


ANKO
SINDS 1891

KAPPERSZAKEN

N°1 - LENTE 2025 - PRIJS € 14,95 - EXCLUSIEF VOOR ANKO-LEDEN



VAAR JOUW KAPPERSKOERS



KEUNE 



KEUNE® AIR TOUCH BALAYAGE

AIR TOUCH BALAYAGE

KEUNE® AIR TOUCH BALAYAGE is a revolutionary new hair coloring technique that allows you to create a natural, sun-kissed look with no roots. The formula is designed to be applied to the ends of the hair, creating a soft, blended effect that grows out naturally.

KEUNE® AIR TOUCH BALAYAGE is a revolutionary new hair coloring technique that allows you to create a natural, sun-kissed look with no roots. The formula is designed to be applied to the ends of the hair, creating a soft, blended effect that grows out naturally.



KEUNE® AIR TOUCH BALAYAGE



Step 1 — Preparation

Wash hair with shampoo and conditioner.

Step 2 — Apply hair color

Apply color to the ends of the hair.

Step 3 — Wash hair with shampoo

Wash hair with shampoo and conditioner.

Step 4 — Dry hair with blow-dryer

Blow-dry hair with a blow-dryer.

Step 5 — Apply hair color

Apply color to the ends of the hair.

Step 6 — Wash hair with shampoo

Wash hair with shampoo and conditioner.

Step 7 — Dry hair with blow-dryer

Blow-dry hair with a blow-dryer.



Colofon

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

Contact:

ankokapperszaken@anko.nl

Abonnementen:

ANKO-leden ontvangen ANKO Kapperszaken als onderdeel van hun lidmaatschap. Eén keer per jaar ontvangen niet-leden een kennismakingseditie.

Jaarabonnement: € 55,- (4 nummers)

Los nummer: € 14,95

Aanmelden:

Aanmelden voor abonnementen kan via ankokapperszaken@anko.nl.

Art direction, redactie & productie:

Vrhl Content en Creatie www.vrhl.nl (in opdracht van Elma Media B.V.), in samenwerking met ANKO.

Aan dit nummer werkten mee:

Annabel van Barneveld, Eline Bosman, Yvette Hoogenboom, Iris Kroon, Manon Louwers, Janneke Mooij, Ine Kaaijk, Linda Nuis, Natascha van der Steen, Roos van Zandwijk, Therèse van 't Westende, Gert-Jan Deben en Pieternele Vlaanderen.

Columnisten:

Maurice Crusio, Danielle en Dennis Kil, Wolfgang Peppmeier.



Grafische vormgeving en druk:

Elma Media B.V., www.elma.nl

Acquisitie:

Elma Media B.V.

Silvèr Snoek: s.snoek@elma.nl
0226 - 331600

Fotografie:

De Beeldredacteur

Copyright © 2025:

Zet- en drukfouten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van ANKO verveelvoudigd of openbaar worden gemaakt. Bij het samenstellen van dit magazine is de grootste zorg besteed aan de juistheid van de hierin opgenomen informatie. ANKO is niet verantwoordelijk voor enige onjuist verstrekte informatie via dit magazine.

IN DIT NUMMER

18



- | | | | |
|----|--|----|--|
| 5 | Voorwoord | 22 | ANKO onderzoekt
De gevolgen van de
stijgende prijzen |
| 6 | Nieuws, producten
en events | 25 | Column
Danielle en Dennis Kil |
| 9 | Column
Voorzitter Maurice Crusio | 26 | Hot topic
Het melden van verzuim |
| 11 | ANKO Verzekeringsdienst
Zorgeloos ondernemen | 28 | TopTips
Kapperskoers bepalen |
| 18 | Ondernemer in
de spotlight
Shayleen onderneemt met lef | 30 | Bijzondere kapper
René wist waar ze
naartoe werkten |



11



Jouw koers, jouw toekomst

De kappersbranche verandert in rap tempo. Klanten verwachten steeds meer, goed personeel is moeilijk te vinden en de regels voor ondernemers worden er niet eenvoudiger op. Dat vraagt om een duidelijke koers: waar wil jij als kapperondernemer naartoe? Hoe blijf je relevant, succesvol én met plezier ondernemen?

In deze editie van ANKO Kapperszaken nemen we je mee in de verhalen van collega-ondernemers hoe zij hun koers bepalen. We spreken een kapper die haar zaak met een heldere visie laat groeien en onlangs de stap zette naar een tweede vestiging. Hoe combineert ze haar liefde voor het vak met het runnen van meerdere salons?

Ook besteden we aandacht aan hoe je als werkgever aantrekkelijk blijft. Een ondernemer deelt zijn ervaringen met het vinden en vasthouden van goede medewerkers. Wat werkt in de praktijk en welke uitdagingen komt hij tegen? Daarnaast belichten we een uitkomst uit ons nieuwste consumentenonderzoek, waarmee je kunt inspelen op de veranderende behoeften van jouw klanten. Verder kijken we naar de kansen van een webshop voor kapper-ondernemers: hoe zet je die succesvol op en wat levert het op?

Tot slot blikken we terug op de ontwikkelingen in de branche en het veranderende ondernemerschap door de jaren heen, in gesprek met een rasechte ondernemer in de kappersbranche. Wat leren we van zijn ervaring en hoe pas je die kennis toe in jouw eigen zaak?

Eén ding is zeker: of je nu net begint of al jaren meedraait, de toekomst ligt in jouw handen. Wij helpen je graag om daar het beste van te maken.

Veel leesplezier!



Namens de redactie,
Therèse van 't Westende

30



- 38 In herinnering
Coos Tieleman over
Patrick Kalle
- 40 ANKO in Den Haag
De strijd om het lage btw-tarief
- 46 Expert aan het woord
Arien van Pelt over
employer branding
- 49 Het staartje van Wolfgang
Column van Wolfgang Peppmeier



Dit voorjaar live: DE NIEUWE ANKO-WEBSITE!

Onze huidige website mag met recht vintage worden genoemd. Daarom wordt er achter de schermen hard gewerkt aan een compleet nieuwe online omgeving die beter aansluit bij wie we als vereniging zijn én bij de leden die we vertegenwoordigen. Dit voorjaar lanceren we als eerste de nieuwe publieke website. Een frisse, moderne site die voor iedereen toegankelijk is en waar je snel en eenvoudig informatie vindt over de ANKO, de kappersbranche en alles wat we doen voor onze leden.

Later dit voorjaar introduceren we 'Mijn ANKO', een exclusieve online omgeving speciaal voor leden. Hier vind je informatie op maat, uitgebreide kennisdossiers en alle relevante onderwerpen die voor jou als ondernemer van belang zijn. Dit platform is volledig gericht op de thema's werkgeverschap, ondernemerschap, (beroeps)onderwijs en de arbeidsmarkt. Alles overzichtelijk op één plek, zodat je nog makkelijker de ondersteuning en kennis vindt die je nodig hebt.

Met deze vernieuwing zetten we een grote stap vooruit in onze digitale dienstverlening. De nieuwe website en 'Mijn ANKO' maken het eenvoudiger om op de hoogte te blijven, kennis te delen en gebruik te maken van alle voordelen die het ANKO-lidmaatschap biedt. Houd onze communicatiekanalen in de gaten voor meer updates en de exacte lanceerdatum!

Save the date!

HÉT INSPIRERENDE EVENT VOOR KAPPERS MET AMBITIE

Op maandag 3 november organiseert de ANKO een sprankelend en vernieuwend event, speciaal voor onze leden en studenten in de kappersbranche. Een middag waarin werkgeverschap, ondernemerschap en vakmanschap centraal staan – dé thema's die jou als ondernemer én kapper verder helpen. Het is een event waarmee we vooroplopen in de branche, kennis delen en ambities uitspreken. Een plek waar je wordt verbonden met collega's en experts, geïnspireerd wordt door vernieuwende inzichten en energie krijgt om je vak met nog meer creativiteit uit te oefenen. Want wij zijn trots op jou, op onze leden en op het prachtige kappersvak! Zorg dat je erbij bent en zet 3 november vast in je agenda. Meer informatie volgt snel.

J THE COLOUR

J THE COLOUR biedt vanwege zijn unieke samenstelling een veelzijdige vorm van permanente en semi-permanente kleuren: aan de hand van 10 basiskleuren, 1 superoplichter en 8 extracten kun jij een onbeperkt aantal kleuren samenstellen.

- Licht op tot 4 tinten en geeft het haar glans, kleur en structuur.
- Stabiele kleuren, eenvoudig uit te spoelen en klontert niet.
- Geeft geen huidirritaties en is milieuvriendelijk.
- Geen grote voorraden, weinig tot geen verspilling van product.



ANKO versterkt professioneel opleiden met Groeizaken

ANKO heeft in Groeizaken een sterke opleidingspartner gevonden om het professioneel opleiden binnen de kappersbranche verder te versterken. Dankzij deze samenwerking krijgen kappers de kans om hun salon te ontwikkelen tot een erkend leerbedrijf en zo bij te dragen aan de toekomst van het vak. Groeizaken biedt opleidingen die onmisbaar zijn voor het opleiden en begeleiden van talent in de salon, zoals de training Praktijkopleider (P/O) voor salons die leerlingen willen begeleiden en een erkend leerbedrijf willen worden. Daarnaast blijft trainer Robert Douma, bekend van de voormalige ANKO Academie, actief binnen Groeizaken om continuïteit en kwaliteit te waarborgen. Ook krijgen ANKO-leden korting op het trainingsaanbod. Deze samenwerking is een belangrijke stap in de versterking van het

ondernemerschap binnen de kappersbranche.

Wil jij jouw salon professionaliseren en investeren in de toekomst? Kijk voor meer informatie op de website van Groeizaken of neem contact op met onze ledenservice.



Bestuurswisseling Het Spectrum

Tijdens de Spectrum jaarvergadering in januari van dit jaar nam voorzitter Betlem Taravilla afscheid als bestuursvoorzitter van Het Spectrum. Inmiddels is Betlem 25 jaar lid en al die tijd had zij zitting in het bestuur, de laatste acht jaar (vanaf 2017) als voorzitter. De voorzittershamer werd tijdens de jaarvergadering overgedragen aan Marielle de Weijer-Wakkermans, inmiddels twee jaar bestuurslid.



EEN FRISSE KOERS, EEN NIEUW JASJE

Deze editie van ANKO Kapperszaken is de laatste in deze vorm. De nieuwe koers van de ANKO vraagt om een verenigingsblad dat nóg beter aansluit bij de ontwikkelingen binnen de branche én de behoeften van onze leden. Dankzij de waardevolle input uit het recente lezersonderzoek, werken we aan een vernieuwd concept dat past bij de ANKO van nu.

Het wordt een nieuw blad dat nog beter past bij de thema's die jou als ondernemer binden en boeien. Met een frisse, eigentijdse vormgeving en een blad dat inspeelt op ontwikkelingen in de branche en de behoeften van kapperondernemers. De eerste editie in de nieuwe stijl verschijnt aan het begin van de zomer. Houd je brievenbus in de gaten!

Welkom!

