot styling, van kleur tot permanent en van scalp-producten tot creatieve kleurmogelijkheden. Daarmee biedt Sens.ùs oplossingen voor verschillende klanttypes, haardoelen en salonbehoeften.

Sens.ùs is sterk omdat het niet alleen producten levert, maar een compleet systeem vormt. Kappers kunnen ermee bouwen, combineren en verdiepen. Of het nu gaat om technische behandelingen, creatieve kleuringen of dagelijkse verzorging, het merk biedt veel mogelijkheden binnen één professionele lijn.

Een bijzonder onderdeel is de app van Sens.ùs. Deze tool helpt kappers om gericht en persoonlijk te werken. Wie een bepaald resultaat wil bereiken, krijgt ondersteuning in de vorm van een customized handleiding. Daarmee wordt het merk ook educatief waardevol in de salon.

Sens.ùs onderscheidt zich vooral door zijn brede, professionele totaalconcept. Van verzorging en styling tot kleur, permanent en scalp-producten biedt het merk kappers alle tools om binnen één lijn te werken.

"De kracht van een salon zit niet alleen in het product, maar in het advies erachter."

Super Hair Brands gelooft dat professionele haarproducten niet overal moeten liggen. Een goed product krijgt pas waarde wanneer het wordt gekoppeld aan kennis, advies en ervaring. Precies daar ligt de kracht van Mariëlle en haar team: niet simpelweg dozen leveren, maar salons ondersteunen met exclusieve merken, begeleiding en persoonlijke aandacht.

Meer focus, meer waarde

Sinds de start van Super Hair Brands op 1 januari is bewust gekozen voor een duidelijke focus. Niet een breed assortiment, maar een zorgvuldig geselecteerd aanbod van exclusieve merken, ondersteund door kennis, educatie en persoonlijke begeleiding. Vanuit Dordrecht levert Super Hair Brands binnen de Benelux, maar de rol van het bedrijf gaat verder dan distributie.

Voor Mariëlle is de centrale vraag: waarom zou een klant nog bij de kapper kopen als hetzelfde product overal online verkrijgbaar is? Wanneer een kapper advies geeft en de consument online naar de laagste prijs zoekt, verliest de salon omzet én adviespositie. Daarom kiest Super Hair Brands voor merken die exclusief voor kapsalons bedoeld zijn en zo veel mogelijk buiten het brede online verkoopcircuit blijven.

Die exclusiviteit beschermt de kapper. Het geeft salons een assortiment met een verhaal, een reden om advies te geven en een product dat niet op iedere digitale plank ligt. De klant koopt daardoor niet alleen een fles of tube, maar ook de professionele kennis die erbij hoort.



“Sens.ùs en Mowan bijten elkaar niet, maar vullen elkaar juist aan”

Mowan: tien minuten, maximaal resultaat

Naast Sens.ùs is Mowan een tweede exclusief merk binnen Super Hair Brands. Ook Mowan komt uit Italië en staat vooral bekend om zijn tienminutenkleuring. Volgens Mariëlle doet Mowan precies wat het belooft: snel werken met betrouwbaar, professioneel resultaat.

In de salonpraktijk is tijd kostbaar. Een kleuring die binnen tien minuten doet wat hij moet doen, biedt kappers meer flexibiliteit in hun planning en meer mogelijkheden richting de klant. Mowan is daarin duidelijk en krachtig: het merk richt zich op snelheid, kwaliteit en resultaat.

Sens.ùs en Mowan bijten elkaar niet, maar vullen elkaar juist aan. Waar Sens.ùs een breed professioneel totaalconcept biedt, is Mowan een sterke specialist op het gebied van snelle kleuring. Samen geven ze de kapper een assortiment waarmee zowel technisch als commercieel sterker gewerkt kan worden.



De masterclass
13 & 14 september
Van 10:00 tot 16:00 uur

Araz Nelson



Educatie als basis

Professionele merken vragen om professionele kennis. Daarom vindt Mariëlle het belangrijk dat kappers goed worden getraind voordat zij met de producten werken. Theorie, praktijk en ervaring zijn onmisbaar, zeker bij kleur en technische behandelingen.

Super Hair Brands organiseert daarom trainingen, workshops en product-demo's. Het doel is niet alleen uitleggen wat een product doet, maar vooral laten zien hoe je het optimaal inzet in de salon. In september komt er bovendien een educator van Mowan naar Nederland voor twee trainingdagen op 13 en 14 september. Zulke momenten versterken de band tussen merk, distributeur en kapper. Daarnaast staat er een bijzondere kleurtraining op de planning met Araz Nelson. Tijdens de Megix10 Color Masterclass neemt zij kappers mee in kleurtechnieken, product-kennis en praktische toepassingen die direct inzetbaar zijn in de salon. De masterclass vindt plaats op zondag 13 september en maandag 14 september, beide dagen van 10:00 tot 16:00 uur. Inschrijven? Bekijk alle trainingen op www.superhairbrands.nl/collections/educatie. Daarmee onderstreept Super Hair Brands opnieuw hoe belangrijk educatie is binnen haar aanpak: niet alleen producten leveren, maar kappers ook inspireren, trainen en ondersteunen in hun dagelijkse praktijk.

Altijd dichtbij de klant

Wat Super Hair Brands onderscheidt, is de persoonlijke verbinding met salons. Mariëlle wil voorkomen dat kappers gaan twijfelen aan hun producten of evt. overstappen omdat zij zich onvoldoende ondersteund voelen. Daarom zijn er initiatieven als Sensus Connect en Mowan Connect: kosteloze online vragenuurtjes waarin kappers laagdrempelig hun vragen kunnen stellen.



(02) Hair & Fashion '26

Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel slaan de handen ineen met Sens.us Get to Know

Professionele kappersproducten komen pas echt tot hun recht wanneer de kapper weet hoe, waarom en wanneer hij ze inzet. Vandaag die overtuiging hebben Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel de handen ineen geslagen rondom Sens.us Get to Know, een laagdrempelige kennismaking waarmee kappers op een toegankelijke manier vertrouwd raken met het professionele Italiaanse merk Sens.us.

De Get to Know is ontwikkeld voor kappers die nieuwsgierig zijn naar Sens.us, maar eerst willen ontdekken wat het merk inhoudt, welke lijnen er zijn en hoe de producten in de salon kunnen worden toegepast. Voor slechts €35 krijgen zij niet alleen een praktische introductie tot het merk, maar ontvangen zij ook €100 aan Sens.us-producten. Daarmee kunnen kappers het merk direct zelf ervaren, uitproberen en beoordelen wat het voor hun salon kan betekenen.

Twee leveranciers, één gezamenlijk doel
Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel zijn beide leveranciers van Sens.us en delen dezelfde visie op goed professioneel merk en meer dan alleen levering. Kappers krijgen behalve een kennis, begeleiding en producten die passen bij hun manier van werken.

Super Hair Brands brengt de marktpromotie, distributie en educatieve ondersteuning. Kiki's Kappersgroothandel zorgt voor persoonlijke begeleiding, regionale bekendheid en dagelijkse ondersteuning van hun klanten met al de stappen naar Sens.us eenvoudiger en toegankelijker voor iedere kapper.

Daarbij draait het niet om de vraag of een kapper uiteindelijk via Super Hair Brands of via Kiki's Kappersgroothandel bestelt. Via het netwerk van de kapper zelf kiezen welke leverancier het beste aansluit. De kern is dat beide partijen kappers op een educatieve manier willen laten kennismaken met Sens.us.



Laagdrempelig kennismaken met Sens.us: praktische kennis én €100 aan producten voor slechts €35.

Ontdekken, proberen en begrijpen

Wat de Get to Know sterk maakt, is de combinatie van productbeleving en kennis. Kappers krijgen niet alleen informatie over Sens.us, maar ook producten in handen waarmee zij direct kunnen ervaren hoe het merk werkt. Dat maakt de kennismaking concreet en praktisch.

Ennen de Get to Know ligt de nadruk op de voorbidding naar de samenwerking. Hoe is Sens.us opgebouwd? Welke producten passen bij welke behoeften? Hoe adviseer je de klant aan de voorzijde? En hoe zorg je ervoor dat het resultaat van de behandeling ook thuis wordt verlengd?

Sens.us biedt een breed professioneel assortiment, van kleur en verzorging tot styling en fixatie. Juist daarom is het belangrijk dat kappers begrijpen hoe de producten binnen het merk met elkaar samenhangen. Wie weet worden een product vooraf ingezet, kan bijvoorbeeld kleur, styling en meer met een product worden gecombineerd.



Educatie als verbindende kracht

Voor zowel Super Hair Brands als Kiki's Kappersgroothandel is educatie een vast onderdeel van professioneel werken. Producten leveren is belangrijk, maar kappers helpen om het maximale uit die producten te halen is minstens zo waardevol.

Sens.us Get to Know past precies tussen de gezamenlijke visie. De kennismaking is laagdrempelig, praktisch en direct toepasbaar. Voor €35 krijgen de kapper de kans om het merk te ontdekken, te leren kennen én met producten te waarde van €100 zelf te ervaren wat Sens.us te bieden heeft.



Daarmee vormt de Get to Know een eerste stap. Kappers kunnen nu zelf ontdekken of Sens.us past bij hun salon, hun klantenkring en hun manier van werken. Toegankelijk is het een uitnodiging voor verdere begeleiding, trainingen of productwedding.

Samen groeien met Sens.us

Met Sens.us Get to Know kan Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel zien hoe direct samenwerking tussen de professionele kappersbranche kan zijn. Het is de leverancier staat centraal, maar de kapper en het merk.

Voor salons is het een eenvoudige manier om kennis te maken met een professioneel Italiaans merk dat direct inzetbaar is in de salon. Voor kappers biedt het de kans om bewaakt te werken, sterke te verbeteren en klanten beter te begeleiden in hun haarverzorging.

Sens.us Get to Know is daarmee meer dan een kennismaking. Het is een uitnodiging om te ontdekken, te proberen en met meer kennis achter de schermen te staan. Precies daarom vinden Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel elkaar kappers ontmoeten met producten, praktijkkennis en educatie die direct waarde toevoegt.



www.superhairbrands.nl | www.kikiskappersgroothandel.nl

Die aanpak past bij de visie van Super Hair Brands. De samenwerking stopt niet na een bestelling. De kapper moet weten dat er iemand klaarstaat, meedenkt en helpt wanneer dat nodig is. Juist die betrokkenheid maakt van Super Hair Brands meer dan een groothandel. Het is een partner die de salon helpt groeien.

Samenwerking met Kiki's Kappersgroothandel

Naast de eigen distributie werkt Super Hair Brands ook met sub-distributeurs. Een mooi voorbeeld daarvan is Kiki's Kappersgroothandel, de Sens.us leverancier in Oost-Nederland. Kiki's is een persoonlijke groothandel met winkel, magazijn en educatieruimte. Kappers worden geholpen door mensen uit het vak, met praktijkervaring en kennis van wat er speelt in de salon.

Die werkwijze sluit goed aan bij Super Hair Brands. Ook via partners blijft kwaliteit centraal staan. Producten leveren is één ding, maar de juiste kennis, begeleiding en merkbeleving overbrengen is minstens zo belangrijk.

Kennismaken met de merken

Voor salons die willen ontdekken welk merk het beste bij hen past, ontwikkelde Super Hair Brands het "Get-to-know"-concept. Voor €35 krijgen kappers toegang tot een kennismakingsessie in filmvorm, waarin de producten en merken worden toegelicht. De film blijft een jaar beschikbaar, zodat salons op hun eigen tempo kunnen kijken, vergelijken en bepalen wat aansluit bij hun werkwijze.



"Combineer Stijl en Vakmanschap"

Dat maakt kennismaken laagdrempelig, zonder dat het vrijblijvend voelt. Het past bij de manier waarop Mariëlle werkt: eerst begrijpen, dan kiezen en daarna samen bouwen.

De groothandel die er echt is

De toekomstplannen van Super Hair Brands zijn helder: de klantconnectie behouden, meer trainingen geven en verder bouwen aan de reputatie van een groothandel die er echt voor de kapper is. Niet groeien om het groeien, maar groeien in kwaliteit, kennis en relatie.

Want exclusiviteit draait uiteindelijk niet alleen om producten die minder makkelijk verkrijgbaar zijn. Het draait om waarde. Om advies. Om vakmanschap. En om merken die pas echt tot hun recht komen wanneer ze worden gebruikt en verkocht door professionals.

Super Hair Brands geeft kappers daarmee meer dan een assortiment. Het geeft salons een verhaal, een onderscheidende positie en een reden voor klanten om hun producten niet zomaar online te kopen, maar bij de professional die hun haar écht kent.

www.superhairbrands.nl

A New Way of Cutting Curls

The WehlCut™ Method

by Andrélica Wehl

Krullend haar vraagt om een andere manier van kijken. Toch worden in veel klassieke kappersopleidingen nog altijd technieken aangeleerd die vooral zijn ontwikkeld voor steil haar. Daardoor ervaren veel kappers krullen als lastig, onvoorspelbaar of iets om te vermijden.

Vanuit die realiteit ontwikkelde Andrélica Wehl, oprichter van DivineCurls Academy, een nieuwe benadering: The WehlCut™ Method. Deze methode vertrekt vanuit de overtuiging dat krullend haar niet gecontroleerd, maar begrepen moet worden. DivineCurls Academy richt zich volledig op het begrijpen, knippen en stylen van krullend haar en helpt kappers om krullen met meer inzicht, techniek en vertrouwen te benaderen.



Een methode, geen losse techniek

Wat The WehlCut™ Method onderscheidt, is dat het geen enkele knip-beweging of truc is, maar een gestructureerde methode. De basis ligt in een essentieel principe: krullen kunnen pas goed worden geknipt wanneer de kapper begrijpt hoe het haar zich natuurlijk vormt, beweegt en reageert.

“The WehlCut™ is not just a cutting technique. It is a way of understanding curls.”

In plaats van de krul te forceren, leert de methode kappers hoe zij het haar kunnen lezen en ermee kunnen samenwerken. Het resultaat is een vorm die niet kunstmatig wordt opgelegd, maar ontstaat vanuit de natuurlijke structuur van het haar.

Zonder alle details prijs te geven, werkt The WehlCut™ vanuit een duidelijke opbouw: analyse van de krulstructuur, gerichte sectieverdeling, een vertical cutting-benadering, controle en positionering van de schaar en styling afgestemd op de natuurlijke beweging. Samen vormen deze onderdelen een systeem dat helpt om meer grip te krijgen op vorm, balans en volume, zonder de textuur te verstoren.

Een belangrijk onderdeel is het gebruik van een curved scissor. Deze schaar ondersteunt de beweging van de techniek en maakt het mogelijk om preciezer te werken in krullend haar.





Toegankelijk voor professionals

De kracht van The WehlCut™ Method ligt in de combinatie van techniek, inzicht en toepasbaarheid. De methode is ontwikkeld voor ervaren krullenkappers, maar ook voor professionals die nog weinig ervaring hebben met krullend haar. Door de duidelijke opbouw kunnen deelnemers de techniek stap voor stap begrijpen en toepassen in hun dagelijkse werk.

Ook ergonomie speelt een rol. Door te werken met passende tools en een heldere methodiek kunnen kappers bewuster, efficiënter en met meer controle knippen. Dat geeft niet alleen een beter eindresultaat voor de klant, maar ook meer zekerheid voor de professional zelf.

Masterclasses en online modules

The WehlCut™ Method wordt gedeeld via gespecialiseerde masterclasses van DivineCurls Academy. Deze trainingen vinden plaats in kleine groepen, zodat er ruimte is voor persoonlijke begeleiding, directe feedback en aandacht voor individuele leerdoelen. De focus ligt niet op het simpelweg kopiëren van een knipbeweging, maar op inzicht, observatie en techniek in functie van de krul.

De volledige toepassing en verdieping van de methode worden uitsluitend binnen de live trainingen aangeleerd. Voor professionals die eerst kennis willen maken met de visie achter The WehlCut™, biedt DivineCurls Academy online modules aan. Deze behandelen de basisprincipes van structuur, beweging en vorm en vormen een toegankelijke voorbereiding op de masterclasses.

Daarnaast zijn er trainingen op locatie mogelijk voor salons en teams die gezamenlijk hun kennis rond krullend haar willen versterken. Ook biedt DivineCurls Academy educatie voor scholen en opleidingscentra, product- en merktrainingen en praktijkgerichte workshops en demonstraties.

Certificering en verdieping

Om de kwaliteit en consistentie van de methode te bewaken, werkt DivineCurls Academy met een duidelijke certificatiestructuur. Na de eerste masterclass kunnen deelnemers doorgroeien tot Certified WehlCut™ Stylist. Daarna is verdieping mogelijk als Advanced WehlCut™ Specialist, met aandacht voor complexere krultypes, controle, precisie en personalisatie.

Voor geselecteerde professionals bestaat uiteindelijk de mogelijkheid om WehlCut™ Educator te worden binnen een licentie- en certificatiemodel. Zo kan de methode op een gecontroleerde manier worden doorgegeven.





Techniek en styling

Tijdens de komende masterclasses werkt DivineCurls Academy samen met Pretty Curly Girl. Deelnemers leren niet alleen de kniptechniek, maar ook hoe zij krullen correct kunnen stylen en ondersteunen met de juiste producten. Door techniek en styling te combineren, ontstaat een totaalbenadering waarbij knipstructuur en afwerking in harmonie zijn met de natuurlijke beweging van het haar.



Fotografie: Cranston Productions

Als extra ontvangen deelnemers een zorgvuldig samengestelde goodiebag, zodat zij de producten en technieken ook na de opleiding verder kunnen toepassen.

Groeiende vraag naar krul expertise

De interesse in natuurlijk krullend haar blijft wereldwijd groeien. Steeds meer klanten kiezen ervoor hun natuurlijke textuur te omarmen, waardoor de vraag naar gespecialiseerde kennis binnen de kappersbranche toeneemt.

The WehlCut™ Method werd recent live gepresenteerd tijdens The Hair Project in Kortrijk. De reacties bevestigden een duidelijke ontwikkeling binnen het vak: de behoefte aan gespecialiseerde krultechnieken blijft groeien.

Nieuwe masterclasses starten opnieuw in het najaar. De registratie is inmiddels geopend voor professionals die hun plaats willen reserveren. Met een groeiende internationale interesse blijft DivineCurls Academy zich verder ontwikkelen op het gebied van educatie, innovatie en samenwerking binnen de kappersindustrie.



www.divinecurls.be



Vakidioten komen elkaar niet toevallig tegen

Sommige ontmoetingen veranderen niet alleen twee mensen, maar kunnen ook de toekomst van een vak veranderen. Na een zoektocht van meer dan zeventien jaar ontmoette Richard Bindels onverwacht de Italiaanse botanisch expert Massimo Bartalucci. Twee vakmensen. Twee verschillende levens. Eén gedeelde overtuiging: de toekomst van het kappersvak ligt dichterbij de natuur dan we ooit hebben gedacht.



In de afgelopen jaren heb ik als docent, saloneigenaar, trainer en ondernemer honderden kappers mogen begeleiden. Met meer dan vijftien jaar ervaring in minerale kleuring blijf ik zoeken naar manieren om het vak niet alleen technisch beter te maken, maar ook gezonder, duurzamer en met meer respect voor mens en natuur.

Die nieuwsgierigheid bracht mij langs talloze merken, technieken en innovaties. Niet omdat ik steeds iets nieuws zocht, maar omdat ik geloof dat leren nooit ophoudt. Met onze merken Rodolphe & Co en Zenz Organic hebben we al een sterke natuurlijke basis in huis. Juist daarom was ik niet op zoek naar een nieuw merk toen Massimo Bartalucci op mijn pad kwam. Via een directeur van een buitenlands cosmeticabedrijf werden wij met elkaar in contact gebracht. Achteraf voelde dat niet als toeval, maar als een ontmoeting die simpelweg een keer moest plaatsvinden.

