ANKO

Barbiers-arena: waardevolle inzichten
Nieuwe leden aan het woord
ANKO Live 2026 line up
De kapper staat altijd achter je
De kern van ons vak is menselijkheid

K

Kapperszaken
Oktober 2026



Samen
Inspireren
Ontmoeten

KEUNE



Gepersonaliseerd *Kleurmasker*



Jouw gepersonaliseerde kleurmasker, samengesteld door je haarprofessional.
Exclusief verkrijgbaar in jouw Keune-salon.

*Instrumentele test, tot 24 weken

ANKO Kapperszaken is een uitgave van de Koninklijke Algemene Nederlandse Kappersorganisatie (ANKO) en verschijnt vier keer per jaar.

Contact
communicatie@anko.nl

Lid worden?
Leden van ANKO ontvangen ANKO Kapperszaken automatisch als onderdeel van hun lidmaatschap. Niet-leden ontvangen één keer per jaar een kennismakingseditie. Wil je lid worden van ANKO? Meld je dan aan via ankokapperszaken@anko.nl

Redactioneel team
Aan deze editie werkten mee:
Sonja Huising, Anita Loman, Therèse van 't Westende

Columnisten
Maurice Crusio, Henk den Boer, Rob Wolthuis

Vormgeving en productie
Ontwerp en opmaak: Member Since
Fotografie: Manola van Leeuwe, Studio Oostrum, Evelien Fotografie
Drukwerk en verspreiding:
ELMA Media B.V.

Advertenties
Acquisitie: ELMA Media B.V.
Gerda Metz, g.metz@elma.nl
0226 - 331652

Volg ons
Facebook: @ankokappers
Instagram: @ankokappers
Linkedin: koninklijke-anko
TikTok: @ankokappersvereniging

© **2026 - ANKO**
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt op welke wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van ANKO.

Hoewel bij de samenstelling van dit magazine de grootst mogelijke zorg is besteed aan de juistheid van de gepubliceerde informatie, aanvaardt ANKO geen aansprakelijkheid voor eventuele onjuistheden of gevolgen daarvan. Zet- en drukfouten voorbehouden.





10





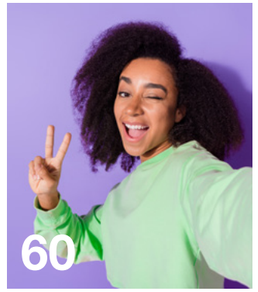
30



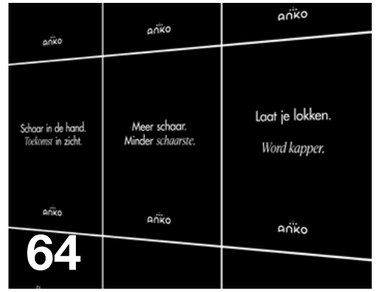
32



36



60



64

6 **In 't Kort**

9 **Samen groeien met ANKO**

10 **ANKO in Den Haag: Regeldruk**

12 **Barbiers-arena levert waardevolle inzichten**

16 **ANKO onderzoekt**

22 **Nieuwe leden aan het woord**

27 **Samen sterk: Geknipt én geschoren**

30 **ANKO Live: alles over het event**

32 **ANKO Live: Ron Blauw**

36 **ANKO Live: het verhaal van WMNSUIT**

38 **ANKO Live: Petra van den Burg**

40 **ANKO Live: Huseen Khaled**

44 **Arbeidsmarktcampagne** De kapper staat altijd achter je

49 **Werkgeverschap: De kern van ons vak is menselijkheid**

53 **De maatschappelijke waarde van de kapper**

56 **Stoelenforder: Achter welke stoel sta jij?**

60 **Werkgeverschap: Go for it!**

64 **Dag van de Kapper campagne**

66 **Gastcolumn Rob Wolthuis**



De kracht van verbinding

Met trots presenteren we deze speciale editie van Kapperszaken. Dit is het moment waarop we één magazine maken voor de héle kappersbranche. Daarmee brengen we ondernemers, vakgenoten en de nieuwe generatie kappers met elkaar in verbinding.
In deze editie staan ondernemerschap en goed werkgeverschap centraal. Je leest verhalen van ondernemers die iedere dag bouwen aan hun salon, investeren in hun medewerkers en kansen creëren voor nieuw talent. Daarnaast delen we inzichten en ontwikkelingen die helpen om verder te werken aan een sterke onderneming.
Ook kijken we alvast vooruit naar ons event ANKO Live op 23 november in de Fabrique in Utrecht. Verschillende sprekers uit het programma geven in dit magazine een voorproefje van wat je daar kunt verwachten. ANKO Live is dé dag waarop de branche samenkomt om kennis te delen, elkaar te ontmoeten en nieuwe ideeën op te doen.
Ben je ANKO-lid? Dan is deze editie een mooie weerspiegeling van waar we ons voor inzetten. Nog geen lid? Dan hopen we dat dit magazine je nieuwsgierig maakt naar wat ANKO voor de branche betekent. Misschien is ANKO Live wel het perfecte moment om kennis te maken. We ontmoeten je graag!

Therèse van 't Westende
directeur

Nieuw

ANKOLedenvoordelen helpt je slimmer ondernemen

ANKOledenvoordelen is live. Via dit nieuwe platform profiteer je als ANKO-lid van aantrekkelijke collectieve voordelen op algemene bedrijfskosten. Denk aan energie, telecom, afvalverwerking, mobiliteit en automatisering. Zo ondersteunt ANKO je niet alleen met belangenbehartiging, maar ook met praktische oplossingen die bijdragen aan een gezonde en toekomstbestendige onderneming.

Via **ankoledenvoordelen.nl** krijg je toegang tot scherpe collectieve prijsafspraken én deskundige ondersteuning. Van onafhankelijk advies en begeleiding bij een overstap tot contractbeheer en een vast aanspreekpunt: alles is erop gericht om jou tijd, geld en zorgen te besparen.
Met ANKOLedenvoordelen maken we ons lidmaatschap nog waardevoller. Ontdek direct welke voordelen beschikbaar zijn. De komende tijd breiden we het aanbod verder uit, zodat je steeds meer voordeel uit je lidmaatschap haalt.

Blijf op de hoogte via onze sociale media

Volg ANKO op de socials voor inspiratie, verbinding, kennis, praktische tips en verhalen van collega-kappers.
Facebook: @ankokappers
Instagram: @ankokappers
Linkedin: koninklijke-anko
TikTok: @ankokappersvereniging

ZZP

Zzp'er? Meld je aan!

Ben jij zelfstandig kapper? Dan mag je deze inspirerende ochtend niet missen! Op maandag 2 november ben je van harte welkom bij de ANKO Ontbijt- en Inspiratiesessie in Eindhoven.

Een ochtend speciaal voor zzp'ers waarin netwerken en inspiratie en praktische kennis opdoen samenkomen. Je ontmoet andere zelfstandig ondernemers, wisselt ervaringen uit en ontdekt hoe collega's omgaan met de uitdagingen én kansen van het ondernemerschap.

Ook ga je naar huis met direct toepasbare inzichten. Je krijgt praktische handvatten om slimmer te ondernemen met meer grip op je kostprijs, tarieven en productiviteit. Daarnaast krijg je meer inzicht in de financiële gevolgen van arbeidsongeschiktheid en de mogelijkheden om je als zelfstandig ondernemer goed te beschermen. Actuele onderwerpen waar iedere zzp'er vroeg of laat mee te maken krijgt.

Deelname is gratis voor ANKO-leden, maar aanmelden is wel noodzakelijk. Wacht niet te lang, want het aantal plaatsen is beperkt.

We kijken ernaar uit je op 2 november in Eindhoven te ontmoeten!



Ontmoet, leer en laat je inspireren: dé dag voor haarwerkspecialisten

Op maandag 9 november 2026 ben je van harte welkom op de Netwerk- en ontmoetingsdag voor haarwerkspecialisten. Van 10.00 tot 15.00 uur ben je te gast bij De Landgoederij in Bunnik voor een inspirerende dag vol kennis, ontmoeting en verdieping.
Je kunt rekenen op een afwisselend programma. Zo ontdek je tijdens een inspirerende sessie van Groeizaken hoe je jouw ondernemerschap verder kunt versterken. Ook geeft een zorgverzekeraar een inkijkje in actuele ontwikkelingen en gaan we met elkaar in gesprek over de verbinding tussen het vak van haarwerkspecialist en de zorg. Daarnaast neemt Willeke Pietersma, voorzitter van de Stichting Certificering Haarwerkspecialisten, je mee in de laatste ontwikkelingen binnen de stichting en de branche. Natuurlijk is er volop ruimte om collega's te ontmoeten, ervaringen uit te wisselen en nieuwe contacten te leggen.

Wil je erbij zijn? Meld je dan aan via info@anko.nl. We kijken ernaar uit je op 9 november te ontmoeten!

Jouw mening maakt onze stem sterker

Als vereniging wil ANKO weten wat er écht leeft onder kapperondernemers. Soms hebben we snel inzicht nodig in een actueel onderwerp. Willen we weten hoe kapperondernemers ergens over denken. Of hebben we een sterke onderbouwing nodig voor gesprekken met beleidsmakers, politici, ministeries of de media. Daarom starten we met het **#VraagHetDeKapper-panel**.

Als lid van het panel ontvang je een paar keer per jaar een e-mail met één tot drie korte vragen. Invullen kost hooguit een minuut, maar jouw antwoorden maken een groot verschil. Ze helpen ons om standpunten te onderbouwen, belangen krachtig te vertegenwoordigen en te laten zien wat er écht speelt in de kappersbranche.

Hoe meer kappers meedoen, hoe sterker onze stem. Niet op basis van aannames, maar op basis van de ervaringen en meningen van ondernemers uit de praktijk. Doe je mee? Meld je aan voor het #VraagHetDeKapper-panel. Stuur een e-mail naar info@anko.nl.

ANKO brengt ondernemerschap de klas in met interactieve gastcolleges

Sinds dit jaar verzorgt ANKO interactieve gastcolleges op kappersopleidingen door heel Nederland. Daarmee maken studenten op een inspirerende en laagdrempelige manier kennis met het ondernemerschap in de kappersbranche. Veel studenten dromen ervan om ooit een eigen salon te



starten. Maar hoe zet je die stap? Welke keuzes maak je onderweg en welke uitdagingen kom je tegen? Tijdens het gastcollege nemen we studenten in ongeveer drie kwartier mee in de praktijk van het ondernemerschap. Aan de hand van de verhalen van twee jonge kapperondernemers ontdekken zij hoe het is om een eigen onderneming op te bouwen. De één staat aan het begin van zijn ondernemersreis, de ander heeft inmiddels enkele jaren ervaring. Zij vertellen open over hun successen, uitdagingen en de lessen die zij onderweg hebben geleerd.
Na de video's gaan de studenten zelf aan de slag. Met interactieve MIME-kaarten bespreken zij onderwerpen die horen bij verschillende fases van het ondernemerschap: van de start als ondernemer of zzp'er tot het aannemen van personeel en de groei van een salon. Op een speelse manier ontdekken studenten welke kennis en vaardigheden in elke fase belangrijk zijn.

We sluiten het gastcollege af met de belangrijkste inzichten en er is volop ruimte om vragen te stellen. Ook laten we zien hoe ANKO (toekomstige) ondernemers ondersteunt bij het starten, opbouwen en verder ontwikkelen van hun onderneming. Natuurlijk maken studenten meteen kennis met het gratis ANKO-studentlidmaatschap. Met deze gastcolleges wil ANKO jongeren enthousiast maken voor ondernemerschap én ze laten zien dat zij er als ondernemer niet alleen voor staan.

Interesse in een gastcollege op jouw kappersopleiding? Mail dan naar info@anko.nl. We vertellen je graag meer over de mogelijkheden.

Kerndatarapport 2026: actuele cijfers over de kappersbranche



Hoe ontwikkelt de kappersbranche zich? Hoeveel salons zijn er, hoeveel mensen werken er in de branche en hoe staat het met het aantal studenten? Het Kerndatarapport 2026 geeft antwoord op deze en andere vragen. Het rapport biedt een actueel overzicht van de belangrijkste cijfers en trends binnen de branche. Daarmee is het een waardevolle bron voor ondernemers, onderwijs, beleidsmakers en andere betrokkenen die inzicht willen krijgen in de ontwikkelingen van de kappersbranche.

Het Kerndatarapport komt jaarlijks tot stand dankzij de gezamenlijke inzet van de sociale partners ANKO, CNV en FNV Mooi. Door kennis en data te bundelen, ontstaat een betrouwbaar en actueel beeld van de branche.

Benieuwd naar de nieuwste cijfers? Download dan het rapport via onze website.

DOUBLETRUE®
LUXURY HAIR EXTENSIONS
DOUBLE YOUR HAIR, DOUBLE YOUR BEAUTY

NIEUW
GENIUS
WEAVE

100%
NATURAL &
HANDCRAFTED

JALOERSMAKENDE
HAIREXTENSIONS
EXCLUSIEF VOOR SALONS

Gemakkelijk en snel: langer & voller haar
Double drawn, extra **vol tot in de punten**
Salon kwaliteit, **100% echt haar uit India**

Meer informatie?
www.doubletrue.eu
info@doubletrue.eu
06-13265545

ANKO | Column



Van droom naar succes.

Samen groeien met ANKO

Ik weet nog goed waarom ik ooit voor dit vak koos. Omdat ik mensen mooier wilde maken, energie krijg van creativiteit en mensen mij enorm boeien. Misschien herken jij dat gevoel?

Maar we weten allemaal dat ondernemen in onze branche veel meer is dan alleen knippen, kleuren en creëren. Als saloneigenaar ben je tegelijkertijd ondernemer, mogelijk werkgever, marketeer, coach, planner en financieel verantwoordelijke.
Je maakt lange dagen, neemt voortdurend beslissingen en draagt de verantwoordelijkheid voor je bedrijf, je medewerkers en je klanten. Dat doe je met liefde voor het vak, maar soms ook met vragen, onzekerheden of uitdagingen die je niet altijd met anderen deelt. Juist daarom geloof ik zo sterk in de kracht van ANKO.

Als voorzitter, maar vooral als collega uit de branche. Ik zie iedere dag hoeveel passie, vakmanschap, doorzettingsvermogen en optimisme er in onze sector aanwezig is. Ik zie mensen die blijven investeren in kwaliteit, hun medewerkers en de toekomst van hun bedrijf. Goed werkgeverschap is daarbij belangrijker dan ooit. Want gemotiveerde medewerkers maken niet alleen het verschil voor je klanten, maar ook voor de toekomst van je onderneming.