We heten de volgende salons van harte welkom als lid van de ANKO:

IV Hair Company - Born

LIZZ Kappers - Deventer

Yayaa's Handtouch - Amstelveen

Gökhies & Havies Barber - Hairstylist
- Papendrecht

Kapsalon @ Sandy's - Nijkerkerveen

Kinki Kappers - 's-Gravenhage

AMI Kappers - Nieuw-Vennep

Equipe Hairstyling - Zeist

Hairstudio-NewLooks - Woerden

Kappers Company by Loes - Horst

Hizi Hair - Assendelft

Chan Oost - Amsterdam

Hairstudio De Buurman - Amsterdam

Knapp! in Zeeland - Wemeldinge

Haarstudio Reflexion - Veendam

NARDI Hairdesign - Haarlem

Kapsalon In4Hair Assendelft - Assendelft

Hair Lounge Ypenburg - Den Haag

Treatments By Icchha - Amsterdam

Room 15 - Amsterdam

Samaan Hairstyling & Mimi's Beauty Skin
- Gouda

Kapsalon Berentsen - Beltrum

FKE De Salon - Noord-Sche Schut

Studio1 Salon - Sassenheim

Hair by SHRLY - Rotterdam

Hair&care - Papendrecht

The Curly House - Amsterdam

Excellence Hairdesign - Loon op Zand

Hizi Hair Leusden - Leusden

Fiens Haaratelier - Delden

Haarstudio Horjus - Sneek

Salon Moos Culemborg - Culemborg

The Barbers Office - Amsterdam

Beauty 4 All Nijverdal - Nijverdal

De Scheermeesters - Steenwijk

Hair & Beauty by Janna - Voorthuizen

Nick Justin - Utrecht

Hair By Branca - Winschoten

Diana's Hairfashion - Arnhem

Fleum Haarstudio - Klein Zundert

Hiphaar - Leiden

Hairstyling Good Vibes
- Hardinxveld-Giessendam

JC Hair - Rotterdam

Barbershop Benthuiser - Rotterdam

SALONNIEUWS

Vier je binnenkort een jubileum?
Of open je bijvoorbeeld een nieuwe
kapsalon? ANKO Kapperszaken
blijft graag op de hoogte. Mail jouw
salonnieuws naar info@anko.nl.

GEFELICITEERD!

- Kapsalon B-Bop bestaat 25 jaar. Van harte!
- Een prachtige mijlpaal voor Kapsalon Leemrijse. De salon bestaat 95 jaar! Van harte gefeliciteerd!
- Hair by Chantelle bestaat 25 jaar. Wauw!
- Ook in Lutjegast is het feest. Kapsalon Henriette bestaat 40 jaar. Van harte!
- Salon Erica bestaat 35 jaar. Proficiat!
- Kapper Van der Klift werkt al 60 jaar in de salon. Dat is een feestje waard, gefeliciteerd!
- Gaby's Hair & Beauty suite viert het 10-jarig jubileum. Proficiat!
- Bij Salon Fabulous Hairdesign hangt de vlag uit. De salon bestaat 25 jaar. Gefeliciteerd!





KOERS HOUDEN

in woelige tijden

MAURICE CRUSIO
VOORZITTER



Ondernemen is vooruitkijken. Natuurlijk, je neemt je ervaring mee en leert van het verleden, maar uiteindelijk draait het om waar je naartoe gaat. Welke koers vaar jij als kapperondernemer? Dat gaat niet alleen over jouw visie op je onderneming en je medewerkers, maar ook over wat er om je heen gebeurt. Nieuwe regelgeving, veranderende klantverwachtingen en de krappe arbeidsmarkt – al die ontwikkelingen beïnvloeden de keuzes die je maakt. Ondernemerschap en werkgeverschap vragen nu meer van je dan ooit. Hoe zorg je ervoor dat je niet alleen de wind in de zeilen hebt, maar ook weet waar je uit wilt komen?

Ook de ANKO heeft de koers aangescherpt. In een tijd van snelle veranderingen is stilstaan geen optie. We zetten vol in op jouw werkgeverschap en ondernemerschap. Wij helpen je niet alleen met kennis

en advies, maar ook met sterke samenwerkingspartners die jouw onderneming verder kunnen brengen.

Onze nieuwe koers is niet alleen een belofte, je ziet 'm ook terug in hoe we met je communiceren. Neem binnenkort eens een kijkje op onze vernieuwde website: nóg helderder, nog relevanter en altijd gericht op wat jij als ondernemer écht nodig hebt. Ook ANKO Kapperszaken passen we aan op basis van deze koers en de inzichten uit ons lezersonderzoek. Het volgende nummer verschijnt in een nieuw jasje, helemaal toegespitst op wat jou als ondernemer verder helpt.

We doen er alles aan om jou als ondernemer in deze woelige tijden te ondersteunen. Want alleen door samen te werken, kunnen we de kappersbranche toekomstbestendig maken. ➡

IN YOGA, BROUWEN JIJ VAN EEN EIGEN SALON?

Hoe is het om zelf een eigen werkplek te creëren, af te bouwen en
 uiteindelijk te laten runnen? Je krijgt een onderneming, maar krijg je ook
 alle bijbehorende verantwoordelijkheden erbij? Het kan op andere en
 verschillende manieren. Het kan zijn: een onderneming, een bedrijf
 en meer. Het kan zijn: een bedrijf en meer. Het kan zijn: een bedrijf en meer.

Waarom zou je een eigen bedrijf willen?

Het is een manier om een eigen bedrijf te creëren, af te bouwen en
 uiteindelijk te laten runnen. Het is een manier om een eigen bedrijf te
 creëren, af te bouwen en uiteindelijk te laten runnen. Het is een manier
 om een eigen bedrijf te creëren, af te bouwen en uiteindelijk te laten
 runnen. Het is een manier om een eigen bedrijf te creëren, af te bouwen
 en uiteindelijk te laten runnen.



Waarom zou je een eigen bedrijf willen?

Het is een manier om een eigen bedrijf te creëren, af te bouwen en
 uiteindelijk te laten runnen. Het is een manier om een eigen bedrijf te
 creëren, af te bouwen en uiteindelijk te laten runnen. Het is een manier
 om een eigen bedrijf te creëren, af te bouwen en uiteindelijk te laten
 runnen. Het is een manier om een eigen bedrijf te creëren, af te bouwen
 en uiteindelijk te laten runnen.

GOED VERZEKERD, *zorgeloos ondernemen*

Korte lijntjes en deskundig advies
via ANKO Verzekeringsdienst ♦

Als ondernemer wil je kunnen doen waar je goed in bent: je klanten blij maken met een mooie coupe. Maar wat als er iets misgaat? Cees den Hartog van DUO Kappers in Vianen weet uit ervaring hoe belangrijk goed verzekerd zijn is. Sinds hij via de ANKO Verzekeringsdienst is verzekerd, heeft hij wat dat betreft een zorg minder.

LESSEN UIT HET VERLEDEN

Cees had altijd zijn verzekeringen prima op orde. Totdat hij enkele jaren geleden besloot een zakelijke verzekering te schrappen om kosten te besparen. "Ik dacht: ach, die heb ik toch nooit nodig", vertelt hij. Maar dat bleek een grote misrekening. "Toen ik te maken kreeg met een behoorlijke schade, stond ik ineens met mijn rug tegen de muur. Ik was hier totaal niet op voorbereid en had juist die verzekering opgezegd." Bijna had hij zijn zaak moeten sluiten. Die ervaring leerde hem een belangrijke les: besparen op verzekeringen kan grote gevolgen hebben. "Je denkt misschien dat het een kostenpost is, maar als je op het verkeerde moment niet verzekerd bent, kan het je de kop kosten."

MEEDENKEN EN MAATWERK

Toen Cees zich aansloot bij de ANKO Verzekeringsdienst, merkte hij direct het verschil. "De lijntjes zijn kort, ze begrijpen de branche en ze denken echt met je mee." Hij kreeg het advies om zijn pand opnieuw te laten taxeren. "Ik had geen idee dat ik onderverzekerd was", zegt hij. "Als er brand was uitgebroken, had ik veel minder uitgekeerd gekregen."



CEES HEEFT EEN ZORG MINDER NU HIJ GOED VERZEKERD IS.

Dankzij de taxatie en het advies van de verzekeringsadviseur weet Cees nu zeker dat hij goed verzekerd is. "Je wilt niet pas ontdekken dat je verzekering niet toereikend is op het moment dat je hem nodig hebt."

VERZEKEREN IS ONDERNEMEN

Cees ziet het afsluiten van een goede verzekering als een essentieel onderdeel van ondernemerschap. "Ik snap dat sommige kappers denken: ik bespaar



THERESE VAN 'T WESTENDE, ROBERT SLUIS, ERIC KREFT EN MICHEL KROUWER.

25 jaar samenwerking ANKO & ANKO Verzekeringsdienst

Al 25 jaar biedt de ANKO Verzekeringsdienst, in samenwerking met Schouten Zekerheid, maatwerk op het gebied van verzekeringen voor kapperondernemers. Een mijlpaal waar we trots op te zijn! Therese van 't Westende (Directeur ANKO), Michiel Krouwer (Directeur Schouten Zekerheid), Eric Kreft (Commercieel Directeur Schouten Zekerheid) en Robert Sluis (Accountmanager ANKO Verzekeringsdienst) stonden stil bij deze waardevolle samenwerking. Dankzij korte lijntjes, persoonlijk advies en deskundige begeleiding kunnen kappers zorgeloos ondernemen. Op naar de volgende 25 jaar!

liever op mijn vaste lasten. Maar als er iets gebeurt, ben je blij dat je het goed hebt geregeld." Zijn advies aan collega-kappers? "Denk vooruit. Je verzekering is niet alleen voor vandaag, maar vooral voor de toekomst van je bedrijf." De ANKO Verzekeringsdienst neemt het hem veel zorgen uit handen. "Ik hoef niet meer zelf uit te zoeken welke verzekering bij mijn situatie past. Dat regelen zij voor mij. Dat geeft een hoop rust."

BLIJF OP DE HOOGTE

De kappersbranche is voortdurend in beweging en dat geldt ook voor verzekeringen. "Je moet als ondernemer niet alleen bezig zijn met je vak, maar ook met de randzaken", zegt Cees. Hij blijft zelf op de hoogte door vakbladen en de informatie vanuit ANKO te lezen. "Zij informeren je over ontwikkelingen die je anders misschien zou missen." Zijn advies? "Maak er een gewoonte van om je verzekeringen periodiek te laten checken. Je bedrijf verandert, en je risico's veranderen mee." Sinds hij dat doet, voelt Cees zich een stuk zekerder. "Ik kan me weer volledig focussen op mijn zaak, zonder me zorgen te maken over 'wat als'."

"JE BEDRIJF VERANDERT,
en je risico's veranderen mee"

Ben jij die **ENTHOUSIASTE EN BETROKKEN ONDERNEMER** die we zoeken?

Dit is jouw kans om écht het verschil te maken en bij te dragen aan de toekomst van de kappersbranche! De afgelopen jaren is er veel veranderd en daarom heeft de ANKO een nieuwe, frisse koers bepaald. In december heeft de ledenraad deze nieuwe richting goedgekeurd en dat brengt mooie veranderingen met zich mee.

Sinds dit jaar leggen we meer focus op werkgeverschap, werken we samen met *preferred suppliers* op het gebied van ondernemerschap en staan (beroeps)onderwijs en imago eveneens centraal. Daarnaast introduceren we een nieuwe overlegstructuur die precies aansluit op wat onze diverse ledengroepen nodig hebben. Vanaf 1 juli 2025 vervangen we de huidige beleidsadviescommissies door gloednieuwe commissies.



DE NIEUWE COMMISSIES ZIJN:

- Ondernemers met personeel
- Ketenbedrijven
- Zzp'ers
- Jonge ondernemers
- Barbiers

Hiermee zorgen we ervoor dat álle leden hun stem kunnen laten horen binnen de ANKO! Voor de ketenbedrijven worden geen verkiezingen gehouden, bedrijven met meer dan tien vestigingen hebben al hun plek in de commissie Ketenbedrijven.