“Echte innovatie ontstaat wanneer vakmanschap en de kracht van de natuur elkaar versterken.”

Vanaf ons eerste gesprek herkenden we elkaar. Niet omdat we hetzelfde bedrijf hebben, maar omdat we dezelfde overtuiging delen. Waar ik mijn leven heb gewijd aan de ontwikkeling van de professionele kapper, heeft Massimo jarenlang onderzoek gedaan naar de kracht van botanische ingrediënten. Twee verschillende reizen, met dezelfde bestemming: het kappersvak naar een hoger niveau brengen met de kracht van planten.

De visie van Massimo Bartalucci

Jaren geleden ontdekte Massimo zijn passie voor plantaardige haarkleuring en het werken met kruiden en planten in professionele salons. Naarmate zijn ervaring groeide, zag hij ook de beperkingen van de traditionele kruidensystemen: lange inwerktijden, wisselende resultaten, warme kleurreflecties en ingewikkelde technieken.



In plaats van die beperkingen te accepteren, begon hij planten één voor één te onderzoeken. Uiteindelijk bestudeerde hij meer dan 67 verschillende botanische en verzorgende planten, met als doel combinaties te ontwikkelen die koele, natuurlijke bruintinten mogelijk maken zonder langdurige dubbele toepassingen, blonde tinten zonder ongewenste oranje nuances, stabiele kleurresultaten en een gezondere behandeling waarbij het haar sterker en glanzender wordt.

Tijdens dat onderzoek realiseerde hij zich dat het probleem niet bij de planten lag, maar bij het ontbreken van een duidelijke, reproduceerbare werkwijze. Daarom ontwikkelde hij een compleet systeem, gebaseerd op observatie, logica en praktijkervaring. Zo ontstond FYTOFLO: een methode waarmee kappers op een eenvoudige en realistische manier kunnen werken met plantaardige haarkleuring.

Zonder grote commerciële investeerders of agressieve marketing groeide FYTOFLO uit tot een toonaangevende Italiaanse specialist. Inmiddels werken bijna tweehonderd salons succesvol volgens deze methode, vooral dankzij de zichtbare resultaten voor haar en hoofdhuid.

De ontwikkeling stopte daar niet. Vanuit dezelfde visie ontstond ook een productlijn die zich richt op het micro-bioom van de hoofdhuid. Volgens Massimo begint gezond haar immers bij een gezonde hoofdhuid. Rond de introductie van de producten wordt bovendien een uitgebreid e-learning-programma gelanceerd, zodat kappers niet alleen producten ontvangen, maar ook de kennis om er succesvol mee te werken.

Wat Richard en Massimo uiteindelijk bindt, is niet alleen hun passie voor natuurlijke ingrediënten, maar vooral hun gedeelde overtuiging dat vakmanschap altijd begint bij kennis. Samen willen zij Nederlandse en Belgische kappers inspireren om verder te kijken dan snelle oplossingen en opnieuw de kracht van de natuur te ontdekken. Niet met loze beloftes, maar met doordachte producten, praktische technieken en hoogwaardige opleidingen die bijdragen aan de volgende generatie botanische salons.

www.chapter.green





Jean Paul Mynè Nederland

Gezond haar is geen trend. Het is de toekomst

Iedere kapper kent het moment waarop een klant in de spiegel kijkt en begint te stralen. Natuurlijk draait het om een mooie kleur of een perfect geknipte coupe, maar steeds vaker zit de échte winst ergens anders: gezond haar. Want wat heb je aan een prachtige look als het haar ondertussen uitdroogt, beschadigt of zijn glans verliest?

Dat is precies de gedachte waar Jean Paul Mynè al jarenlang vanuit werkt. Het Italiaanse premium haarmerk ontwikkelt professionele producten die niet alleen mooie resultaten opleveren, maar vooral bijdragen aan de gezondheid van het haar. Geen snelle oplossingen, maar doordachte formules waarin wetenschap, natuurlijke ingrediënten en innovatie samenkomen.





"Slimme innovaties voor echte uitdagingen"

Wat Jean Paul Mynè bijzonder maakt, is dat innovatie nooit een doel op zich is, maar altijd een oplossing biedt voor een probleem uit de praktijk. Achter iedere shampoo, behandeling of kleurformule zit uitgebreid onderzoek. Niet om ingewikkeld te doen, maar omdat ieder ingrediënt een functie heeft. Jean Paul Mynè kiest bewust voor een hoge concentratie actieve ingrediënten die écht iets doen voor het haar. Geen overbodige toevoegingen, maar effectieve formules die herstellen, beschermen en versterken.

Tegelijkertijd wordt er kritisch gekeken naar de impact op mens en milieu

Steeds meer salons willen duurzamer werken en ook klanten worden bewuster van wat ze op hun haar laten aanbrengen. Jean Paul Mynè speelt daarop in door ingrediënten te selecteren die niet alleen krachtig zijn, maar ook minder belastend voor mens en natuur. Zo bewijst het merk dat duurzaamheid en professionele prestaties prima samengaan. Jean Paul Mynè biedt een uitgebreid assortiment productlijnen, waarbij iedere lijn is ontwikkeld voor een specifieke haar- of huidbehoefte.

Een sparringpartner voor salons die willen groeien

Maar een goed product alleen maakt nog geen succesvolle salon. Daarom investeert Jean Paul Mynè minstens zoveel in de mensen die ermee werken. Nieuwe klanten krijgen niet simpelweg een doos producten geleverd, maar worden begeleid bij de introductie van het merk in de salon. Via trainingen, workshops en inspirerende masterclasses leren stylisten niet alleen hoe de producten werken, maar vooral waarom ze werken. Die combinatie van theorie en praktijk zorgt ervoor dat behandelingen met vertrouwen worden uitgevoerd en klanten het verschil daadwerkelijk ervaren.

Het Salon Prestige Programma

Voor salons die zich nog verder willen onderscheiden, heeft Jean Paul Mynè het Salon Prestige Programma ontwikkeld.



Dit exclusieve programma is bedoeld voor ondernemers die hun salon willen positioneren als specialist in hoogwaardige haarbehandelingen en premium haarverzorging. Prestige Salons profiteren van extra ondersteuning op het gebied van marketing, educatie, productkennis en salonontwikkeling. Daarbij staat persoonlijke begeleiding centraal, zodat iedere salon het maximale uit de samenwerking kan halen.

Het Salon Prestige Programma draait niet alleen om exclusiviteit, maar vooral om gezamenlijke groei. Door kennis te delen, innovaties als eerste beschikbaar te maken en salons actief te ondersteunen, creëren we een netwerk van professionals die elkaar inspireren en versterken.



Zo ontstaat een samenwerking waarin kwaliteit, service en ondernemerschap hand in hand gaan.

Blijven innoveren

Innovatie vormt al sinds de oprichting een belangrijk onderdeel van Jean Paul Mynè. De ontwikkelingen binnen de haarbranche staan nooit stil en ook de wensen van consumenten veranderen voortdurend. Daarom blijven wij investeren in nieuwe behandelingen en producten die inspelen op de behoeften van zowel de kapper als de eindklant.

Een mooi voorbeeld hiervan is onze recent geïntroduceerde Hair Botox-behandeling, de Hair Plumping Fluid. Deze innovatieve leave-in behandeling in een glazen ampul is ontwikkeld om het haar intensief te verzorgen, de haarvezel zichtbaar te verbeteren en het haar een gezonde, glanzende uitstraling te geven. Zonder het haar te verzwaken biedt de behandeling een luxe verzorgingservaring waar steeds meer consumenten bewust naar op zoek zijn. Het effect is vergelijkbaar met een botox effect voor het haar: volume, opbouw en structuur teruggeven.

Meer weten?

Wil je meer weten over Jean Paul Mynè Nederland of over onze producten? Neem contact met ons op. Wij komen graag langs voor een productdemonstratie en een gesprek over hoe onze producten binnen jouw salonservice passen.



Parelweg 10 | 1812 RS Alkmaar
072 220 1859 | info@jpmpro.nl

www.jpmpro.nl



PHARMA
HERMETIC

Onderdeel van
PoloCosmetics B.V.



Met deze visie introduceert Pharma Hermetic twee nieuwe aanvullingen op het Hair Recovery Program voor optimale ondersteuning van binnen én van buiten. Voor geselecteerde professionals in de uiterlijke verzorgingsbranche in de Benelux.

Nourishing Hair Oil - ongeparfumeerd (50 ml)

Lichte, niet vette haarloolie met argan-, moringa, jojoba- en amandelolie. Herstelt, voedt en temt pluis zonder te verzwaren.

Geschikt voor alle haartypes en ideaal voor cliënten die geurvrij willen werken of combineren met parfum of styling.

Nutra SP55 - haar & nagels van binnenuit

Premium voedingssupplement met aminozuren, vitamines en mineralen, waaronder L-cysteïne, biotine, zink en Sabal extract

Ondersteunt de haargroei, vermindert haaruitval en versterkt nagels. Hormoonvrij - geschikt voor mannen én vrouwen



Hair Recovery Program

De professionele basis bij haaruitval

Het **SP55 Hair Recovery Program** van Pharma Hermetic is ontwikkeld voor de professionele behandeling van haaruitval.

Het programma richt zich op stabilisatie van haarverlies en ondersteuning van de haarwortel en hoofdhuid.

Behandelprincipes

Geschikt voor periodiek, chronisch en plaatselijk haarverlies, evenals na haartransplantatie en bij haaruitval door medicatie of ziekte.

- ▶ Gericht op haaruitval, en haargroei
- ▶ Pijnloos en niet-invasief
- ▶ Wetenschappelijk onderbouwd



- ▶ Geschikt voor alle haartypes
- ▶ Ontwikkeld volgens GMP-normen

Voor de professional

Behandelen, begeleiden en werken aan resultaat

Voor professionals in haarzorg

Wilt u werken met een professioneel bewezen programma tegen haaruitval?

Pharma Hermetic werkt samen met geselecteerde haarklinieken, salons, en medische professionals die haaruitval behandelen binnen een professioneel kader.

Als partner krijgt u toegang tot het Hair Recovery Program: een niet-invasief behandelconcept gericht op stabilisatie van haaruitval en het bevorderen van haargroei.

De producten maken het mogelijk voor de professional om cliënten optimaal te ondersteunen met homecare.

Samenwerken met Pharma Hermetic betekent:

Werken met een professioneel haaruitvalprogramma

Uw diensten uitbreiden zonder invasieve methodes

Geschikt voor mannen en vrouwen, alle genders.

Interesse in een samenwerking of dealerschap?

Wij informeren u graag over de mogelijkheden.

U kunt deze eenvoudig aanvragen via info@polocosmetics.com of telefonisch contact opnemen via +31 (0)546 569 917



AWARDED BY
Life Sciences
Review



Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel slaan de handen ineen met Sens.ùs Get to Know

Professionele kappersproducten komen pas echt tot hun recht wanneer de kapper weet hoe, waarom en wanneer hij ze inzet. Vanuit die overtuiging hebben Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel de handen ineengeslagen rondom Sens.ùs Get to Know: een laagdrempelige kennismaking waarmee kappers op een toegankelijke manier vertrouwd raken met het professionele Italiaanse merk Sens.ùs.

De Get to Know is ontwikkeld voor kappers die nieuwsgierig zijn naar Sens.ùs, maar eerst willen ontdekken wat het merk inhoudt, welke lijnen er zijn en hoe de producten in de salon kunnen worden toegepast. Voor slechts €35 krijgen zij niet alleen een praktische introductie tot het merk, maar ontvangen zij ook €100 aan Sens.ùs-producten. Daarmee kunnen kappers het merk direct zelf ervaren, uitproberen en beoordelen wat het voor hun salon kan betekenen.

Twee leveranciers, één gezamenlijk doel

Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel zijn beide leverancier van Sens.ùs en delen dezelfde visie: een goed professioneel merk vraagt om meer dan alleen levering. Kappers hebben behoefte aan kennis, begeleiding en producten die passen bij hun manier van werken.

Super Hair Brands brengt de merkexpertise, distributie en educatieve ondersteuning. Kiki's Kappersgroothandel voegt daar persoonlijke begeleiding, regionale betrokkenheid en dagelijkse salonervaring aan toe. Samen maken zij de stap naar Sens.ùs eenvoudiger en toegankelijker voor iedere kapper.

Daarbij draait het niet om de vraag of een kapper uiteindelijk via Super Hair Brands of via Kiki's Kappersgroothandel bestelt. Via het portaal kan de kapper zelf kiezen welke leverancier het beste aansluit. De kern is dat beide partijen kappers op een educatieve manier willen laten kennismaken met Sens.ùs.



Laagdrempelig kennismaken met Sens.ùs: praktische kennis én €100 aan producten voor slechts €35.

Ontdekken, proberen en begrijpen

Wat de Get to Know sterk maakt, is de combinatie van product-beleving en kennis. Kappers krijgen niet alleen informatie over Sens.ùs, maar ook producten in handen waarmee zij direct kunnen ervaren hoe het merk werkt. Dat maakt de kennismaking concreet en praktisch.

Binnen de Get to Know ligt de nadruk op de vertaalslag naar de salonpraktijk. Hoe is Sens.ùs opgebouwd? Welke producten passen bij welke behoefte? Hoe adviseer je de klant aan de stoel? En hoe zorg je ervoor dat het resultaat van de behandeling ook thuis wordt verlengd?

Sens.ùs biedt een breed professioneel assortiment, van kleur en verzorging tot styling en finishing. Juist daarom is het belangrijk dat kappers begrijpen hoe de producten binnen het merk met elkaar samenhangen. Wie weet waarom een product wordt ingezet, kan bewuster kiezen, sterker adviseren en met meer vertrouwen werken.



Educatie als verbindende kracht

Voor zowel Super Hair Brands als Kiki's Kappersgroothandel is educatie een vast onderdeel van professioneel werken. Producten leveren is belangrijk, maar kappers helpen om het maximale uit die producten te halen is minstens zo waardevol.

Sens.ùs Get to Know past precies binnen die gezamenlijke visie. De kennismaking is laagdrempelig, praktisch en direct toepasbaar. Voor €35 krijgt de kapper de kans om het merk te ontdekken, te leren kennen én met producten ter waarde van €100 zelf te ervaren wat Sens.ùs te bieden heeft.

Daarmee vormt de Get to Know een mooie eerste stap. Kappers kunnen rustig ontdekken of Sens.ùs past bij hun salon, hun klantenkring en hun manier van werken. Tegelijkertijd is het een opstap naar verdere begeleiding, trainingen of productverdieping.

Samen groeien met Sens.ùs

Met Sens.ùs Get to Know laten Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel zien hoe sterk samenwerking binnen de professionele kappersbranche kan zijn. Niet de leverancier staat centraal, maar de kapper en het merk.

Voor salons is het een eenvoudige manier om kennis te maken met een professioneel Italiaans merk dat breed inzetbaar is in de salon. Voor kappers biedt het de kans om bewuster te werken, sterker te adviseren en klanten beter te begeleiden in hun haarverzorging.

Sens.ùs Get to Know is daarmee meer dan een kennismakingsactie. Het is een uitnodiging om te ontdekken, te proberen en met meer kennis achter de stoel te staan. Precies daarin vinden Super Hair Brands en Kiki's Kappersgroothandel elkaar: kappers ondersteunen met producten, praktijkkennis en educatie die direct waarde toevoegt.



www.superhairbrands.nl | www.kikiskappersgroothandel.nl

OH MY LASH!

Voor beauty professionals



**YOUR ONLINE WHOLESALE
& ACADEMY FOR EYELASH
EXTENSIONS PRODUCTS.
CONTACT US:**

☎ 038 4580477
☎ 06 51218243
✉ info@oh-my-lash.nl
🌐 www.oh-my-lash.nl



De kracht van de zee. Het verschil voor jouw salon.

Méer dan een haarverzorgingsmerk

Sinds januari 2025 is Haircare Moments, gevestigd in Noord-Holland, officieel distributeur van het merk L'Alga voor de Benelux. Achter het bedrijf staan Peter en Linda Doorgeest, twee ervaren professionals met een brede achtergrond in de professionele kappersbranche en een gedeelde passie voor kwaliteit, innovatie en duurzame groei.



bewust voor een persoonlijke aanpak. Wanneer een salon met L'Alga start, begeleiden zij de introductie van het merk, delen zij hun productkennis en ondersteunen zij salons bij klantadvies en commerciële kansen op de werkvloer.

Educatie vormt daarbij een belangrijk onderdeel. Van product-trainingen en behandeladviezen tot verkooptechnieken: medewerkers krijgen de kennis en het vertrouwen om klanten deskundig te adviseren. Want hoe beter een stylist begrijpt waarom een product werkt, hoe overtuigender het advies wordt.

Samen groeien

Haircare Moments richt zich bewust op langdurige samenwerkingen in plaats van snelle groei. Persoonlijk contact, korte lijnen en betrokkenheid staan daarbij centraal. Het bedrijf wil voor salons een betrouwbare sparringpartner zijn die meedenkt over ontwikkeling en succes.

Door hun jarenlange ervaring weten zij als geen ander waar salons vandaag de dag tegenaan lopen. De markt verandert snel, klanten worden kritischer en het aanbod aan haarverzorgingsmerken groeit voortdurend. Juist daarom geloven zij dat een salon niet *nóg* een merk nodig heeft, maar een merk dat daadwerkelijk iets toevoegt. Een merk dat hoogwaardige producten combineert met persoonlijke begeleiding en een sterke samenwerking. Die overtuiging vonden zij in L'Alga.

De kracht van de zee

L'Alga is ontwikkeld vanuit de kracht van de oceaan. De exclusieve formules bevatten het gepatenteerde AlgaNord5™-complex: een combinatie van vijf duurzaam gewonnen zeealgen, gecombineerd met moderne cosmetische technologie. Het resultaat is een productlijn die het haar niet alleen mooier maakt, maar ook helpt herstellen, versterken en beschermen.