Onze branche staat voor de nodige uitdagingen. Kosten stijgen, regelgeving wordt ingewikkelder en bij het vinden van goede medewerkers is er een “war on talent” gaande. Tegelijkertijd zie ik ook enorme kansen. Om ons vak verder te professionaliseren, ondernemerschap te versterken en samen te bouwen aan een toekomstbestendige branche. Daar zet ANKO zich elke dag voor in. Of je nu nog op school zit en droomt van een eigen zaak, net begint als ondernemer, groeit, een salon overneemt of al jarenlang een succesvol bedrijf runt: iedere fase brengt nieuwe vragen en nieuwe kansen met zich mee. ANKO ondersteunt je daarbij met kennis, advies en praktische hulp maar vooral ook met een netwerk van mensen die begrijpen wat het betekent om kapperondernemer te zijn.
Voor mij is ANKO meer dan een vereniging. Het is een gemeenschap van vakgenoten die elkaar versterken. Ondernemers die kennis delen, elkaar inspireren en samen opkomen voor de belangen van onze branche. Want als we iets hebben geleerd, dan is het dat we samen meer bereiken dan alleen. Of het nu gaat om het behoud van het lage btw-tarief, minder regeldruk, goed onderwijs of betere voorwaarden voor ondernemers en leerbedrijven: een sterke gezamenlijke stem maakt het verschil.

Ik ben ervan overtuigd dat een sterke branche begint bij ondernemers die zich gezien, gehoord en gesteund voelen. Daarom investeren we niet alleen in de uitdagingen van vandaag, maar ook in de kansen van morgen. In goed werkgeverschap, vakmanschap én ondernemerschap. Onderwijs én innovatie. Verbinding en belangenbehartiging. En in een branche waarin ondernemers samen sterker staan. Ik nodig je van harte uit om onderdeel te worden van ANKO. Voor jezelf, je medewerkers, je salon, en voor de toekomst van ons prachtige kappersvak!

Maurice Crusio, voorzitter ANKO

Regeldruk waarover gaat het en wat doen we eraan?

Het is een bekend beeld. Kappers kiezen voor het vak omdat ze creatief zijn en houden van werken met mensen. Maar bij ondernemen hoort ook administratie, regels kennen en naleven. Dat valt niet altijd mee. Wat zijn de lastigste issues en wat doet ANKO om die voor haar leden makkelijker behapbaar te maken?



Uit verschillende onderzoeken, uitgevoerd door MKB Nederland, het Ministerie van Economische Zaken en ANKO, weten we welke onderwerpen voor de kapper de meeste regeldruk veroorzaken. In die onderzoeken stonden kapperondernemers met personeel centraal, onder meer omdat zij verantwoordelijk zijn voor 68% van de omzet van de branche. Deze kappers hebben allerlei verplichtingen die voortkomen uit wet- en regelgeving. Soms hangen die samen met het ondernemer of werkgever zijn, maar het kan ook zijn dat er sprake is van sectorspecifieke verplichtingen.

Waar over gaat het?

Als voorbeeld nemen we het bedrijf van een kapperondernemer met 7 tot 10 medewerkers (tot maximaal 5 fte). Voor zo'n bedrijf:

- kunnen de kosten die te maken hebben met regeldruk oplopen tot 40.000 euro per jaar
- die kosten bestaan voor 41% aan interne kosten en voor 59% aan externe kosten
- zijn er ongeveer 70 verplichtingen van toepassing. Van de 70 verplichtingen zijn er 52 in het onderzoek meegenomen; kapperondernemers vinden 28% van die verplichtingen niet tot slecht werkbaar.

Voor kapperondernemers zijn dit de meest belastende verplichtingen:

- doorbetalen loon bij ziekte (bij kort verzuim: niet verzekerd, zelf doorbetalen/bij lang verzuim: wel verzekerd via dure verzekering of ook zelf doorbetalen)
- uitvoering en omvang van de RI&E (Risico-inventarisatie en -evaluatie/ arbeidsomstandigheden)
- re-integratie van een zieke medewerker (minder omzet en eventueel inhuren van vervangers of deskundigen)
- betaling transitievergoeding voor een vertrekkende werknemer
- doorlopen van ontslagprocedures via het UWV (arbeidsongeschiktheid).

Wat doet ANKO voor haar leden?

Gert-Jan Deben is senior adviseur belangenbehartiging en beleid bij de brancheverenigingen. Hij werkt, samen met een aantal andere collega's, al jaren aan het dossier regeldruk. Dat betekent dat hij op allerlei plekken, bijvoorbeeld binnen ministeries, MKB Nederland en de Tweede Kamer, beleidsmakers en politici informeert over wat de regeldruk voor kapperondernemers betekent. Op die manier probeert hij bestaande én nieuwe wetten en regels te veranderen. Ook voorzitter Maurice Crusio zet zich in voor vermindering van regeldruk voor kappers. Zo sprak hij kort geleden de vaste Kamercommissie EZ toe en had een gesprek met Heleen Herbert, de minister van Economische Zaken en Klimaat.

"Vooral de kleine kapperondernemers worden door de verplichtingen waaraan ze moeten voldoen onevenredig belast. Dat heeft bijvoorbeeld te maken met het feit dat het financieel niet uit kan om een deskundige in te huren voor de uitvoering van complexe verplichtingen. Kappers moeten dus meerdere rollen zelf vervullen en kunnen daardoor minder bezig zijn met hun vak.

Ook de kappers met personeel hebben, als werkgevers, stevige verplichtingen. Denk aan twee jaar loondoorbetaling bij ziekte, het zorgdragen voor een gezonde en veilige werkomgeving en het bijdragen aan het pensioen van hun medewerkers. Voor zzp-ers speelt dit niet. En grotere salons met medewerkers en ketenkappers kunnen de werkgeverslasten beter dragen vanwege hun schaalgrootte.

Gelukkig wordt het probleem van de te grote regeldruk inmiddels onderkend. Het kabinet moet uitvoering geven aan de aangenomen motie die regeldruk -meetbaar en merkbaar- met 20% terug moet dringen. Vanuit onze branche volgen we nauwlettend wat er op dit punt concreet gebeurt. Maar we laten ons ook horen. Bijvoorbeeld door te pleiten voor het overnemen van de verplichte loonbetaling in het tweede ziektejaar door de overheid."

ANKO-acties gericht op minder regeldruk

→ **Roep richting overheid om de verplichte loondoorbetaling in het tweede ziektejaar over te nemen**
Ziekteverzuim betekent in de praktijk vaak dat de werkgever zelf extra moet werken om het omzetverlies van een zieke medewerker op te vangen. Daarnaast moeten werkgevers een zieke werknemer begeleiden zonder – vanwege privacyregels – te mogen vragen wat er aan de hand is. En de verzekeringspremies zijn hoog. Wat vooral doordrukt is de verplichte loondoorbetaling in het tweede ziektejaar.

→ **Aansluiting bij een arbodienst collectie geregeld**
ANKO heeft het mogelijk gemaakt om vanuit het collectief aan te sluiten bij een arbodienst. Dat betekent dat het voor kapper-werkgevers veel makkelijker wordt aan deze verplichting te voldoen.

→ **Branchespecifieke RI&E gerealiseerd**
Ook is de Risico-Inventarisatie & Evaluatie (RI&E) -samen met sociale partners- branchespecifiek gemaakt. En verder is geregeld dat er geen toets door de arbodienst plaatsvindt bij bedrijven die (minder dan) 25 medewerkers hebben. Het maken en toepassen van de verplichte RI&E is daardoor gemakkelijker en goedkoper.

Barbiers-arena levert waardevolle inzichten

Hoe kijken barbier-ondernemers naar de toekomst van de branche? Welke uitdagingen ervaren zij in hun dagelijkse praktijk? En wat verwachten zij van ANKO? Over deze vragen gingen tien barbier-ondernemers met elkaar in gesprek tijdens de ANKO Barbiers-arena.

Wie: tien barbier-ondernemers, van zzp'ers tot saloneigenaren met personeel

Wie nog meer: op de tweede ring een ruime vertegenwoordiging van het mbo, een aantal ANKO-bestuurs- en commissieleden, de directeur en medewerkers van het ANKO-bureau en gespreksleider Rob van Bodegom van het door ANKO hiervoor ingeschakelde onderzoeksbureau Markteffect.

Waarom: Sinds 2025 vormen barbiers een herkenbare doelgroep binnen ANKO, onder meer door de commissie Barbiers en de actieve bijdrage van ANKO aan de ontwikkeling van het beroepscompetentieprofiel (BCP) en het kwalificatiedossier (KD) Barbier. Hoog tijd om meer inzicht te krijgen in de drijfveren, uitdagingen en verwachtingen van deze groep ondernemers.

Waar en wanneer: op 15 juni in de Cool Classic Club in Naarden, een plek met een unieke collectie klassieke auto's geflankeerd door kunst, werkruimtes en een heerlijke Italiaanse koffiebar.







Werkgeverschap

Personeelstekort bleek een van de grootste uitdagingen voor ondernemers. Het vinden én behouden van goede medewerkers is lastig. Verschillende deelnemers gaven aan dat jonge professionals regelmatig snel kiezen voor het zzp-schap, waardoor ondernemers na een investering in opleiding en begeleiding hun medewerkers zien vertrekken. Sommigen kiezen voor stoelhuur om de risico's te beperken. Maar de Wet DBA kan deze samenwerking compliceren. Daarnaast ervaren ondernemers uitdagingen op het gebied van kosten en overige regelgeving.

Ondernemerschap

Over concurrentie bestaan er weinig zorgen. De algemene opvatting was dat er voldoende werk is voor ondernemers die kwaliteit leveren en zich weten te onderscheiden. Iedere klant kiest immers een kapper die bij hem past.

De barbiers aan tafel beschikken over vakinhoudelijke kennis en vaardigheden. In de branche vragen zaken die met het ondernemerschap te maken hebben meer aandacht. Denk aan het krijgen van inzicht in de ontwikkeling van hun bedrijf, het vergroten van hun verdienvermogen, het maken van onderbouwde ondernemerskeuzes en het ontwikkelen van een toekomstvisie die aansluit bij een veranderende markt.

Vakmanschap

Vakmanschap kent verschillende routes. De achtergronden van de deelnemers verschillen sterk. Sommigen volgden een kappersopleiding, anderen leerden het vak grotendeels in de praktijk. De gemene deler was duidelijk: vakmanschap draait om blijven leren, jezelf ontwikkelen en het vak doorgeven aan een volgende generatie.

Vakmanschap is key

Op de vraag of de ondernemers zich profileren als barbier of als kapper-ondernemer, kwam unaniem het antwoord: wij zijn onderdeel van de kappersbranche.

Onderwijs

Onderwijs en praktijk versterken elkaar. De deelnemers benadrukten het belang van goed onderwijs. Tegelijkertijd leert een barbier het vak in de praktijk.

Ook barbiers voelen zich onderdeel van de kappersbranche

De ondernemers zijn blij met de nieuwe mbo-opleiding Barbier. Deze biedt jongeren de mogelijkheid om een startkwalificatie te behalen en daarnaast de basis van het vak te leren. Wel is een goede wisselwerking tussen onderwijs, student en leerbedrijf onmisbaar voor de ontwikkeling van vakmensen.

Belangrijkste conclusies

De Barbiers-arena liet zien dat de branche volop in beweging is. De belangrijkste inzichten uit de gesprekken:

- Vakmanschap blijft de basis.
- Onderwijs en praktijk moeten beter op elkaar aansluiten.
- Personeelstekort en werkgeverschap vormen grote uitdagingen.
- Barbiers willen meer betrokken zijn bij opleidingen en talentontwikkeling.

Wat doet ANKO met de conclusies van dit onderzoek?

ANKO is en blijft in gesprek met onderwijs en de leerbedrijven. Dit doet zij zelfstandig en waar nodig met sociale partners via het Brancheplatform Kappers.

Daarnaast gaat de Commissie Barbiers kijken op welke wijze ANKO-leden zich kunnen onderscheiden richting de consument.

Ook kijken we naar de opzet van regionale barbernetwerken, waarin barbiers elkaar versterken op het vlak van vakmanschap. ANKO kan daarbij aansluiten door ondersteuning te bieden op het gebied van werkgeverschap en ondernemerschap.

Advertorial

Hyaluronic Glossing:

GLANS ALS SALONSERVICE

DOOR **L'ORÉAL PROFESSIONNEL**

Glanzend en verzorgd haar is belangrijker dan ooit, merkt Dominic Vleer, ambassadeur van L'Oréal Professionnel en eigenaar van Atelier DMNC. "Klanten zijn bewuster bezig met hun haarconditie en de producten die worden gebruikt. Ze zoeken niet zomaar een kapper, maar een expert die vertelt wat hun haar nodig heeft." Met de Hyaluronic Glossing-services speelt L'Oréal Professionnel daarop in.



Drie services

Dominic onderscheidt drie services: Toning, Refreshing en Glossing. "Met Toning neutraliseer je ongewenste kleurtonen. Refreshing is ideaal wanneer de kleur nog goed is, maar intensiteit en glans mist. Bij Glossing kijk je naar diepte, dimensie en contrast en voeg je vooral glans toe." De services worden uitgevoerd met Dia Light, verrijkt met hyaluronzuur. "Het resultaat is die luxe uitstraling die klanten zoeken: glad, glanzend en verzorgd haar van aanzet tot punt."

Snelle upgrade

Ook voor de salon ziet Dominic kansen. De service heeft een inwerktijd van maximaal twintig minuten en is eenvoudig aan een knip- of föhnafspraak toe te voegen. "De kleur hoeft niet toe te zijn aan een volledige behandeling. Met een glossing kun je iedere kleurhoogte en elk kleurkarakter weer laten stralen." Zo creëer je een extra bezoekmoment én breid je je servicepakket uit.





"Het resultaat is de luxe uitstraling die klanten zoeken"

Laat je expertise zien

De sleutel tot succes? Communicatie. "Vertel wat je gebruikt, waarom en welk effect het heeft. Door verschillende tinten te mengen, creëer je een gepersonaliseerd resultaat. De klant hoeft niet zelf een behandeling te kiezen. Jij bent de expert en adviseert welke totaalservice nodig is voor het gewenste eindresultaat."

L'ORÉAL PROFESSIONNEL PARIS

Dominic op Instagram:
@dominicvleer
L'Oréal Professionnel op Instagram:
@lorealpro_education_benelux

ANKO | ANKO onderzoekt

Kerndata zijn allerlei belangrijke gegevens over de kappersbranche. Het kerndataonderzoek laten we jaarlijks samen met de vakbonden FNV Mooi en CNV uitvoeren door onderzoeksbureau Panteia, omdat we alledrie gebaat zijn bij betrouwbare cijfers.

Daarmee weten we zeker dat we allemaal dezelfde cijfers hanteren. Dat is belangrijk als we over dezelfde onderwerpen lobbyen in Den Haag. Wil je meer cijfers over de kappersbranche zien? Scan de qr-code voor het volledige kerndatarapport.