WE ZIJN OP ZOEK NAAR ENTHOUSIASTE ONDERNEMERS ZOALS JIJ!

Wil je meedenken en invloed uitoefenen op de toekomst van de ANKO? Of je nu ondernemer bent met personeel, een ketenbedrijf runt, jonge ondernemer bent of als zzp'er werkt: er is altijd een plek voor jou in een van onze nieuwe commissies, de ledenraad of zelfs het bestuur. Door je kandidaat te stellen, zet je je in voor jouw collega's en versterk je jouw ANKO en de kappersbranche. In het voorjaar zijn we op zoek naar kandidaten voor de commissies en ledenraad, en in het najaar zoeken we bestuursleden.

WAT BETEKENT DIT VOOR JOU?

Als commissielid sta jij aan de frontlinie van de ANKO! Je krijgt de kans om actief mee te denken over belangrijke thema's die voor jouw doelgroep belangrijk zijn. Jouw ideeën en input zijn van belang en je draagt direct bij aan de toekomst van de kappersbranche. We gaan met kandidaten in gesprek om te zorgen dat elke commissie een goede ledenafspiegeling vormt.

Voor de ledenraad zoeken we 14 enthousiaste leden die ondernemers met personeel, ketenbedrijven en zzp'ers vertegenwoordigen. De ledenraad neemt belangrijke besluiten over de toekomst van de ANKO, zoals de goedkeuring van de begroting en het strategisch plan, en blikst terug door de jaarrekening goed te keuren. Via online verkiezingen bepalen de leden van de ANKO wie in de Ledenraad zitting hebben.

EN DAT IS NOG NIET ALLES!

Daarnaast lanceren we nieuwe initiatieven zoals de Commissie Toekomstagenda en de Projectgroep Imago. De Commissie Toekomstagenda buigt zich over de belangrijke thema's die in de toekomst invloed zullen hebben op de branche en de rol van de ANKO daarin. De Projectgroep Imago levert input en houdt de ontwikkelingen rond de toekomstige arbeidsmarktcampagne voor de kappersbranche nauwlettend in de gaten.

BEN JIJ DE ONDERNEMER DIE WE ZOEKEN?

Of je nu al jaren ondernemer bent of net begint, jouw ervaring en ideeën zijn meer dan welkom. De ANKO biedt jou een unieke kans om samen de toekomst van de kappersbranche te bepalen! Klinkt dit als iets voor jou? Wacht dan niet langer en stel je kandidaat! Scan de QR-code en meld je aan voor een plek in een van de nieuwe commissies of de ledenraad. De deadline is begin mei. ➡



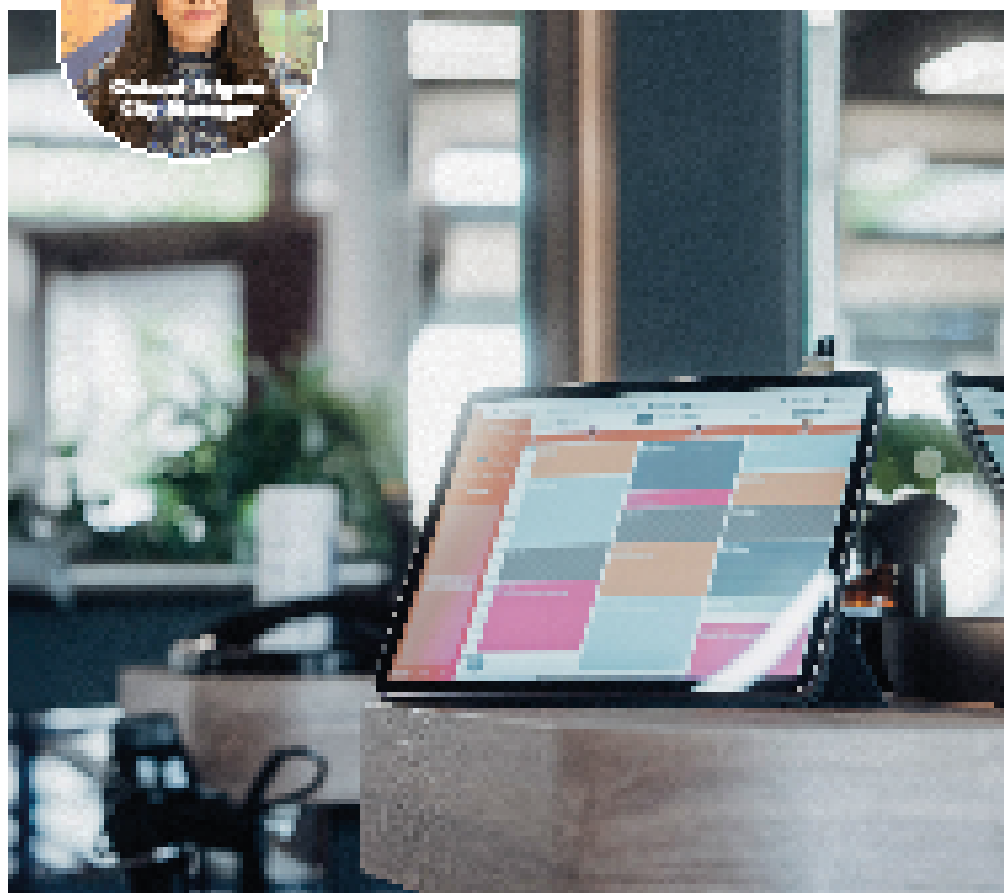
DOE JE MEE?

Salonix

DE ALLES-IN-ÉÉNTOOL VOOR KAPPERS

ANKE KAPPERSZAKEN

Met Salonix kun je iedereen op één-die plaats krijgen in minuten. Het is de ideale tool voor kappers om hun klanten te verwelkomen en hun behoeften te begrijpen. Met deze alles-in-één tool kun je de klant beter begrijpen en hun behoeften beter begrijpen.

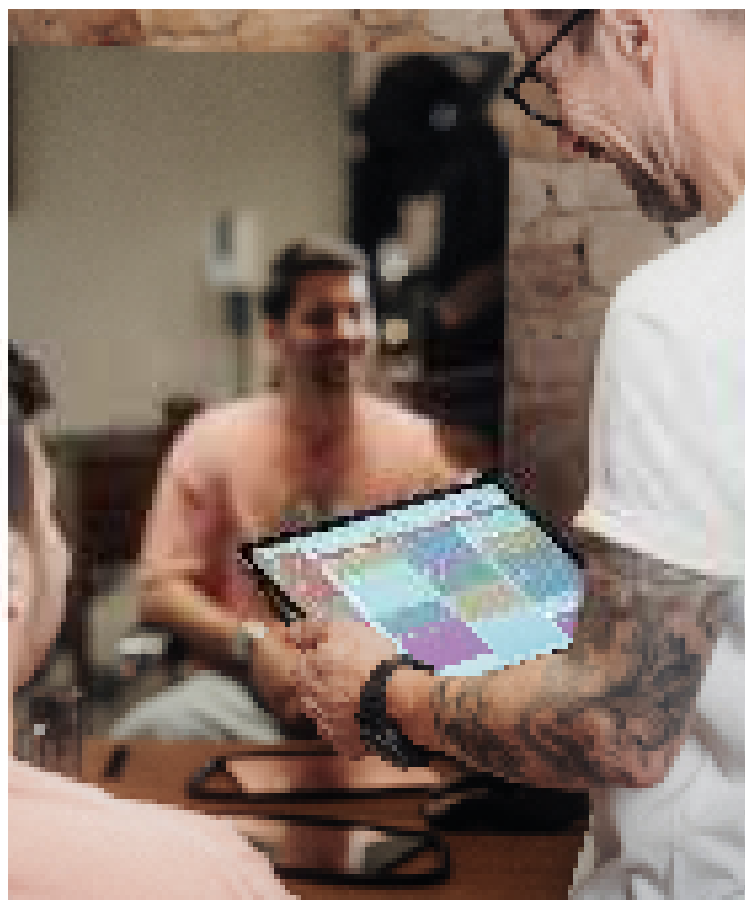


Salonix is de ideale tool voor de kapper om zijn klanten te verwelkomen en hun behoeften te begrijpen. Met deze alles-in-één tool kun je de klant beter begrijpen en hun behoeften beter begrijpen.

Eén-die tool

Salonix is de ideale tool voor de kapper om zijn klanten te verwelkomen en hun behoeften te begrijpen. Met deze alles-in-één tool kun je de klant beter begrijpen en hun behoeften beter begrijpen.

Salonix is de ideale tool voor de kapper om zijn klanten te verwelkomen en hun behoeften te begrijpen. Met deze alles-in-één tool kun je de klant beter begrijpen en hun behoeften beter begrijpen.



Haar controle, stellen we deze
 medewerkers bij op de juiste manier, met een duidelijke afbakening van de verantwoordelijkheden. Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat hun rol is en wat de verwachtingen zijn. Dit kan door middel van duidelijke communicatie en training. Het is ook belangrijk dat de medewerkers weten wat de gevolgen zijn van het niet naleven van de regels. Dit kan door middel van duidelijke afspraken en consequenties. Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning.

Procedurische aspecten
 Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de procedures zijn voor het uitvoeren van hun werk. Dit kan door middel van duidelijke documentatie en training. Het is ook belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning.

Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning. Het is ook belangrijk dat de medewerkers weten wat de gevolgen zijn van het niet naleven van de regels. Dit kan door middel van duidelijke afspraken en consequenties. Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning.

Minuten maken: korte sessies, korte tijd
 Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning. Het is ook belangrijk dat de medewerkers weten wat de gevolgen zijn van het niet naleven van de regels. Dit kan door middel van duidelijke afspraken en consequenties. Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning.

‘Het voelt alsof ik er een extra teamlid bij heb’

Salonkoo

Salonkoo
 Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning. Het is ook belangrijk dat de medewerkers weten wat de gevolgen zijn van het niet naleven van de regels. Dit kan door middel van duidelijke afspraken en consequenties. Het is belangrijk dat de medewerkers weten wat de mogelijkheden zijn voor verbetering. Dit kan door middel van duidelijke feedback en ondersteuning.



SHAYLEEN



VAN WERKVLOER naar leiderschap

*Shayleen over koers bepalen, loslaten
en ondernemen met lef*

Met een baby op komst en een schaar in de hand startte Shayleen dertien jaar geleden haar eerste salon. Inmiddels runt ze Shay4Beauty, een bloeiend bedrijf met twee vestigingen – en droomt ze van een derde salon. Haar specialisme?

Indrukwekkende transformaties met extensions.

“Maar ondernemen betekent ook keuzes maken, groeien en soms loslaten”, vertelt ze. Hoe vaart Shayleen haar eigen koers, terwijl haar bedrijf steeds groter wordt?

Hoe gaat het met Shay4Beauty?

Fantastisch! We groeien sneller dan verwacht. Wat ooit begon als een bescheiden salon in Amsterdam naar een salon in Almere op een industriegebied, groeide uit tot twee prachtige vestigingen: in Almere, en sinds twee jaar ook in Hilversum. En we zijn nog niet uitgegroeid. Op 1 mei verhuizen we in Almere naar een grotere locatie, omdat we uit ons jasje groeien. ➤

"BALANS VINDEN TUSSEN INVESTEREN EN WINSTGEVEND BLIJVEN IS DE GROOTSTE UITDAGING"



Onze focus ligt op haarverlengingen en makeovers, en dat slaat aan. We hebben veel vaste klanten, maar dankzij slimme marketing en social media ontdekken dagelijks nieuwe jonge meiden ons. Dat maakt het extra leuk om verder te groeien."