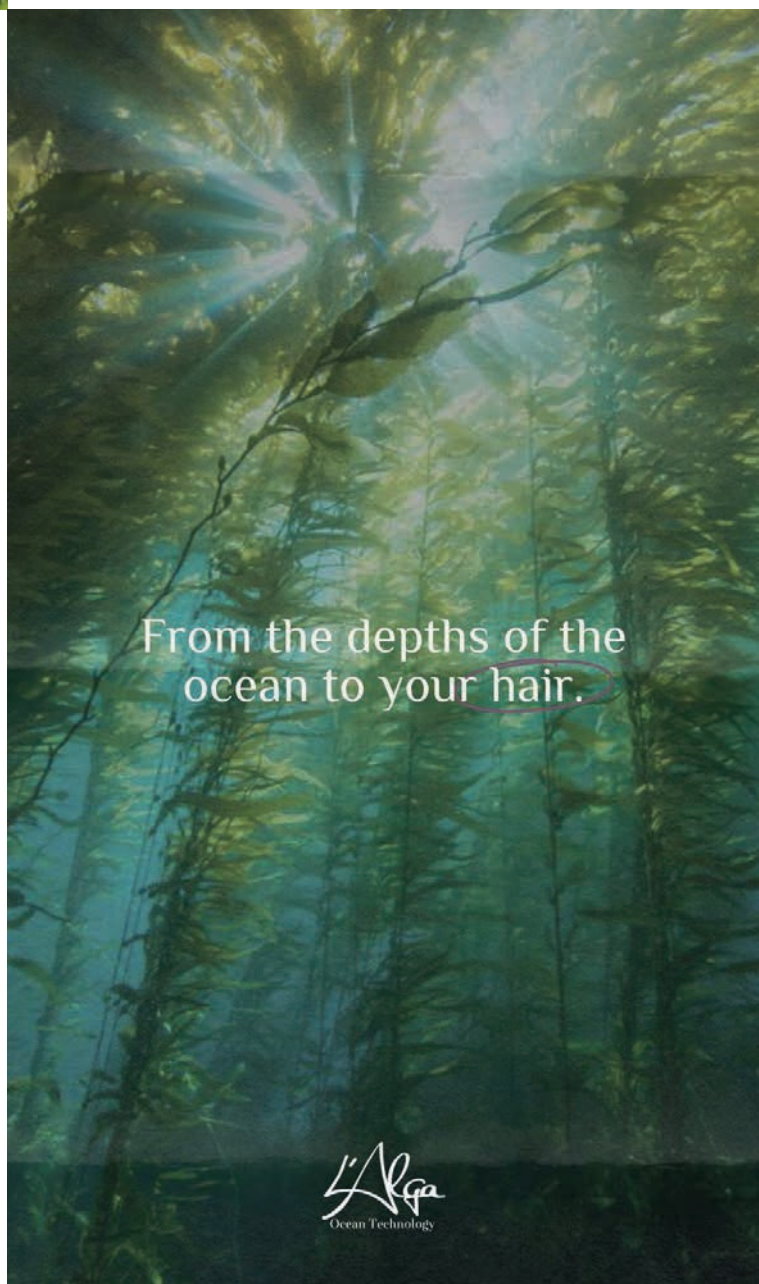
Gezond haar begint immers bij een gezonde hoofdhuid. Een optimale hoofdhuidconditie vormt de basis voor sterk, glanzend haar en een langdurig mooi behandelresultaat.

Voor vrijwel ieder haartype

Wat L'Alga onderscheidt, is de veelzijdigheid van de lijn. De producten zijn geschikt voor vrijwel ieder haartype: van fijn en futloos haar tot beschadigd, gekleurd of chemisch behandeld haar. Ook voor extensions biedt de lijn uitkomst. De verzorgende formules voeden het haar intensief zonder het te verzwaren, waardoor zowel het natuurlijke haar als extensions langer mooi blijven en de levensduur wordt verlengd.

Een partner voor salons

Volgens Haircare Moments draait een succesvolle samenwerking om meer dan alleen goede producten. Daarom kiezen Peter en Linda



Ook de komende jaren blijft Haircare Moments investeren in trainingen, productdemonstraties, inspirerende evenementen en educatie, zodat kennis en beleving hand in hand gaan. Op die manier groeien niet alleen Haircare Moments en L'Alga, maar vooral ook de salons die met het merk werken.

L'Alga is exclusief verkrijgbaar via Haircare Moments voor professionele salons. Die exclusiviteit stelt salons in staat hun klanten een onderscheidende haarverzorgingslijn aan te bieden die niet overal verkrijgbaar is en daarmee de waarde van professioneel salonadvies versterkt.

"Samen bouwen aan gezond haar, sterke salons en duurzame groei." Daarmee vat Haircare Moments haar missie treffend samen: de kracht van de zee vertalen naar zichtbaar resultaat in de salon.

**"Samen bouwen
aan gezond haar,
sterke salons en
duurzame groei."**



L'Alga
Ocean Technology

www.lalga.com



Saskia Hair Education

“De grootste fout die kappers maken, is denken dat haar zich laat kleuren volgens een recept.”

Iedere kapper kent het wel. Je volgt nauwkeurig het kleurrecept, gebruikt de juiste producten en toch valt het eindresultaat anders uit dan verwacht. Het haar wordt warmer, koeler of juist griuwer dan de bedoeling was. Volgens Saskia Pools-Hoeve heeft dat weinig te maken met ervaring en alles met inzicht.

"Ik geloof niet dat een kapper onzeker wordt doordat hij of zij te weinig talent heeft. Onzekerheid ontstaat wanneer je niet begrijpt waarom een kleur zich anders gedraagt dan je had verwacht."

Vanuit die overtuiging richtte zij in 2021 Saskia Hair Education op. Inmiddels hebben ruim 5.000 kappers haar trainingen gevolgd om met meer kennis, meer zelfvertrouwen en vooral meer plezier kleurbehandelingen uit te voeren.

Nieuwsgierigheid als drijvende kracht

Saskia begon haar loopbaan als kapper en groeide later door tot bedrijfsleider van verschillende salons. Juist in die praktijk ontstond haar fascinatie voor de techniek achter haarkleuring. Waarom pakt dezelfde formule bij de ene klant perfect uit en bij de andere totaal anders? Welke rol spelen haarkwaliteit, ondergrond en pigment hierbij?

Die nieuwsgierigheid bracht haar naar een professionele kappersgroothandel, waar zij aan de slag ging als vaktechnisch adviseur. Later werd zij verantwoordelijk voor de volledige educatie: van het ontwikkelen van trainingen en het begeleiden van trainers tot het opzetten van professionele kleurlijnen.

Een belangrijk keerpunt volgde toen zij achter de schermen van de haarcosmetica-industrie mocht meekijken. Bezoeken aan productie-locaties en gesprekken met laboranten en productontwikkelaars gaven haar inzicht in de wetenschap achter haarverf en blondering.

"Daar vielen voor mij alle puzzelstukjes op hun plaats. Je krijgt pas écht controle over kleur wanneer je begrijpt wat er chemisch in het haar gebeurt."

Begrijpen in plaats van kopiëren

Die ervaring vormt nog altijd de basis van Saskia Hair Education. Waar veel opleidingen zich richten op technieken en recepten, draait het hier juist om het begrijpen van de processen achter een kleurbehandeling.

Waarom wordt blond soms te warm? Waarom kan een toner onverwacht grijs uitslaan? Waarom geeft dezelfde formule op twee klanten een compleet verschillend resultaat? En welke invloed hebben porositeit, natuurlijke en synthetische pigmenten, pH en waterstofperoxide op de uiteindelijke kleur?

Volgens Saskia verdwijnt de onzekerheid zodra een kapper begrijpt waarom een kleur zich op een bepaalde manier ontwikkelt. Kleuren wordt daarmee geen kwestie van gokken, maar van bewust onderbouwde keuzes maken.

Een compleet opleidingsplatform

De afgelopen jaren is Saskia Hair Education uitgegroeid tot een uitgebreid opleidingsplatform voor kappers die zich verder willen ontwikkelen als kleurspecialist.



“Kennis neemt twijfel weg. Begrip geeft controle over kleur.”

Het aanbod bestaat uit praktische werkboeken, een instaptraining, specialistische online trainingen, hybride opleidingen waarin theorie en praktijk samenkomen en een uitgebreid jaartraject voor kappers die zich volledig willen verdiepen in kleurtechniek.

Daarnaast is Saskia trainer voor WRAPIX en begeleidt zij salons bij het verduurzamen van hun werkwijze, zonder concessies te doen aan kwaliteit of kleurresultaat.

Direct toepasbaar in de salon

Voor Saskia is een training pas geslaagd wanneer de opgedane kennis de volgende werkdag direct toepasbaar is.

"Ik wil niet dat iemand na afloop denkt: 'Wat was dit interessant.' Ik wil dat een kapper achter de stoel staat en denkt: 'Nu begrijp ik eindelijk waarom mijn kleurresultaten veranderen.'"

Die praktische insteek is precies waar Saskia Hair Education voor staat: kennis die direct leidt tot meer grip op kleur, meer zekerheid tijdens kleurbehandelingen en uiteindelijk meer plezier in het vak.



Exclusief voor lezers van Hair & Fashion

Speciaal voor lezers van Hair & Fashion zijn de online trainingen van Saskia Hair Education nog tot en met 30 september los verkrijgbaar. Scan de QR-code en maak gebruik van deze exclusieve mogelijkheid. Daarna zijn de trainingen uitsluitend nog onderdeel van het jaartraject 'Jouw Weg naar Kleursucces'.

ONLINE TRAINING:

Jouw weg naar kleursucces

Scan me!

Welkom bij de training
Jouw weg naar kleursucces

- Module overzicht
- Welkom
- Kleurtheorie
- Kleurdiagnostiek
- Kleurformulatie
- Technieken
- Praktijkvoorbeeld
- Tips & Tricks
- Beoordeling
- Afsluiting

Kleurtheorie
Kleurdiagnostiek
Kleurformulatie
Technieken

Welkom bij de training
Jouw weg naar kleursucces

Saskia
HAIR EDUCATION



FINDICARE

BEAUTY | WELLNESS



Headspa Hydro- Glow

Dankzij de unieke combinatie van mobiliteit, ergonomie en gebruiksgemak biedt deze headspa een ultieme ervaring voor zowel behandelaars als klanten.



FINDICARE

BEAUTY | WELLNESS | MEDICAL

Findicare Nederland, Televisiweg 34 1322AM Almere,
www.findicare.com, +31 (0)36 530 2124, info@findicare.com
Showrooms: > Almere (NL) > Tönisvorst (DE)



Wanneer je demi/semi permanente haarkleuringen gebruikt om te tonen, kunnen er op natuurlijk haar soms ongewenste reflecties ontstaan. Door het gebruik van de BB Color gloss 3D liquid (1 deel kleur - 1 deel activator - 1 deel Gloss 3D) maak je een veilige, makkelijke toner.

// HAARKLEURINGEN

BB COLOR



Demi-permanente haarkleuring

15 kleuren haarmaskers, 2 kleurfilters en een gloss haarmasker

Blijf leren. Blijf groeien.

Sabrina
HAIR EDUCATION

**“Of je nu net begint
of al 25 jaar in het vak zit:
je bent nooit uitgeleerd.”**

Dat is de overtuiging waarmee Sabrina Hair & Education iedere dag werkt. Mijn naam is Sabrina Nijhof. Ik ben 44 jaar, al bijna 25 jaar werkzaam als kapster en visagist en inmiddels bijna twintig jaar ondernemer. Mijn passie voor het kappersvak is door de jaren heen alleen maar groter geworden. Ik ben een echte vakidoot: iemand die altijd nieuwsgierig blijft, zich blijft verdiepen en kennis met ontzettend veel plezier doorgeeft aan anderen.

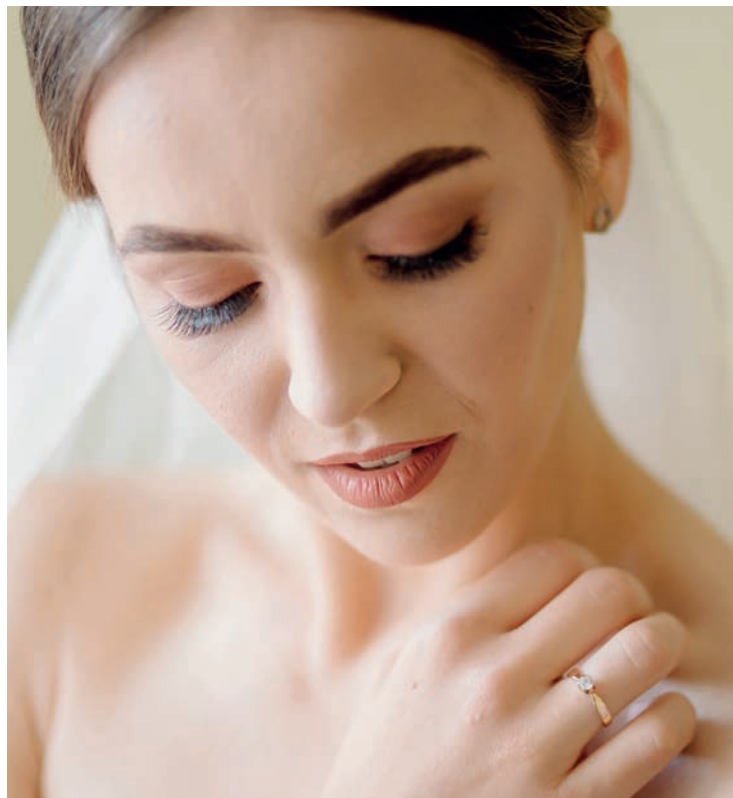
Juist omdat ons vak voortdurend in beweging is, geloof ik dat educatie geen luxe is, maar een onmisbaar onderdeel van professioneel werken. Niet alleen om nieuwe technieken te leren, maar vooral om klanten nóg beter te kunnen helpen en met meer vertrouwen achter de stoel te staan.

Meer dan een training

Bij Sabrina Hair & Education draait een training om veel meer dan het aanleren van een techniek. Ik wil dat cursisten begrijpen waarom ze iets doen, hoe ze de juiste keuzes maken en hoe ze die kennis direct kunnen toepassen in hun eigen salon. Een goede training geeft niet alleen nieuwe vaardigheden, maar ook zekerheid, inzicht en plezier in het vak.

Het opleidingsaanbod bestaat uit uiteenlopende specialistische trainingen, waaronder Updo & Braids, hoofdhuidmassage, folietechnieken, bridalhair, kleurtrainingen, headspa, trichologie training, visagie en stoelverhuurtrainingen. Daarmee sluit het aanbod aan op verschillende behoeften binnen de salon: van technische verdieping tot commerciële groei en van creatieve styling tot meer kennis over haar en hoofdhuid.

Alle trainingen zijn praktijkgericht, actueel en afgestemd op de dagelijkse salonpraktijk. Wat mijn trainingen onderscheidt, is dat ze volledig op maat worden samengesteld. Geen standaardprogramma dat voor iedereen hetzelfde is, maar een opleiding die aansluit bij de wensen, ervaring en leerdoelen van de cursist of het team.



Steeds vaker verzorg ik daarom in-salon trainingen, waarbij we werken in de vertrouwde omgeving van de salon. Daarnaast zijn privétrainingen, duotrainingen en small group trainingen mogelijk. Door bewust met kleine groepen te werken, ontstaat er ruimte voor persoonlijke begeleiding, het stellen van vragen en vooral veel praktijk. Zo krijgt iedere cursist de aandacht die nodig is om écht stappen te zetten.

Kennis die direct toepasbaar is

Een onderwerp waarin ik mij de afgelopen jaren steeds verder heb gespecialiseerd, is trichologie. De gezondheid van haar en hoofdhuid krijgt gelukkig steeds meer aandacht binnen onze branche. Toch merk ik dat veel professionals hier tijdens hun opleiding nauwelijks verdieping in hebben gehad. Terwijl juist die kennis ervoor zorgt dat je klanten beter kunt adviseren, problemen eerder herkent en behandelingen beter kunt onderbouwen.

Dat geldt niet alleen voor trichologie, maar eigenlijk voor iedere training. Of het nu gaat om folietechnieken, kleur, bridalhair, headspa of visagie: hoe beter je begrijpt wat je doet, hoe sterker je resultaat wordt. Je werkt met meer controle, kunt keuzes beter uitleggen aan de klant en bouwt aan vertrouwen. Uiteindelijk voelt de klant dat verschil.

Voor mij is een training pas geslaagd wanneer iemand na afloop met meer zelfvertrouwen terug de salon in gaat. Wanneer een cursist zegt: "Nu begrijp ik waarom ik dit doe," weet ik dat de training écht waarde heeft toegevoegd.

Groei ziet er voor iedereen anders uit

Ik geloof dat talent belangrijk is, maar dat ontwikkeling uiteindelijk het verschil maakt. Of je nu leerling bent, een aantal jaar ervaring hebt of al tientallen jaren in het vak zit: er is altijd iets nieuws te ontdekken. Juist door nieuwsgierig te blijven en jezelf uit te dagen, blijf je groeien én plezier houden in ons prachtige vak.

Groei hoeft daarbij niet voor iedereen hetzelfde te betekenen. Voor de één zit groei in een nieuwe techniek leren, voor de ander in meer zelfvertrouwen, een betere salonstructuur of het uitbreiden van het aanbod. Met bijvoorbeeld stoelverhuurtrainingen kijk ik ook naar de ondernemende kant van het vak. Want een sterke professional heeft niet alleen vakkennis nodig, maar ook inzicht in hoe je jouw werk, salon of samenwerking op een gezonde manier organiseert.

Samen bouwen aan de toekomst van het vak

Mijn ambitie is om steeds meer professionals te inspireren om te blijven investeren in zichzelf. Want hoe sterker de kennis achter de stoel, hoe hoger de kwaliteit van ons vak. Uiteindelijk draait educatie niet alleen om vandaag beter worden, maar ook om voorbereid zijn op de toekomst.



***Blijf nieuwsgierig.
Blijf leren.
Blijf het verschil maken.***

Ben je op zoek naar een training die aansluit bij jouw niveau, jouw salon of jouw team? Dan kijk ik graag samen welke vorm het beste past. Iedere opleiding wordt met zorg samengesteld, zodat je niet alleen nieuwe technieken leert, maar vooral groeit als professional.

www.sabrinahaireducation.nl

Come dream in our Dream Spa...

Naast exclusieve behandelingen
biedt Japanese Dream Spa
uitgebreide cursussen en
trainingen aan voor salons en
zelfstandige specialisten.



Bemmelseweg 81H | 6662 PE Elst

E. info@japanesedreamspa.nl

T. 06 23 95 01 54

japanesedreamspa.nl



YOAR.MUSE

HAIR WEAR

by Yara & Romee



Premium hair extensions met passie, kwaliteit en persoonlijke aandacht

Wat begon als een gedeelde droom van twee ambitieuze vrouwen, groeide in korte tijd uit tot een internationaal hair extension merk met een duidelijke visie. Achter YOAR.MUSE staan Yara en Romee, twee ondernemers die ieder hun eigen expertise meebrengen, maar dezelfde passie delen voor de professionele kappersbranche. Met hoogwaardige producten, persoonlijke begeleiding en een sterke focus op educatie bouwen zij dagelijks aan duurzame samenwerkingen met salons in binnen- én buitenland.



"Ontwaak jouw verborgen muse en straal elke dag vol zelfvertrouwen."

Van vakkennis naar een eigen merk

Yara begon haar carrière als haarstylist en kent de praktijk van de salon als geen ander. Romee heeft juist haar achtergrond in marketing en branding. Die combinatie bleek de perfecte basis voor de oprichting van YOAR.MUSE in 2024.

Hun missie is helder: salons voorzien van premium hair extensions, gecombineerd met persoonlijke service, professionele trainingen en ondersteuning op het gebied van marketing. Alles wordt daarbij in eigen beheer georganiseerd; van productontwikkeling en educatie tot webshop, logistiek en verzending. Inmiddels is YOAR.MUSE actief in zowel Nederland als het Verenigd Koninkrijk.

Premium kwaliteit als standaard

De specialiteit van YOAR.MUSE ligt bij de populaire Genius Wefts, maar het assortiment gaat verder dan dat. Ook tapes, halo's en V-tips zijn op bestelling verkrijgbaar, waardoor salons voor vrijwel iedere klant een passende oplossing kunnen bieden.

De extensions bestaan uit 100% European Virgin Human Hair. Omdat het haar afkomstig is van één donor en nooit chemisch is behandeld, blijft de natuurlijke kwaliteit optimaal

"Samen bouwen we niet alleen aan prachtig haar, maar ook aan succesvolle salons."

behouden. Daarnaast zijn de extensions Double Drawn, waardoor ze van aanzet tot punt vol zijn. Bij goed onderhoud behouden ze negen tot twaalf maanden hun glans, zachtheid en kwaliteit.

Persoonlijke begeleiding voor salons

Bij YOAR.MUSE draait het niet alleen om het product, maar juist ook om de samenwerking met salons. Nieuwe MUSE.SALONS krijgen een privétraining op locatie, waarbij Yara en Romee hun kennis rechtstreeks delen met het team.