Bedrijven

2025 2024

Zonder personeel



26.605
26.010

Met personeel

5.935
5.910

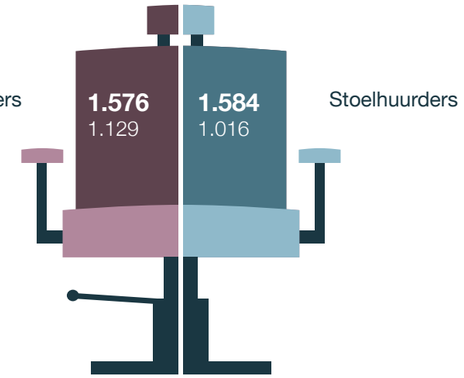
Totaal aantal bedrijven

32.540
31.920

Het aantal bedrijven met personeel daalt jaarlijks een beetje. Maar in 2025 is ten opzichte van 2024 een lichte groei te zien van 5.910 bedrijven naar 5.935 bedrijven. Het aantal bedrijven zonder personeel (zzp) groeit jaarlijks maar de groei gaat steeds minder hard. Van 2024 naar 2025 is die groei 2,3% van 26.010 naar 26.605.

Stoelverhuurders

1.576
1.129



1.584
1.016

Stoelhuurders

Aantal vestigingen

34.010
33.155

32.540 bedrijven hebben samen 34.010 vestigingen. Het aantal vestigingen is gestegen met 2,6%

Zie waar de markt naartoe beweegt

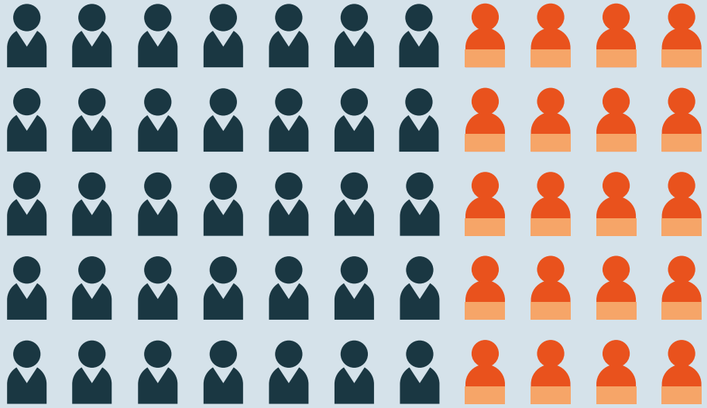
De cijfers maken veranderingen zichtbaar. Denk aan de groei van het aantal zzp'ers, de ontwikkeling van het aantal werkgevers, stoelhuur, personeelstekorten en de instroom van studenten. Zo zie je welke ontwikkelingen ook voor jouw bedrijf belangrijk kunnen worden.

Personen

2025 2024

Ondernemers

Werknemers in loondienst



34.622
33.991

20.884
21.648

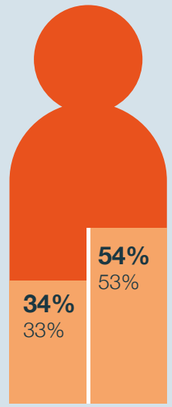
Totaal aantal personen

55.506
55.419

De groei van het aantal zzp'ers gaat minder hard. Het aantal medewerkers in loondienst daalt. Het totaal aantal werkzame personen in de branche blijft nagenoeg gelijk. Dat betekent dat er meer zzp'ers (26.605) in de branche werkzaam zijn dan werknemers (20.884). De schaarste aan werknemers blijft bestaan.

van de medewerkers is jonger dan 25 jaar

34%
33%



54%
53%

is vijf jaar of langer in de kappersbranche werkzaam

Loonsom

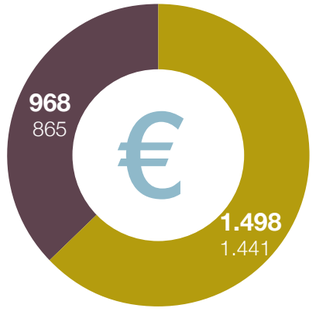
€455
€453

Ondanks de daling van het aantal werknemers stijgt de bruto loonsom van de medewerkers per jaar van €453 miljoen naar €455 miljoen. Dit komt o.a. door de loonstijgingen in de cao.

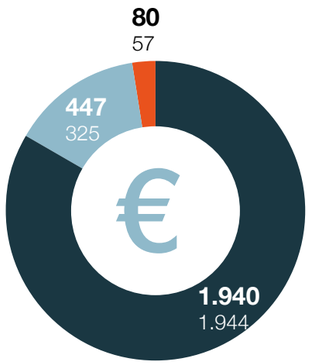
De omzet in 2025 is met 6% gestegen ten opzichte van 2024. Van afgerond € 2.3 miljard (2024) naar afgerond 2.5 miljard (2025). Dat komt vooral door de hogere prijzen die een logisch gevolg zijn van de hogere (loon) kosten en inflatie.

Omzet

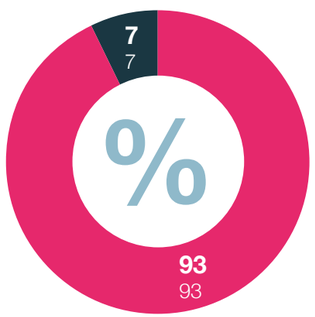
2025 2024



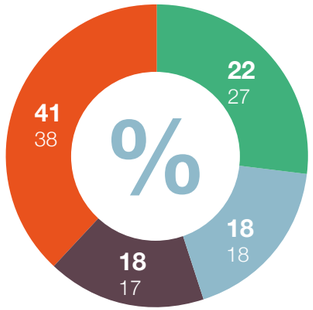
- Omzet bedrijven met personeel
- ZZP-ers



- Omzet vanuit bedrijfspand
- Vanuit huis
- Ambulant



Omzet aandeel
- Diensten
- Productverkoop



Aandeel ZZP-ers per omzetklasse
- Omzet minder 10k
- 10k tot 20k
- 20k tot 30k
- Meer dan 30k

omzet totale kappersbranche

€ 2,5 mld

€ 2,3 mld

18% van de bedrijven heeft personeel. Zij vertegenwoordigen 61% van de omzet in de branche.

82% van de bedrijven is zzp'er. Zij vertegenwoordigen 39% van de omzet in de branche.

41% van de zzp'ers heeft een omzet van meer dan 30k.

93% van de omzet wordt gemaakt door kappersdiensten en 7% door productverkoop.

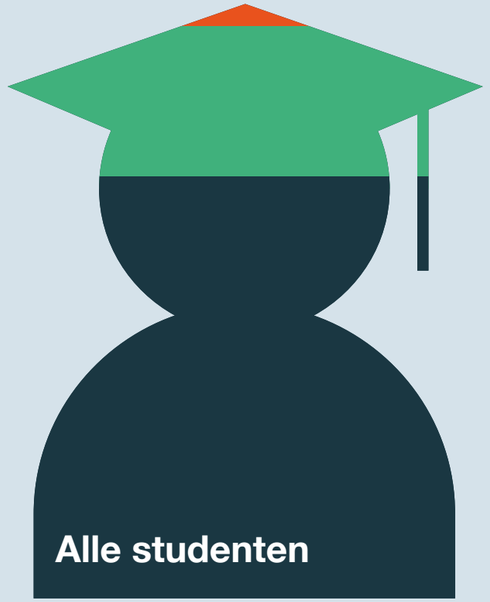
gemiddelde besteding per kappersbezoek

€ 51,44

€ 50,05

Studenten

2025 2024



Overige studenten
195
180

BBL
2.180
2.186

BOL
5.937
5.248

Het totale aantal studenten

8.312

7.614

Het totale aantal studenten op de ROC's is in 2025 flink gestegen ten opzichte van 2024. Het aantal bbl-studenten blijft nagenoeg gelijk aan 2024. Het aantal bol-studenten stijgt flink met 13% van 7.614 naar 8.312. Het aantal externe studenten (doen alleen examen, volgen geen lessen op ROC) blijft klein.



13
33

899
896

3.327
3.023



245
221

796
836

1.216
1.273

humanohair

PREMIUM HAIREXTENSIONS VOOR PROFESSIONALS DIE KIEZEN VOOR KWALITEIT

DOOR **HUMANO HAIR**

Van naadloze blends en consistente kleuren tot hoogwaardige wefts: bij Humano Hair staat één ding centraal: premium hairextensions van eerlijk geproduceerd, 100% menselijk haar. Het merk wil meer zijn dan een leverancier. Humano Hair bouwt aan een professionele community waarin kwaliteit, transparantie en educatie centraal staan. Een samenwerking waarin salons niet alleen kunnen rekenen op hoogwaardige extensions, maar ook op kennis en ondersteuning. Want de juiste plaatsing, kwaliteit en beleving dragen volgens Humano Hair uiteindelijk bij aan waar het om draait: het zelfvertrouwen van de klant.



Transparantie en kwaliteit

Kwaliteit begint bij de basis: het haar zelf. Humano Hair werkt daarom met 100% Remy-haar uit Rusland en Mongolië, dat dubbel drawn is. Dit betekent dat het haar vol is tot in de punten, wat zorgt voor een natuurlijk eindresultaat en een lange levensduur. Daarbij kijken ze niet alleen naar de kwaliteit die de klant ziet en voelt, maar ook naar de manier waarop het haar wordt verkregen en geproduceerd. Verantwoorde en eerlijke productie is dan ook een belangrijk onderdeel van de kwaliteit waar ze als merk voor staan.

Professioneel, premium en resultaatgericht.

Humano Hair richt zich primair op de professionele markt. Ze willen dat elke salon die met hun haar werkt het beste resultaat kan leveren. Daarom kunnen alleen salons die voldoen aan voorwaarden, zoals een kappersdiploma, een relevante inschrijving bij de Kamer van Koophandel en aantoonbare interesse of ervaring in extensions, onderdeel worden van de community.

Binnen de community staat samenwerking centraal. Salons kunnen rekenen op een vertegenwoordiger die hen begeleidt en meeneemt in de showroom, waar kwaliteit, kleur en beleving samenkomen. Hier kunnen zij het assortiment ervaren, kleuren vergelijken en inspiratie opdoen. Daarnaast biedt Humano Hair een klantenservice met een achtergrond in het kappersvak en ondersteunt de Academy, met educators, professionals in hun ontwikkeling tot hairextensionspecialisten. Zo hebben salons alles in handen om voor iedere klant het beste resultaat te creëren.



Voor iedere haarwens een passende optie

Binnen het assortiment van Humano Hair ligt de focus op wefts waarbij draagcomfort centraal staan. Zo voeg je met de Special Weft volume en lengte toe, terwijl de Ultra Invisible Weft specifiek zorgt voor een naadloze en natuurlijke look met veel stylingmogelijkheden. Met deze varianten biedt Humano Hair voor iedere klant en haarwens een passende optie.

Het assortiment telt 28 kleuren en is verkrijgbaar in 40, 45, 55 en 65 centimeter.

humanohair

Meer informatie over samenwerken met Humano Hair vind je hier:

Nieuwe leden

Assink Pure Identity vindt zijn oorsprong in 1908 in Hengelo en is van vader op zoon overgegaan. Maikel Assink is de vierde generatie die aan het roer staat. Toen hij zeven jaar was, wist hij al dat hij de zaak ooit wilde voortzetten. In 1994 werd dat werkelijkheid.

Inmiddels is Assink Pure Identity uitgegroeid tot vijf salons: twee in Hengelo en verder één in Hilversum, Weespersluis en, dit jaar geopend, in Losser. Alle salons hebben dezelfde focus op kwaliteit en service. Elke salon wordt bovendien direct lid van ANKO.

Maikel vindt dat lidmaatschap erg waardevol. “Als kapper ben je vooral bezig met je medewerkers, je klanten en de groei van je bedrijf. Het is fijn dat een organisatie als ANKO dan je belangen behartigt in Den Haag. Denk aan regeldruk en behoud van het lage btw-tarief. Je spreekt dan als branche met één stem. Ook kun je bij ANKO terecht voor kennis en advies en word je op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen die belangrijk zijn voor onze branche.

Wat ik ook heel goed vind, is dat ANKO ook kijkt naar de langere termijn. Bijvoorbeeld door zich in te zetten voor goed onderwijs en vakmanschap. Daardoor kan er nieuwe talent blijven instromen om ons mooie vak in de toekomst voort te zetten!”



Maikel Assink - Assink Pure Identity

ANKO kijkt verder dan vandaag

Kinki Kappers Hoorn – Lara Rollman

Van manager naar ondernemer: ANKO biedt houvast



Vier maanden geleden opende Kinki Kappers een nieuwe salon in Hoorn. Voor franchisenemer en manager Lara Rollman is het een bijzondere stap. Ze had al langer de ambitie om een eigen salon te runnen en kwam daarom zelf met het voorstel om een Kinki-salon in Hoorn te starten. Ze ging op zoek naar een geschikte locatie en was vervolgens betrokken bij de volledige verbouwing en inrichting van de nieuwe zaak. “Er moest flink wat gebeuren, maar het was mooi om van een lege ruimte uiteindelijk een salon te maken die helemaal past bij Kinki én bij mij.”

Lara werkte hiervoor zeven jaar bij Kinki Kappers in Purmerend, waarvan drie als manager. Via de eigen opleidingen van Kinki, waaronder Manager to Be en Beginnend Ondernemer, kon ze zich verder ontwikkelen als ondernemer en leidinggevende. Inmiddels werkt ze zelf mee in de salon, samen met één vaste medewerker en twee BOL-studenten. Dat vindt ze belangrijk. “Ik wil zelf op de werkvloer staan. Zo houd je feeling met het vak en met je klanten, maar het helpt me ook om een team goed aan te sturen.” De salon begint inmiddels goed te draaien. “Nu de vakantieperiode achter de rug is, komt het steeds meer op gang. Dat is mooi om te zien.”

Met de start van de nieuwe salon is Lara, zoals alle franchisenemers van Kinki, ook lid geworden van ANKO. “Ik kende ANKO al goed vanuit mijn vorige functie. Ik maakte vooral veel gebruik van de ANKO-website om dingen op te zoeken, bijvoorbeeld informatie over de cao en zaken rondom medewerkers. Nu ik zelf ondernemer ben, ervaar ik hoe waardevol de ondersteuning op zakelijk gebied is. Zeker als je net begint, geven de praktische tips en adviezen veel houvast.”



Cay Kleeven kiest opnieuw voor ANKO

Van familietraditie naar vakmanschap

Voor Cay Kleeven is het kappersvak geen beroep dat hij ooit bewust heeft gekozen: het is hem met de paplepel ingegoten. Als derde generatie kapper stond hij op zijn zestiende al met een schaar achter de stoel, naast zijn vader. Inmiddels heeft hij ruim dertig jaar ervaring en heeft hij zich volledig gespecialiseerd in het herenvak en barbering. Hij is zowel als heren- als dameskapper vakbekwaam opgeleid.