Een tweede salon openen: was dat spannend of een logische stap?

"Ik twijfelde: gaan we uitbreiden of een grotere salon nemen? Financieel maakte het nauwelijks verschil. Hilversum was een strategische keuze: midden in het Gooi, precies waar onze doelgroep zit. Bovendien vinden veel vrouwen een overvolle salon niet prettig. Met twee locaties kunnen we klanten beter verdelen en de service persoonlijk houden. De overgang van één naar twee salons voelde als een enorme sprong. Net als bij de stap van één naar twee kinderen: ineens moest ik alles verdelen, van inkoop tot personeel. Ik ben eigenlijk dag en nacht bezig met mijn bedrijf. Mijn kinderen zeggen het ook: 'Mama, je zit altijd op je telefoon.' Maar dat hoort erbij."

Wat betekent 'je eigen kapperskoers varen' voor jou?

"Zelf de regie houden en keuzes maken die bij mij en mijn salon passen, zonder blindelings mee te gaan met anderen. Ik durf risico's te nemen en dingen anders aan te pakken. Zo verhuisde ik ooit van een kleine salon op een industriegebied naar een mooie zaak langs een hoofdweg, terwijl ik eigenlijk nog niet genoeg klanten had. Maar ik blijf altijd dicht bij mijn visie: kwaliteit leveren, persoonlijk contact houden en groeien. Tijdens die groei heb ik gemerkt hoe waardevol het is om van andere ondernemers te leren. Via de ANKO kom je in contact met collega's die met dezelfde vragen en uitdagingen zitten. Die inzichten helpen mij nog steeds bij het maken van keuzes en het bepalen van mijn koers. En ik kijk altijd vooruit: wat heeft mijn klant nodig? Wat maakt mijn salon sterker?"

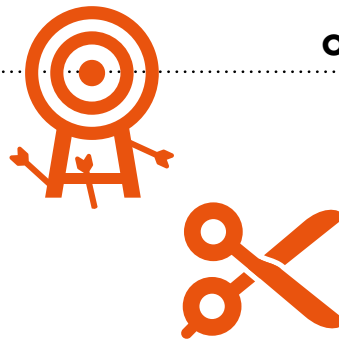
En wat maakt jouw salon sterker?

"Naast onze extensions draait het voor mij om klant-beleving. Je kunt geweldig haar maken, maar als de service tegenvalt, komen klanten niet terug. Daarom zorgen we voor een warm welkom, bieden we een drankje aan en maken we echt contact. Ik ken veel klanten bij naam en onthoud details over hun leven. Als ze terugkomen, vraag ik hoe hun vakantie was of hoe het met hun studie gaat. Die persoonlijke touch maakt het verschil, en ik leer mijn team om dat ook te doen."

Heb je een bepaald einddoel?

"Ik wil nog een salon openen, in Rotterdam of Brabant. Veel klanten vragen erom, en omdat mensen nu speciaal naar Almere en Hilversum reizen, weet ik dat de vraag groot is. Maar daarna stop ik met uitbreiden. Hoe groter je wordt, hoe meer er achter de schermen speelt: administratie, personeel, roosters, ziekteverzuim."





Dat is veel werk. Mijn doel is een stabiel team opbouwen. Ik heb nu een aantal medewerkers in loondienst en werk daarnaast met zelfstandigen. Maar ik zoek meer mensen die echt willen blijven, zodat we samen verder kunnen bouwen.”

Je zus is betrokken bij het management. Hoe helpt dat jou?

“Drie jaar geleden ging ik met haar samenwerken. Ik had iemand nodig voor bijvoorbeeld het ontvangen van klanten, de administratie, functioneringsgesprekken, de telefoon, de inkoop en het rooster – en zij was daar perfect voor. Werken met familie is een risico, maar bij ons werkt het geweldig. Zij regelt nu alles waardoor ik meer vrijheid heb en dankzij haar werkzaamheden blijven we nog steeds groeien. Mijn rol is enorm veranderd: drie jaar geleden werkte ik zes dagen per week in de salon, nu nog maar één. Dit geeft me meer tijd voor mezelf, voor mijn kinderen en om na te denken over strategie. Ik ben nog steeds betrokken en veel in mijn salons te vinden, maar ik hoef niet meer alles zelf te doen.”

Wat betekent groei voor jou?

“Groeit betekent voor mij niet alleen meer klanten en extra personeel, maar ook nieuwe behandelingen aanbieden. Extensions en verven doen we al veel, maar we gaan uitbreiden met K18-verzorgingsbehandelingen en stoombehandelingen. Ook komen er speciale krulbehandelingen bij. In Hilversum hebben we daar al ruimte voor, in Almere wachten we op de verhuizing. Medewerkers worden hier al op getraind, zodat we straks direct kunnen starten.”

Wat is de grootste uitdaging van uitbreiden?

“Balans vinden tussen investeren en winstgevend blijven. Tot vorig jaar hield ik de financiën wel bij, maar niet strategisch genoeg om echt te groeien. Nu ligt mijn focus op meer winst maken dan investeren. Dit jaar heb ik een nieuwe boekhouder en kijk ik bewuster naar productverkoop en prijzen.”

En wat zijn de voordelen?

“Meer vrijheid. Als ik iets leuks wil plannen, werk ik niet. Ik ga meerdere keren per jaar op vakantie en heb tijd om de voetbalwedstrijden van mijn zoons te zien. Als ondernemer werk je hard, maar het moet ook wat opleveren. Voor mijn bedrijf betekent groei meer bekendheid. Social media en influencers spelen daarin een grote rol. Zo was Janice Blok een van de eersten die over ons sprak en dat gaf een enorme boost aan onze naamsbekendheid. Inmiddels werken we met meerdere influencers, zoals Patty Brard, Dyantha Brooks en Sarah van Soelen, waardoor Shay4Beauty een hype is geworden. Via platforms als Instagram en TikTok laten we niet alleen onze behandelingen zien, maar creëren we ook een *experience*: als een salon ‘de plek’ is waar iedereen naartoe gaat, willen mensen erbij horen.”

Wat heb je geleerd over leiderschap?

“Ik moest leren loslaten en zakelijker worden. Mijn team zag me vroeger meer als vriendin dan als werkgever. Daardoor vond ik het lastig om hen aan te spreken op bijvoorbeeld afwezigheden en te laat komen. Ook feedback geven tijdens functioneringsgesprekken vond ik moeilijk. Sinds 2025 heb ik mijn werknemers niet meer op social media en communiceren we alleen nog zakelijk. Hetzelfde geldt voor mijn zus en de salonmanagers. Daarom hebben we nu strakkere regels. Het voelt als een grote stap, maar het was nodig.”

Welke les wil je meegeven aan jonge ondernemers?

“Ik krijg vaak berichten van jonge meiden die een salon of bedrijf willen beginnen, maar bang zijn om te falen. Mijn advies? Gewoon doen. Kijk niet om je heen, negeer wat anderen zeggen en ga er 100 procent voor. Ik begon ook niet onder perfecte omstandigheden, maar ik deed het gewoon. Ondernemen is durven. Succes komt niet vanzelf, maar als je er vol voor gaat en in jezelf gelooft, is alles mogelijk.” 📌

“GROEI BETEKENT MEER BEKENDHEID”

GEVOLGEN STIJGENDE PRIJZEN OP KAPPERSBEZOEK

Alles wordt duurder. Dat merk jij als ondernemende kapper, maar jouw klanten merken dat ook. Wat betekent dat voor hun uitgaven bij de kapper? De ANKO zocht het uit!



"Ik ga even vaak naar de kapper en neem dezelfde behandelingen"

50%

HET PERCENTAGE VAN DE
ONDERVRAAGDEN DAT
DIT ANTWOORD GAF.



"Ik ga naar een goedkopere kapper, neem minder behandelingen of ga minder vaak"

24%

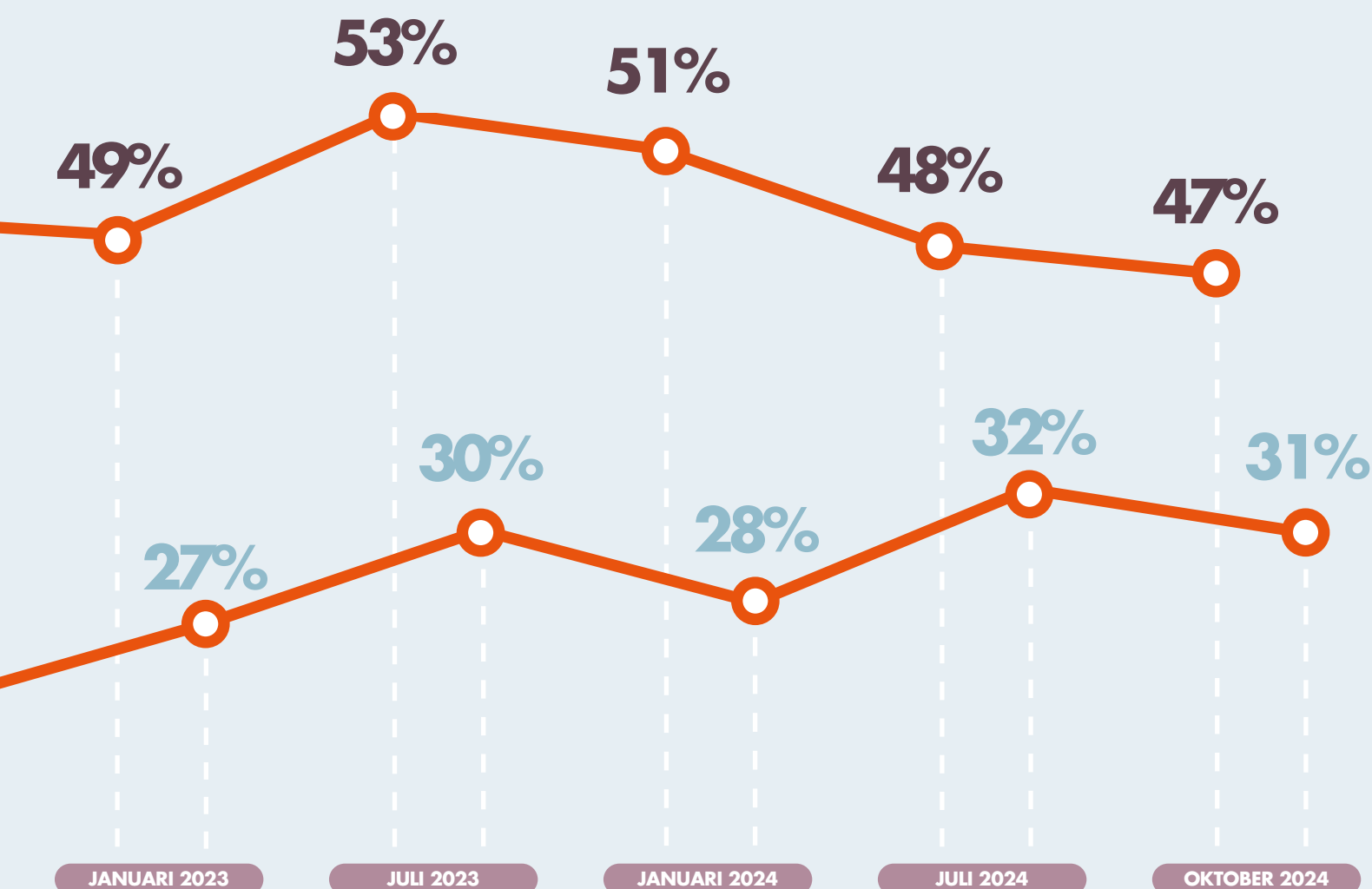
v.a. 30% >

JULI 2022

- Kijkend naar het jaarlijkse gemiddelde laten de gestegen prijzen in 2024 een **beperkte actie van de consument** zien.
- Kijkend naar de tussenliggende perioden is wél een verschuiving zichtbaar. **Consumenten bezuinigen steeds meer op frequentie of aantal behandelingen.**
- **Vooral vrouwen proberen kapperskosten te besparen.**

Consumenten blijven
onverminderd
tevreden en geven
hun kapper
gemiddeld een:

8,2



Onderzoek uitgevoerd onder 400 respondenten.