Tijdens deze training staat de zogenoemde invisible methode centraal. Met behulp van microringen, naald en draad worden de wefts vrijwel onzichtbaar verwerkt, waardoor ze naadloos samensmelten met het natuurlijke haar. Het resultaat is een comfortabele, natuurlijke look waar klanten langdurig plezier van hebben.



Voor salons biedt deze dienstverlening bovendien interessante commerciële kansen. Door hoogwaardige extensions aan het dienstenaanbod toe te voegen, kunnen zij niet alleen klanten helpen hun haardromen te realiseren, maar ook profiteren van aantrekkelijke marges op extensionbehandelingen.

Internationale ambities

Na een succesvolle start in Nederland heeft YOAR.MUSE onlangs ook de stap naar het Verenigd Koninkrijk gezet. Dankzij een eigen warehouse kunnen bestellingen daar, net als in Nederland, doorgaans binnen 24 uur worden geleverd. Een lokaal team verzorgt zowel sales als educatie, zodat ook Britse salons kunnen rekenen op dezelfde persoonlijke aanpak.

Hoewel het merk internationaal blijft groeien, verandert de kern van YOAR.MUSE niet. Kwaliteit, innovatie, persoonlijke aandacht en passie voor het vak blijven de belangrijkste drijfveren. Want uiteindelijk draait het volgens Yara en Romee om meer dan hair extensions alleen: het gaat om het delen van vakmanschap en het versterken van het zelfvertrouwen van iedere klant.

Wil je meer informatie?

Neem dan gerust contact met ons op. Dit kan via info@yoarmuse.nl of ga naar:

www.yoarmuse.nl

yoar.muse
HAIR WEAR
by Yara & Renee







GLADJAKKERS

Professionele pomades met karakter en een hart voor honden

In een markt vol haarproducten en merken zonder gezicht wil GLADJAKKERS juist opvallen. Niet alleen met professionele kwaliteit, maar ook met karakter, plezier en een verhaal dat verder gaat dan het product in het blikje. Het merk is ontwikkeld door barbers, gemaakt voor mannen en draagt bovendien een warm hart voor honden.

GLADJAKKERS is ontstaan vanuit de passie voor het barbervak en ontwikkeld door de creators van Barber College. Vanuit jarenlange ervaring in kapperszaken en barbershops weten zij precies wat professionals en klanten verwachten van een goed stylingproduct: het moet prettig aanvoelen, makkelijk te verwerken zijn, de juiste stevigheid bieden en zorgen voor een kapsel dat de hele dag goed blijft zitten.

Het assortiment bestaat uit vijf verschillende pomades, elk met een eigen karakter. Daarmee biedt GLADJAKKERS voor iedere haarstijl, haarlengte en gewenste finish een passende oplossing. Van een natuurlijke matte look tot een klassieke slick back met hoogglans en van losse textuur tot extreme stevigheid: de lijn is compact, overzichtelijk en compleet.

De Hair Pomade is een echte allround favoriet. Deze pomade combineert een stevige hold met een mooie medium shine en is daardoor bijzonder veelzijdig. Het haar blijft langdurig in model, maar behoudt een verzorgde, moderne uitstraling zonder overdreven glans. Ideaal voor onder meer een side part, pompadour, verzorgd kort kapsel of losse quiff.

Voor mannen die liever geen glans willen, is er de Dry Pomade. Deze clay pomade geeft het haar een stoere, droge en volledig matte finish. Het product zorgt voor textuur, definitie en grip, terwijl het haar natuurlijk blijft aanvoelen. Daarmee past de Dry Pomade perfect bij populaire stijlen zoals een messy look, textured crop of nonchalant kapsel met volume.

De Puppy Pomade is ontwikkeld voor mannen met langer, golvend of krullend haar. Niet ieder kapsel heeft maximale stevigheid nodig; soms draait het juist om controle zonder het haar hard of stug te maken. Deze zachte pomade geeft een medium shine, houdt het haar soepel en helpt pluis tegen te gaan zonder de natuurlijke beweging te verliezen.

Voor liefhebbers van een klassieke barberfinish is er de Shine Pomade. Deze pomade geeft het haar een hoge glans en is perfect voor strakke scheidingen, slick backs en verzorgde herenkapsels met een traditionele uitstraling. De formule maakt het eenvoudig

om het haar strak naar achteren te kammen en geeft een luxe, opvallende finish.

Wie maximale controle zoekt, kiest voor de traditionele Firm Hold Pomade. Deze pomade biedt een extreem sterke hold en is gemaakt voor kapsels die langdurig op hun plaats moeten blijven, zoals hoge quiffs, strakke pompadours en klassieke herenkapsels. Ondanks de krachtige stevigheid blijft het product prettig te verwerken.

Ook aan de presentatie is veel aandacht besteed. De pomades worden geleverd in royale blikjes van 140 ml, waardoor klanten lang plezier hebben van hun product. Daarnaast is er een handige travelsize van 35 ml, ideaal voor onderweg, in de sporttas of tijdens een weekend weg. De kleurrijke verpakkingen met herkenbare hondenkoppen geven het merk een opvallende en vrolijke uitstraling.

Die hondenkoppen zijn meer dan alleen een leuk ontwerp. Ze verwijzen naar een belangrijk onderdeel van de identiteit van GLADJAKKERS: de liefde voor honden. Een deel van de opbrengst gaat naar goede doelen en organisaties die zich inzetten tegen hondenleed. Zij helpen asielhonden en zwerfhonden aan verzorging, veiligheid en hopelijk een liefdevol nieuw thuis.



Voor kapperszaken en barbershops is GLADJAKKERS bovendien interessant als retailproduct. De blikjes vallen op in de salon, zeker wanneer ze worden gepresenteerd in de bijpassende display. De combinatie van professionele kwaliteit, royale inhoud, onderscheidende uitstraling en een adviesverkoopprijs onder de twintig euro maakt de pomades aantrekkelijk voor zowel professionals als consumenten.

Hoewel de pomades het bekendste onderdeel van GLADJAKKERS zijn, biedt het merk meer dan haarstyling alleen. Het assortiment bevat ook andere stylingproducten en een verzorgingslijn voor de baard. Zo kunnen mannen hun complete verzorgingsroutine samenstellen met producten van dezelfde professionele kwaliteit. GLADJAKKERS is daarmee geen standaard verzorgingsmerk, maar een merk met een duidelijke visie. Het combineert de traditionele wereld van de barber met moderne producten, kleurrijk design en maatschappelijke betrokkenheid. Voor kappers, barbers en mannen die thuis een professioneel resultaat willen bereiken, biedt GLADJAKKERS producten met kwaliteit, karakter en een goed verhaal.

Wie de producten zelf wil ervaren of gratis samples wil ontvangen, kan contact opnemen via info@gladjakkers.nl.

www.gladjakkers.nl

Barber College brengt salontraining naar de werkvloer

De herenkapsels van nu vragen om meer dan alleen een goede basistechniek. Strakke fades, moderne mullets, textured crops, verzorgde baarden en technisch sterke herencoupees zijn niet meer weg te denken uit de salon en barbershop. Voor teams die hun barber skills willen aanscherpen zonder zelf op pad te hoeven, biedt Barber College praktijkgerichte salontrainingen op locatie aan.

Met deze trainingen komt de kennis letterlijk naar de werkvloer. Salons en barbershops met meerdere medewerkers kunnen hun team laten trainen door één van de ervaren barbers van Barber College. De trainingen zijn mogelijk in heel Nederland, België en Noordrijn-Westfalen in Duitsland en worden volledig afgestemd op de wensen, het niveau en de dagelijkse praktijk van het team.

Barber College is al ruim vijftien jaar een toonaangevende naam binnen barberopleidingen. Vanuit die ervaring weten de trainers precies welke technieken vandaag de dag belangrijk zijn in de salon. Het doel van de salontraining is dan ook duidelijk: geen overbodige theorie, maar direct toepasbare kennis waarmee het team de volgende dag al aan de slag kan.

Een salontraining duurt 3,5 uur en bestaat uit een combinatie van theorie, demonstratie en praktijk. De training start met een korte uitleg over de gekozen barbertechniek of masterclass. Daarna volgt een live demonstratie op model door één van de toptrainers. Vervolgens gaan de deelnemers zelf aan het werk tijdens een hands-on workshop, waarbij iedere cursist oefent op een eigen model. Na afloop ontvangen alle deelnemers een certificaat van deelname.



De trainingen zijn bewust praktisch ingericht. Of het team nu wil werken aan betere knipvaardigheden, strakkere fades, taper fades, moderne mullets of baardverzorging, de inhoud sluit aan bij wat de salon nodig heeft. Hierdoor is de training niet alleen leerzaam, maar ook direct relevant voor de klanten die dagelijks in de stoel zitten.

Een groot voordeel van de salontraining is dat deze op locatie plaatsvindt. Teams hoeven dus geen reistijd in te plannen of ingewikkelde agenda's op elkaar af te stemmen. Barber College komt naar de salon of barbershop toe en verzorgt de training in de vertrouwde werkomgeving van het team. Dat maakt de stap naar verdere professionalisering laagdrempelig en efficiënt.

Daarnaast zorgt een gezamenlijke training voor nieuwe energie binnen het team. Samen leren, oefenen en geïnspireerd raken geeft niet alleen een impuls aan de technische vaardigheden, maar ook aan de teamspirit. Het zorgt voor een frisse blik op het vak en versterkt de kwaliteit die klanten ervaren in de salon.

Voor het beste resultaat adviseert Barber College om niet slechts één losse training te plannen, maar te kiezen voor een salonprogramma op maat. Juist door herhaling en verdieping kunnen technieken verder worden verfijnd en blijft het niveau van het team structureel hoog. Samen met de salon kan een jaarplanning worden opgesteld, bijvoorbeeld met een jaarlijkse Look & Learn Herentrends als inspirerende start. Tijdens deze sessie worden drie modellen gebruikt om de nieuwste trends en technieken te laten zien. Vervolgens kan Barber College ieder kwartaal of halfjaar terugkomen met een nieuwe masterclass naar keuze.



Salons kunnen kiezen uit verschillende populaire masterclasses, waaronder Faden, Technical Men Cutting, Modern Mullet, Buzz Cut, Textured Crop, Casual Long Hair, Black & Mixed Hair en Beard & Shave. Daarmee is er voor vrijwel ieder team en iedere specialisatie een passende training beschikbaar. Van klassieke barbertechnieken tot moderne herentrends: de masterclasses zijn ontwikkeld om barbers en kappers te helpen groeien in kennis, kunde en creativiteit.

De standaard salontraining kost €625 exclusief btw en reiskosten. Barber College adviseert om per training met maximaal zes deelnemers te werken, zodat er voldoende persoonlijke aandacht en begeleiding is. Voor salons die meerdere trainingen willen boeken, zijn er speciale tarieven beschikbaar.

Twee salontrainingen kosten €1.000 exclusief btw en reiskosten, drie trainingen €1.500 en vier trainingen €2.000. Voor de reiskosten wordt €0,28 per kilometer gerekend.

Dat de trainingen goed aansluiten bij de praktijk blijkt ook uit de reacties van salons die al met Barber College hebben gewerkt. Zo liet Team Kappers uit Amersfoort na een salontraining Fade weten: "Ontzettend goede en leerzame training. Ontspannen sfeer en fijne samenwerking! Ga zeker nog een training volgen met mijn team!"

Voor salons en barbershops die willen blijven groeien, is een salontraining dus meer dan een leerzame avond. Het is een investering in vakmanschap, motivatie en toekomstbestendigheid. Door het team regelmatig te laten trainen in de nieuwste technieken en stijlen, blijft de salon niet alleen up-to-date, maar loopt deze ook voorop in een markt waarin de vraag naar sterke herencoupees blijft groeien.

Wie het niveau van zijn team naar een hoger plan wil tillen, kan bij Barber College een salontraining boeken of een vrijblijvend voorstel aanvragen voor een meerjarig programma. De trainingen zijn mogelijk in Nederland, België en Duitsland. Contact opnemen kan via info@barbercollege.nl.

www.barbercollege.nl

The Toolkit for Success



Ook linkshandig

SENSEI
— NEDERLAND —


Sensei Nederland
Meelstraat 11
4301 EA Zierikzee
0111-412514

Open : dinsdag t/m vrijdag 09.30 - 17.00 uur



Een duidelijke visie sinds 1992

Al bijna 35 jaar trouw aan één keuze: uitsluitend voor de kapper

Toen Total Hair Service in 1992 werd opgericht, was de missie glashelder: een totaalleverancier zijn die zich volledig richt op de professionele kapper. Destijds was dat meer dan een slogan; het was een bewuste visie. Bijna 35 jaar later is die overtuiging nog altijd onveranderd. Sterker nog: in een markt die ingrijpend is veranderd, behoort Total Hair Service tot de weinige leveranciers in Nederland die deze koers consequent zijn blijven varen.

Volgens het bedrijf draait die keuze niet om traditie, maar om respect voor het vak. Een professionele behandeling eindigt immers niet zodra de klant de salon verlaat. Het juiste productadvies maakt onlosmakelijk deel uit van de totale salonbeleving. De kapper kent het haar van de klant, weet welke verzorging daarbij past en kan adviseren hoe het resultaat ook thuis behouden blijft.

Trouw aan de salon

De afgelopen jaren heeft de professionele haarmarkt een flinke transformatie doorgemaakt. Steeds meer merken zijn verkrijgbaar via webshops, marketplaces en andere online verkoopkanalen. Daardoor ontstaat een situatie waarin de kapper investeert in kennis, advies en beleving, terwijl de verkoop van geadviseerde producten steeds vaker buiten de salon plaatsvindt.

Carola Korenbrand, Commercieel directeur





Daarom organiseert Total Hair Service al jarenlang trainingen, demonstraties en seminars waarin gerenommeerde topkappers uit binnen- en buitenland hun kennis delen. Zo blijven salons op de hoogte van de nieuwste technieken, productontwikkelingen, trends en commerciële kansen.

Exclusiviteit als meerwaarde

Total Hair Service volgt de ontwikkelingen binnen de branche op de voet, maar blijft vasthouden aan één belangrijk uitgangspunt: een professionele salon verdient professionele merken. Daarom bestaat het assortiment grotendeels uit A-merken die aansluiten bij de kwaliteit en uitstraling van de moderne kapsalon.



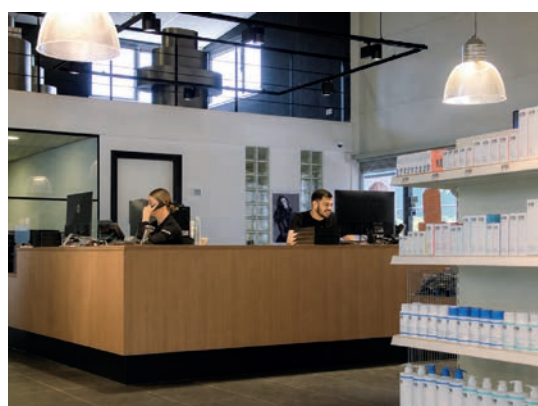
Total Hair Service heeft er bewust voor gekozen die ontwikkeling niet te volgen. Het bedrijf werd opgericht door Jaap Zwiers, die zijn ervaring opdeed bij toonaangevende haarverzorgingsmerken, waaronder Wella Nederland. Vanuit die achtergrond zag hij de behoefte aan een onafhankelijke totaalleverancier die volledig achter de professionele salon staat. Ondanks alle veranderingen in de branche is die visie altijd het uitgangspunt gebleven.

Een compleet assortiment met persoonlijke service

Die consequente koers heeft geleid tot een solide organisatie met een assortiment van ruim tachtig merken en meer dan 9.000 producten op voorraad. Dankzij efficiënte logistiek, snelle leveringen en persoonlijke klantenservice is Total Hair Service uitgegroeid tot een vaste partner voor salons door heel Nederland. De relatie met de kapper staat daarbij altijd centraal.

Investeren in kennis

Naast producten speelt educatie al sinds de oprichting een belangrijke rol binnen de organisatie. Want een succesvolle salon draait niet alleen om goede producten, maar ook om vakkennis, inspiratie en voortdurende ontwikkeling.





Vanuit die gedachte ontstond ook Total Hair Exclusive. Binnen deze formule zijn merken uitsluitend verkrijgbaar via professionele salons, waardoor partnersalons niet hoeven te concurreren met online verkoopkanalen. Daarnaast biedt het concept ondersteuning op het gebied van educatie, marketing en salonontwikkeling.

"Sterke salons beginnen met de juiste partner."

Merken als ASP Kitoko en Bardot Beauty maken deel uit van deze exclusieve collectie en worden gepresenteerd in de Total Hair Exclusive Boutique. Daarmee krijgen salons niet alleen toegang tot onderscheidende producten, maar ook tot een commercieel concept waarmee zij zich kunnen onderscheiden in een steeds competitievere markt.

Al bijna 35 jaar dezelfde overtuiging

Na bijna 35 jaar is de visie van Total Hair Service nog altijd dezelfde als bij de oprichting in 1992: de professionele kapper verdient een leverancier die volledig achter het vak staat. Want wanneer salons succesvol zijn, profiteren uiteindelijk ook consumenten van beter advies, hoogwaardige producten en een complete salonbeleving.



TOTAL HAIR

SERVICE

Wasaweg 11 | 9723 JD Groningen

050 - 549 00 25 | info@totalhair.nl

www.totalhair.nl

NEW GENERATION PRESS ON LASHES

Designed by professionals

ZACHT,
LICHT IN GEWICHT
& LIJMVRIJ



WWW.OML-COSMETICS.NL

AlaPro: "Persoonlijk contact maakt het verschil"

Özlem van AlaPro over kwaliteit, vakmanschap en de kracht van eerlijk advies

AlaPro B.V. richt zich op professionele haarverzorging en haartools voor zowel salons als consumenten. Maar wat onderscheidt het bedrijf in een markt waarin het aanbod enorm is? We spraken met Özlem van AlaPro over haar passie voor het vak, de merken waarmee wordt gewerkt en waarom persoonlijk advies volgens haar nog altijd onmisbaar is.



AlaPro bestaat inmiddels uit een enthousiast team. Hoe is het bedrijf ontstaan?

"Vanuit een passie voor het kappersvak en professionele haarverzorging. Wij geloven dat kwaliteit begint bij de juiste producten én persoonlijke aandacht. Daarom leveren we niet alleen aan salons, maar ook aan consumenten die thuis dezelfde professionele kwaliteit willen gebruiken. Inmiddels bestaat ons team uit acht enthousiaste collega's die iedere dag klaarstaan om klanten zo goed mogelijk te helpen."

Jullie werken met een select aantal merken. Waarom juist deze?

"Wij kiezen heel bewust voor kwaliteit boven kwantiteit. In ons assortiment vind je onder andere Lisap Milano, MaxPro, Ceriotti en Hector. Dat zijn merken die zich al jarenlang hebben bewezen binnen de professionele kappersbranche."

Van Lisap Milano leveren we onder meer haarkleuringen, verzorgings- en styling-producten, anti-yellow producten en haarparfums. MaxPro en Hector zijn vooral bekend om hun professionele tools, zoals stijltangen, tondeuses en scharen. Het zijn producten die dagelijks door kappers worden gebruikt."

Wat geeft jullie het vertrouwen om juist deze producten aan te bieden?

"Nieuwe producten worden eerst uitgebreid getest door professionals voordat ze op de markt komen. Dat geeft ons het vertrouwen om ze ook aan onze klanten aan te bieden. We verkopen uitsluitend producten waar we zelf volledig achter staan."