In 2000 nam Cay de salon van zijn vader over. Door veel aandacht te besteden aan training en ontwikkeling groeide de onderneming uit tot een van de grotere gemengde salons in Zuid-Nederland.

In 2017 verkocht hij de salon om zijn hart te volgen: volledig focussen op het barbiersvak. Ook verzorgt hij trainingen en demo's voor kappers, barbiers en docenten in samenwerking met drie partijen: Mr Finnly's, Wahl en Pivot Point, door de hele Benelux en via Kleeven Educatie vanuit Horst.

Als salonhouder was Cay altijd ANKO-lid, net als zijn vader. Toen hij verderging als zzp'er zag hij aanvankelijk weinig reden om opnieuw lid te worden. Dat veranderde toen hij ANKO steeds vaker tegenkwam bij bijeenkomsten, beurzen en de Skills-wedstrijden. Ook gesprekken met ANKO-medewerkers maakten indruk. "Ik ontdekte steeds meer dat ANKO er voor kappers in de volle breedte is, maar ook oog heeft voor specifieke groepen."

Voor Cay gaf vooral de aandacht voor jonge ondernemers en barbiers de doorslag. Ook de inzet voor het kappersonderwijs spreekt hem aan en het terugdringen van regelgeving. "Ik geloof erin dat een brancheorganisatie echt iets kan bereiken voor de sector. Bijvoorbeeld door regelgeving terug te dringen en het onderwijs te versterken." Zijn lidmaatschap past daarmee eigenlijk perfect bij zijn eigen visie: je bent als vakman nooit uitgeleerd en het vak wordt sterker als je kennis met elkaar deelt.

MEDICEUTICALS®
HEALTHY SCALP, HEALTHY HAIR
TRICHOGENIX
INTENSE HAIR & SCALP SYSTEM
TRICHOGENIX
SCALP SERUM
INTENSE HAIR & SCALP SYSTEM
15ML / 0.5 FL. OZ
+10.9%
Verbetering van de haardichtheid
+18.1%
Toename van de haardikte
-36%
Vermindering van de impact van DHT
+117%
Stimulatie van verankerings-proteïne
26%
Toename van de keratineproductie
+200%
Toename van de hydratatie
+52%
Verbetering van de microbioom diversiteit
82%
Ervaart direct verzachtend effect
Scan to view the introduction video
Confidence Starts at the Roots
De wetenschappelijke revolutie voor voller haar en een gezonde hoofdhuid

Keep shining,
stay glossifying

De nieuwe Glossifying Shine line: vegan, krachtig en direct zichtbaar resultaat - voor ieder haartype. Laat al je klanten zelfverzekerd de deur uit gaan met de nieuwe Glossifying Shine Shampoo & Conditioner van KIS. De vegan formule is verrijkt met Vitaoils Plus: een exclusief complex van zeven hoogwaardige plantaardige oliën

UPGRADE JE ROUTINE

Verleng het Shine-resultaat met de KIS Glamshine en Daily Leave-In Spray. De Glamshine zorgt voor gezond, zijdezacht en glanzend haar, terwijl de Leave-In Spray het haar hydrateert, ontwart en direct pluisvrij maakt. Samen geven ze het haar een prachtige glans én beschermen ze tegen hitte, UV-straling en haarbreuk.

Download de KIS app



NEW NEW

KIS | Shine

kis-haircare.com



Geknipt én geschoren

Als zoon van een inmiddels 94-jarige kapster ben ik opgegroeid in een geur van permanentvloeistof en een haartje hier en daar. Als kind heb ik vele wikkelpapiertjes gladgevouwen voor hergebruik. Kortom, de leden van ANKO bevinden zich op een voor mij minder onbekend terrein dan je bij mij op het eerste gezicht zou verwachten. Toch is mijn drijfveer om zitting te nemen in de raad van advies van ANKO niet dat kappersvak specifiek. Nee, dat is mijn drive – als voormalig ondernemer – om iets te betekenen voor ondernemers waarvoor het werk niet ophoudt als je het alarm inschakelt en de salondeur achter je sluit.

Een raad van advies mag gevraagd én ongevraagd advies geven aan het bestuur en zowel mijn ervaring als ondernemer, bestuurder, en niet in het minst als mens zouden op momenten van nut kunnen zijn voor uw mooie branchevereniging. Hiervoor was ik branchevoorzitter in het vastgoedonderhoud en ik heb in zowel de coronaperiode als tijdens vele kabinetswisselingen in de Haagse keuken gestaan. Als je dan terugkijkt dan vraag je je af wat voor zin dat heeft gehad. Graaf je dieper dan zijn het steentjes in een rivier die wel degelijk het verschil hebben gemaakt. En daar gaat het om!
Starend naar de horizon wil ik de belangen van ondernemers blijven behartigen. Een ontzettend cliché is natuurlijk dat het mkb – vroeger ook wel de middenstand genoemd – het haarvatenstelsel van onze maatschappij vormt. Er wordt verdiend, werk gecreëerd, sociaal verbonden, gesponsord enzovoort. Stel je een utopisch beeld voor waarin alles online wordt gekocht en persoonlijke verzorging 100% gerobotiseerd is. Om koud van te worden. Ooit was er de campagne “Kijk eens wat vaker in de spiegel van de kapper”. Met een echtgenote die elke vrijdag bij de kapper zit en ikzelf elke vier weken kan ik met recht stellen dat je weer een beetje happy wordt van de blik in de spiegel als de kapmantel, de klemmetjes en andere hulpmiddelen zijn weggehaald.
Over dat staren naar de horizon wil ik toch wel even kwijt dat je als ondernemer niet moet gaan somberen bij tegenslag. Neem zeker contact op met je branchevereniging. Je probleem of uitdaging zou daar zomaar eens eerder voorbij kunnen zijn gekomen en dan is een oplossing dichterbij dan je zou verwachten. Ledentallen van brancheverenigingen staan onder druk en daar wil ik voor waarschuwen. Voor alle ondernemingen geldt dat contact met collega’s je slimme ideeën kan opleveren. Een brancheverenigingen is tenslotte een vergaarbak van ontwikkelingen in de héle branche.
Het is belangrijk om vandaag een betere kapperondernemer te zijn dan gisteren.
Liefst samen...

Henk den Boer
Lid raad van advies ANKO

REDKEN 5TH AVENUE NYC NATIONAL

GLOSS WEEK

REDKEN 5TH AVENUE NYC

MAAK KENNIS MET

PROTEIN GLOSS

DE **PROFESSIONELE** SERVICE

VOOR VERSTERKT HAAR* &

MAXIMALE GLANS

ONTDEK NU MEER OP L'ORÉAL PARTNER SHOP

*Wanneer Acidic Protein Amino Concentrate wordt gebruikt als onderdeel van de service

REDKEN PROTEIN GLOSS: DE ULTIEME GLOSS & REPAIR SERVICE

Gezond, glanzend, sterk haar en langdurige kleur komen voortaan samen in één naadloze service. Met de introductie van de Redken Protein Gloss transformeer je jouw kleurservice naar een hoogwaardige behandeling die kleurt én verzorgt. Door de iconische Shades EQ Bonder Inside te combineren met proteïne- en hydratatieconcentraten, hoef je nooit meer te kiezen tussen een kleuring of een intensieve verzorging.

Deze salon-exclusieve routine van slechts 40 minuten tilt de haarkwaliteit naar een hoger niveau dankzij een krachtig drietal: citroenzuur dat de porositeit balanceert en de haarschubben sluit, amino-eiwitten die de haarstructuur van binnenuit versterken om breuk te voorkomen, en glycerine voor langdurige, diepe hydratatie. Na de kleuring en het wassen met Acidic Bonding Concentrate shampoo pas je het Acidic Protein Amino Concentrate en het Acidic Moisture Concentrate toe. De behandeling sluit je af met de Acidic pH Sealer en voor het stylen breng je de Acidic Bonding Concentrate Leave-In aan voor extra versterking en hittebescherming. Het resultaat is direct zichtbaar en voelbaar: tot 2x sterker haar, een perfect gebalanceerde pH-waarde en een ongeëvenaarde, langdurige glans.





SLUIT JE AAN BIJ DE REDKEN NATIONAL GLOSS WEEK

Om de Protein Gloss service extra onder de aandacht te brengen, organiseert Redken in oktober de National Gloss Week. Salons kunnen zelf een week naar keuze in oktober selecteren om deze behandeling optimaal te promoten. Via de L'Oréal Partner Shop zijn vanaf begin september exclusieve promotiematerialen verkrijgbaar, zoals posters, vlaggetjes en decoratie. National Gloss Week is niet alleen een zichtbaar salonmoment, maar ook een geweldige commerciële kans. Gloss- en repairservices sluiten perfect aan bij de groeiende vraag naar sterker, glanzender haar van de consument en bieden een aantrekkelijke manier om nieuwe klanten te trekken én de loyaliteit van huidige klanten te vergroten.

Mis deze kans niet, zet de Protein Gloss service centraal en geef je salonomzet deze oktober een boost!

Op 23 november is het zover: ANKO Live! Hét event waar de kappersbranche samenkomt om inspiratie op te doen, kennis te delen en elkaar te ontmoeten. Na een succesvolle eerste editie belooft dit weer een dag volop energie, nieuwe inzichten en waardevolle ontmoetingen te worden.

Dit jaar staan onder meer Nikkie Plessen en Ron Blaauw op het podium, die hun ervaringen delen over ondernemerschap, leiderschap en groei. We reiken voor de vijfde keer de ANKO Ondernemers Award uit én introduceren de ANKO Innovatieprijs, waarmee we vernieuwende ideeën en ondernemers in de branche in de schijnwerpers zetten. Ook kun je unieke workshops volgen over ondernemerschap, innovatie en de toekomst van het vak. Of je nu ondernemer, ketenbedrijf, zzp'er, mbo-student of een relatie bent: ANKO Live is dé plek om kennis op te doen, vakgenoten te ontmoeten en vooruit te kijken.

Zien we jou op 23 november? Meld je aan via de QR-code en verzeker jezelf van een plek!

ANKO LIVE

MAANDAG 23 NOVEMBER
DE FABRIQUE UTRECHT
11:00 – 18:00 UUR

Aimy. · ALCINA · anko Verzekeringsdienst · DAVINCI SALONSOFTWARE · FINNLEY'S · GUY SARLEMIJN DESIGN · HAIDU · kinki HIZI HAIR · inline CONCEPTS OF BEAUTY · the INSIDERS · KIS "The hairdresser's secret" · L'ANZA HEALING HAIR COLOR & CARE · L'ORÉAL PROFESSIONAL PRODUCTS · MEDICEUTICALS · PAUL MITCHELL · PIVOT POINT · TRINITY

PROGRAMMA INSPIRENDE SPREKERS, PANELDISCUSSIES EN MEER DAN 20 UNIEKE WORKSHOPS

ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE · ANKO LIVE

Een selectie uit onze line-up:



WMNSUIT

Oprichters en voormalig juristen Fleur Huijs en Michelle Haagmans ontwerpen luxe maatpakken voor vrouwen die hun ambitie willen dragen. Met hun ontwerpen inspireren zij vrouwen om hun ruimte in te nemen, kansen te grijpen en vol vertrouwen hun eigen pad te volgend.



MARK MELIEF

Ondernemer, creatief denker en mede-eigenaar van Kinki Kappers Mark Melief deelt zijn visie op creatief ondernemerschap, authenticiteit en relevant blijven in een wereld die voortdurend verandert. Met ruim veertig jaar ervaring laat hij zien hoe je met lef, visie en vakmanschap je eigen koers bepaalt.



DIANE DEN BOER

Diane den Boer combineert haar ervaring als salonondernemer met haar expertise in communicatie, NLP en persoonlijke ontwikkeling. Vanuit Arena Kappers, Salon. Mindset en New Wolves Hair helpt ze kappers groeien in vakmanschap, ondernemerschap en mindset.



LAURA BAS

Generatie Z-expert, spreker en changemaker Laura Bas laat zien hoe je de jongste generatie begrijpt, bereikt en behoudt. Met haar scherpe inzichten in jong talent en de werkvloer inspireert ze organisaties om anders te kijken naar de generatie van nu én de toekomst.



PETRA VAN DEN BURG

Kapper, ondernemer, prijswinnaar en auteur Petra van den Burg deelt vanuit 30 jaar ervaring haar eerlijke en herkenbare kijk op het kappersvak. Met humor, passie en een flinke dosis nuchterheid vertelt ze over ondernemerschap, vakmanschap, uitdagingen én de liefde voor het vak.

We reiken voor de vijfde keer de ANKO Ondernemers Award uit én introduceren de ANKO Innovatieprijs, waarmee we vernieuwende ideeën en ondernemers in de branche in de schijnwerpers zetten. Ook kun je unieke workshops volgen over ondernemerschap, innovatie en de toekomst van het vak.

Paneldiscussie:
succesvolle starters

DOMINIC VLEER
LOUISE VLAAR
JOOST MULLEMAN

Skills-winnaars:
jonge talenten in gesprek

ANOUK VAN DER MEER
HUSEEN KHALED
YNOLA LOMMERSE

ANKO LIVE! Hét inspirerende event waar de branche samenkomt!

Website

Direct aanmelden

Ron Blaauw



Topchef, ondernemer en inspirerend werkgever

Topchef Ron Blaauw is een van de bekendste horecaondernemers van Nederland. Hij kreeg twee Michelinsterren voor zijn restaurant, maar deed daar in 2013 bewust afstand van. Hij koos voor een toegankelijker concept dat beter paste bij zijn visie op gastvrijheid en ondernemerschap.

Met zijn nieuwe concept wist hij al snel weer de waardering van Michelin te krijgen en werd hij binnen korte tijd bekroond met een ster. Inmiddels heeft hij meerdere horecazaken waaronder Ron Gastrobar in Amsterdam.

Hij staat bekend om zijn visie op leiderschap, teamontwikkeling en goed werkgeverschap. Juist in een sector waar personeel schaars is, laat hij zien hoe belangrijk het is om te investeren in je mensen.



"Een goede werkgever geeft medewerkers de ruimte om te leren én fouten te maken. Je moet een veilige werkomgeving creëren waarin mensen zich op hun gemak voelen en zichzelf kunnen zijn. Alleen dan kunnen ze groeien. Om het vak goed te leren, moeten medewerkers veel vlieguren maken. Die kans krijgen ze bij mij. Daar mag je als werkgever ook iets voor terugvragen: dat ze op tijd zijn, verantwoordelijkheid nemen, zich inzetten voor het team en zich willen blijven ontwikkelen."