REFLECT

LINEA PERMANENT LINEA



De Mydentity Reflect vloeiende semi-permanente kleurlijn bestaat uit vijftien delicate tinten, variërend van warm tot koel. Het is een veelzijdige formule voor het laten glanzen, tonen, verbeteren of intensiveren van de haarkleur. De vloeiende consistentie zorgt voor extreem gemakkelijk mengen en aanbrengen op het haar. Voor een subtile toepassing die de zachtheid van het haar verbetert en die schitterende glanzende kleurschakelen oplevert!



VRAAG NU EEN GRATIS
TESTKIT/TRAININGSAAN!

Mydentity is verkrijgbaar bij Beautydistrict. Meer informatie? Neem contact op met Sales Support via 065 - 4896000 of info@beautydistrict.nl.



FOTOGRAAF GUY OFFERMAN



Dennis en Danielle Kil, wat dit onafscheidelijke duo doet in onze branche is te veel om op te noemen. In 2021 lanceerden zij 'the.talents' magazine – podcasts – education. Hier bieden zij een podium voor bekend en onbekend talent binnen de hair & beauty industry en de inspirerende wereld daar omheen. Nieuwsgierig? thetalents.nl

Hey KAPITEIN!

Elke kapitein kent het: de zee is kalm, de wind staat gunstig en de bestemming is helder. Heerlijk genieten met je gezicht in de zon, luisterend naar een vrolijk zingende bemanning! Maar dan opeens verandert het tij. De wind draait, een storm steekt op, er ontstaat een sterke stroming en ineens lijkt niets meer vanzelf te gaan. Het schip schommelt en kraakt en het kompas begint te haperen. De kapitein verliest koers, de bemanning stopt met zingen en om het drama compleet te maken springt een aantal bemanningsleden ook nog eens van boord! Sommigen verlaten het schip om een eigen koers te gaan varen. Anderen wachten af, onzeker over wat komen gaat...

Op dat moment heeft de kapitein twee keuzes. Stil blijven liggen en hopen op betere weersomstandigheden of de zeilen bijzetten en zoeken naar een nieuwe route. De kapitein die enkel vaart op hoe het vroeger was en niet opgewassen is tegen de veranderende

omstandigheden, zal waarschijnlijk stranden. De kapitein die slim anticipeert op de nieuwe situatie, die overleeft. Hij heeft die momenten van stress en adrenaline omgezet in wilskracht en wijsheid om een nieuwe koers te vinden. Misschien met minder handen aan dek, maar met de juiste koers en slimme navigatie kan hij nog steeds mijlen vooruit.

De vraag is niet of de wind draait, maar hoe jij daarop inspeelt. Laat jij je meevoeren door het onvoorspelbare water? Of pak je het roer stevig vast, motiveer je jouw bemanning, verander je de stand van de zeilen en bepaal je zelf waar je naartoe gaat? Welke koers kies jij?

Wij wensen je een behouden vaart! ⚓

Liefs, Danielle en Dennis Kil



WAAROM HET *melden van kort verzuim* ZO BELANGRIJK IS

Een paar dagen ziek kan gebeuren, zeker als je veel contact hebt met klanten. Maar wist je dat kort verzuim – zoals een stevige verkoudheid of griep – soms kan uitgroeien tot langdurige uitval? Door verzuim vanaf dag één serieus te nemen, verklein je de kans op langdurige uitval.



DIRECT MELDEN

Meld elke ziekmelding direct bij de verzuimverzekering en arbodienst. Zo houd je zicht op verzuimfrequentie en kun je daarover in gesprek met je medewerker. Op tijd melden zorgt er ook voor dat de arbodienst je meteen kan ondersteunen bij je wettelijke verplichtingen. En, heel belangrijk: de eigen risicoperiode van de verzekering start pas bij de melding. Hoe later je meldt, hoe langer je zelf moet doorbetalen bij langdurig verzuim.



CAO-WIJZIGING 2024

De cao-wijziging per 1 juli 2024 maakt een nauwkeurige verzuimregistratie nog belangrijker. Onder de nieuwe cao gaat de loondoorbetalingsverplichting bij ziekte na 52 weken van 100 procent naar 70 procent. Heb je de verzuimverzekering via de ANKO Verzekeringdienst? Dan is dit voor het tweede jaar al verwerkt in je premie. Maak je gebruik van een andere verzekeraar, zoek dan contact met je adviseur.



LOONDOORBETALING TWEDE JAAR: 70 PROCENT

De verandering in de hoogte van loondoorbetaling kan een stimulans zijn om – indien mogelijk – weer te gaan werken, maar kan ook zorgen geven bij zieke medewerkers. Goede verzuimregistratie helpt om dit tijdig te bespreken en verrassingen te voorkomen.

Kortom, grip op verzuim begint bij het tijdig melden en serieus oppakken van korte ziekmeldingen. Zo houd je je team inzetbaar en je salon draaiende.



WETEN HOE JE VERZUIM IN JOUW SALON KUNT AANPAKKEN?

Met een verzuimverzekering van de ANKO Verzekeringdienst heb je toegang tot het advies van De Verzuimregisseur.

Hairdreams®
THE ART OF HAIR EXTENSIONS

*Miss Universe
Netherlands
Faith Landman
zweert bij Hairdreams*

NIEUW:

Inspireer je klanten met
haarverlengingen en verdikkingen
van ongekennde perfectie
met de nieuwe
Laserbeamer ULTRA!

*Make the
ultra
DIFFERENCE*



Verzeker je van een Laserbeamer ULTRA en haal het onderscheid in je salon.
Nú uitzonderlijke condities voor de eerste 20 startkits.

 [hairdreamsnl](https://www.instagram.com/hairdreamsnl)  [hairdreams.official](https://www.facebook.com/hairdreams.official)

 www.hairdreams.com  België: 0800 - 38500 | Nederland: 0800 - 0220880

TOP

Tips!



Barry en Marleen Bosman
wonnen de ANKO
Ondernemers Award
en mogen zich Ondernemers
van het jaar 2024 noemen.
In ANKO Kapperszaken
delen ze nóg één keer hun
inside tips voor succesvol
ondernemerschap!

Deze keer: hoe bepaal je
een duidelijke kapperskoers
voor jouw salon?

1

STEL CONCRETE DOELEN OP

“Veel ondernemers stellen doelen als ‘meer omzet’ of ‘betere balans tussen werk en privé’, maar wat betekent dat precies? Als je doel vaag is, is het makkelijk om te denken dat je goed bezig bent. Maar hoe weet je of je echt groeit? Zorg ervoor dat je doelen concreet en uitdagend zijn. Bijvoorbeeld ‘binnen zes maanden 10 procent meer omzet’ of ‘elke week een dag vrij’. Een duidelijk doel helpt te focussen en zorgt ervoor dat je echt stappen zet. Daarnaast moet een doel iets zijn waar je moeite voor moet doen. Als het te makkelijk is, daag je jezelf niet uit en blijf je stilstaan.”

2

ZET IN OP EEN PERSOONLIJKE TOUCH

“De kappersbranche draait om mensenwerk. Klanten kiezen niet alleen voor een goede kapper, maar voor de ervaring die je biedt. Hoe wil jij dat jouw klanten jouw salon beleven? En hoe wil jij als kapper en ondernemer overkomen? Zorg dat je communicatie, service en uitstraling hierbij aansluiten. Een persoonlijke *touch* – van een goed gesprek tot een attent gebaar – versterkt niet alleen de klantrelatie, maar draagt ook bij aan een herkenbare en consistente identiteit. Dit geldt ook online: zorg dat jouw sociale media niet alleen een verzameling mooie kapsels is, maar een weerspiegeling van de unieke sfeer in jouw salon.”

3

BLIJF VERNIEUWEN

“Kappers zijn trendsetters en klanten verwachten dat je hen blijft verrassen. Dit geldt niet alleen voor kapsels, maar ook voor de uitstraling en beleving in je salon én de webshop. Pas je interieur, productpresentatie en marketing regelmatig aan, zodat klanten telkens iets nieuws ervaren. In onze webshop gebruiken we dezelfde branding als in de salon en op onze socials, zodat alles mooi in lijn ligt met elkaar. Maar let erop dat vernieuwing altijd moet bijdragen aan jouw langetermijnvisie: wat wil je als salon uitstralen? Welke klanten wil je aantrekken? Zorg ervoor dat jouw innovaties je salon versterken in plaats van je richting te laten verliezen.”

4

BLIJF LEREN EN ONTWIKKELEN

“Veel ondernemers denken op een bepaald moment: nu weet ik het wel. Maar dat is een valkuil. De kappersbranche verandert continu en wie niet bijleert, loopt achter. Veel grote merken bieden trainingen waar je niet alleen nieuwe technieken leert, maar ook in contact komt met jongere kappers met een frisse blik. Andersom brengen ervaren kappers juist stabiliteit en vakkennis mee. Door open te staan voor nieuwe inzichten en samen te werken met zowel jong talent als ervaren collega's, kun je je strategie blijven aanscherpen en tegelijkertijd inspelen op veranderingen.”

5

CONSISTENTIE IS KEY

“Een doel stellen is één ding, maar volhouden is de echte uitdaging. Veel ondernemers starten enthousiast, maar haken af zodra de focus verslapt. Succes zit in herhaling: blijf zichtbaar, blijf je verhaal vertellen, blijf posten. Als je alleen werkt, zoek dan een coach of sparringpartner om je scherp te houden. Of sluit je aan bij een ondernemersnetwerk binnen de branche. Bijna ieder groot merk of platform heeft zulke groepen. Door ervaringen te delen met collega-ondernemers én consistent te blijven, houd je jezelf gefocust, blijf je in ontwikkeling en het belangrijkste: houd je koers.”

BARRY EN MARLEEN BOSMAN, WINNAARS VAN DE ANKO ONDERNEMERS AWARD 2024.



S & COLOURS



"SUCCES BEGINT MET KOERS BEPALEN"

De strategie achter Cuts & Colours

Een succesvolle salon runnen vraagt om meer dan alleen goed knippen en service verlenen. “Het draait om koersbepaling”, zegt René Minnee (64), mede-oprichter van Cuts & Colours. Als vierde generatie kapper kreeg hij het ondernemerschap met de paplepel ingegoten. Met zijn keten bewijst hij dat een duidelijke strategie hét recept is voor succes. Hoewel hij het stokje aan zijn kinderen heeft overgedragen, is hij nog altijd actief als trainer en adviseur. In dit interview blikt hij terug op zijn bijzondere carrière en deelt hij zijn visie op modern ondernemerschap.