Er zijn veel aanbieders van professionele haarproducten. Waarin onderscheidt AlaPro zich?

"Wij willen meer zijn dan alleen een leverancier. Achter iedere bestelling zit een klant met een vraag, een wens of soms een uitdaging. Daarom nemen we de tijd om mee te denken en eerlijk advies te geven."

”Professionele producten, persoonlijke aandacht.”

Bij AlaPro koop je niet alleen een product, maar kun je ook rekenen op begeleiding wanneer je ergens over twijfelt. Die persoonlijke betrokkenheid vinden wij vanzelfsprekend.”

Speelt persoonlijk advies daarin een belangrijke rol?

”Absoluut. Heeft iemand vragen over een product of twijfelt iemand welke producten het beste passen? Dan ben ik persoonlijk bereikbaar via WhatsApp, e-mail of telefoon. Ik help zowel professionele kappers als consumenten graag verder.

Ik vind het belangrijk dat iedereen onze producten met vertrouwen gebruikt en tevreden is met het uiteindelijke resultaat.”

Zijn jullie producten alleen bedoeld voor professionals?

”Onze producten zijn in de eerste plaats voor professionals ontwikkeld, een deel is ook geschikt voor thuisgebruik met advies erbij.”

Hoe zien jullie de toekomst van AlaPro?

”We hebben de afgelopen jaren een mooie basis opgebouwd en daar zijn we ontzettend dankbaar voor. Natuurlijk willen we verder groeien, maar wel zonder onze persoonlijke manier van werken te verliezen.

We blijven voortdurend op zoek naar de beste producten, volgen de nieuwste ontwikkelingen binnen de branche en willen onze klanten blijven verrassen met kwaliteit, service en eerlijk advies.”



Tot slot: wat willen jullie de lezers van Hair & Fashion meegeven?

”Bij AlaPro draait alles om kwaliteit, vertrouwen en eerlijk advies. Dat spreekt mij als zelfstandig kapster al ruim 21 jaar enorm aan. Door mijn ervaring weet ik hoe belangrijk goede producten zijn voor het beste eindresultaat. Daarom werk ik graag met een partner die dezelfde waarden deelt.

We vinden het bijzonder dat klanten voor ons kiezen en doen er alles aan om dat vertrouwen iedere dag opnieuw waar te maken. Daarom delen we regelmatig tips, inspiratie, nieuwe producten en leuke acties via onze socialmediakanalen. We hopen iedereen daar, én natuurlijk in onze webshop, van harte te mogen verwelkomen.”

ALA PRO
GROOTHANDEL VOOR KAPPERS & PRODUCTEN



Scan en meld je gratis aan als zakelijke klant. Exclusief voor lezers van hair & Fashion.

www.alapro.nl



"Waarom beleving steeds belangrijker wordt in de professionele kappersbranche"

Nieuwe Tahe Studio in Utrecht brengt inspiratie, innovatie en praktijk samen



Met de opening van zijn nieuwe Tahe Studio in Utrecht heeft Rick van Schaik, eigenaar van Tahe Nederland, een inspirerende ontmoetingsplek gecreëerd voor ambitieuze salonprofessionals. De studio is ingericht als een omgeving waar kennis, behandelingen, productinnovaties en praktijkervaring samenkomen.

"Ik merk dat kappers vandaag de dag steeds vaker op zoek zijn naar complete oplossingen," vertelt Van Schaik. "Niet alleen naar een goed product, maar vooral naar manieren om meer resultaat te behalen voor hun klanten én hun salonrendement te verbeteren."

In de nieuwe studio kunnen bezoekers kennismaken met het volledige Tahe-concept. Zo zijn er oplossingen voor haar- en hoofdhuidproblemen met de T98 Peptide-lijn, herstelbehandelingen met Magic BX Hairbotox, gespecialiseerde krullenverzorging, blond- en kleurbehandelingen, Organic Care-concepten en de nieuwste ontwikkelingen binnen skincare met de Tahe Intense-lijn.

Meer dan een showroom

De studio is nadrukkelijk geen traditionele showroom waarin producten centraal staan. De focus ligt op de praktische toepassing ervan binnen de dagelijkse salon-

"Een plek waar kappers niet alleen producten ontdekken, maar vooral nieuwe mogelijkheden voor hun salon ervaren."

praktijk. Bezoekers krijgen inzicht in behandeltechnieken, behandelprotocollen en manieren om bestaande werkzaamheden uit te breiden met nieuwe diensten. Daarbij wordt gekeken naar zowel het technische resultaat als de commerciële mogelijkheden voor de salon.

"Een product is uiteindelijk slechts een onderdeel van het geheel," aldus Van Schaik. "Het gaat erom hoe je het inzet, welke behandeling je ermee creëert en welke meerwaarde dat oplevert voor de klant."

Inspiratie voor de toekomst

De ruimte is ontworpen om professionals te inspireren en nieuwe ideeën te laten ontdekken. In een sfeervolle omgeving kunnen kappers behandelingen ervaren, producten testen en kennismaken met de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van haarverzorging, scalp care, skincare treatments en huidverbetering. Daarnaast wordt de studio ingezet voor demonstraties, persoonlijke adviesgesprekken en kleinschalige trainingen.

Volgens Van Schaik sluit dit aan bij de veranderende behoeften binnen de branche. "Kappers worden steeds vaker ondernemers die op zoek zijn naar onderscheidend vermogen. Door concepten niet alleen te vertellen maar ook daadwerkelijk te laten ervaren, ontstaat vaak direct inzicht in de mogelijkheden voor hun eigen salon."



Alles onder één dak

Met de opening van de nieuwe studio beschikt Tahe Nederland over een centrale locatie waar het volledige merkverhaal zichtbaar wordt. Van scalp care en haarherstel tot krullen, kleur, treatments en skincare: alle expertisegebieden van Tahe komen hier samen.

Voor Van Schaik is de studio vooral bedoeld als een plek waar inspiratie leidt tot nieuwe kansen. "Ik nodig salons graag uit om eens naar Utrecht te komen. Vaak levert een bezoek niet alleen nieuwe productkennis op, maar vooral nieuwe ideeën waarmee zij hun salon verder kunnen laten groeien."

Tahe
— Nederland —

Meer info of een bezoek aan de Tahe Studio Utrecht?

Neem contact op met Rick van Schaik, 085-0600910
info@tahenederland.nl, www.tahenederland.nl

**WAT ALS JE
ÁLLES VAN TAHE**
op één plek kunt ervaren?



TAHE Styling Lab

Styling begint bij een gezonde haarvezel

Nieuwe stylinglijn combineert geavanceerde reconstructie-technologie met een slim systeem voor maximale creatieve vrijheid

Styling is allang niet meer alleen de laatste stap van een behandeling. Met Styling Lab introduceert TAHE een professionele stylinglijn die haarverzorging, reconstructie en styling samenbrengt. Het uitgangspunt is helder: een mooi kapsel begint bij een gezonde haarvezel. Daarom zijn alle producten ontwikkeld om tijdens het stylen niet alleen vorm en fixatie te geven, maar ook actief bij te dragen aan het herstel en de bescherming van het haar.

Meer dan losse stylingproducten

Styling Lab is geen verzameling losse stylingproducten, maar een compleet systeem. Alle producten sluiten logisch op elkaar aan, zijn onderling te combineren en helpen de stylist sneller tot de juiste productkeuze te komen op basis van hold, verzorging en finish.

De cijfercode als wegwijzer

Ieder Styling Lab-product heeft naast een naam een driedelige cijfercode. Die code is geen artikelnummer, maar een directe vertaling van de werking van het product.

Het eerste cijfer staat voor de stevigheid, waarbij 0 geen hold betekent en 5 maximale fixatie. Het tweede cijfer geeft het verzorgingsniveau aan: hoe hoger het cijfer, hoe voedender de formule. Het derde cijfer staat voor de finish, van volledig mat bij 0 tot maximale glans bij 5.

Neem bijvoorbeeld Steel 545. De code laat direct zien dat het product maximale stevigheid biedt, sterk verzorgend werkt en een glanzende finish geeft. Zodra de logica achter de codering duidelijk is, kan de kapper eenvoudig redeneren vanuit het

gewenste resultaat, zonder eerst alle productspecificaties door te nemen. Pictogrammen geven daarnaast direct aan welke stylingtool – zoals een föhn, diffuser, stijltang of handmatige texturering – het beste past bij iedere formule.

Herstel van binnen en buiten

De technische basis van Styling Lab wordt gevormd door de Dual Plex Technology, die zowel de binnen- als buitenzijde van de haarvezel behandelt.

Cortex Bond Plex helpt de interne haarstructuur te herstellen door belangrijke verbindingen opnieuw op te bouwen, waardoor de weerstand en elasticiteit toenemen. Cuticle Performance Plex versterkt de buitenzijde van het haar, zodat de haarschub beter sluit en het haar gladder en sterker aanvoelt.

Herstel als voorbereiding op styling

Voor haar dat extra herstel nodig heeft, begint het protocol met Hair Cure Detox Shampoo. Deze verwijdt zware metalen en andere ophopingen die de opname van actieve ingrediënten kunnen belemmeren.

Na een reconstructiebehandeling onder warmte sluiten Hair Cure Shampoo en Hair Cure Mask het proces af door de werkstoffen vast te leggen en de haarschub te verzegelen. Volgens TAHE kan deze behandeling haarbreuk tot wel 95 procent verminderen.

De lijn bevat onder meer peptiden, hyaluronzuur met verschillende molecuulgewichten, Camellia Japonica-olie en een gemodificeerde silicone die hittebescherming biedt tot 230 graden.

Van volume tot wetlook

Binnen Styling Lab is voor uiteenlopende stylingwensen een passende formule beschikbaar. Density 245 geeft volume en body, Gloss 045 en Smooth 155 houden pluis onder controle, Flow 233 is geschikt voor golven en kan tevens als knipwater worden gebruikt, terwijl Dual 345 en Steel 545 zorgen voor flexibele controle of maximale fixatie.

De finishinglijn bestaat onder meer uit textuurproducten, haarlakken in verschillende fixatieniveaus, volumepoeder en Glow 055 voor glans en bescherming van de haarpunten.

Twee manieren om te starten

Om salons direct met het complete systeem te laten werken, biedt TAHE twee starterspakketten aan.



Het Full-Pro Pack kost €1.295, tegenover een product- en accessoirewaarde van €2.245. Het pakket bevat van ieder stylingproduct zes exemplaren (5+1 gratis), aangevuld met drie presentatie-zuilen, een houten/ijzeren floordisplay, een raambanner, posters en samples.

Wie eerst kennis wil maken met de lijn kan kiezen voor het Consignatie Pack. Tegen een borg van €275 ontvangt de salon de volledige collectie in bruikleen, met drie exemplaren van ieder product en zonder aanschafverplichting. De collectie blijft eigendom van TAHE.

Beide pakketten geven salons direct een complete en representatieve presentatie van Styling Lab, zodat klanten het volledige concept kunnen ervaren.

Creativiteit binnen een helder systeem

Met Styling Lab brengt TAHE reconstructietechnologie, productkennis en creatieve vrijheid samen. De slimme productcodering en de verzorgende formules geven kappers meer controle over het eindresultaat, terwijl de kwaliteit van het haar tijdens het stylen behouden blijft.

Daarmee is Styling Lab meer dan een nieuwe stylinglijn: het is een doordacht systeem waarmee professionals efficiënter én persoonlijker kunnen werken.

www.tahenederland.nl

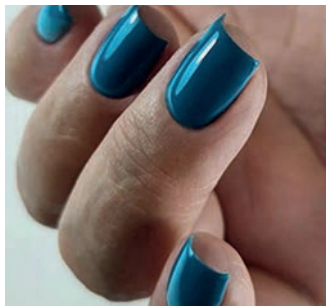
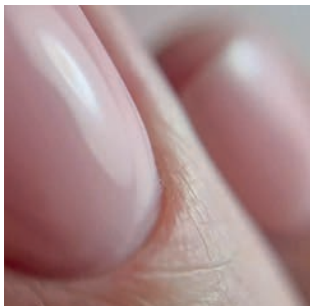


Nail Academy

BY MAGNETIC

Klanten verwachten vandaag méér dan alleen mooi haar

Een bezoek aan de kapsalon draait allang niet meer alleen om knippen en kleuren. Klanten kiezen steeds vaker voor gemak, beleving en kwaliteit onder één dak. Een frisse coupe, perfect gestylde wenkbrauwen én verzorgde nagels? Het liefst plannen ze alles tijdens één afspraak. Juist daarom is professionele nagelstyling uitgegroeid tot een waardevolle aanvulling op het serviceaanbod van de moderne kapsalon. Niet als extraatje, maar als een behandeling waar steeds meer klanten bewust naar vragen.



“Magnetic Academy Waar vakmanschap begint.”

BIAB. Soft Gel. Hard Gel. Gelpolish.

Grote kans dat jouw klanten deze termen dagelijks voorbij zien komen op Instagram of TikTok. Achter iedere perfecte set schuilt echter veel meer dan een mooie kleur of een strakke French Manicure. Techniek, productkennis en vakmanschap maken het verschil tussen een mooie behandeling en een klant die keer op keer terugkomt.

Bij de Magnetic Academy word je in tien dagen opgeleid tot allround nagelstylist. Je leert werken met de technieken die vandaag de dag onmisbaar zijn in de salon: BIAB [Soft Gel], Gelpolish, Hard Gel, Easy Tips, sjabloonverlengingen en een perfecte French Manicure. Je leert niet alleen hoe je een behandeling uitvoert, maar vooral waarom je voor een bepaalde techniek of product kiest. Dat geeft je het vertrouwen om iedere klant professioneel te adviseren en veilig te behandelen.

Voor kapsalons betekent dat meer dan alleen een nieuwe behandeling. Het is een kans om bestaande klanten langer in de salon te houden, het serviceaanbod uit te breiden en extra omzet te genereren, zonder afbreuk te doen aan de kwaliteit waar je salon voor staat.



Wat deze opleiding onderscheidt?

Je rondt haar niet alleen af met nieuwe vaardigheden, maar ook met een erkend diploma Nagelstylist op MBO 3-niveau. Het examen wordt afgenomen door TCI, een volledig onafhankelijke exameninstantie. Daarmee ben je verzekerd van een diploma dat staat voor kwaliteit, vakmanschap en professionele kennis.

De beautybranche blijft zich ontwikkelen. Salons die blijven investeren in kennis, groeien mee met de wensen van hun klanten.

Want een succesvolle salon biedt meer dan behandelingen. Ze biedt een totaalbeleving.

www.magneticnaildesign.com



NailTalk

LIVE

Waar passie en techniek samenkomen

Elke maandagavond (m.u.v. feestdagen) brengt Magnetic Nail Design je Nail Talk Live E-Workshops - gratis, toegankelijk en volledig gericht op jouw groei als nagelstylist. Dit is geen passieve training. Dit is waar je leert, toepast en beter wordt. Elke week neemt een andere Magnetic Trainer plaats aan de TechTafel en laat je zien wat er nú speelt in het vak: technieken, trends en nail art die je direct kunt vertalen naar jouw werk in de salon.

Kijken is één ding. Meedoen maakt het verschil

Daarom werk je met huiswerk. Stuur je werk in en verdien jouw officiële **E-Certificaat** - persoonlijk beoordeeld door Yessica Padberg en de trainer van die week.

En ja, jouw inzet wordt gezien. Elke week maak je kans op prijzen met jouw inzending. Omdat groei beloond mag worden.

Je hoeft niet met Magnetic te werken om mee te doen. Wij investeren niet alleen in producten — wij investeren in het vak.

Kijk je live mee? Dan zit je er middenin. Stel je vragen. Deel je ideeën. Help ons de volgende workshops nog beter te maken. Dit is geen eenrichtingsverkeer - dit is een community die samen groeit.

In een wereld vol betaalde platformen en gesloten groepen blijft Nail Talk Live bewust gratis en zonder verplichtingen.

Gedreven door passie. Gedragen door professionals

Live te volgen via: Facebook [Nail Talk Live groep] & YouTube [Magnetic Nail Talk]. Start: 20:00 uur.





Upcoming

Inspiratie die je direct kunt aanpassen

31 augustus – De moderne shape vs. de klassieke nagel | Cerisa Klein & Louelle Buise

Ontdek de verschillen tussen moderne nagelvormen en klassieke technieken, en leer wanneer je welke shape toepast voor het mooiste resultaat.

7 september – Nieuwe producten | Louelle Buise

Maak kennis met de nieuwste Magnetic-producten en ontdek hoe je ze direct kunt inzetten in jouw salon.

14 september – Gelpolish: strakker én sneller | Mylène Imming

Slimmere technieken voor een perfect strak resultaat in minder tijd.

21 september – De prijslijst: aanpassen en meer verdienen | Louelle Buise

Praktische tips om je prijzen met vertrouwen aan te passen en de winstgevendheid van je salon te vergroten.

28 september – Trends | Aletha Visser

De nieuwste kleuren, stijlen en ontwikkelingen die jouw klanten straks willen dragen.

5 oktober – PowerGel | Cerisa Klein

Alles over de kracht, verwerking en mogelijkheden van PowerGel voor sterke en duurzame nagels.

12 oktober – Winter Trends | Yessica Padberg

Laat je inspireren door de mooiste winterlooks en commerciële salondesigns voor het nieuwe seizoen.

19 oktober – Moeder & Dochter Doing Nails | Mylène & Beau Imming

Een inspirerende en gezellige uitzending waarin creativiteit, plezier en passie voor het vak samenkomen.

26 oktober – Lifting voorkomen en oplossen | Miranda Katar

Leer de meest voorkomende oorzaken van lifting herkennen én voorkomen voor langdurige resultaten.

2 november – Trends voor Christmas | Rosalie Aurora Veen – Grootjans

De eerste kerstinspiratie voor feestelijke designs die direct in de salon toepasbaar zijn.

9 november – Nieuwe producten | Louelle Buise

Een update van de nieuwste productontwikkelingen en hoe je deze commercieel inzet.

16 november – Geen uitzending

Vanwege het Event is er deze week geen Nail Talk Live.

23 november – GlitterBoom | Cerisa Klein

Alles draait om glitter, glamour en feestelijke effecten voor het drukke winterseizoen.

30 november – Mini Foto Workshop | Cerisa Klein

Maak betere salonfoto's met eenvoudige tips voor belichting, compositie en presentatie.

7 december – Blushing | Louelle Buise

Ontdek de populaire Blushing-techniek en creëer zachte kleurverlopen met een luxe uitstraling.

14 december – Art for the Holidays! | Yessica Padberg

Feestelijke nail art vol creatieve ideeën voor de mooiste decemberdesigns.

21 december – Kerstsluiting

28 december – Kerstsluiting

Zet 'm in je agenda!

Maandag. 20:00 uur

Jouw moment om te groeien in het vak.

Hier wordt techniek sterker.

Hier groeit vertrouwen.



www.magneticnaildesign.com

BE PRETTY.

BE CURLY.

BE YOU.

Anders denken als fundament



Als oprichter en eigenaar heeft Hanan El Fizazi eigenlijk nooit binnen de lijntjes gekleurd, niet in haar leven en zeker niet in haar ondernemerschap. Waar anderen trends volgden, stelde zij vragen. Juist dat eigenzinnige denken vormt het fundament van Pretty Curly Girl.

Voor Hanan is anders zijn geen toeval, maar een bewuste visie. In een wereld waarin kokosolie, arganolie, olijfolie en aloë vera bijna standaard ingrediënten zijn in krullenproducten, koos zij vanaf het begin resoluut een andere weg. Niet omdat deze ingrediënten per definitie slecht zijn, maar omdat ze simpelweg niet voor iedereen werken. En juist daar begint het verschil.