Volgens Ron Blaauw begint goed werkgeverschap met vertrouwen. In een branche die bekendstaat om de hoge werkdruk, is dat volgens hem belangrijker dan ooit. "Die werkdruk is er nu eenmaal. Iedere lunch en ieder diner is eigenlijk een wedstrijd die je wilt winnen. Alles moet kloppen en aan ons kwaliteitsniveau voldoen."
Ontwikkeling staat centraal in zijn manier van ondernemen. "Ik steek veel energie in het behouden van mensen. Dat doe ik door ze kansen te geven om zich te ontwikkelen, met stages, cursussen en doorgroeimogelijkheden. Maar ook door te investeren in de onderlinge band. We organiseren bijvoorbeeld borrels en barbecues met medewerkers van al onze zaken. Zo ontstaat er verbinding en een groepsgevoel."

Bij het aannemen van medewerkers kijkt Blaauw veel verder dan een cv. "Diploma's zeggen me minder dan persoonlijkheid. Het gaat om gevoel. In de bediening heb je bijvoorbeeld flair nodig, je moet goed kunnen inspelen op gasten en stevig in je schoenen staan. Dat kun je deels leren, maar het moet ook in je zitten. Daarnaast kijk ik altijd of iemand in het team past. Je kunt niet alleen maar leiders hebben, je hebt ook mensen nodig die graag de handen uit de mouwen steken."

Soms springt talent er direct uit. "Bij Joris Bijdendijk zag ik meteen iemand met een enorme ambitie om topkok te worden. Samen maakten we een plan voor drie jaar en hij heeft dat meer dan waargemaakt: hij is nu chef van het met een Michelinster bekroonde Restaurant Rijks in Amsterdam."



Tevreden medewerkers zorgen voor tevreden gasten

Om medewerkers verantwoordelijkheid te laten nemen, is openheid volgens Blaauw essentieel. "Alles is hier transparant. Mijn medewerkers mogen weten hoe het bedrijf ervoor staat, ook als we een mindere maand hebben gehad. We bespreken regelmatig samen wat beter kan en iedereen mag ideeën aandragen, bijvoorbeeld voor de menukaart. In zo'n cultuur voelen mensen zich vrij om initiatief te nemen." Met meerdere horecazaken is betrokkenheid volgens hem de sleutel. "Deel successen met elkaar en geef vooral je medewerkers de credits. Ik hoef niet altijd degene te zijn die in de schijnwerpers staat. Uiteindelijk is het altijd teamwork."

Zijn keuze om in 2013 vrijwillig afscheid te nemen van de Michelinsterren veranderde niet zozeer zijn manier van leidinggeven, maar wel de organisatie. "We gingen terug naar eenvoudiger. Geen lange uitleg aan tafel, maar gewoon goed eten, een fijne sfeer en oprechte aandacht voor de gast." Ongeveer tachtig procent van de medewerkers ging mee, maar een groot deel vertrok later alsnog omdat het niet meer bij hen paste. “Dat hoort erbij. Je moet trouw blijven aan de koers die bij je past."

Ook de nieuwe generatie medewerkers vraagt om een andere aanpak. "Jonge mensen hebben vaak hoge verwachtingen als het gaat om groei, mogelijkheden en salaris. Ook willen ze het liefst allemaal op maandag en dinsdag werken, maar ik heb ze ook in het weekend nodig. Ik probeer ze stap voor stap mee te nemen in hoe ons vak werkt, zodat ze zelf ervaren dat je eerst moet investeren om verder te komen."

Zelf heeft Blaauw in de loop der jaren ook veel geleerd. "Wat ik heb moeten afleren? Te snel willen gaan en verwachten dat iedereen hetzelfde tempo heeft als ik. Iedereen ontwikkelt zich op zijn eigen manier. Als leidinggevende moet je daarin meebewegen."

Zijn advies aan ondernemers, en speciaal aan kapperondernemers, is dan ook helder: "Blijf in gesprek met je mensen. Geef aandacht, bied opleidingsmogelijkheden en laat zien dat hun mening ertoe doet. Mensen blijven niet alleen voor een salaris, maar vooral omdat ze zich gezien en gewaardeerd voelen. Tevreden medewerkers zorgen uiteindelijk voor tevreden klanten."

Keynote spreker tijdens ANKO Live

Als ondernemer en werkgever weet Ron Blaauw als geen ander hoe belangrijk vertrouwen, werkplezier en een goede werkomgeving zijn om mensen te laten groeien. Hij deelt zijn ervaringen met de stap van vakman naar werkgever en gaat in op de uitdagingen van vandaag: personeelstekort, veranderende verwachtingen en de nieuwe generatie medewerkers. Met humor en praktische voorbeelden vertelt hij over leiderschap en hoe je bouwt aan een team dat samen wil presteren.

ANKO LIVE ANKO LIVE

Zet vol in op de socials

Het verhaal van WMNSUIT

Durf ook doof te zijn

Hoe hebben twee jonge ondernemers in korte tijd een goedlopend bedrijf opgezet dat maatpakken voor vrouwen maakt? Pakken die politici, dagvoorzitters, directeuren én bruiden graag dragen. Michelle Haagmans en Fleur Huijs weten uit eigen ervaring wat werkt en wat niet.

Innoveer vanuit de vraag









Ze leerden elkaar kennen tijdens hun studie strafrecht. Fleur trad in die tijd, vanuit een eigen bedrijf, regelmatig op als dagvoorzitter en was eigenlijk altijd net niet tevreden met het pak dat ze dan droeg. Toen ze een keer met haar vader winkelde, werd haar duidelijk dat er veel meer mogelijk was voor (maat) pakken voor mannen. Samen met Michelle richtte ze WMNSUIT op met als uitgangspunt: “Een pak is veel meer dan kleding, het is een statement van kracht, zelfvertrouwen en individualiteit”. Veel kappers zullen die insteek voor hun eigen vak herkennen.

Zo’n vier jaar geleden gingen ze van start. Het moeilijkst bleek een goede producent te vinden. En het inkopen van stoffen bij Italiaanse leveranciers had ook zo z’n uitdagingen. Michelle: “We hebben ruim twee jaar achter de schermen gebouwd. En toen lanceerden we via LinkedIn twee pop-ups: een in Amsterdam en een in Den Bosch. Als we daarmee voldoende zouden verkopen konden we door. Het werd een groot succes; we kwamen pasruimtes tekort en maakten ter plekke een Excel-bestand om de orders goed te kunnen bijhouden. Sinds 1 juli vorig jaar hebben we de winkel in Den Bosch.”

Fleur vult aan: “Het was een roller-coaster. We hebben alles zelf moeten uitvinden. Er was geen baas die vertelde hoe het moest. Hoe houden we op een goede manier contact met klanten, hoe regelen we de boekhouding, hoe komen we aan personeel, wie van ons staat wanneer in de winkel?

Toen Michelle ontslag nam moesten we knallen. Enthousiast zijn over je product is belangrijk, maar er komt veel meer kijken bij het ondernemen. Wij zijn wel echt compagnons, we hebben elk onze eigen functie en vullen elkaar aan. Ik ben van het ondernemen en de strategie, Michelle van de kwaliteit en het contact met de klanten. Maar we zijn allebei empathisch en vinden elkaar in de passie voor WMNSUIT.

Klanten in soorten en maten

We zijn verbaasd over het feit dat we zoveel verschillende klanten hebben. Zakenvrouwen van 35 die op de Zuidas werken (ongeveer 10% van ons klantenbestand), maar ook 50+-vrouwen die een maatpak niet eens altijd kopen voor hun werk. En gelukkig blijkt de aanschaf van een pak geen ‘once-in-a-lifetime-ding’ te zijn. 30% van onze omzet bestaat uit pakken die voor een gelegenheid worden gekocht.”

Michelle: “Wat al onze klanten belangrijk vinden is kwaliteit. Dan gaat het natuurlijk over goede materialen. Maar wat ook speelt is dat bijna geen enkele vrouw in standaardpakken past. Bij verschillen tussen mannen gaat het vaak over schouders en buik. Maar bij vrouwen zijn ook taille, borsten en billen bepalend voor een goedzittend pak.

We hebben 0 euro aan marketing en advertenties uitgegeven

Bekendheid: zet vol in op de socials

We zijn nog maar ruim een jaar bezig met de verkoop. Maar als we kijken naar hoe onze klanten ons op het spoor zijn gekomen springen social media eruit. Daar hebben we dan ook heel veel tijd en aandacht aan besteed. Steeds meer krijgen we nu ook klanten via mond-tot-mondreclame. En onze trouwe, terug-kerende klanten zijn natuurlijk belangrijk.

Innovatie: innoveer vanuit de vraag

Toen we startten hadden we een bepaal-de gedachte over innovatie. Maar in de praktijk blijkt dat door wat we zelf uitvinden, maar ook in het contact met onze klanten, een nieuwe lijn ontstaat. Kort geleden hebben we dan ook een lijn voor bruiloften opgestart. En we hebben de wind mee door de uit de VS overge-waaide populariteit van de ‘civil wedding’. Daarbij is een mooi pak voor een vrouw heel passend. Een voordeel is natuurlijk ook dat we snel kunnen schakelen. We hebben een serie voorbeeldpakken hangen en na de passessie bestellen we. Onze voorraad is dus beperkt.

Advies: durf ook doof te zijn

Ik denk dat we succesvol zijn omdat we in ons product geloven én lef hebben. Als 27- en 28-jarige vrouwelijke ondernemers hebben we meer advies gekregen dan ons lief was. Van mensen uit de retail, financieringsdeskundigen, ouders en vrienden. Bijvoorbeeld om te beginnen met een kleinere winkel of niet meteen in de hipste winkelstraat. Maar voor ons klopte dit pand op deze plek. We zijn er vol voor gegaan.

Dat is ook zo als we over de toekomst nadenken. Wij zitten over vijf jaar in het buitenland! Kort geleden deden we mee aan een ondernemerswedstrijd en wonnen niet omdat de jury ons niet realistisch vond. En door anderen werd gezegd dat we te open waren, teveel lieten zien van ons product en onze aanpak. Wij negeren dat soort opmerkingen en kijk eens waar dat ons heeft gebracht”, aldus Fleur.

Wie inspireren Michelle en Fleur?

Wij vinden Fokke de Jong, de man die op een zolderkamer Suitsupply begon, interessant. Hij deed als ondernemer gekke dingen, maar is nu wereldwijd actief. Hij was ook onconventioneel, onder meer met het beeld van zoenende mannen.

Ook Olcay Gulsen spreekt ons aan. Ze is eerder failliet gegaan en het is heel Nederlands om haar dan niet meer serieus te nemen. Wij hebben ook grote risico’s genomen, dat hoort bij ondernemen. Maar ze is weer aan het opbouwen, heel stoer.

Petra van den Burg:

Ik was gewoon nog niet uitge-schreven



Voor Petra van den Burg was een boek schrijven eigenlijk geen verrassing. Schrijven doet ze al van jongs af aan. Later deelde ze haar verhalen via columns en Facebook. De enthousiaste reacties brachten haar op een idee: waarom geen boek?

Rust bleek daarbij onmisbaar. In Nederland kwam het schrijven er vaak niet van. "Je wordt toch snel opgeslokt door de dagelijkse dingen," vertelt Petra. Daarom verblijven zij en haar man ieder jaar van november tot maart in Italië. Met uitzicht op het Comomeer vond ze eindelijk de tijd en inspiratie om te schrijven. "Soms vergat ik zelfs te eten of te drinken."

Het resultaat mocht er zijn. De eerste oplage van Je zal maar kapper zijn was binnen de kortste keren uitverkocht. Inmiddels zijn er ruim 8.000 exemplaren verkocht. Het boek verscheen in eigen beheer en werd vooral via social media bekend. Toen klanten ernaar gingen vragen, meldden boekhandels zich vanzelf.

Wat Petra misschien nog wel het mooiste vindt, zijn de reacties van collega's. "Ze zeggen vaak: een feest van herkenning. Of: fijn dat iemand dit eens hardop zegt." In haar verhalen laat ze niet alleen de leuke kanten van het kappersvak zien, maar ook de uitdagingen. Onderwerpen waar collega's elkaar volgens haar best vaker over mogen spreken. De luchtige toon en haar gevoel voor humor maken de verhalen toegankelijk en herkenbaar.

Na het succes van haar eerste boek begon het alweer te kriebelen. "Ik was gewoon nog niet uitgeschreven. Het schrijven vond ik ontzettend leuk en ik had nog veel meer te vertellen."

In haar tweede boek kiest Petra soms voor een serieuzere toon. Ze schrijft kritischer over onderwerpen die veel kappers bezighouden. Zoals klanten die respectloos omgaan met hun kapper, de steeds ingewikkeldere regels voor ondernemers en de oneerlijke concurrentie in de branche.

"Het was ook een manier om mijn eigen frustraties van me af te schrijven," zegt ze. "Bijna therapeutisch." Toch is ook in dit boek de humor nooit ver weg.

Door haar boeken wordt Petra inmiddels regelmatig gevraagd voor lezingen. Die ontmoetingen met collega's geven haar veel energie. "Er wordt veel gelachen, maar er ontstaan ook mooie gesprekken. Mensen herkennen elkaars verhalen en durven open te zijn over de uitdagingen in het vak."

En een derde boek? Daar is Petra nog niet uit. Maar één ding weet ze wel: "Dat uitzicht over het Comomeer blijft trekken."

Korting: wil je het boek bestellen? Dat kan via: shop.petravandenburg.nl/. De hele maand oktober krijgen ANKO-leden 5 euro korting met de code: ANKOLID26

Wil je meer horen van Petra? Tijdens ANKO Live op 23 november neemt zij je mee in de verhalen en lessen uit haar boek.



Van nieuwkomer tot Nederlands kampioen én succesvol ondernemer:

Huseen Khaled maakte zijn droom waar

Toen Huseen Alshikh-Khaled in 2015 als 19-jarige uit Syrië naar Nederland kwam, had hij één doel: een nieuw leven opbouwen. Dat hij nog geen tien jaar later Nederlands kampioen leerling kapper zou worden én een succesvolle eigen kapsalon zou runnen, had hij toen niet durven dromen.



“Ik wilde in Syrië eigenlijk medische technologie studeren,” vertelt Huseen. “Maar door de oorlog kon dat niet meer. Daarom volgde ik in plaats daarvan een korte opleiding tot barbier. Dat bleek uiteindelijk het begin van mijn toekomst.” Na zijn aankomst in Nederland moest hij eerst wachten op een verblijfsvergunning. Daarna kwam de volgende uitdaging: Nederlands leren. “Om een opleiding te kunnen doen, moest ik eerst de taal goed beheersen. Dat was best frustrerend.”

Doorzetten loont

Uiteindelijk begon Huseen aan de kappersopleiding van ROC Friese Poort (nu Firda) in Leeuwarden. De eerste periode was pittig. “De taal, de theorie en de manier van lesgeven waren allemaal nieuw. Ook was ik ouder dan de meeste klasgenoten.”