VAN JONGS AF AAN IN HET VAK

René Minnee is een kappersman in hart en nieren. Zijn vader had een kapsalon in Leiderdorp, en na de kappers-academie startte René in Delft in een grote salon met veertig medewerkers. “Daar zag ik hoe een goedlopend bedrijf werd gerund en maakte ik veel aantekeningen. Die werden de basis voor mijn eerste eigen salon.” Op zijn twintigste opende hij zijn eerste zaak in Leiderdorp en ontdekte hij dat zijn passie verder ging dan alleen het vakmanschap. “Ik wilde niet alleen een goede kapper zijn, maar ook een sterke ondernemer.”

ONDERNEMERSCHAP ALS DRIJVENDE KRACHT

Zijn talent bleef niet onopgemerkt. René werd door diverse leveranciers gevraagd om trainingen te geven in kapsalons. “Zo kreeg ik de kans om in de keukens van andere salons te kijken en deed daar enorm veel strategische inzichten op. Ik zag wat werkte, waar de uitdagingen lagen en hoe je een zaak niet alleen vaktechnisch, maar ook commercieel kan laten groeien.” Die kennis bracht hij direct in de praktijk. Zijn eerste salon groeide uit tot een succesvolle keten van acht filialen. Maar René dacht groter. “Ik zag een kans om structuur en

ondersteuning aan andere ondernemers te bieden en ontwikkelde samen met een compagnon de franchise-formule HairMaxx.” Die formule bleek een schot in de roos: uiteindelijk groeiden de formule naar maar liefst 44 vestigingen.

CUTS & COLOURS: EEN SIMPEL, MAAR STERK CONCEPT

Na al zijn succesvolle ondernemingen verkocht te hebben, begon René acht jaar geleden samen met zijn zoon Jasper aan een nieuw avontuur: de kappersketen Cuts & Colours. “Ons concept is vanaf dag één helder: professioneel geknipt en gekleurd worden voor een aantrekkelijke prijs. We richten ons vooral op vrouwen in het middensegment en werken met vier knip- en vier kleurtarieven waaruit klanten kunnen kiezen. Binnen enkele seconden is duidelijk wat we bieden, zonder





"IK WILDE NIET ALLEEN
EEN GOEDE KAPPER ZIJN,
MAAR OOK EEN STERKE
ONDERNEMER"

ingewikkelde prijslijsten of kleine lettertjes." Door te focussen op eenvoud zetten René en Jasper een onderscheidend concept neer. "We bieden niet alles aan, maar wat we doen, doen we heel goed."

STRATEGISCHE OVERNAMES

Die heldere focus blijkt succesvol. Inmiddels telt de keten dertien vestigingen, waarvan elf in eigen beheer en twee franchisevestigingen. Voor franchisenemers biedt het concept voordelen. "We nemen veel operationele zaken uit handen, zoals marketing, educatie en ondersteuning bij bedrijfsvoering, zodat zij zich volledig kunnen richten op hun klanten en team." Daarnaast groeit Cuts & Colours door strategische overnames van bestaande salons. "Veel oudere ondernemers zonder opvolging zitten op uitstekende locaties en zoeken een manier om hun zaak voort te zetten. Onze formule sluit

daar goed op aan." De transitie van een bestaande salon naar een volwaardige Cuts & Colours-vestiging neemt gemiddeld een jaar in beslag, zodat medewerkers en klanten geleidelijk kunnen wennen aan de verandering.

DE KRACHT VAN EEN DUIDELIJKE KOERS

Bij Cuts & Colours staat een positieve bedrijfscultuur centraal. "De manier waarop je met mensen omgaat, bepaalt het succes", zegt René. Een duidelijke koers helpt medewerkers zich betrokken te voelen en zorgt voor motivatie en groei. "Mensen willen weten waar ze aan toe zijn. Als je visie helder is, kunnen ze zich daaraan verbinden." Om dit te ondersteunen, heeft Cuts & Colours een eigen app. "Daarin communiceren medewerkers met elkaar, volgen ze trainingen en behalen ze certificaten." Hier draait alles om vooruitgang. "We zoeken 'bruistabletten', mensen die energie brengen en zich willen ontwikkelen." Een mooi voorbeeld is hoe de bedrijfsleiders de salons runnen. "Alsof het hun eigen zaak is. We geven hen het vertrouwen en de vrijheid om verantwoordelijkheid te nemen. Daardoor voelen ze zich echt eigenaar van hun werk en zetten ze zich vol overgave in. Dat is de kracht van een sterke bedrijfscultuur." Dat een duidelijke strategie werkt, blijkt ook uit succesvolle ketens in de markt. "Kijk naar Provalliance, Cosmo, Team, Rob Peetoom en Brainwash. Dat zijn grote organisaties, en niet zonder reden. Ze hebben een heldere koers. Dat maakt hen herkenbaar en succesvol."

WERKGELUK EN GROEI

Feedback speelt een grote rol in de organisatie. "We werken veel met generatie Z en weten dat zij niet één keer per maand feedback willen, maar drie keer per dag. Dat vraagt om een andere manier van ➔

“ALS HET WERKGELUK ONDER EEN 8 SCOORT, MOETEN WE AAN DE BAK”

leidinggeven. We zetten in op een positieve en sterke punten benadering. Dat zorgt ook bij de jongere medewerkers voor veel meer werkplezier en verbondenheid.” Om de groei en tevredenheid van medewerkers te meten, introduceerde René het groeikompas, een systeem waarmee medewerkers hun ontwikkeling kunnen volgen. “We willen dat medewerkers zich eigenaar voelen van hun werk en zien dat ze een toekomst bij ons hebben. Dat bindt mensen aan de organisatie.” Werkgeluk staat hierbij hoog in het vaandel. “We meten verschillende aspecten: waar krijg je energie van? Hoe ervaren je de samenwerking met je leidinggevende? Hoeveel complimenten heb je ontvangen deze week? En voel je je gewaardeerd? Als het werkgeluk onder een 8 scoort, moeten we echt aan de bak.”

WEERSTAND ALS KANS OM TE GROEIEN

René heeft in zijn carrière geleerd dat weerstand – zoals arbeidskrapte of werken met generatie Z – niet iets is om te vermijden, maar juist een bron van waardevolle inzichten kan zijn. “In elke groep heb je mensen die vanzelf meegaan in je koers, maar er zijn ook altijd medewerkers die wat terughoudender zijn. Juist daar zit vaak het goud”, zegt hij. Zijn aanpak? Openstaan voor hun perspectief en écht luisteren. “Je moet uit je eigen kader stappen en proberen in hun manier van denken te kruipen. Stel vragen, begrijp wat hen bezighoudt. Mensen verlaten niet hun baan, maar hun baas”, benadrukt hij. “Als je een sterke relatie opbouwt en medewerkers het gevoel geeft dat hun mening telt, ontstaat er vertrouwen. En dat vertrouwen zorgt ervoor dat zelfs de meest kritische medewerkers zich betrokken voelen en meebewegen met de koers van het bedrijf.”

DUIDELIJKE KOERS ALS KOMPAS

Bij Cuts & Colours is de ambitie glashelder: doorgroeien naar vijftig vestigingen. Dat blijft geen vage droom, maar wordt vertaald naar een concreet jaarplan. “We bepalen elk jaar wat we gaan doen op het gebied van groei en financiën. Daarin maken we bewuste keuzes en daar wijken we niet vanaf. Zo willen we bijvoorbeeld elk jaar met drie vestigingen groeien.” Om focus te houden, werkt het bedrijf met zogenoemde WBD's – Waanzinnig Belangrijke Doelstellingen. “Die vormen onze stip op de horizon voor het komende jaar. Elk kwartaal meten we of we op koers liggen en sturen we bij waar nodig. Zo blijft iedereen in het team gefocust en gemotiveerd om samen onze doelen te behalen.”





"MENSEN WILLEN WETEN WAAR ZE AAN TOE ZIJN"

WACHT NIET TE LANG: BEPAAL JE TOEKOMST

Voor kappers die ook nadenken over de toekomst van hun salon heeft René een duidelijke boodschap: "Begin op tijd. Denk na over je koers en waar je naartoe wilt. Heb je een opvolger? Hoe leid je die op? Of ga je je zaak verkopen?" Veel ondernemers onderschatten hoelang een overdracht duurt en realiseren zich te laat dat de commerciële waarde van hun zaak vaak lager is dan de emotionele waarde die ze eraan hechten. "Trek er gerust drie jaar voor uit. Heb je iemand intern? Werk daar dan naartoe. Heb je niemand, dan is het verstandig om op tijd op zoek te gaan naar een koper."

NEEM ZELF DE REGIE

René heeft in zijn carrière geleerd dat succes niet alleen afhangt van vakmanschap, maar vooral van visie en lef. "Je moet niet afwachten, maar zelf de koers uitzetten. Weet waar je heen wilt, neem je team mee en blijf in beweging. Succes komt niet vanzelf, maar als je weet waar je naartoe werkt, wordt ondernemen een stuk leuker en ligt de weg naar succes open." 

DE TOEKOMST: OVERDRACHT AAN DE VOLGENDE GENERATIE

Eind 2024 droeg René het stokje over aan zijn kinderen, Jasper en Murel, die al jaren actief waren binnen het bedrijf. Jasper nam de rol van algemeen directeur op zich, terwijl Murel als operationeel directeur aan het roer staat. De timing was ideaal, mede dankzij de bedrijfsopvolgingsregeling, die het mogelijk maakte om de aandelen aan hen over te dragen. "Het was tijd om een stap opzij te zetten, Jasper en Murel waren er helemaal klaar voor." Hoewel René niet langer de dagelijkse leiding heeft, blijft hij op de achtergrond als adviseur. "Ze weten waar ze me kunnen vinden als ze advies nodig hebben, maar ik geef dat niet ongevraagd. Het bedrijf is nu van hen, en dat voelt goed." Vooral ook omdat René zich nu kan blijven richten op wat hij het leukste vindt: trainingen geven en kappers inspireren. "Daar ligt mijn kracht en daar haal ik nog steeds veel energie uit."

*Hey
you!*

in for
a trip?

11 – 15 mei 2025

KIS  the
KIS Institute
2025

KIS Beyond the Chair

Bij KIS geloven we dat jouw weg verder gaat dan alleen de kapperstoel. Daarom nodigen we je uit voor een unieke reis naar het prachtige Kemer in Turkije, waar we samen educatie naar een hoger niveau tillen. Join the movement!

- High-end live educatie
- Unieke netwerkmogelijkheden
- Lijfsaansluitend verblijf
- Volledige ontspanning
- Inspiratie en plezier

*Book
here!* →



IN HERINNERING

Patrick Falle

(1967-2024)

Mijn mobiel maakt een geluid – iemand wil met me praten. Je herkent het vast. Het is de ANKO.

Ik hoor een vertrouwde stem aan de andere kant van de lijn.

“Coos, we willen in ANKO Kapperszaken een artikel wijden aan Patrick. Wil jij iets schrijven?

Jullie zijn jarenlang bevriend geweest en jij weet vast veel over hem.”

E r verschijnt een glimlach op mijn gezicht, maar ook een traan. Of ik veel weet? Man, ik kan wel een boek over Patrick schrijven! Zoveel hebben we samen meegemaakt. Niet alleen qua werk, maar ook de afterwork-bijeenkomsten, altijd met een hap en een slok. Het was een feest om samen op pad te zijn.

Als je met Patrick onderweg was, voelde het nooit als werken. Zijn passie voor het kappersvak was enorm. Met humor en vaktechnische skills wist hij moeiteloos elke zaal vol kappers en kapsters enthousiast te maken. Als zoon

van een kappersfamilie – zijn opa en vader waren succesvolle kappers – verheef hij het vak tot kunst.