Geboren uit frustratie

Pretty Curly Girl ontstond vanuit herkenbare frustratie. Frustratie over krullen die steeds opnieuw worden verzwaard. Over haar dat eerst glanst, maar na verloop van tijd dof, slap en pluizig wordt. Over routines die hydratatie beloven, maar ondertussen laag op laag achterlaten op het haar.

Daarom gebruikt Pretty Curly Girl bewust geen kokosolie, arganolie, olijfolie of aloë vera in de formules.

Waarom deze ingrediënten ontbreken

Geen kokosolie

Hoewel kokosolie bekendstaat als voedend, is het voor veel krultypes simpelweg te zwaar. Het kan zich ophopen op het haar, waardoor krullen hun veerkracht verliezen en stug of droog aanvoelen. Vooral bij fijnere krullen en golvend haar werkt kokosolie vaak averechts. Bovendien kan het zich gedragen als proteïne, wat niet altijd wenselijk is.

Geen arganolie

Arganolie zorgt op korte termijn voor glans, maar sluit het haar ook snel af. Hierdoor kan vocht minder goed doordringen tot in de haarvezel. Het resultaat is haar dat er aan de buitenkant gezond uitziet, maar van binnen steeds droger wordt.



Geen olijfolie

Olijfolie heeft een zware structuur en een grote molecuulgrootte, waardoor het vooral op het haar blijft liggen in plaats van samen te werken met de natuurlijke krul. Dit leidt vaak tot build-up, minder definitie en haar dat snel zwaar aanvoelt.



Geen aloë vera

Hoewel aloë vera vaak wordt gezien als dé hydrator, kan het bij veel mensen juist droogte veroorzaken. Zeker bij gevoelig haar of een gevoelige hoofdhuid kan het zorgen voor trekkerigheid, pluis en een onrustig resultaat. Ook kan het reageren als proteïne, wat niet altijd wenselijk is.

Lichter, slimmer en functioneler

Pretty Curly Girl kiest bewust voor ingrediënten die krullen écht ondersteunen: lichter, slimmer en functioneler. De formules zijn opgebouwd rond ingrediënten zoals lijnzaadextract, matcha en avocadoolie die het haar voeden zonder het te verzwaren.

Deze aanpak vraagt soms om een omschakeling. Krullen die jarenlang gewend zijn aan zware oliën hebben tijd nodig om hun natuurlijke veerkracht terug te

vinden. Maar wie die stap durft te zetten, ontdekt vaak iets bijzonders: krullen die lichter aanvoelen, meer bewegen, beter reageren op styling en vooral zichzelf mogen zijn.

Respect voor de natuurlijke krul

De filosofie van Pretty Curly Girl draait om minder maskeren en meer respect voor de natuurlijke structuur van het haar. Want een mooie krul ontstaat niet door het haar te verzwaren, maar door het écht te begrijpen en het te laten zijn zoals het bedoeld is.

www.prettycurlygirl.com

kappersgekte

kappersgekte.nl is dé online shop
voor kappers. met een zeer groot aanbod
producten en merken zijn wij de meest
veelzijdige shop

TREAT YOURSELF!

de leukste tijd van het jaar is weer
in zicht! Laat overal waar je komt
een beetje SHINE achter met onze
MOROCCANOIL hair producten!



het complete
assortiment
Lakmé vind je bij
kappersgekte.nl
scherp geprijsd
en snelle levering



Top merken zoals:
Lakmé
Schwarzkopf
Moroccanoil
Mediceuticals
L'Oréal Professionnel



KAPPERSGEKTE.nl

Breestraat 36 | 2311 CS Leiden | T. 071 - 512 5212 | info@kappersgekte.nl

NUTRALUX COMPLEX

Natuurlijke ingrediënten, basis van de nieuwe Jezewski haarverzorgingslijn.

Al sinds 1960 produceert Jezewski professionele haarverzorgingsproducten in Amsterdam. Al doet de naam anders vermoeden is het een 100% Nederlands bedrijf.

Onlangs heeft Robèrt Jezewski een nieuwe serie van haarproducten op de markt gebracht speciaal en uitsluitend voor de kapper. Vroeger werden de producten van Jezewski wereldwijd verkocht, ook door bijna alle groot-handels hier in Nederland. Maar tijden veranderen en de strategie dus ook nu de online wereld merken kan maken maar in vele gevallen ook kapot kan maken.

Robèrt heeft er voor gekozen om een zeer hoge kwaliteit op de markt te brengen, speciaal gericht op de retail bij de kapsalons. De producten worden dus niet door groothandels verkocht of op online verkoopplatforms. Hierdoor ontstaat er geen "prijzenoorlog" en behoudt de kapper goede marges voor exclusieve verkoop in eigen salon. Een professionele serie dus waar de kappers hun expertise in kwijt kunnen en die zorgt voor terugkerende tevreden klanten.

Alle producten zijn gebaseerd op het unieke "Nutralux Complex"; 100% natuurlijke ingrediënten die elk op zich een speciale unieke werking hebben om het haar te voeden, herstellen en hydrateren.

Voornaamste ingrediënten zijn:

- > Gehydrolyseerde tarweproteïne
- > Vitamine C
- > Druivenpit extract
- > Arganolie
- > Vitamine E
- > Ceramide
- > Jojoba-olie
- > Aloë Vera
- > Vitamine B5
- > Hyaluronzuur

Elk product bevat al deze ingrediënten in een speciaal samengestelde verhouding voor de toepassing van het product. Daarnaast zijn de producten vegan, vrij van kleurstoffen, parabenen en siliconen.

De distributie van Jezewski Haircare loopt via IMGRO Beauty te Hillegom. Hier kan de kapper eenvoudig online de gewenste producten bestellen tegen een aantrekkelijke vaste marge. Op de website van Jezewski is een beeldbank te vinden waar kappers gebruik van kunnen maken ter promotie op Social Media.

Meer informatie, merkpagina

www.jezewski.nl



NO YELLOW SHAMPOO

REINIGT, HYDRATEERT & VERHELDERT
GEELONDERTOON IN BLOND & GRIJS HAAR





Fotografie: Imre van Beek, Dashenko

FINNLEY'S IS READY FOR THE WORLD

Finnley's presenteert eerste officiële hair show 'Ready for the World' een nieuwe fase voor het professionele kappersmerk

Finnley's Haircosmetics heeft tijdens haar eerste officiële hair show in De Basiliek in Veenendaal de nieuwe merkpositionering Ready for the World gepresenteerd. Met een avond vol vakmanschap, creativiteit, educatie en inspiratie bracht het professionele kappersmerk hair artists, educators, salons, partners, ambassadeurs en internationale gasten samen.

De eerste Finnley's Hairshow markeert een belangrijke mijlpaal in de ontwikkeling van het merk. Al 10 jaar ondersteunt Finnley's de professionele kapper met exclusieve producten, educatie, inspiratie en persoonlijke salonbegeleiding. Met Ready for the World onderstreept Finnley's haar missie om kappers te versterken in een branche die voortdurend in beweging is, met veranderende klantwensen, nieuwe trends, technologische ontwikkelingen en groeiend ondernemerschap.



Tijdens de avond werd zichtbaar waar Finnley's vandaag voor staat én waar het merk naartoe groeit: een sterk professioneel salonmerk dat kwaliteit, vakmanschap, creativiteit en community samenbrengt. Ook CEO en Founder Guido Smallenbroek stond stil bij deze nieuwe fase, samen met zijn zoon Finnley, de naamdrager van het merk.

"Met Ready for the World laten we zien waar Finnley's al 10 jaar lang voor staat. We willen kappers niet alleen voorzien van hoogwaardige producten, maar hen ook inspireren, ondersteunen en versterken in hun rol als professional. Deze eerste hair show bracht alles samen waar ons merk voor staat: creativiteit, vakmanschap, educatie en community. We hebben laten zien hoe sterk onze community is en dat we klaar zijn voor de toekomst," aldus Guido Smallenbroek, CEO en Founder van Finnley's Haircosmetics.

De hairstylist & de community: zij zijn Finnley's

Ready for the World staat voor de kapper die klaar is voor de toekomst, voor nieuwe trends en voor ieder moment waarop klanten willen stralen. Finnley's ziet de kapper niet alleen als vakprofessional, maar ook als adviseur, vertrouwenspersoon en creatieve expert. Daarmee speelt de kapper een belangrijke rol in het zelfvertrouwen en welzijn van mensen.

Finnley's blijft daarbij trouw aan haar kern: exclusiviteit voor de professionele kapper. Het merk is niet verkrijgbaar via groothandels, winkels of webshops, maar uitsluitend via de professionele salon. Daarmee beschermt Finnley's de positie van de kapper, de waarde van professioneel advies en de exclusiviteit van het merk.

Programma Hair Show

Tijdens verschillende showblokken presenteerde Finnley's Artistic Team een inspirerende mix van innovatie, vakmanschap, creativiteit en trendvisie. Van commerciële salonlooks tot high-end haircare en van gentlemen grooming tot avant-garde: de avond liet de veelzijdigheid van het kappersvak zien.

In Trend & Color vertaalden Tim de Decker en Head Educator Astrid van Barneveld de nieuwste knip- en kleurtrends naar draagbare, commerciële salonlooks. Daarbij werd de kleurvisie van Finnley's gepresenteerd: creatief, salonwaardig en gericht op techniek, resultaat en draagbaarheid.



Ook Mr. Finnley's kreeg een prominente plek. Cay Kleeven, Mr. Finnley's Creative Director, presenteerde samen met Yvonne Kok, Mr. Finnley's Creative Ambassador, looks waarin luxe, vakmanschap en gentlemen style centraal stonden. De combinatie van Yvonne's creatieve signatuur en Cay's technische precisie zorgde voor een sterke dynamiek binnen het moderne herenvak.

Een hoogtepunt van de avond was de lancering van ELITE by Finnley's: een luxe haarbeleving waarin gezond haar, premium verzorging, beleving en een exclusief salonregimen samenkomen. Met big hair, premium finishing en een complete haircare-routine werd ELITE neergezet als totaalconcept voor salons die hun klantbeleving willen versterken. Daarnaast was er ruimte voor artistieke expressie. In Avant-Garde Woman liet Vicky



Ruitenbach zien hoe braids transformeren tot mystieke, sculpturale creaties. Binnen Avant-Garde Men kreeg het herenvak een futuristische vertaling. Yvonne Kok liet zien hoe avant-garde looks, mannen inspireert om buiten kaders te denken, hun stijl te veranderen en met vertrouwen iets uitgesproken te dragen.

De avond werd afgesloten met een Color finale en een volledige hair shoot frontstage door internationaal fotograaf Richard Monsieurs.

De kracht van samenwerking

De hair show liet ook de kracht van samenwerking binnen de beautybranche zien. Voor de luxe goodiebag werkte Finnley's samen met gerenommeerde merken als PUNE en Marc Inbane. Deze samenwerkingen sluiten aan bij de waarden van Finnley's: kwaliteit, exclusiviteit, beautybeleving en het versterken van professionals binnen de branche. De Finnley's Hairshow bracht hair artists, partners, salons, ambassadeurs en internationale gasten samen vanuit één gedeelde overtuiging: samenbouwen aan de toekomst van het professionele kappersvak.



Website: www.finnleys.eu | Facebook: www.facebook.com/finnleyshaircosmetics | Instagram: www.instagram.com/finnleys



Bloom

De nieuwe kleursensatie van TRINITY haircare

Bloeien is groeien. Stralen. Ontwaken. Opbloeien.

Met BLOOM introduceert TRINITY haircare een nieuwe generatie haarkleuring die niet alleen een verbluffend kleurresultaat geeft, maar ook perfect aansluit bij de eisen van de toekomst.

De kracht van natuur & wetenschap

BLOOM is een premium haarkleurcrème die de grenzen van traditionele kleuring doorbreekt. De formule bestaat voor 90% uit natuurlijke ingrediënten, is volledig PPD-vrij, vegan en dermatologisch getest. Dit betekent een uitstekende huidverdraagzaamheid – mét een briljant kleurresultaat.

Dankzij de innovatieve Pigment-Booster Pyrazol biedt BLOOM:

- > Perfecte grijsdekking zonder toevoeging van natuurkleuren
- > Tot 50% meer glans en tot 60% meer kleurstabiliteit
- > Een aangenaam geurend kleurproces, zonder de typische ammoniakgeur

Bezoek ons op
The Hair Project
“Stand 121”

“BLOOM is alles wat jij wilt dat het is.
De belofte van iets moois. De toekomst
van haarkleuring.”

Verzorging tijdens het kleuren

BLOOM kleuringen zijn verrijkt met zorgvuldig geselecteerde actieve ingrediënten:

- > Zonnebloemolie » voedt, versterkt en beschermt tegen invloeden van buitenaf
- > Zonnebloemzaadwas » werkt kalmerend en antibacterieel, geeft elasticiteit en glans
- > Meadowfoam-zaadolie » rijk aan vitamines, antibacterieel en herstellend voor haar én hoofdhuid

Het resultaat: **zijdezacht haar, stralende glans en een langdurig stabiel kleurresultaat.**

Flexibiliteit voor elke salon

Met 120 nieuwe crèmekleuren biedt BLOOM eindeloze creatieve mogelijkheden – van natuurlijke tinten tot modekleuren, pastels en ultra blondes. Bovendien is BLOOM geschikt voor zowel permanente als demi-permanente toepassingen, afhankelijk van de gekozen OXIGEN crème ontwikkelaar. De OXIGEN ontwikkelaars – verrijkt met meadowfoam-olie – zijn verkrijgbaar in 1,9%, 3%, 6%, 9% en 12% en maken alles mogelijk: van subtiel tonen tot intensieve oplichting.



Klaar voor de toekomst

Met het lage ammoniakgehalte [slechts 1–4%, afhankelijk van de kleurhoogte] en de vegan verzorgingsformule levert BLOOM niet alleen prachtige resultaten, maar ook een bewuste keuze voor duurzaamheid en gezondheid.

Ervaar BLOOM zelf

TRINITY haircare nodigt salons uit om BLOOM zelf te ontdekken:

- > Vraag een gratis demonstratie in jouw salon aan
- > Of test kosteloos enkele kleuren om zelf overtuigd te raken van deze unieke formule

Scan voor
inspiratie!



Bloom
haircolour cream

www.trinity-haircare.nl

A woman with curly hair is using a dark green Global Curl Air Pro hair dryer. The dryer has a gold-colored nozzle and the brand name 'GLOBAL' and 'Curl' are visible on its body. The woman is smiling and looking towards the camera. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

Global Curl Air Pro

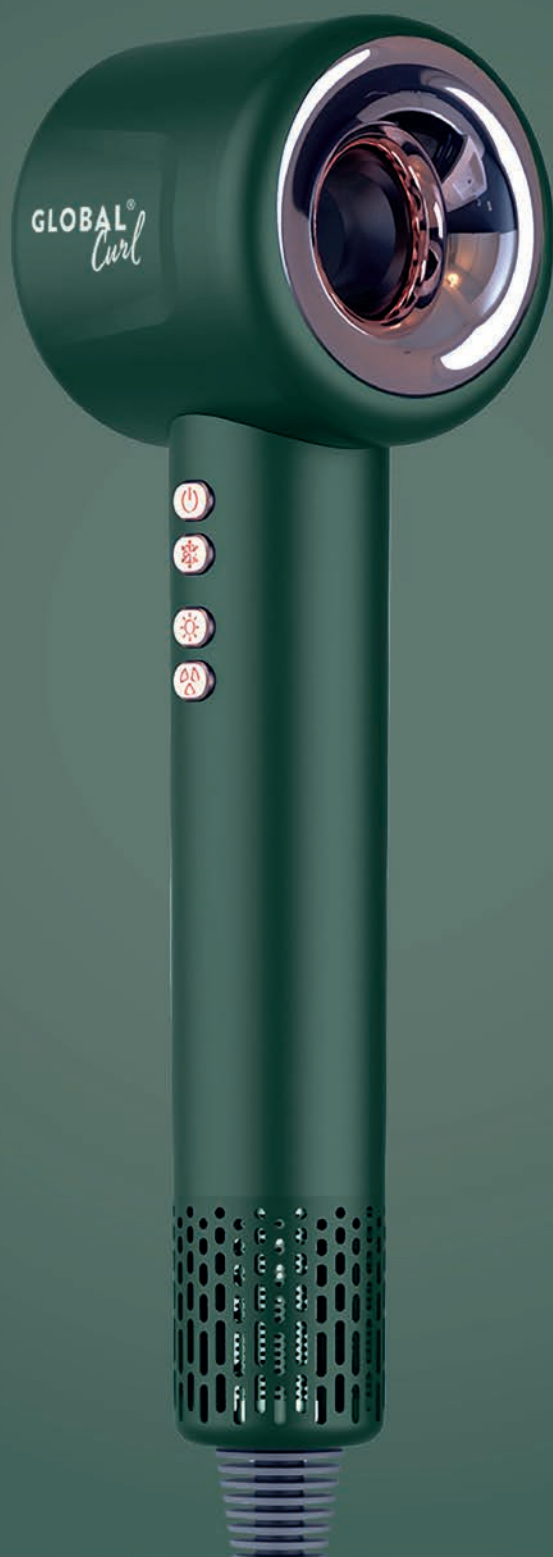
Met geavanceerde
technologieën voor
pluisvrij haar.

www.globalcurl.com

De Global Curl Air Pro Föhn is ontworpen met geavanceerde technologieën voor optimale prestaties en haarverzorging. De föhn biedt nauwkeurige warmteregeling met meerdere temperatuurstanden, voor glanzend, gezond haar zonder oververhitting. De krachtige motor levert een constante luchtstroom, terwijl de ionentechnologie statische elektriciteit vermindert en pluis tegengaat.

Ervaar de Global Curl Air Pro föhn op The Hair Project – Stand 159 | 1 & 2 maart

Ontdek de kracht van de Global Curl Air Pro föhn tijdens The Hair Project en ervaar zelf het verschil!



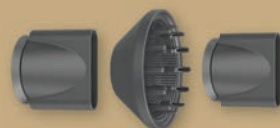
Inclusief drie
verschillende
opzetstukken

€ 129,95

GLOBAL[®]
the global curl concept
Curl

Voordelen van de Air Pro Föhn

- > Smart Heat Control: Voor maximale glans en minimale schade.
- > Ionentechnologie: Neutraliseert pluis en statische lading voor een glad, gedefinieerd resultaat.
- > 360° Curl Diffuser: Speciaal ontworpen om natuurlijke krulpatronen te behouden zonder pluis. Ideaal voor krullen en golven.
- > 4 temperatuurstanden.
- > 3 snelheden voor stylingcontrole: Voor maximale controle.
- > 3 verschillende opzetstukken: Hierdoor is de föhn geschikt voor alle haartypes.





Salon Goederen

Dé plek waar beleving, vakmanschap en groei samenkomen

Wat ooit begon als een kleine handel, is in acht jaar uitgegroeid tot een moderne groothandel én inspirerende ontmoetingsplek voor kappers en beautyprofessionals. In ons gloednieuwe experience center kun je producten zien, ruiken en testen, maar ook workshops volgen of flexibel een stoel huren.

Wij zijn officieel distributeur van merken als DR Jackson en Absolut, die we aanbieden tegen eerlijke prijzen. Bij ons draait alles om kwaliteit, beleving en groei – of je nu komt voor inkoop, educatie of een professionele werkplek.

Salon Goederen: dé nieuwe hotspot

Wie denkt dat inkoop bij een groothandel altijd onpersoonlijk en zakelijk moet zijn, heeft Salon Goederen nog niet ontdekt. Kim en Cliff, het ondernemende duo achter dit groeiende bedrijf, combineren de kracht van online gemak met de beleving van een fysieke showroom.