In het tweede jaar veranderde alles. Zijn docenten zagen zijn inzet én zijn talent en selecteerden hem voor Skills Heroes, de landelijke vakwedstrijd van WorldSkills Nederland, waar jonge vakmensen hun vaardigheden met elkaar meten. Maar toen kwam corona: de wedstrijden werden afgelast en de praktijklessen gingen online. Huseen: “Voor een kappersopleiding extra lastig, je leert dit vak vooral door veel te oefenen.”

Huseen gaf niet op. Tijdens zijn bbl-opleiding werd hij opnieuw geselecteerd voor Skills Heroes en won hij in 2022 de nationale titel. Daarna vertegenwoordigde hij Team Nederland en behaalde hij een tweede plaats tijdens een internationale vakwedstrijd. Als kers op de taart ontving ik ook nog eens de Berg Award, jaarlijks uitgereikt aan een mbo-student die opvalt door zijn of haar bijzondere prestaties. “Dat gaf mij het vertrouwen dat ik echt iets kon bereiken in dit vak.”

Via WorldSkills Netherlands kreeg hij ook de kans om tijdens Prinsjesdag deel uit te maken van het kappersteam dat ministers en Tweede Kamerleden verzorgt op die dag. “Zo sta je nog op school en zo knip je mensen die je normaal alleen op televisie ziet. Een ervaring die ik nooit zal vergeten.”

Dromen van een eigen salon

Na zijn opleiding en ervaring te hebben opgedaan bij salons begon Huseen als kapper aan huis. “Via mond-tot-mondreclame kreeg ik steeds meer klanten. Maar na anderhalf jaar vond ik een ideale locatie en dacht: nu is het tijd voor mijn eigen salon.” Die droom werd werkelijkheid met de opening van The Hair Factory in het centrum van Leeuwarden. De salon werd snel een succes. “Ik heb veel vaste klanten en krijg goede reviews, maar ik blijf kritisch op mijn eigen werk. Ik vind het eigenlijk nooit helemaal goed genoeg. Ik kijk veel naar nieuwe trends op social media en luister goed naar wat klanten willen. Zo blijf ik mijzelf verbeteren.”

Ervaring inzetten voor nieuwe talenten

Inmiddels is The Hair Factory een erkend leerbedrijf en begeleidt Huseen meerdere bol-stagiairs. Ook is hij regelmatig jurylid bij vakwedstrijden op zijn oude school. Juist omdat zijn eigen weg moeilijk was, helpt hij graag nieuwe talenten. Zijn advies is simpel. “Grijp elke kans die je krijgt. Werk hard, blijf leren en geef niet op als het tegenzit.”

Als hij terugkijkt op de afgelopen jaren, voelt hij vooral trots en dankbaarheid. “Ik begon hier zonder de taal te spreken en zonder netwerk. Nu heb ik mijn eigen salon, leid ik jonge mensen op en mag ik iedere dag doen wat ik het liefste doe.”



hizihair.nl/franchisen

HIZI HAIR

Beautifully You.

Het mooiste uit mensen halen. Dat is al meer dan veertig jaar de overtuiging achter Hizi Hair.

Voor onze klanten begint dat bij haar, maar het eindigt bij hoe iemand zich voelt. Een kapsel kan je persoonlijkheid versterken, zelfvertrouwen geven en ervoor zorgen dat alles weer even klopt.

Voor onze medewerkers betekent het dat we verder kijken dan wat iemand vandaag al kan. We zien talent, ambitie en potentieel en creëren de ruimte om te leren en te groeien. Met de Hizi Hair Academy en ons persoonlijke ontwikkelprogramma Your Road to Success krijgt iedereen de kans om een volgende stap te zetten.

Voor onze franchisenemers betekent het de ruimte krijgen om hun ambitie waar te maken en van een ondernemersdroom een succes te maken.

Sterke salons ontstaan wanneer mensen de ruimte krijgen om te groeien en hun ambitie te volgen. Dat is waar Beautifully You voor staat: zien wat er in iemand zit en de ruimte creëren om daar alles uit te halen.

Hizi Hair bestaat uit meer dan 85 salons verspreid over Nederland. Als franchisenemer bouw je aan je eigen salon en succes, met ruim veertig jaar ervaring en kennis achter je. Van merk en marketing tot opleiding en bedrijfsvoering: we bieden een stevige basis waarop jij verder kunt bouwen.

Heb jij ook een ondernemersdroom?
Start je eigen Hizi Hair salon.

Kijk voor meer informatie op: hizihair.nl/franchisen

ANKO | Arbeidsmarktcampagne



De kapper

staat altijd achter je



De kappersbranche heeft nieuwe vakmensen nodig. Jongeren die bewust voor het kappersvak kiezen, maar ook mensen die de branche eerder hebben verlaten en opnieuw willen instromen. Met de campagne ‘De kapper staat altijd achter je’ laat ANKO zien waarom het kappersvak het waard is om voor te kiezen. Een beroep waarin vakmanschap, creativiteit en het werken met mensen samenkomen. Waarin je iedere dag iets maakt, jezelf blijft ontwikkelen en tegelijkertijd echt iets voor een ander kunt betekenen.

Het vergroten van de (her)instroom van vakmensen is een belangrijk onderdeel van de strategische koers van ANKO. Met deze campagne maken we die ambitie zichtbaar en richten we ons nadrukkelijk op mensen die (opnieuw) voor het vak kunnen kiezen.

“We praten in onze branche veel over het tekort aan vakmensen. Maar uiteindelijk begint het ermee dat mensen ervaren waarom dit zo’n mooi vak is,” zegt Therèse van ’t Westende, directeur van ANKO. “De creativiteit, het vakmanschap, het contact met mensen en de mogelijkheden om jezelf te blijven ontwikkelen. Dat verhaal willen we veel nadrukkelijker vertellen. Aan jongeren die voor hun toekomst staan én aan mogelijke herintreders.”

Een vak dat ertoe doet

Als kapper loop je een stukje mee in het leven van je klanten. Je bent er op belangrijke momenten: een eerste schooldag, sollicitatie of bruiloft maar ook tijdens moeilijke momenten. Als iemand behoefte heeft aan een luisterend oor of gewoon even tijd voor zichzelf. De kapper staat letterlijk achter je in de stoel, maar vaak ook figuurlijk. Precies dat vormt het vertrekpunt van onze campagne.

“Juist die combinatie van vakmanschap, creativiteit en persoonlijk contact maakt het kappersvak bijzonder,” vervolgt Therèse van ’t Westende. “Je maakt niet alleen iets moois, maar kunt met je werk ook echt iets voor iemand betekenen. Dat is een kant van ons vak die we met deze campagne veel zichtbaarder willen maken.”



Vakmensen vertellen zelf hun verhaal

Onze projectgroep Imago heeft actief meegedacht en meegewerkt aan de ontwikkeling van de campagne. Ook de gezichten van de campagne komen uit onze eigen branche. Vijf ANKO-leden laten zien hoe veelzijdig het kappersvak is en wat het hen persoonlijk en professioneel brengt. Ieder met een eigen verhaal, specialisme en route binnen het vak.

Madelon de Bruijn van De Haarzaak
Dimitri Heuts van Maesons
Rachel Schut van Van Pelt
Dominique Vleer van Atelier DMNC
Indra Rengers van Tourmaline

“Zo laten we kappers zelf hun verhaal vertellen. Dat maakt de campagne persoonlijk, geloofwaardig en herkenbaar voor jongeren en herintreders.”Het aantrekken en terugbrengen van vakmensen is het primaire doel van de campagne. Tegelijkertijd draagt de campagne bij aan een breder beeld van wat het kappersvak inhoudt. Want ook consumenten, ouders en anderen in de omgeving van potentiële vakmensen mogen zien hoeveel vakmanschap, creativiteit en persoonlijke aandacht er in het werk van de kapper samenkomen. Zo werken we samen aan een vak dat gezien én gewaardeerd wordt en waar nieuwe generaties graag voor kiezen.”

Samen maken we het vak zichtbaar: doe mee!

Begin september is ‘De kapper staat altijd achter je’ van start gegaan. De online campagne is te zien via dekapperstaatachterje.nl en social media. Via LINDA. meiden brengen we het kappersvak dit najaar onder de aandacht van jongeren en laten we zien hoe veelzijdig, creatief en waardevol het vak is. Om zoveel mogelijk mensen te bereiken, hebben we ook de branche zelf nodig. Daarom roepen we ANKO-leden én alle andere kappers in Nederland op om de campagnebeelden te delen via hun eigen kanalen. Zo kunnen we samen meer jongeren en herintreders laten ontdekken wat het kappersvak te bieden heeft.



L'ANZA Healing Color

L'ANZA INTRODUCEERT HEALING COLOR 10 MINUTE EXPRESS

DOOR **L'ANZA HEALING COLOR**

Volledige grijsdekking in slechts 10 minuten. Meer tijd voor de stylist, zonder concessies aan kwaliteit.

De salonwereld verandert. Klanten verwachten steeds vaker een hoogwaardige kleurbehandeling die past binnen een drukke agenda. Tegelijkertijd zoeken stylisten naar manieren om efficiënter te werken, zonder in te leveren op kwaliteit of resultaat.

Met de introductie van Healing Color 10 Minute Express speelt L'ANZA perfect in op die behoefte. Deze innovatieve permanente haarkleuring levert tot 100% grijsdekking in slechts tien minuten inwerktijd. Waar een traditionele kleurbehandeling al snel veertig minuten of langer nodig heeft, maakt 10 Minute Express het mogelijk om hetzelfde professionele resultaat aanzienlijk sneller te realiseren.

Dat sluit aan bij een duidelijke ontwikkeling binnen de professionele kappersbranche: tijd is het nieuwe luxeproduct. Klanten willen kwaliteit, maar verwachten ook flexibiliteit. Voor salons betekent dit dat efficiëntie steeds belangrijker wordt. Minder verwerkingstijd betekent meer ruimte in de agenda, extra behandelingen en een betere stoelbezetting – zonder concessies aan het eindresultaat.

Volgens L'ANZA kan een salon met 10 Minute Express per kleurbehandeling ongeveer 30 minuten besparen. Op weekbasis kan dat oplopen tot 10 tot 15 uur extra beschikbare behandeltijd.

Daarmee is de nieuwe lijn ideaal voor uitgroeibehandelingen, snelle touch-ups, grijsdekking en klanten die weinig tijd hebben, maar wél een perfect kleurresultaat verwachten.

De introductie bestaat uit vijf onderling mengbare NN-tinten (4NN t/m 8NN), speciaal ontwikkeld voor maximale grijsdekking met een glanzende true-to-tone finish. De formule is volledig compatibel met de bestaande L'ANZA Developers, waardoor salons direct met de nieuwe lijn aan de slag kunnen.

Zoals iedere kleurservice van L'ANZA is ook 10 Minute Express ontwikkeld vanuit de overtuiging dat mooi haar begint met gezond haar. Daarom bevat de formule het vernieuwde Hibiscus Vibrancy Complex – de nieuwe naam voor het vertrouwde Flower Shield Complex – een krachtige botanische blend die de kleur helpt beschermen tegen vervaging en invloeden van buitenaf. Het resultaat is langdurig levendige kleur én zichtbaar gezond haar.

Na de kleurbehandeling sluit de stylist de service af met de Healing ColorCare-routine, waardoor salonbehandeling en thuisverzorging naadloos op elkaar aansluiten. Zo ontstaat niet alleen een snelle kleurservice, maar een complete kleur- en verzorgingsbeleving.



Ook L'ANZA Global Artistic Director Leah Freeman is enthousiast:

"I am not easily impressed, but this product is groundbreaking." Over het resultaat zegt zij: "The coverage is 100%, it's solid, it's beautiful!"

Met Healing Color 10 Minute Express introduceert L'ANZA meer dan een nieuwe haarkleuring. Het is een antwoord op de veranderende wensen van zowel salon als consument: sneller werken, meer rendement behalen en tegelijkertijd de premium kwaliteit leveren waar professionals én hun klanten op vertrouwen.

L'ANZA HEALING HAIR COLOR & CARE

L'ANZA Healing Color
10 Minute Express
Fast. Flawless. Healing-infused color.
In just 10 minutes.

ANKO | Werkgeverschap

De kern van het vak is menselijkheid

Kappers realiseren zich vaak niet hoe groot hun maatschappelijke waarde is en wat dat met zich meebrengt





@denniskilxx
@daniellekilsant
@the.talents.official
thetalents.nl

Dennis en Daniëlle Kil-Sant zijn bekend in de kappersbranche. Dat kan ook bijna niet anders, want ze doen van alles. Lezingen houden over storytelling, podcasts maken, een blad uitgeven, coaching en trainingen verzorgen (binnen en buiten de branche). Daarnaast hebben ze ook nog hun privésalon. Hoe kijken zij naar (de toekomst van) het kappersvak? En naar het belang van ANKO in dat verband? Belangrijke vragen aan een intrigerend stel.

Volgens Dennis is de kapper al lang niet meer de persoon die je haar knipt of kleurt. “De meerwaarde van het vak draait menselijkheid. Om menselijke aandacht, connectie en interactie. We leven in een wereld waarin die menselijkheid schaarser wordt. Algoritmes voorzien ons van een ideaalbeeld en bepalen wat we mooi vinden en wat we kopen. Ik ben ervan overtuigd dat er juist daardoor meer behoefte aan menselijkheid ontstaat.

Wij geloven in een menselijke renaissance van de kappersbranche

Het vak is dus zoveel meer dan knippen en kleuren. We bieden een veilige plek, zijn artiest, vertrouwenspersoon, adviseur, chemist, content creator en therapeut tegelijk. De kapper is essentieel, heeft een sociaal maatschappelijke functie. Daarin maken we het verschil. Maar zijn we ons daar wel genoeg van bewust?”

Om de branche naar buiten toe nog beter neer te zetten moet ANKO nog meer de verbindende factor tussen de kappers worden

In het werk dat Dennis en Daniëlle doen is informatie, inspiratie en aspiratie belangrijk. “In het contact met de mensen waarmee we werken is het aangaan en behouden van een langdurige relatie de focus. Onze werkvelden zijn verschillend en daardoor is geen dag hetzelfde. We creëren samen met inbreng van expertise en talent van buitenaf. We vertrouwen erop dat er dan iets gebeurt. En dat levert magische dingen op”, aldus Daniëlle.

De tijd van nu

Dennis: “Door robotisering en kunstmatige intelligentie is het moeilijk om menselijkheid en echtheid van fake te onderscheiden. De robots die haren wassen en hoofdmassages doen zijn er al. En we weten allemaal dat de ontwikkelingen op dit vlak doorgaan. Maar waar zetten we als kappers de spreekwoordelijke streep? Daniëlle en ik hebben dat al gedaan.”