Maar Patrick was een kapper zonder grenzen. Hij reisde de wereld rond en inspireerde vakgenoten van Nederland tot ver daarbuiten. Als je op een wereldkaart alle landen zou uitknippen waar hij met kam en schaar was geweest, bleef er maar een minuscuul propje over.

Hij genoot ervan om mensen mooier te maken en een goed gevoel te geven. Dat beperkte zich



niet tot zijn vak: thuis bij Patrick, Marieke en hun kinderen Britt en Mats was het altijd een komen en gaan van mensen. Nooit saai, altijd warmte en gezelligheid. Patrick was een echt mensenmens.

Wat veel mensen niet weten: hij was ook een enorme tuinliefhebber. Zijn prachtige tuin was met liefde ontworpen en hij was daar vaak te vinden. Als ik hem kwam ophalen voor een buitenlandse trip, liep ik meestal eerst zijn tuin in en riep: "Hé Pat!" Dan dook zijn hoofd ergens uit het struikgewas en riep hij: "Ik kom eraan!"

Ooit zei hij: "Als ik geen kapper was geworden, was ik tuinarchitect." Snoeien zat hem in het bloed – in welke vorm dan ook.

Naast zijn vakmanschap was Patrick een echte ondernemer. Hij maakte een tijdlang deel uit van de ANKO-ledenraad. Toen ik hem eens belde over een vergadering, hoorde ik: "Here I am, live from Houston!" "Dus je bent er morgen niet bij?", vroeg ik. "Tuurlijk wel! Ik vlieg vannacht terug en land rond 12.00 uur. Kan ik makkelijk op tijd aanschuiven."

Patrick liet overal waar hij kwam een onuitwisbare indruk achter. Zijn lach, zijn passie en zijn ongekende energie zijn herinneringen die we altijd zullen koesteren. Of hij nu met kam en schaar een volle zaal inspireerde, in zijn tuin tussen het groen verdween of met een grap de sfeer luchtig hield: Patrick bracht warmte en plezier in het leven van iedereen om hem heen.

Zijn reis mag dan helaas veel te vroeg ten einde zijn gekomen, maar zijn nalatenschap leeft voort. In de verhalen die we over hem vertellen, in de kapsalons waar zijn technieken nog dagelijks worden toegepast en in de harten van degenen die hij heeft geraakt. Patrick was niet zomaar een kapper, hij was een vriend, collega, inspirator en een vakman pur sang. 📌

*Dank je wel Patrick voor alle
mooie momenten en herinneringen.
We zullen je nooit vergeten.*

Coos Tieleman





De voortdurende strijd
om het lage btw-tarief:

BIJNA 50 JAAR INZET VAN DE ANKO

De ANKO strijdt al bijna vijftig jaar voor het verkrijgen en behouden van een laag btw-tarief op kappersdiensten. Dit dossier is een rode draad in de belangenbehartiging en heeft in de loop der jaren verschillende ontwikkelingen doorgemaakt. Van succesvolle lobbyresultaten tot afgewende, nieuwe dreigingen: de ANKO blijft zich onvermoeibaar inzetten voor het behoud van het lage btw-tarief voor de gehele branche. Vroeger, en nu nog steeds. ➤

1975
2000

HET GROTE SUCCES

De strijd begint in 1975 met duizenden brieven naar politici en demonstrerende kappers op het Binnenhof. In de jaren tachtig en negentig zette de ANKO zich in voor een verlaging van het btw-tarief op kappersdiensten. Na intensieve lobby-inspanningen mocht in 2000 het lage btw-tarief van 6 procent op kappersdiensten op experimentele basis worden toegepast. Samen met andere arbeidsintensieve branches had de ANKO op dat moment succesvol aangetoond dat de btw-verlaging de werkgelegenheid voor vakmensen positief zou gaan beïnvloeden en dat ook zwartwerken beperkt zou worden. Het mogen toepassen van het lage tarief werd gezien als een belangrijke erkenning van de maatschappelijke waarde en het arbeidsintensieve karakter van de kappersbranche. De verlaging bood ondernemers meer financiële ruimte en zorgde voor een stabielere markt.

2000
2018

DREIGINGEN EN BEHOUD VAN HET LAGE TARIEF

In de daaropvolgende jaren lag de toepassing van het lage tarief regelmatig onder vuur om uiteenlopende redenen. De ANKO bleef al die tijd alert en voerde voortdurend overleg met beleidsmakers op verschillende niveaus om het grote belang van de toepassing van het lage tarief onderbouwd te benadrukken. In 2012 dreigde het kabinet-Rutte II het lage btw-tarief af te schaffen, maar dankzij een sterke lobby bleef de kappersbranche buiten schot. Een nieuwe meer dan serieuze dreiging volgde in 2018 toen de regering besloot het lage btw-tarief te willen verhogen van 6 procent naar 9 procent. Ondanks een intensieve strijd van de ANKO werd deze verhoging doorgevoerd per 1 januari 2019. Gelukkig bleef het lage tarief op kappersdiensten behouden. Het arbeidsintensieve karakter van de kappersbranche werd hiermee blijvend erkend.



**2019
2021**

INVOERING VAN HET VERHOOGDE LAGE BTW-TARIEF EN CORONA-UITBRAAK

In 2019 werd ook op kappersdiensten het btw-tarief naar 9 procent verhoogd. De ANKO bracht de effecten hiervan in kaart en benadrukte de link tussen de btw-verhoging, de toenemende regeldruk en de negatieve gevolgen voor een gelijk speelveld in de kappersbranche. De contacten met politiek en ambtelijk Den Haag werden verder versterkt en het belang van het lage btw-tarief werd nog scherper met cijfers onderbouwd. Toen in februari 2020 de coronacrisis uitbrak, verdween de dreiging van een verdere btw-verhoging tijdelijk van de politieke agenda. De ANKO verlegde haar focus naar het beperken van de schade voor de kappersbranche door de pandemie, maar bleef alert op schadelijke ontwikkelingen rondom het btw-tarief.

2022

HERIJKING NA CORONA EN NIEUWE BEDREIGINGEN

Na de coronaperiode maakte de ANKO de balans op en intensiverde de inzet om het lage btw-tarief te behouden. De data ter onderbouwing van de maatschappelijke en economische voordelen van het lage btw-tarief werden geactualiseerd en scherper neergezet. Dit bleek noodzakelijk, want op Prinsjesdag 2022 kondigde de regering aan het belastingstelsel te willen vereenvoudigen en te starten met een onderzoek naar de effectiviteit en efficiency van fiscale regelingen, waaronder het lage btw-tarief op arbeidsintensieve diensten. De ANKO voorzag Kamerleden van input voor debatten en voerde gesprekken met Haagse stakeholders. In december sprak de ANKO met het onderzoeksbureau dat in opdracht van de regering de doelmatigheid en doeltreffendheid van alle lage btw-tarieven evalueerde.



2024

ONVERWACHTE DREIGINGEN EN INTENSIEVE LOBBY

Waar werd verwacht dat staatssecretaris Van Rij namens de regering zou doorgaan met een herziening van het fiscale stelsel door de aanbevelingen uit het genoemde evaluatierapport te implementeren en lage btw-tarieven af te schaffen, werd de ANKO in maart 2024 onaangenaam verrast door uitgelekte plannen van de regering. Hierin was opgenomen om via een verhoging van onder andere het lage btw-tarief grote bedrijven aan Nederland te blijven binden.

Met deze verhoging konden bepaalde (fiscale) regelingen voor deze bedrijven overeind blijven. De ANKO reageerde direct door Kamerleden, informateurs, formerende partijen en bewindspersonen persoonlijk te benaderen en intensieve contacten te onderhouden met MKB-Nederland en andere getroffen branches.

Ook werd opnieuw gesproken met het ministerie van Financiën over de gehanteerde cijfers in het eerdergenoemde onderzoek van Van Rij rondom de kosten en opbrengsten van het lage btw-tarief op kappersdiensten. Dit gesprek leidde – zo zou later blijken – in 2025 tot een significante herziening van deze cijfers. Een unieke situatie en te danken aan jarenlange investeringen in periodieke updates van data door de ANKO.

Dankzij de inzet van de ANKO werd in het Belastingplan 2025 géén verhoging van het lage btw-tarief op kappersdiensten opgenomen.

Dit ondanks een begrotingstekort van 1,3 miljard euro voor 2026, ontstaan door het terugdraaien van btw-verhogingen op cultuur, boeken en sport. Omdat dit tekort 'binnen de btw' moest worden opgelost, bleef de dreiging voor de kappersbranche bestaan.

2023

NEGATIEVE EVALUATIE EN VERSTERKTE LOBBY

In april 2023 presenteerde staatssecretaris Van Rij namens de regering zijn rapport 'Evaluatie van het verlaagde btw-tarief' aan de Tweede Kamer. Ondanks de inspanningen van de ANKO bevatte het rapport negatieve conclusies over het lage btw-tarief op kappersdiensten. Er werd gesteld dat de regeling de overheid veel geld kost zonder voldoende bij te dragen aan werkgelegenheid en inkomensondersteuning. De ANKO intensiverde haar lobbyactiviteiten door deelname aan internetconsultaties, gesprekken met Kamerleden, gesprekken met het ministerie van Financiën en samenwerkingen met collega-branchorganisaties en MKB-Nederland. Daarnaast werd opnieuw gesproken met het onderzoeksbureau. Dat stelde dat de toepassing van het lage tarief op vele diensten en producten de overheid veel geld kost en onvoldoende zou bijdragen aan het creëren van werkgelegenheid en het ondersteunen van de lagere inkomensklassen en bepaalde bedrijfstakken. De ANKO heeft deze bevindingen op basis van eigen inzichten en onderzoeksdata weerlegd. Niet lang hierna viel het kabinet en was de dreiging voorlopig weer van de baan.

2025

VOORTDURENDE INZET VOOR BEHOUD VAN HET LAGE BTW-TARIEF

Volgens beproefd recept voorzag de ANKO begin 2025 Kamerleden van relevante input voor debatten waarin naar oplossingen werd gezocht om het gat van 1,3 miljard te dichten. Er werden gesprekken gevoerd met de woordvoerders van Financiën en samen-gewerkt met MKB-Nederland om te voorkomen dat de kappersbranche opnieuw de dupe zou worden. De eerste debatten in 2025 pakten goed uit, omdat er geen meerderheid bleek te zijn voor een verhoging van het lage btw-tarief om het begrotingstekort te dichten. Toch blijft het spannend, omdat in de Voorjaarsnota die eind april verschijnt een oplossing moet worden gevonden voor het tekort van 1,3 miljard euro voor 2026. De ANKO blijft daarom intensief lobbyen en gesprekken voeren met beleidsmakers en politici om te zorgen dat het lage btw-tarief wordt behouden.



DE STRIJD GAAT DOOR

Het is overduidelijk dat de dreiging van een verhoging van het lage btw-tarief op kappersdiensten continu aanwezig is, zoals blijkt uit de ontwikkelingen van de afgelopen jaren. De ANKO blijft zich onverminderd inzetten voor de belangen van de kappersbranche.



KRACHTIGE KAPPERSSTEM VAN GROOT BELANG

Een sterke en invloedrijke ANKO is alleen mogelijk dankzij de steun van voldoende leden. Het is dankzij hen dat de ANKO al die jaren een succesvolle lobby voor het lage btw-tarief heeft kunnen voeren. Kappers die nog geen lid zijn, profiteren structureel van de inspanningen van de ANKO zonder hieraan bij te dragen. Het is tijd dat ook zij hun verantwoordelijkheid nemen en lid worden. Samen staan we sterker in de strijd voor het behoud van het lage btw-tarief. 