Hun missie? Kappers en beautyprofessionals inspireren, ondersteunen en laten groeien – tegen eerlijke prijzen en in een professionele omgeving.

Vorig jaar mei openden zij in Almelo hun gloednieuwe experience center: een moderne showroom, een ruime educatieruimte en volledig ingerichte salonplekken. Een plek waar sfeer, community en vakmanschap centraal staan.





Beleving & inspiratie

In de showroom draait alles om ervaren. Producten zijn niet alleen te zien, maar ook te voelen, te ruiken en te testen. Via slimme QR-codes bestel je eenvoudig online, terwijl het magazijn naast de showroom ervoor zorgt dat producten direct beschikbaar zijn. Zo combineert Salon Goederen het gemak van e-commerce met de kracht van persoonlijke beleving.

Educatie & groei

Naast de showroom investeert Salon Goederen in kennis. In de moderne educatieruimte worden regelmatig trainingen, cursussen en workshops georganiseerd – van hairstyling en make-up tot barbering en de nieuwste trends. Ook externe trainers en merken kunnen de ruimte huren voor hun eigen sessies. Het doel: professionals helpen ontwikkelen en hun vak naar een hoger niveau tillen.

Flexibel werken

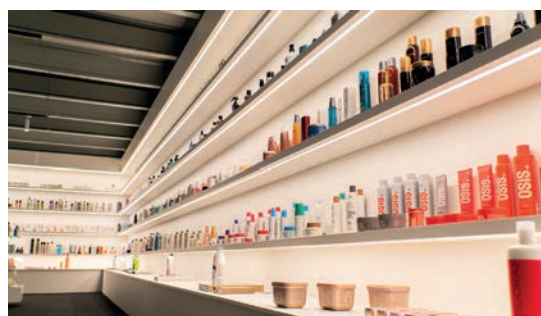
Voor zelfstandige kappers, mobiele stylisten of studenten biedt Salon Goederen een laagdrempelige oplossing: salonverhuur. Voor een vast dagtarief huur je een volledig ingerichte werkplek waar je klanten professioneel kunt ontvangen. Geen hoge vaste lasten, geen langdurige verplichtingen – wél de vrijheid en uitstraling van een eigen salon.

Sterke merken & eerlijke prijzen

Salon Goederen is officieel distributeur van merken als DR Jackson en Absolut. Hun filosofie: geen stunts of eindeloze kortingen, maar eerlijke tarieven en duidelijke afspraken. Zo weten kappers altijd waar ze aan toe zijn, zonder concessies te doen aan kwaliteit. Bovendien kunnen salons zich aanmelden voor een gratis TRY OUT-pakket, met een selectie verzorgings-, styling- en chemieproducten om de merken zelf te ervaren.

Meer dan een groothandel

Salon Goederen wil meer zijn dan alleen een leverancier. Het experience center is een ontmoetingsplek waar professionals samenkomen, ervaringen delen en inspiratie opdoen. Of je nu komt om in te kopen, te leren of te werken: bij Salon Goederen staat persoonlijke aandacht altijd centraal.



Ervaar het zelf

Bij Salon Goederen draait alles om méér dan alleen producten. We willen een plek zijn waar kappers elkaar ontmoeten, inspiratie vinden en zichzelf verder ontwikkelen.

Ons experience center in Almelo combineert de kracht van beleving met de praktische voordelen van online gemak. Of je nu komt om producten te testen, een stoel te huren of deel te nemen aan een workshop: wij zorgen dat jij de ruimte krijgt om te groeien. Met eerlijke prijzen, sterke merken en persoonlijke service maken we het verschil. Kom langs en ervaar zelf wat Salon Goederen zo bijzonder maakt!

Bezoek ons Experience Center

Salon Goederen – Virulyweg 37 D, 7602 RG Almelo
06 24780207 | www.salongoederen.nl



Tape in lashes

Ontdek de nieuwste wimperextensions techniek



Na het volgen van de training kan jij meteen aan de slag, en zal je al snel door hebben dat hier erg veel vraag naar is. Jouw klanten bestand zal enorm groeien door iets nieuws aan te kunnen bieden. Wij zijn dan ook de enige in de hele wereld die deze producten aanbieden waardoor het vrij uniek en nieuw is.

Wij bieden 2 soorten trainingen aan

- > online live training (ik kijk live met jou mee via google meet ook blijf je de komende weken toegang houden voor extra vragen/feedback van jouw modellen.
- > op locatie in Hellevoetsluis.

www.tapeinlashes.com

Deze wimperextensions zijn gemaakt met een speciale tape waardoor het gebruiken van lijm niet meer nodig is. De wimpers worden van boven en van onder geplakt, tussen de tape zit een speciale gel achtige substantie, wat op elkaar hecht door middel van de wrijving en warmte. Dit zorgt er voor dat de wimpers 3 weken blijven zitten.

Geen volume verlies

Met wimperextensions ben je gewend dat er wekelijks veel haartjes uit vallen, dit is natuurlijk erg vervelend. Met de Tape in lashes heb je hier geen last van omdat de wimpers aan elkaar gekoppeld worden behoud jij je volume 3 weken lang.

Geschikt voor mensen met een lijm allergie

Heb jij te maken gehad Met een allergische reactie op de lijm? Denk aan dikke ogen, branderige ogen, rode ogen etc. Dan kan je gelukkig met tape wimpers alsnog wimperextensions nemen, omdat er geen lijm wordt gebruikt.

Tape in cursus

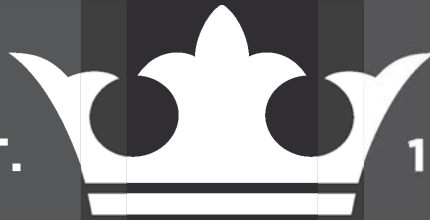
Ben jij toe aan uitbreiding in jouw salon? Of wil jij een carrière switch? Dan is de training voor tape in lashes misschien wel wat voor jou. Tijdens de training leer jij alles om gelijk aan de slag te kunnen, je hoeft niet perse al ervaring in wimpers te hebben, en ook geen vaste hand te hebben.



BY
IMGRO
HAIR - BEAUTY - CARE

allesvoordesalon.com

EST.



1938

DENMAN®

college styling kit package



CODE: DCSK2

Na uitgebreid onderzoek en ontwikkeling in samenwerking met docenten en opleiders, presenteert Denman met trots de **NIEUWE COLLEGE STYLING KIT.**

Geef je leerlingen de best mogelijke start met de kwalitatieve Denman-tools*. Voor het leven

Deze op maat gemaakte stylingkit helpt je studenten om hun creaties op het hoogste niveau voor te bereiden, te stylen en af te werken, en om de verbazingwekkende creatieve mogelijkheden vande door hun gekozen carrière te verkennen.



D4 Originele Styler 9 rijen D4 krullenborstel

Multifunctionele tool met 9 rijen pinnen, met ronde uiteinden om natte krullen glad te maken, te föhnen, modelleren en stylen. En met het handvat de ideale krul te creëren.

D38 Power Paddle borstel ontwar en voor een snel droogproces

De Power Paddle is ideaal om snel te föhnen, en zorgt voor comfortabele en ultieme stylings mogelijkheden.

D200 Skeleton Ventilatie borstel

Dankzij de speciaal geplaatste ventilatieopeningen föhn je met deze borstel je haar snel droog, en worden de haarwortels gelift. De bolletjes op flexibele pinnen zorgen voor zachte, natuurlijke resultaten.

Rondborstels diabolische borstel voor speelse krullen

Borstels in de vorm van een zandloper en met een keramische coating, ontworpen om de haarwortels te liften, krullen en golven te creëren of om pluizig haar te egaliseren en onder controle te houden.

D91 Toupeerkam

Een onmisbaar 3-in-1 hulpmiddel voor 3-in-1 touperen, modelleren en creatief stylen. Ideaal voor gebruik op pruiken en extensions.

D81M Stijl en glans medium borstel

Uitgerust met gemengde borstelharen om het haar te ontwarren en te verzorgen en te laten glanzen. Ideaal voor het egaliseren en creëren van het perfecte opsteekkapsel.

Kammen

Sterke en toch flexibele kammen voor maximale zichtbaarheid in alle haarkleuren. Bestand tegen hitte en chemicaliën.



Het College Kit-pakket bevat uitsluitend de Beste borstels van de wereld:

Met de Denman College Styling Kit hebben de studenten al hun stylingtools in één handige, gemakkelijk mee te nemen. Bovendien biedt de set ruimte om een schaar, extra kammen en persoonlijke materialen en tools toe te voegen. Daarnaast zorgen Denman's gratis educatie- en mentorpakketten ervoor dat docenten op hogescholen inspirerende lessen krijgen over de huidige trends, en volledig worden voorzien van kwaliteitsgereedschap om te onderwijzen en inspireren.

Door de Denman College Styling Kit in het studentenpakket op te nemen, ontvangen jouw opleiding en studenten;

- Professionele Denman producten van hoge kwaliteit in een unieke en stijlvol verpakte toolkit tas voor een **ONLY STUDENT PRIJS**
- Gratis kits voor de docent!
- Gratis online opleiding met de Allilon Academy in Londen (bij een minimale afname van 48 kits)
- Gratis online hulpmiddelen en ondersteuning voor docenten en studenten

Verkrijgbaar uitsluitend via geselecteerde groothandels. Voor verdere details, en informatie over verkooppunten kun je contact opnemen met Denman Benelux via info@denman.nl

**Product kan worden gewijzigd in een vergelijkbaar product of kleurvariatie en veranderingen in de markt.*

Denman Benelux B.V.
info@denman.nl



**BEN JE OP ZOEK NAAR
EEN ANDER MERK
VOOR JE SALON OF
WIL JE GEWOON
EENS WAT ANDERS
PROBEREN?**

**INFORMEER
EENS NAAR
LAKMÉ!**



**LAKMÉ IS ZEER COMPLEET, HEEFT EEN GOEDE GRIJSDEKKING,
EEN LIJN IN ALLE KLEURSEGMENTEN EN EEN OVERZICHTELIJKE
VERZORGINGSLIJN.**

- > Gloss als spoeling
- > Collage als volle kleuring
- > Chroma ppd en ammonia vrije grijs dekkende kleuring

Ook heeft Lakmé een heel compleet concept welke in de volledige salon behoefte kan voorzien. Vraag de gratis testbox aan van Chroma de ppd en amoniak vrije kleuren van Lakmé

HEEFT U INTERESSE? Neem dan contact op met Sander van Tongeren via telefoonnummer 06-53368641 of stuur ons een email naar sander@haarhuisvantongeren.nl

LAKMÉ
INSPIRED HAIRCARE



www.lakme.com



Deskundig panel: productverkoop in de salon

Veel professionele haarproducten zijn tegenwoordig ook online en buiten de salon verkrijgbaar. Hoe belangrijk is het dat kappers nog kunnen verdienen aan de producten die zij adviseren en verkopen?

Die vraag legden we voor aan het deskundig panel. De antwoorden laten zien dat productverkoop veel meer is dan een extraatje naast de behandeling. Het gaat over vakkennis, vertrouwen, marge, klantbeleving en de positie van de kapper als expert. Waar de een sterk pleit voor salonexclusiviteit, ziet de ander vooral kansen in het beter waarderen van professioneel advies. Eén lijn komt duidelijk naar voren: het product krijgt pas echte waarde wanneer het wordt gekoppeld aan de kennis van de professional.



Mijn liefde voor nagelstyling heeft mij een leven gegeven waar ik ooit alleen van durfde te dromen. Wat begon als fascinatie voor een onderschat ambacht, groeide uit tot een internationale reis die laat zien wat dit vak kan betekenen. Mijn naam is Pepyn Borrèl, CEO van Magnetic Nail Design, en al meer dan 25 jaar actief in de nagelbranche. Mijn reis begon aan de nageltafel, gedreven door techniek, vorm en materiaal. In de loop der jaren groeide ik uit tot een herkenbare stem in de branche - een rol die ik zie als verantwoordelijkheid om kennis te delen en het vak vooruit te helpen.

Mijn pad veranderde toen ik Mey Liang, oprichter van Magnetic, en Jaap Steeman ontmoette. Bij hen vond ik mijn professionele thuis. Mey bracht visie, Jaap structuur, en ik verbind dit met mijn passie voor het ambacht en de praktijk van de nagelstylist. Vandaag vormen wij samen de directie van Magnetic, een merk dat wereldwijd professionals ondersteunt met producten, systemen en opleidingen.

“Retail is de collega die altijd voor je blijft werken.”

Ik vind het essentieel dat salons kunnen blijven verdienen aan de producten die zij adviseren en verkopen. Een professionele behandeling eindigt namelijk niet wanneer de klant de salon verlaat. Juist de juiste thuisverzorging bepaalt voor een belangrijk deel hoe lang het resultaat mooi blijft en hoe tevreden de klant uiteindelijk is. De nagelprofessional weet op basis van kennis, ervaring en observatie precies welk product past en hoe het op de juiste manier gebruikt moet worden.

Retail is daarom veel meer dan een extra verkoopmoment. Ik noem retail graag de collega die altijd voor je blijft werken: een collega die nauwelijks extra behandeltijd kost, maar wel een belangrijke bijdrage kan leveren aan de winstgevendheid van de salon. Zonder extra uren in de agenda kan productverkoop zorgen voor een gezonde aanvullende omzet én een sterkere klantrelatie.

Daarom vind ik het geen goede ontwikkeling wanneer professionele producten rechtstreeks aan consumenten worden verkocht en de salon wordt overgeslagen. De professional investeert in opleidingen, productkennis, voorraad en persoonlijk advies. Als de klant vervolgens hetzelfde product elders koopt, verdwijnt een belangrijk deel van het verdienmodel terwijl de salon het advies heeft geleverd.

Natuurlijk verandert de markt en is online verkoop niet meer weg te denken. Juist daarom moeten leveranciers zoeken naar oplossingen waarbij gemak voor de consument samengaat met een eerlijke beloning voor de salon. Denk aan gekoppelde webshops, doorverwijscodes of commissiemodellen. Zo blijft professioneel advies zijn waarde behouden en blijft de salon de plek waar klanten terecht kunnen voor de juiste producten én deskundige begeleiding.



TRINITY Haircare kenmerkt zich door een strakke uitstraling, een goede prijs-kwaliteit-verhouding en goede marges voor de kapper. Toch zijn dat niet de belangrijkste kenmerkende factoren. Wat ons onderscheidend maakt, is de combinatie van exclusiviteit van onze producten en persoonlijk contact met onze klanten.

“De waarde zit in de stoel, niet op internet.”

Salonexclusiviteit als bewuste strategie. In de stoel begint het vaak hetzelfde: de klant is blij met het resultaat en vraagt welke producten er zijn gebruikt. Dat is een logisch moment, want juist daar verleng je jouw vakmanschap naar thuis. Maar in een markt waarin producten overal online opduiken, wordt dat moment minder vanzelfsprekend.

Voor mij is het antwoord op deze ontwikkeling al jaren duidelijk. Vanaf dag één hebben wij er bewust voor gekozen om niet online te verkopen. Niet omdat het niet kan, maar omdat het niet past bij hoe wij naar ons vak kijken. Salons kiezen daar heel bewust in mee.

Kunnen verdienen aan productadvies is geen bijzaak, maar een fundamenteel onderdeel van een gezond salonmodel. De kapper investeert in kennis, ervaring en persoonlijk advies. Dan moet dat advies ook waarde houden. Wanneer producten vrij online verkrijgbaar zijn, verschuift de focus automatisch naar prijs en verliest expertise aan kracht.

Met TRINITY haircare en TAILOR'S Grooming bewaken we dat anders. Onze producten zijn bewust niet online verkrijgbaar. De klant komt daardoor terug naar de salon voor het product dat de kapper heeft geadviseerd. Zo ontstaat een gesloten cirkel waarin behandeling, advies en thuisgebruik op elkaar aansluiten.

Salonexclusiviteit beschermt dus niet alleen de marge. Het versterkt de positie van de kapper als professional. Voor ons ligt de waarde in de stoel, in het contact en in het advies. Precies daarom hoort het product ook daar thuis.



Robèrt Jezewski, opgegroeid in de totale kappersbranche en inmiddels 40 jaar werkervaring, als producent van haarcosmetica, inrichter van salons, eigenaar van 3 kapsalons een kappersschool en groothandel. Nu werkzaam bij IMGRO Hair-Beauty-Care, totaal leverancier voor de gehele hair & beauty branche.

We kennen hem ook als oprichter en beheerder van de professionele Facebook kappersgroep “Nederland Kappersland” met zo’n 7.000 kappersleden.

“De kapper moet zich kunnen blijven onderscheiden.”

Jezewski Haircare produceert al sinds 1960 haarverzorgingsproducten in Amsterdam. Tot 2010 waren deze producten bij de kapper, maar ook bij de groothandel te vinden. Destijds was er nog geen sterke online concurrentie via webshops en platforms als Bol.com. Die tijden zijn veranderd.

Daarom zijn we teruggekomen op de markt met een nieuwe serie haarproducten, speciaal gericht op de kapper en diens retail. Wij bieden de producten niet via groothandels of andere webshops aan. Ze zijn uitsluitend bedoeld voor kappers die zich willen onderscheiden van de grote A-merken.

Veel merken beginnen ooit bij de kapper. De kapper maakt het merk groot en uiteindelijk belandt het overal online of in winkelketens. Soms kan de kapper het product dan zelfs goedkoper in de supermarkt kopen dan bij de eigen leverancier. Daarmee verdwijnt de geloofwaardigheid richting consument.

Daar doen wij niet aan mee. Onze serie bestaat uit producten waar kappersklanten thuis behoefte aan hebben. De producten zijn van hoge kwaliteit, gebaseerd op natuurlijke ingrediënten en overzichtelijk in aantal. Kappers hoeven geen honderd producten op te nemen, maar kunnen kiezen wat interessant is voor hun salon.

Elke kapper ontvangt dezelfde inkoopmarge. Daarnaast bieden wij marketingmateriaal, beelden en displays aan, zodat salons profiteren van een sterke en consistente presentatie. Op dit moment bestaat het assortiment uit dertig producten. Er komen nog enkele producten bij, maar we houden het bewust overzichtelijk voor kapper en consument.



Ik ben Mireille Bakker eigenaar van 'The Knot hairextension by Mago' Hair Benelux, het natuurlijkste hairextension bedrijf in de Benelux. Begonnen in het kappersvak op mijn 17e bij de vakopleiding de Dons in Amsterdam. Na het behalen van de diploma's ben ik gaan werken in diverse salons waar ik bij de laatste salon na een aantal jaar in 1995 het bedrijf heb overgenomen. Daar begon de start voor het ondernemers vak! 10 jaar succesvol geweest. 2004 de kapsalon verkocht om meer tijd voor het gezin te hebben en ben toe verdergegaan als zzp-er wat beter te combineren was op dat moment. In 2008 ben ik met het gezin voor een paar jaar naar Amerika (Florida) verhuist voor de verpakking branche van mijn man, wat een waanzinnige leerzame periode is geweest. Toen ons avontuur USA erop zat ben ik in 2011 weer verdergegaan in het kappersvak als zzp-er. In 2018 in contact gekomen met Mago Hair Extensions. Door mijn ervaring met hairextensions sprak deze techniek mij bijzonder aan. Er was nog geen distributeur in de Benelux. Dus ja daar ben ik toen met mijn man mee begonnen en daar heb ik geen spijt van! Het is een prachtig merk, mooie techniek en fantastische kwaliteit haar!

“Exclusiviteit versterkt vakmanschap én omzet.”