De branche en de branchevereniging

Dennis en Daniëlle stellen dat de relevantie van de branche – als menselijke schuilplek – veel beter voor het voetlicht gebracht moet worden. Ze zijn dan ook heel positief over de inspanningen van de vereniging om de maatschappelijke waarde van de kapper te accentueren. De kapper is tenslotte ook werkgever, opleider, een betrokken ondernemer en een professional die oog heeft voor wat er speelt in het leven van klanten.

“We hebben een tijdje geleden een sessie gedaan met het ANKO- bestuur en ook een sessie met de mensen van het bureau. Ik was verrast door hoeveel ze oppakken, aan welke onderwerpen ze allemaal -met hart en ziel- aandacht besteden.

Laatst sprak ik een collega die zich afvroeg waarom ze lid zou worden van de branchevereniging. Mijn antwoord was: “Hoe zou onze branche eruit zien als ANKO er niet meer zou zijn? Denk daar maar over na”, stelt Dennis.

Daniëlle vult aan: “ANKO spreekt voor de hele branche, gaat naar Den Haag om de belangen van de kappers te bepleiten en zet de maatschappelijke waarde van de kappers op de kaart. Dat is in deze tijd harder nodig dan ooit. Van mij mag de branchevereniging meer laten zien wat ze doet en daar trots op zijn!”

STEL DAT JIJ
DE VOLGENDE KLANT BENT

IS ALLES DAN SCHOON & VEILIG GENOEG?

Schoon is niet hetzelfde als gedesinfecteerd!

SCHAAR
Kan wondjes veroorzaken bij klant en professional.

KAM
Van klant naar klant, de hele dag.

SCHEREN
Kan snijwondjes veroorzaken en is abrasief op de huid.

STOEL
Intensief contact. Iedere klant opnieuw.

KAPTAFEL
Veel aangeraakt. Vaak vergeten.

WASBAK
Direct contact met huid en haar. Denk aan schimmel of krentenbaard.



GEEF IEDERE KLANT DE HYGIENESTANDAARD DIE JE VOOR JEZELF VANZELFSPREKEND VINDT.

Werk professioneel. Bescherm je klanten, jezelf en je salon. Maak reinigen én desinfecteren een vaste routine, na iedere klant.

ZICHTBAAR
Eén en al effectiviteit ook, met Barbicide. Bacteriën (pseudomonas, stafylokokken salmonella), en gisten (schimmels). Ze krijgen geen schijn van kans.

BETROUWBAAR
Al meer dan 75 jaar de professionele standaard voor hygiëne & desinfectie.

EENVOUDIG
Makkelijk in gebruik. Past in iedere salon of Barbershop.

Barbicide is verkrijgbaar via de groothandel.

Barbicide Benelux / PoloCosmetics B.V. - Gerard Doustraat 4, 7606 GB Almelo. +31 (0)546 569 917 info@barbicide.nl www.barbicide.nl

Kappers voegen iets toe

Therèse van ’t Westende, directeur ANKO: “Als kappers weten we het natuurlijk: we doen veel meer dan knippen en kleuren. We zijn op veel fronten van waarde, we voegen iets toe. ANKO heeft dat – al een paar jaar geleden – samengebracht onder de noemer ‘de maatschappelijke waarde van de kapper’.

Waar hebben we het dan over?

Bij de maatschappelijke waarde van de kapper gaat het om verschillende dingen. Om het feit dat we als werkgevers mensen een baan bieden. Dat betekent dat kappers van belang zijn voor de lokale economie. We leiden jonge, praktische en creatieve mensen op en zorgen daarmee voor het voortbestaan van het vak. En we bieden een luisterend oor aan onze klanten, we zijn op de hoogte van wat er in hun leven gebeurt. Tot slot checken we of ze haar- of hoofdhuidproblemen hebben en verwijzen – als dat nodig is – door naar zorgverleners.

Blijven uitleggen

Sinds corona zijn veel mensen zich (meer) bewust geworden van de rol en betekenis van de kapper. Toch merken we dat het nodig is dat te blijven uitleggen. Bijvoorbeeld als we aan het werk zijn in Den Haag, om te pleiten voor behoud van het lage btw-tarief voor de kappers. Dan horen we de tegengeluiden, zoals ‘Naar de kapper gaan is luxe’ of ‘Mensen die de kapper echt belangrijk vinden blijven wel komen als het duurder wordt’. Degenen die dat zeggen gaan voorbij aan de maatschappelijke waarde van de kapper, aan het feit dus dat we meer doen dan knippen en kleuren.

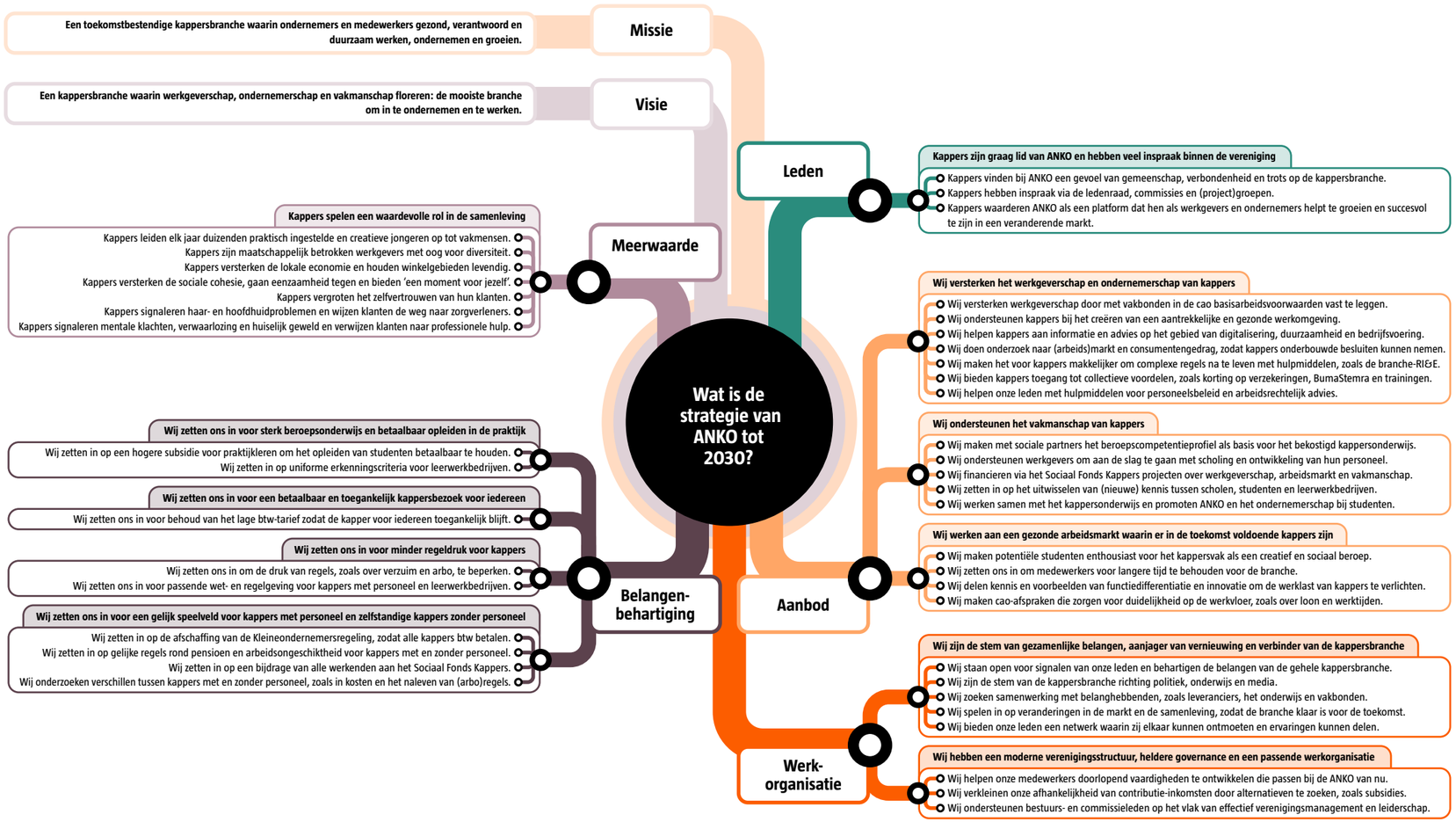
Blinde vlekken?
Om ons verhaal nog krachtiger te maken hebben we een bekend bureau (De Argumentenfabriek) gevraagd kritisch met ons mee te denken. Klopt het wat we zeggen? Zien we dingen over het hoofd? Daaruit is de strategische kaart voortgekomen die hieronder is afgebeeld. Met die kaart kunnen we anderen nog beter overtuigen van het belang van de kapper en zichtbaar maken wat we als ANKO doen”

ANKO-leden zien het zelf ook
Om de maatschappelijke waarde van de kapper verder te onderbouwen is er in de zomer onder meer onderzoek gedaan onder de leden. Belangrijk is natuurlijk dat zij bevestigen wat hun eigen brancheorganisatie te melden heeft, namelijk dat kappers een meerwaarde hebben. Een groot deel van onze leden heeft deze enquête ingevuld.

Bijdrage aan de lokale economie - sociale impact - signalering
Op deze fronten leveren ANKO-leden een maatschappelijke bijdrage. Ze bieden werk aan (veelal) medewerkers uit de directe omgeving en dragen bij aan de aantrekkelijkheid en levendigheid van winkelgebieden en buurten. Ze zijn vaak actief betrokken bij hun lokale gemeenschap, onder andere door maatschappelijke initiatieven te ondersteunen en kwetsbare inwoners te helpen.

Daarnaast dragen ze bij aan het welzijn van hun klanten. Het persoonlijke contact, de vertrouwensband en de aandacht tijdens een bezoek aan de salon maken dat de kapper voor veel mensen meer is dan een dienstverlener. De salon fungeert voor veel klanten als een laagdrempelige plek waar ruimte is voor ontmoeting, ontspanning en persoonlijke gesprekken. Verder laten de onderzoeksresultaten zien dat veel kappers signalen herkennen van onder andere eenzaamheid, psychische problematiek en gezondheidsklachten. Een groot deel van de leden van ANKO verwijst klanten, als dat nodig is, naar passende professionele hulp. Daarmee vervullen kappers in de praktijk een signalerende functie die verder reikt dan hun primaire beroep.

Strategiekaart



in opdracht van: anko

Over deze kaart
Deze kaart toont de missie, visie en strategie van de Algemene Nederlandse Kappersorganisatie (ANKO) tot 2030. De Argumentenfabriek maakte deze kaart op basis van een analyse van stukken en een denksessie met ANKO. Allen bedankt voor het denkwerk.

gemaakt door: De ArgumentenFabriek De Informatiekaart 2026

Opvallende cijfers uit het ledenonderzoek

Bijdrage aan de lokale economie
- Ruim 55% van de salons zijn gevestigd in een winkelstraat of stadscentrum, ongeveer 30% in woonwijken en 15% in winkelcentra
- Bijna de helft van de salons heeft tussen de 2 en 5 medewerkers
- Bijna driekwart van deze medewerkers woont binnen 10 kilometer van de salon
- 90% van de ANKO-leden die meededen aan het onderzoek vindt dat kappers bijdragen aan een levendige buurt, winkelstraat of binnenstad

Sociale impact
- Ruim 41% van de kappers knipt weleens mensen die dak- of thuisloos zijn of een zeer laag inkomen hebben gratis of tegen een sterk gereduceerd tarief
- Ruim 80% van de salons steunt lokale initiatieven, zoals sportverenigingen, goede doelen, scholen en buurtactiviteiten
- Kappers signaleren ook maatschappelijke problematiek, zoals eenzaamheid (71,7%) en psychische klachten (79,1%); driekwart van hen geeft aan daarmee goed te kunnen omgaan en ruim 85% heeft een klant weleens doorverwezen naar professionele hulp

Signalering
- Meer dan de helft van de kappers ziet regelmatig hoofdhuid- en haarproblemen
- 80% verwijst met enige regelmaat door naar de huisarts of dermatoloog.

Samen *groeien* met ANKO

Word *lid* van ANKO

Jij raakt *hoofden én harten*. Je doet zoveel meer dan knippen, kleuren en stylen: *je laat mensen zien wie ze zijn*.

Jij staat *achter de klant*. Met aandacht, ambacht en liefde voor het vak. *En ANKO staat naast jou*. Niet met dikke rapporten, maar door kennis te delen en jouw belangen te behartigen in Den Haag.

We vormen een *community van vakmensen* die elkaar versterken. Wij helpen je op weg in je ondernemersjaren van begin tot eind, versterken de kappersbranche en *ondersteunen jouw ontwikkeling*.

Wil je weten hoe?
Kijk op de achterkant.

anko

Achter welke stoel sta jij?
ANKO is er voor alle (toekomstige) ondernemers en studenten in de kappersbranche. Of je nu nog op school zit, net begint als zzp'er of al jaren een team aanstuurt. Hieronder zie je in één oogopslag wat een ANKO-lidmaatschap voor je kan betekenen.

1. De Leerstoel

Voor studenten en (jonge) kappers die willen ontdekken wat ondernemen in de kappersbranche betekent.

Wat krijg je?
- Gastlessen op school
- Toegang tot online studentenportal
- Antwoord op ondernemersvragen
- Informatie over salaris en cao
- Oriëntatie op ondernemerschap
- Toegang tot het event ANKO Live

2. De Startstoel

Voor ondernemers die net beginnen en grip willen krijgen op cijfers, regels en groei.

Wat krijg je?
- 1-op-1-gesprekken
- Toegang tot MijnANKO.nl
- Antwoord op ondernemersvragen
- Informatie over salaris en cao
- Toegang tot het event ANKO Live
- Kostprijsberekeningstool
- Hulp bij ondernemersplan en liquiditeitsbegroting
- Informatie over wet- en regelgeving
- Workshops over verdienvermogen
- Workshop AI
- Community van ANKOlega's om mee te sparren
- Persoonlijk ondernemersadvies
- Juridisch advies voor ondernemers met personeel
- Toegang tot modelovereenkomsten en algemene voorwaarden
- Aansluiting bij de Geschillencommissie Uiterlijke Verzorging
- Toegang tot ANKOLedenvoordelen.nl: exclusieve kortingen op producten en diensten én aantrekkelijke voorwaarden voor jouw salon

3. De Teamstoel

Voor ondernemers met personeel die bouwen aan hun team en hun bedrijf. Bevat alles uit de Startstoel, aangevuld met:

Wat krijg je?
- Loontabellen en loonindelingen
- Actuele informatie over de cao
- Ondersteuning bij contracten en personeelszaken
- Hulp bij ziekte en dossiervorming
- Informatie over verzekeringen en pensioenen
- Checklists en reglementen
- Ondersteuning bij RI&E
- Strategische ondernemersoriëntatie en sparring
- Workshops en trainingen voor verdere professionalisering

4. De Meesterstoel

Voor groeiende ondernemers en barbiers die verder bouwen aan hun vakmanschap, onderneming en de branche. Bevat alles uit de Teamstoel, aangevuld met:

Wat krijg je?
- Netwerk van professionele ondernemers in Nederland
- Bijeenkomsten over de toekomst van de branche
- Verdiepende workshops en trainingen
- Ondersteuning bij toekomstplanning van het bedrijf (op- en afbouw)

Word lid en sluit je aan bij onze community!
www.anko.nl

© ANKO, juli 2026

teatree

TEA TREE SPECIAL

ONTDEK DE MAGIE VAN TEA TREE.