EEN STERK WERKGEVERSMERK

Hoe kapper Arien van Pelt personeel vindt en bindt

In de kapperswereld waarin personeel schaars is, weet Arien van Pelt zijn team aan zich te binden. Met vijf salons, bijna vijftig medewerkers en een sterke focus op persoonlijke ontwikkeling en samenwerking, heeft hij een werkgeversmerk opgebouwd dat staat als een huis. Hoe? “Iedereen krijgt hier de kans om te groeien, maar je moet er wel voor willen gaan.”

Arien begon ooit als dj, maar koos op zijn 22^{ste} toch voor het kappersvak, net als zijn ouders. “Mijn vader was ondernemer, maar kon niet knippen. Mijn moeder wel. Dus toen ik het bedrijf overnam, was de voorwaarde dat ik het vak écht zou leren.” Inmiddels runt Arien vijf salons in Dordrecht en Zwijndrecht en is zijn naam een begrip in de regio. Zijn broer heeft ook een Van Pelt-vestiging in Hendrik-Ido-Ambacht en runt daarnaast Knip en Color in dezelfde plaats.

FAMILIEBEDRIJF MET EEN VISIE

Wat Van Pelt onderscheidt van andere salons? “We zijn een familiebedrijf en dat voel je”, zegt Arien. “Sommige medewerkers werken hier al bijna vijftig jaar, dat zegt genoeg over de sfeer.” Van Pelt staat voor betrokkenheid, vakmanschap en een nuchtere mentaliteit. “We doen gewoon ons werk, maar dan beter. Een warm

welkom, weten hoe een klant zijn koffie drinkt – dat maakt het verschil.” Die werkhouding ziet Arien graag terug in zijn salon. “We zoeken mensen die willen leren en doorpakken. Geen grote ego’s, maar een sterk team.” En dat trekt weer de juiste klanten aan. “Veel klanten komen hier al jaren omdat ze zich thuis voelen.” Maar dat stapje extra wordt steeds lastiger. “Door personeelstekorten moet je continu keuzes maken: neem je de telefoon op of help je eerst je klant in de stoel?”

WERKGEVERSMERK SLEUTEL TOT SUCCES

Een sterk werkgeversmerk is in de kappersbranche geen luxe, maar noodzaak. “Het bepaalt hoe medewerkers zich hier voelen, maar ook hoe mensen van buitenaf ons zien”, zegt Arien. Bij Van Pelt draait het om verbinding, groei en teamgevoel. “We willen dat



“HAAL JE EEN BEPAALDE OMZET, DAN KRIJG JE EEN EXTRAATJE”

medewerkers zich gehoord voelen en samen iets opbouwen.” Daarom investeert Van Pelt in ontwikkeling en motivatie. Medewerkers mogen zelf kiezen waarin ze willen groeien. Van filiaal-manager tot kleurspecialist worden, er is budget voor.” Daarnaast werkt hij met een bonussysteem. “Haal je een bepaalde omzet, dan krijg je een extraatje.” Ook teambuilding speelt een grote rol. “We organiseren jaarlijks een bedrijfsuitje en nieuwjaarsontbijt waarbij alle zaken even sluiten. Dat versterkt het teamgevoel.”

NIEUWE MEDEWERKERS WERVEN

Ondanks een sterk werkgeversmerk is personeel vinden niet makkelijk. “We zijn actief op Instagram en zetten socialmedia-ads in om nieuwe medewerkers te werven. We laten daarbij bewust medewerkers zien. Niet alleen om klanten een kijkje achter de schermen te geven, maar ook om te laten zien hoe het is om



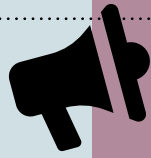
hier te werken. We hebben een divers team, en dat willen we uitstralen.” Maar online zichtbaarheid is niet genoeg. “Contact houden met kappersopleidingen is ook cruciaal. We laten ons gezicht zien op werkgeversavonden en nemen jonge medewerkers mee als ambassadeurs. Veel nieuwe medewerkers komen via mond-tot-mondreclame. Sommigen waren eerst klant en vonden de sfeer zo fijn dat ze hier wilden werken.” ➡

"BIJ ONS HOEF JE
NIET PERFECT TE ZIJN,
ALS JE MAAR
WILT GROEIEN"



DREMPELS WEGNEMEN VOOR NIEUW TALENT

Toch merkt Arien dat er een drempel is. "Veel jonge meiden zijn onzeker en denken: 'Van Pelt ziet er zo professioneel uit, daar pas ik vast niet tussen.' Terwijl juist die bescheiden mensen perfect bij ons passen." Dit verschil tussen identiteit en imago is iets waar hij zich steeds bewuster van wordt. "Van binnenuit zien wij onszelf als een warm en toegankelijk bedrijf. Maar van buitenaf lijkt het misschien té professioneel. Dat is een gemiste kans."



5 praktische tips VAN ARIEN VAN PELT VOOR EEN STERK WERKGEVERSMERK

Wil je als kapper werken aan je employer brand?
Dit zijn de belangrijkste lessen van Arien:

- **Bepaal je werkgeversidentiteit**
"Wat maakt jouw salon een fijne plek om te werken? Definieer je kernwaarden en zorg dat medewerkers zich daarin herkennen."
- **Zorg dat je imago klopt met je identiteit**
"Hoe je jezelf ziet als werkgever, is niet altijd hoe anderen je zien. Vraag medewerkers en sollicitanten om feedback en stuur bij."
- **Laat je werkgeversmerk overal terugkomen**
"Laat je kernwaarden terugkomen in vacatureteksten, social media en hoe je nieuwe mensen ontvangt."
- **Wees zichtbaar op de juiste plekken**
"Laat op social media en bij scholen zien hoe het écht is om bij je te werken. Medewerkers zijn je beste ambassadeurs."
- **Blijf luisteren en ontwikkelen**
"Employer branding is nooit af. Blijf in gesprek en pas je koers aan zonder je identiteit te verliezen."

Om die drempel bij jonge meiden te verlagen, organiseert Van Pelt kennismakingsmomenten. "Studenten kunnen vrijblijvend langskomen, zonder dat het direct een sollicitatiegesprek is. Zo kunnen ze zelf voelen of wij bij hen passen." Door bewust te werken aan zijn werkgeversmerk wil Arien meer talent aantrekken. "Bij ons hoeft je niet perfect te zijn, als je maar wilt groeien." ⬅



Wolfgang Peppmeier is een begrip in de kappersbranche. Hij is hét gezicht van vakblad Tophair. Wolfgang rijdt door het land in zijn Peppmobiel en met zijn trainingen en Pepptalks heeft hij al heel wat ondernemende kappers geïnspireerd. In ANKO Kapperszaken zijn de laatste woorden van elke editie voor hem.

Het staartje van Wolfgang TREK JE EIGEN SPOOR

Als je niet weet waarheen je wilt zeilen, waait elke wind verkeerd. Dan bepaalt het toeval waar je uiteindelijk terechtkomt. Heb je een visie en een missie, en weet je waar je heen wilt met je zaak? Als je er bewust voor gekozen hebt om ondernemer te zijn, dan mag je helemaal zelf bepalen wat je uiteindelijk wilt realiseren.

WEES DUIDELIJK

Schrijf bijvoorbeeld een portret van je ideale klant. Is het de trendgevoelige jongvolwassene die altijd het nieuwste kapsel wil uitproberen? Of misschien een klant die waarde hecht aan persoonlijke aandacht, een goed advies en een warme sfeer? Hoe duidelijker je dit beeld hebt, hoe beter je jouw aanbod, uitstraling en communicatie kunt afstemmen.

WAT WIL JE ZELF?

Wil je meer medewerkers? Nieuwe medewerkers? Zijn dat mensen met ervaring en kennis van de laatste trends? Of juist leergierige starters met een frisse blik en veel energie? Door te weten wie je graag om je heen wilt verzamelen, bouw je aan een sterk team, maar ook aan een saloncultuur die naadloos aansluit bij jouw visie.

MAAK KEUZES

Trek je eigen spoor en durf keuzes te maken. Dat je er niet voor iedereen bent, maar scherp durft te stellen waar je voor staat en gaat. Hoe helderder jouw koers, hoe duidelijker je wordt voor je klanten en medewerkers.

Pak pen en papier en beantwoord deze vragen:

- Wat maakt jouw salon uniek?
- Welke waarden zijn voor jou onmisbaar in je werk?
- Hoe wil je dat klanten zich voelen als ze bij jou vandaan komen?
- Welke talenten en eigenschappen zoek je in je team?

Trek een krachtig spoor voor je zaak. Een spoor dat jou en je salon vooruithelpt, ongeacht welke wind er waait. 🌀

♥-lijke groet, Wolfgang Peppmeier

Wella

WELLA ZET KAPPERS IN DE SPOTLIGHTS MET 'KLEUREN DOE JE BIJ DE KAPPER'

INTERVIEW

Met de nieuwe campagne 'Kleuren doe je bij de kapper' zet Wella de experten van de salon in de spotlights. Met deze? Kappers die de kleurspecialisten van binnen en het ook de styling geven die het recht is.

Wella is een wereldwijd bekend merk dat bekend staat om zijn innovatieve producten en diensten. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer. Het merk is ook bekend om zijn innovatieve diensten, zoals de Wella Color Motion Styling System en de Wella Color Motion Styling System.

Een sterke toekomst

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer. Het merk is ook bekend om zijn innovatieve diensten, zoals de Wella Color Motion Styling System en de Wella Color Motion Styling System.

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer.

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer. Het merk is ook bekend om zijn innovatieve diensten, zoals de Wella Color Motion Styling System en de Wella Color Motion Styling System.

Meer dan een kleur

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer. Het merk is ook bekend om zijn innovatieve diensten, zoals de Wella Color Motion Styling System en de Wella Color Motion Styling System.

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer.

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer. Het merk is ook bekend om zijn innovatieve diensten, zoals de Wella Color Motion Styling System en de Wella Color Motion Styling System.

Trots op het werk

Wella heeft een sterke toekomst. Het merk heeft een lange geschiedenis en is nu een van de meest populaire merken in de wereld. Wella heeft een breed scala aan producten, waaronder shampoo, conditioner, stylingproducten en meer. Het merk is ook bekend om zijn innovatieve diensten, zoals de Wella Color Motion Styling System en de Wella Color Motion Styling System.



**KLEUREN
DOE JE
BIJ DE
KAPPER.**

**Een kleurlog
bij de kapper
maakt een
wereld van
verschil**





Ministry of Beauty

Wie ontzorgt al 30 jaar de Nederlandse kappers?

GEEN
Prijsverhoging
in 2025

En legt zo ieders haar - dagelijks - in de beste handen.

Wij staan nu al 30 jaar klaar met merken als L'ANZA, KIS en 19.21 Man Made om alle kappers in Nederland te voorzien van de beste haarverzorgingsproducten educatie en advies, waarmee de kapsels van iedere klant naar volle tevredenheid worden gerealiseerd.

Als ministerieel ontzorgers hebben we besloten om in ons jubileum jaar geen enkele prijsverhoging door te voeren. Een kleine zorg minder die ongetwijfeld ten goede komt aan de zorg voor elke kapsalon klant. Op naar de volgende 30 jaar partnerschap!

L'ANZA
FEDERATION OF HAIR DOLCE & GABBANA

haarverzorging - educatie - advies

KIS