De tijd dat exclusieve haarproducten uitsluitend in salons werden aangeboden en geadviseerd, ligt grotendeels achter ons. Toch blijft het cruciaal om met exclusieve merken te werken waarbij de klant goed wordt geadviseerd.

Als salon investeer je in productkennis, vaak ook via betaalde cursussen. Je werkt met producten waar je achter staat en die passen bij jouw klanten. Juist daarom is exclusiviteit belangrijk. Wanneer een klant dezelfde producten eenvoudig online vindt tegen een lagere prijs, ontstaat er prijsdruk en wordt de meerwaarde van de salon minder zichtbaar.

Bij exclusieve salonproducten draait de aankoop niet alleen om het product zelf, maar ook om de expertise, het advies en de service van de kapper. Daardoor wordt prijs minder bepalend en groeit de waardering voor de totale salonervaring. Het geeft de salon uitstraling, kwaliteit, professionaliteit en vakmanschap.

Met geselecteerde producten kun je klanten adviseren op basis van hun haartype, verzorgingsbehoefte en stylingwensen. Dat vergroot het vertrouwen van klanten en helpt om trouwe klanten te behouden.

Daarnaast vormen de marges op exclusieve producten een stabiele aanvulling op de omzet uit behandelingen. De salon wordt minder afhankelijk van alleen knippen, kleuren of stylen en bouwt aan een gezondere financiële basis. Geef jouw salon daarom het verschil dat klanten zien en voelen: kies voor exclusieve haarproducten.



Ik ben Romy, eigenaar van Japanese Dream Spa, een groeiende salon gespecialiseerd in Japanese Head Spa-behandelingen en hoofdhuidverbetering. Met veel passie help ik klanten aan ontspanning, een gezonde hoofdhuid en sterker haar door middel van professionele behandelingen en persoonlijk advies op maat. Daarnaast geef ik trainingen aan professionals die zich willen specialiseren in de Japanese Head Spa-techniek.

“Klanten kopen uiteindelijk vertrouwen.”

Ik vind het heel belangrijk dat kappers en salons kunnen verdienen aan de producten die zij adviseren. In mijn salon geef ik klanten een professionele hoofdhuidscan en echt advies op maat. Daar zit veel kennis, ervaring en tijd achter. Productadvies is voor mij geen losse verkoop, maar onderdeel van de totale behandeling en van het resultaat dat de klant thuis wil behouden.

Wat ik soms jammer vind, is dat klanten een foto maken van de geadviseerde producten en deze daarna online goedkoper gaan zoeken. Zonder professioneel advies weten veel mensen niet welke producten echt geschikt zijn voor hun haar of hoofdhuid. Juist die expertise maakt het verschil.

Tegelijkertijd begrijp ik dat consumenten kijken naar prijs en gemak. Daarom moeten salons zich onderscheiden met persoonlijke aandacht, beleving, expertise en begeleiding. Dat is iets wat een webshop nooit volledig kan vervangen. Klanten kopen uiteindelijk niet alleen een product, maar ook vertrouwen in het advies van hun kapper of specialist.



Charlene Haga, eigenaresse van opleidings-instituut en productlijn GLOBAL CURL en kapsalon HAIRFORCE ONE (Gennep). Opgegroeid in een echte kappers-/ondernemersfamilie, wist Charlene Haga al op jonge leeftijd wat ze wilde; een eigen kapsalon. In 2010 werd Hairforce One in Gennep opgericht, een toonaangevende salon in Gennep en omstreken is. Daarnaast heeft ze door de jaren heen ook veel trainingen gegeven voor diverse kappersmerken. Charlene merkte dat klanten met krullen extra kritisch waren en meer vragen hadden over verzorging en producten. Daarom richtte ze in 2016 Global Curl op, een totaalconcept voor (Europees) krullend haar. Meer dan 750 salons in Nederland en België hebben trainingen bij Global Curl gevolgd. In 2023 heeft Charlene na een ontwikkeltraject van bijna 2 jaar een bijpassende CG en ECO-friendly productlijn gelanceerd. Charlene legt uit: “door de jaren heen zijn wij al bij zoveel (krul)salons geweest, dat we precies weten waar de behoefte ligt en waar kappers tegenaan lopen bij krulklanten. Hierdoor hebben we onze producten en trainingen optimaal kunnen ontwikkelen”.

“Professionele producten verdienen professionele uitleg.”

Professionele kappersproducten worden inderdaad vaak online op verschillende platforms aangeboden, regelmatig ook voor uiteenlopende prijzen. Dat is een slechte ontwikkeling, omdat professionele producten voor de consument pas volledig tot hun recht komen wanneer ze via de salon worden verkocht en uitgelegd.

Een consument komt niet naar een professionele salon voor alleen een snelle knipbeurt, maar ook voor persoonlijk advies over styling en productgebruik. De kapper kan uitleggen welke producten op dat moment het beste passen en, minstens zo belangrijk, hoe ze gebruikt moeten worden.

Op die manier ziet de klant de waarde van een goed product en mag de kapper daar ook aan verdienen. Productverkoop is belangrijk voor salons. Het maakt nogal verschil of retail tien of twintig procent van je omzet uitmaakt.

Wat je vaak ziet bij online verkoop, is dat consumenten een product kopen dat niet goed bij hen past of het verkeerd gebruiken. Met Global Curl zetten wij daarom sterk in op de professional en op B2B-verkoop. Wij geloven dat onze productlijn het beste tot zijn recht komt wanneer een kapper deze aan de klant adviseert. Zeker kritische krulklanten zijn bereid te investeren in professionele producten wanneer die aantoonbaar goed werken voor hun haar.



Sandra Staheli Klunder is de oprichter van Oh My Lash, een groothandel in wimperextensions die zij in 2016 startte vanuit haar passie voor het vak van wimperstyliste. Wat begon als een droom, groeide uit tot een succesvol familiebedrijf waarin inmiddels ook haar beide dochters een actieve rol spelen. Met oog voor kwaliteit en innovatie heeft Sandra haar merk stevig in de markt gezet. In april van dit jaar breidde zij haar onderneming uit met een consumentenwebshop, waar onder andere trendy press-on lashes verkrijgbaar zijn. Zo brengt zij haar expertise en liefde voor beauty dichterbij iedere klant.

“Persoonlijk advies geeft een product pas echte waarde.”

Voor ons is het belangrijk dat een stylist niet alleen verdient aan de behandeling, maar ook aan de producten die zij met overtuiging adviseert. Een professioneel advies is gebaseerd op kennis, ervaring en het behalen van het beste resultaat voor de klant. Daar mag een eerlijke beloning tegenover staan.

Tegelijkertijd begrijpen we dat de markt verandert en dat klanten steeds vaker online shoppen. Daarom geloven wij niet dat het volledig exclusief houden van producten de enige oplossing is. De meerwaarde van de salon zit juist in persoonlijk advies, de juiste productkeuze en begeleiding.

Wanneer een kapper uitlegt waarom een product past bij het haar, de behandeling en het gewenste resultaat, krijgt het product een andere waarde. Dan gaat het niet alleen om prijs, maar om vertrouwen. De salon moet dat advies zichtbaar durven maken en klanten meenemen in het belang van goed thuisgebruik.

Voor salons ligt er dus een kans om productverkoop niet te zien als losse retail, maar als onderdeel van professioneel werken. Wie dat goed doet, versterkt de klantrelatie én creëert een gezonder verdienmodel.



Mariëlle Keetman is al 21 jaar met passie werkzaam in de professionele kappersbranche. Door haar jarenlange ervaring binnen de kappersgroothandel heeft zij een brede kennis opgebouwd van haarproducten, merken en de behoeften van kappersprofessionals. Sinds 1 januari is Mariëlle de trotse eigenaar van Super Hair Brands, een inspirerende brandstore gespecialiseerd in hoogwaardige Italiaanse kappersmerken. Met haar liefde voor het vak, persoonlijke benadering en oog voor kwaliteit wil zij kappers laten kennismaken met bijzondere merken die écht het verschil maken. Daarbij hecht Mariëlle veel waarde aan het geven van trainingen en het delen van kennis, zodat klanten zich blijven ontwikkelen en het maximale uit de producten kunnen halen. Voor Mariëlle draait ondernemerschap om passie, vertrouwen en het opbouwen van duurzame relaties binnen de professionele haarbranche.

“Goed productadvies is een logisch verlengstuk van de behandeling.”

Wat is eenvoudiger dan een klant bij de wasbak of in de stoel mee te nemen in de producten die je gebruikt en in de meerwaarde daarvan voor de behandeling, zowel in de salon als thuis? Toch vinden veel kappers het soms makkelijker om te praten over vakantie, het weer of de thuissituatie dan om met goed advies de juiste producten mee te geven.

Een juiste mix lijkt hierin de oplossing. Voor veel klanten is een salonbezoek ook een sociaal moment, maar daar mag best een vleugje commercie aan worden toegevoegd. Goed productadvies hoeft niet opdringerig te zijn. Het kan juist een logisch verlengstuk zijn van de behandeling.

Wij proberen onze klanten daarin te ondersteunen door de vraag “waarom zouden jouw klanten ook thuis de door jou gebruikte producten moeten gebruiken?” mee te nemen in onze trainingen en in het dagelijkse contact met salons.

Exclusiviteit is hierin essentieel. Voor vrij verkrijgbare online producten is de race vaak bij voorbaat verloren. Na een eerste aanschaf vindt de klant de weg naar internet en wordt prijs bepalend. Door producten exclusief aan te bieden en deze zoveel mogelijk van internet te weren, geven wij salons de mogelijkheid om extra waarde te bieden aan de klant in de stoel, mét een mooie marge.

De verkoop van producten die tijdens de behandeling zijn gebruikt of die het resultaat verlengen, versterkt bovendien de klantbinding. De waarde voor de klant neemt toe en de salon laat duidelijk haar professionele meerwaarde zien.



Na bijna 4 decennia lang vol passie en energie een van de grotere groothandels in kappersbenodigheden te hebben gerund, heeft Hans Vermoolen er voor gekozen om een andere weg in te slaan. De kapperswereld helemaal los laten is nog een brug te ver, getuige zijn blijvende betrokkenheid bij de exclusieve import en distributie van Denman borstels en kammen in de Benelux.

“Exclusiviteit geeft de kapper zijn meerwaarde terug.”

Een goed productadvies hoort wat mij betreft vanzelfsprekend bij iedere professionele behandeling. De kapper kent het haar van de klant, weet welke producten zijn gebruikt en kan uitleggen hoe het resultaat ook thuis behouden blijft. Dat advies is een belangrijk onderdeel van de totale salonbeleving en verdient het om beloond te worden.

Tegelijkertijd zien we dat producten die overal online verkrijgbaar zijn de positie van de salon onder druk zetten. Zodra een klant hetzelfde product eenvoudig ergens anders kan bestellen, verschuift de aandacht al snel naar prijs in plaats van kwaliteit en advies. Daarmee verliest de kapper een belangrijk deel van zijn onderscheidend vermogen.

Daarom geloven wij sterk in exclusieve professionele merken die zoveel mogelijk binnen het salonkanaal blijven. Zo behouden kappers een gezond verdienmodel, terwijl klanten profiteren van deskundig advies en producten die perfect aansluiten op hun behandeling. Productverkoop wordt daarmee geen losse verkoopactie, maar een logisch vervolg op het vakmanschap in de stoel.

WWW.DENMAN.NL



Ik ben Richard Bindels, ondernemer met meer dan 35 jaar ervaring in de kappersbranche. Als voormalig eigenaar van meerdere salons ken ik de uitdagingen én kansen van het kappersvak als geen ander. Ik heb jarenlang succesvol gewerkt met conventionele haarproducten en begrijp dat deze werkwijze voor veel kappers en klanten nog steeds belangrijk is. Toch zag ik al 20 jaar geleden de noodzaak om een duurzamer pad in te slaan. Niet om conventionele technieken af te keuren, maar om bewustwording te creëren en kappers de kans te geven om veiliger en gezonder te werken. Sindsdien begeleid ik samen met een geweldig team de kappers die willen groeien en vernieuwen, zonder concessies te doen aan kwaliteit en creativiteit. Onze technische trainers hebben ervaring met zowel conventionele haarkleursystemen als met plantenkleursystemen. Dit stelt mij en ons in staat om iedere kapper, ongeacht achtergrond of ervaring, te begeleiden in een duurzamere manier van werken. Ik begrijp de voor- en nadelen van verschillende systemen en help je graag om de beste keuzes te maken voor jouw salon en klanten. Ontdek zelf en voel de opkomende passie voor nog mooier en onbeschadigd haar, maar vooral een nieuwe manier van creatief kleuren en til je vak naar een NEXT level.

“Professioneel advies blijft onmisbaar.”

Dat professionele haarproducten tegenwoordig ook online en buiten de salon verkrijgbaar zijn, is een realiteit waar niemand meer omheen kan. Consumenten oriënteren zich online en producten vinden via verschillende kanalen hun weg naar de eindgebruiker. Die ontwikkeling is niet zomaar terug te draaien.

Toch betekent dit niet dat de rol van de kapper minder belangrijk is geworden. Integendeel. Een professionele haarverzorgingslijn is veel meer dan een product op een schap of een afbeelding in een webshop. De kracht zit juist in het advies dat eraan voorafgaat. Een kapper kent het haar, de hoofdhuid, de wensen en de uitdagingen van de klant. Op basis daarvan wordt een product geadviseerd dat echt aansluit.

Daarom is het belangrijk dat kappers kunnen verdienen aan de producten die zij adviseren en verkopen. Tegelijkertijd mag de branche zichzelf afvragen waar de waarde van de kapper precies ligt. Is dat het product zelf, of is het vooral de kennis, ervaring en persoonlijke begeleiding die ervoor zorgen dat de klant het juiste product gebruikt?

Die expertise is opgebouwd door opleidingen, trainingen, praktijkervaring en voortdurende ontwikkeling. Toch wordt die kennis vaak indirect betaald via de marge op producten. In een markt waarin consumenten steeds makkelijker prijzen vergelijken, kan het interessant zijn om het verdienmodel breder te bekijken.

Misschien ligt de toekomst niet alleen in productverkoop, maar ook in het sterker waarderen van professioneel advies. Wanneer een salon zijn expertise positioneert als waardevol consult, ontstaat er meer vrijheid. De focus verschuift dan van prijs naar toegevoegde waarde: vertrouwen, deskundigheid en resultaat.



Jorg Colijn is de drijvende kracht achter Findicare, een toonaangevende leverancier van high-end wellness-, beauty- en medische apparatuur in Nederland en Europa. Met een scherp oog voor kwaliteit en innovatie bouwde Jorg Findicare uit tot een merk dat bekend staat om zijn persoonlijke service, duurzame apparatuur en sterke focus op beleving binnen de salon.

Onder zijn leiding introduceert Findicare premium merken zoals Collini en Opiala, waarmee moderne salons en kapperszaken hun dienstverlening naar een hoger niveau tillen. Jorg combineert ondernemerschap met productkennis, marktinzicht en een unieke visie op hoe technologie en design elkaar versterken in de beautybranche.

Met een groeiend netwerk van professionals, showrooms in Nederland, België en Duitsland en een team dat dagelijks klaarstaat voor advies, training en service, zet Jorg zich in om kappers, beautyprofessionals en wellnesslocaties te helpen groeien – met apparatuur die kwaliteit, betrouwbaarheid en comfort waarborgt.

“Een kapper verkoopt geen shampoo, maar expertise.”

Het is belangrijker dan ooit dat kappers kunnen blijven verdienen aan de producten die zij professioneel adviseren en verkopen. Een kapper verkoopt namelijk niet zomaar een shampoo of verzorgingsproduct, maar vooral expertise, ervaring en persoonlijk advies. Dat is het verschil tussen een willekeurige online aankoop en een product dat echt is afgestemd op de behoefte van de klant.

Veel consumenten beseffen niet hoeveel kennis er achter goed productadvies zit. Een kapper kijkt naar haartype, hoofdhuid, kleurbehoud, beschadiging en dagelijkse routine. Dat maatwerk kun je online nauwelijks vervangen. De salon blijft daarom een belangrijke plek voor professioneel advies en kwalitatieve producten.

Tegelijkertijd is de markt veranderd. Klanten vergelijken prijzen online en producten zijn op veel meer plaatsen verkrijgbaar. Dat vraagt van salons om sterker in te zetten op beleving, vertrouwen en service. De kracht van de professionele kapper zit niet alleen in het product, maar in het totaalplaatje: behandeling, advies, ervaring en resultaat.

Professionele merken en leveranciers hebben daarbij een verantwoordelijkheid om salons te ondersteunen en het exclusieve karakter van professionele producten zoveel mogelijk te bewaken. Wanneer salons geen gezonde marge meer kunnen behalen op retail, verdwijnt een belangrijk onderdeel van hun verdienmodel.



Frederique Pouw (32) is oprichter en eigenaar van Extensionszetten.nl en Luxury Gold. Met een passie voor kwaliteit en innovatie heeft zij Extensionszetten.nl uitgebouwd tot de grootste hairextensionssalon van Nederland. Daarnaast staat zij aan het roer van Luxury Gold, groothandel in hairextensions en professionele verzorgingsproducten en marktleider in Nederland en België. Inmiddels voeren meer dan 600 salons het merk. Frederique staat bekend om haar hoge kwaliteitsstandaarden, praktijkgerichte kennis en voortdurende focus op innovatie. Vanuit haar jarenlange ervaring inspireert zij zowel consumenten als professionals en draagt zij dagelijks bij aan de verdere professionalisering van de hairextensionsbranche.

“Een eerlijk verdienmodel begint bij goed advies.”

Het is een interessant spanningsveld dat de afgelopen jaren alleen maar relevanter is geworden. Enerzijds is het logisch dat professionele haarproducten breder beschikbaar zijn; de consument verwacht gemak en transparantie. Anderzijds schuilt de echte waarde van deze producten nog altijd in het advies van de professional.

Tegelijkertijd moeten we eerlijk benoemen dat er iets wringt. Het komt regelmatig voor dat een kapper de tijd neemt om een klant uitgebreid te adviseren, waarna datzelfde product elders online tegen een lagere prijs wordt aangeschaft. Dat voelt niet in balans.

Voor mij staat één ding centraal: de kapper is en blijft de expert. Producten zijn geen losstaande artikelen, maar een verlengstuk van de behandeling in de salon. Een goed advies maakt het verschil tussen een product dat redelijk werkt en een product dat echt resultaat levert. Daar moet een eerlijk verdienmodel tegenover staan.

Bij Luxury Gold hechten we veel waarde aan kapsalons als tussenschakel in de verkoop van verzorgingsproducten. Daarom worden onze producten niet elders online goedkoper aangeboden dan via de kapsalons. Juist zo beschermen we de salon en de waarde van professioneel advies.

Boost your confidence!

De snelst groeiende
hairextensions
groothandel van
Nederland en België!



Bij Luxury Gold draait alles om kwaliteit, innovatie en samenwerking. Met extensions en verzorgingsproducten die salons onderscheiden én opleidingen die vakkennis versterken, bouwt Frederique aan een groeiende community van succesvolle kappers. Wil jij je salon naar een hoger niveau tillen? Dan is dit hét merk om kennis mee te maken.



Nagelpoelweg 82 Apeldoorn | +31 55 2032652 | info@luxurygold.nl

www.luxurygold.nl



Bloom



SCAN VOOR INSPIRATIE !



Bloom is everything you want it to be.

Bloom is TRINITY haircare's **NEW** premium hair colour cream

Hair colour cream is PPD-free and 100% Vegan.

Vraag een vrijblijvend en GRATIS kleurdemonstratie aan.

TRINITY
haircare