De wasbeurt is voor veel klanten hét verwenmoment in de salon. Met Tea Tree van Paul Mitchell maak je hiervan een zintuiglijke ervaring vol verfrissende aroma's en de kenmerkende tinteling.

Deze extra beleving verrijkt je salonservice, versterkt de klantloyaliteit én biedt aantrekkelijke retailkansen.

'Niet voor niets wordt er wereldwijd elke 13 seconden via de officiële verkoopkanalen van JPMS een Tea Tree Special Shampoo verkocht'

PAUL MITCHELL

Ontdek wat Tea Tree voor jouw salon kan betekenen.



Die nieuwe generatie

go for it!

Esther van Velthoven heeft haar sporen in het kappersvak verdiend. Ooit was ze als eind-verantwoordelijke actief in vier zaken, waarin 37 medewerkers aan de slag waren. Sinds een paar jaar is ze terug naar één, naar volle tevredenheid. In haar salon in Wateringen bouwt ze aan een enthousiast en evenwichtig team. Met oudere en jongere collega's die elkaar 'verstaan'. Daarin zit voor haar de uitdaging.





"Veel kappers van mijn leeftijd zien geen uitdagingen meer. En soms ontbreekt ook de energie om die aan te gaan. Covid en de financiële gevolgen daarvan spelen mee. Maar ook het omgaan met de nieuwe generatie die nu het vak instroomt. Hoe vaak ik niet hoor 'ze willen maar drie dagen werken'. Dat is het leven, de lifestyle, van deze generatie, denk ik dan.

Eén van mijn medewerkers gaat een half jaar naar Thailand; prima, maar ik heb wel in- en uitdienstreden als voorwaarde gesteld

Mijn missie is het vak aantrekkelijk te houden. Voor mezelf en voor mijn medewerkers. Daarom heb ik een plan gemaakt en Groeizaken erbij gehaald als coach. Het team is daardoor weer hecht geworden. In de weekmeeting van een half uurtje, die we elke twee weken houden – in mijn tijd – bespreken we dingen samen. Iedereen notuleert om de beurt. De jeugd uit mijn team is daar gaan praten en dat heeft voor verbinding gezorgd. Toen mijn oudste medewerker van de fiets was gereden, hebben mijn collega's van 52 en 24 samen een groot deel van haar werk overgepakt… fantastisch", aldus Esther van Velthoven.

Een 22-jarige komt geen half uur eerder naar het werk om de afwasmachine even uit te pakken en haar haar en make-up te doen voor de eerste klant er is

De leerling van nu

Een ander element in haar aanpak is het werken met een nieuwe leerling. Vanaf het begin krijgt ze een buddy, een meer ervaren collega. Die bespreekt iedere dag even hoe het is gegaan, of er problemen zijn. Maar er wordt ook feedback gegeven. Als ze tegen andere teamleden zegt dat ze niet zo lekker is, maar aan een klant vertelt dat ze 's avonds nog gaat stappen gaat de buddy daar meteen op in. Wat is er aan de hand?

Esther van Velthoven: "Ik ken de voorbeelden natuurlijk ook. Van die 19-jarige die op haar eerste werkdag start met haar mobiel en een vape in de achterzak en forse problemen op het thuisfront. Maar er zijn ook anderen. Mijn 24-jarige collega die een stevige opvoeding heeft gehad, die kan aanpakken en moeiteloos de begeleiding van een jonge medewerker kan oppakken. En, ze heeft ook een goede invloed op mij. Ze is scherper met inkopen dan ik, dus ik laat haar altijd meekijken.

Toekomst

Er zitten talenten in mijn team en die wil ik laten groeien. En als je ze vertrouwen geeft lukt dat. Ik bevestig ze in waar ze goed in zijn, waar ze zich in kunnen ontwikkelen. En laat hen dat ook vooral doen in de salon. Dat loopt prima, want een ander vindt weer wat anders leuk.

Ik heb twee jonge collega's met mijn pinpas naar een cursus in Maastricht gestuurd. Ze kwamen enthousiast terug, hadden hun ontbijt geregeld en in de avond een heerlijke pasta gegeten

Kapper zijn is naar mijn idee lang uit de mode geweest. Maar nu zie je weer creatieve types, ook meisjes die op de HAVO zitten en een zaterdagbaan bij ons hebben. Jonge meiden die met haar, make-up, sieraden en kleding bezig willen zijn, de totale look willen maken. Maar dan niet perse voor de rest van hun leven. Soms willen ze ontdekken wat echt hun toekomst gaat worden en in welke branche dat dan is. De laatste tijd zie ik ook dat werken in een team weer populairder wordt. Elke dag naar een fijne plek gaan waar ze je talent zien, je ruimte en waardering geven… dat telt.

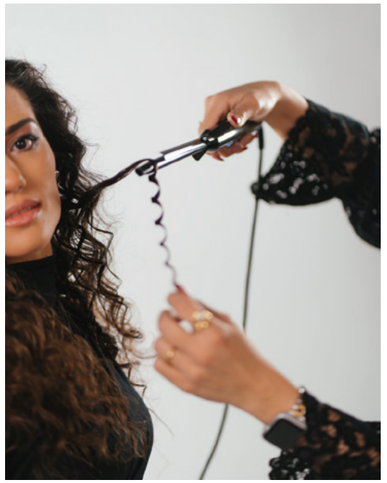


Advertorial

BABYLISSPRO INTRODUCEERT DE NIEUWE BABYLISSPRO CURLING RANGE

DOOR **BABYLISSPRO**

Krultangen zijn de ruggengraat van elke stylist, en voor het creëren van perfecte krullen is meer nodig dan alleen vaardigheid... je hebt ook het juiste gereedschap nodig voor elk haartype, elke lengte en elke stijl. Al meer dan 60 jaar loopt BaBylissPRO voorop op het gebied van innovatie op het gebied van krultangen. Het bedrijf heeft de originele krultang uitgevonden en deze voortdurend verfijnd om te voldoen aan de veranderende behoeften van professionals over de hele wereld.



Photographer : Fabrice Oyedele
Ambassador : Tizziana Pecorella
Model: Louise Verstrepen
Make-up Artist : Toni Wizart

Nu introduceert BaBylissPRO met trots tien nieuwe producten - een compleet krulsysteem van zes krultangen en vier wands - ontworpen voor totale creatieve vrijheid. Van ultrafijne wands voor precieze, gedefinieerde krullen tot grotere en conische wands voor moeiteloos volume. De nieuwe BaBylissPRO Curling Range voldoet aan elke professionele behoefte.

Elk apparaat is ontworpen met het oog op prestaties. Ze zijn lichtgewicht en ergonomisch, perfect voor lange stylingsessies, terwijl de verlengde staven het stylen van lang haar moeiteloos maken. Geavanceerde verwarmings-technologie zorgt ervoor dat de krultangen de perfecte temperatuur bereiken en behouden voor consistente, langdurige krullen. De nieuwe zwarte oxide staven grijpen het haar net genoeg vast om gladde, gecontroleerde krullen te creëren, terwijl ze gemakkelijk kunnen worden losgelaten.

De innovatie van BaBylissPRO begint bij de stylist. De tools zijn intuïtief, betrouwbaar en robuust. Hardwerkende tools voor hardwerkende mensen - dat is waarom stylisten blijven vertrouwen op BaBylissPRO.

Met de nieuwe collectie krultangen kan elke stylist krullen, golven en texturen creëren die niet alleen mooi zijn, maar ook moeiteloos professioneel.

BaBylissPRO Nederland
Weltevreden 2B, 3731 AL De Bilt
+31 30 221 9630
info_babylisspro@conair.com

Trots op jullie, trots op ons vak

Op 30 juni vierden we de Dag van de Kapper. Een dag om alle kappers in het zonnetje te zetten: de mensen die iedere dag met passie, vakmanschap en creativiteit hun vak uitoefenen. Want het kappersvak is een prachtig vak om trots op te zijn. En dat mag gezien worden.

Daarom grepen we de Dag van de Kapper dit jaar aan om het vak nadrukkelijk in de schijnwerpers te zetten. Met opvallende campagne-uitingen en teksten als ‘De uitgroei groeit sneller dan de instroom’ en ‘Vergrijzing? Jij zorgt voor kleur’ vroegen we op een luchtige manier aandacht voor het vak én voor de toekomst ervan.

Therèse van ’t Westende, directeur van ANKO, vertelt over de campagne en de kracht van samen het vak op de kaart zetten.

‘We willen vooral laten zien hoe mooi ons vak is’

“De Dag van de Kapper is in de eerste plaats een moment om waardering uit te spreken voor iedereen die iedere dag in de salon staat. Voor de vakmensen die hun creativiteit en kennis inzetten, klanten laten stralen en ervoor zorgen dat geen dag hetzelfde is. Daar mogen we als branche best trots op zijn.
Met de campagne wilden we die trots zichtbaar maken. De teksten zijn bewust prikkelend en met een knipoog. Ze trekken de aandacht en zetten je even aan het denken. Tegelijkertijd laten ze zien dat het kappersvak springlevend is en dat we nieuwe mensen graag laten kennismaken met alles wat het vak te bieden heeft.

Bij de totstandkoming van de campagne heeft ook onze projectgroep Imago actief meegedacht en input geleverd. Dat vinden we belangrijk: een campagne over het kappersvak moet niet alleen vóór de branche worden gemaakt, maar juist mét de branche. De mensen uit het vak weten als geen ander wat het vak bijzonder maakt en hoe we dat verhaal het beste kunnen vertellen. De Dag van de Kapper was daarmee een mooie opstap naar de imagocampagne die we in september hebben gelanceerd.

Deze campagne is vooral gericht op het enthousiast maken van nieuwe vakmensen voor de branche, jongeren én professionals die misschien opnieuw voor het vak willen kiezen. Meer over de campagne, de gedachte erachter en de verschillende uitingen lees je elders in deze editie van Kapperszaken. Wil je de kaarten gebruiken? Download ze dan via de qr-code.



Wat je niet ziet...

Lobby. Het woord alleen al roept beelden op van Haagse wandelgangen en mensen die met veel overtuiging vertellen hoe belangrijk hun zaak is. Maar goede belangenbehartiging ziet er in werkelijkheid vaak heel anders uit.

De effectiefste lobby vindt zelden plaats met een megafoon. Die begint met relaties opbouwen en zorgen dat je aan tafel zit vóórdat besluiten worden genomen. Daar kun je met feiten en praktijkvoorbeelden laten zien wat een voorstel werkelijk betekent in de salon. Om dat overtuigend te kunnen doen, moet ANKO weten wat er bij haar leden speelt. Ervaringen uit salons maken duidelijk waarom een regel die op papier logisch lijkt in de praktijk soms niet werkt. Denk aan extra kosten, meer administratie of verplichtingen die nauwelijks uitvoerbaar zijn. Door zulke signalen te delen, dragen leden zelf bij aan de belangenbehartiging die ANKO namens hen voert.
Als een wetsvoorstel vervolgens wordt aangepast of helemaal van tafel gaat, haalt dat meestal de krant niet. Er is immers niets gebeurd. Want een nieuwe regel kan op papier heel logisch lijken, maar in een kapsalon heel anders uitpakken. Extra kosten, meer administratie of verplichtingen die simpelweg niet werkbaar zijn. Dan is het zaak dat ANKO namens haar leden op tijd aan tafel zit en kan zeggen: zo werkt het in de praktijk niet.
En precies daarin zit de paradox van goede lobby. Een belangrijk deel van belangenbehartiging bestaat niet uit dingen voor elkaar krijgen, maar uit dingen voorkómen. Je ziet wel wat er misgaat, maar zelden wat er dankzij goede belangenbehartiging niet misgaat. Dus wat als je niet iedere week iets van ANKO in de krant leest? Dan kan dat zomaar heel goed nieuws zijn. Dat maakt de uitkomst niet minder concreet. Elke euro die niet verdwijnt in hogere lasten, elke regel die eenvoudiger wordt en elke maatregel die beter aansluit bij de praktijk van je salon. Dat merk je uiteindelijk gewoon in je salarisadministratie, je planning en je bedrijfsresultaat.
Maar goede belangenbehartiging kan alleen als je aan tafel ook echt iets vertegenwoordigt. Het maakt nogal verschil of je zegt: “dit vind ik” of “dit leeft bij onze duizenden kapper-ondernemers, dit zijn de gevolgen voor onze branche en dit hebben zij nodig.” Daarom is verenigen zo belangrijk.
Ik zie dat ANKO met een relatief kleine organisatie de belangen van haar leden heel effectief voor het voetlicht brengt. Die stem wordt sterker doordat zij via MKB-Nederland optrekt met 130 andere brancheorganisaties, die samen ruim 180.000 mkb-ondernemers vertegenwoordigen. Want de kapper, de bakker, de installateur en de metaalbewerker verschillen in hun vak, maar lopen vaak tegen dezelfde problemen aan.
Als lid van ANKO maak je het mogelijk dat jouw stem, samen met die van andere ondernemers, aan die tafels wordt gehoord. Dat ANKO namens de branche kan meepraten, signalen uit de praktijk kan inbrengen en invloed kan uitoefenen op besluiten die jouw salon raken.
En misschien is dat wel de belangrijkste vorm van belangenbehartiging: dat je soms vooral merkt wat er níét gebeurt. Want wat je niet ziet, kan zomaar het resultaat zijn van een sterke gezamenlijke stem.



Rob Wolthuis
Secretaris Verenigingszaken
VNO-NCW – MKB-Nederland



HEALING COLOR

10-Minute EXPRESS *Color*









L'ANZA introduceert Healing Color 10 Minute Express

Tot 100% grijsdekking in slechts 10 minuten.
Een permanente haarkleuring met een glanzend, true-to-tone resultaat én de verzorgende kracht die je van L'ANZA gewend bent. Zo bespaar je kostbare tijd, creëer je meer ruimte in je salonagenda en bied je iedere klant een premium kleurresultaat – zonder concessies aan kwaliteit.

L'ANZA®

Fast. Flawless. Healing-infused color. In just 10 minutes.