



Glenn Østby, Clas Molvær, Vigdis Lian og Claus-Morten Østby i Hair In Time. FOTO: SVEIN ANDRÉ SVENDSEN

Vil gjøre frisørbransjen sunn ere

Mange frisører sliter med allergier og slutter i yrket. Sju av ti frisører detter av i løpet av de ti første årene.

Gjennomsnittsalderen på frisører i Norge er 27 år og de blir gjennomsnittlig 11 år i yrket.

NÆRING

Larvik-firmaet Hair in Time har på kort tid blitt den største leverandøren av grønne produkter til frisører i Norge. Firmaet er den eneste leverandøren i Norge

som er sertifisert som Miljøfyrtårn, og er en rendyrket distributør av profesjonelle frisørprodukter. De selger kun til frisørbedrifter.

Til og med frisørens fagforening, som er nøytral overfor

produsenter og leverandører, anbefaler Hair In Time til medlemmene sine.

Begge eierne, Claus-Morten Østby og Clas H. Molvær, har lang fartstid i bransjen og begge har vært salongeiere. De ser at rekrutteringen til yrket svikter.

Grønn linje i Lunde

– De sliter veldig på frisørlijnene og veldig mange privatskoler har blitt lagt ned. Lunde i Telemark har imidlertid opplevd det stikk motsatte. De har gått ut med at de har en grønn linje. Frisørstudenter fra hele landet søker dit. Det er flere som reagerer på mange ting, men de kan jobbe med grønne produkter, sier Clas H. Molvær.

Han har drevet sin egen salong i Porsgrunn og Larvik i mange år og jobbet som selger i bransjen i mange år. Claus-Morten Østby har bakgrunn fra logistikk i Rockwool i 25 år, før han startet egne bedrifter. Der jobbet han en del med ISO-sertifisering og miljø. Han er medeier i Jazz frisør i Larvik, som var første miljøfyrtårn-bedrift i byen og en av de første i Vestfold. Dette var i 2002. Siden har han holdt det fokusert.

– Det er seks år siden vi tok inn det første grønne produktet. Frisører er den yrkesgruppen som er mest utsatt for skadelige produkter og det blir ikke gjort noe med det, fordi det ikke er noe krav i bransjen. Det er faktisk forbrukerne som går foran

Folk vil vite hva vi tilfører kroppen vår av kjemikaler når vi farger, styler eller vasker håret med de ulike produktene.

og krever at bransjen skal bruke grønne produkter, sier Østby.

Positiv forskjell

Med Hair in Time ønsker han å bidra til en positiv forskjell i bransjen. Den økologiske trenden som preger motebildet i dag gjør at stadig flere vil ha naturlig kosmetikk og hårprodukter.

– Det er ikke bare hvordan produktene er fremstilt folk er opptatt av. Det er også stort fokus på hva de inneholder. Folk vil vite hva vi tilfører kroppen vår av kjemikaler når vi farger, styler eller vasker håret med de

ulike produktene. Hair In Time er i dag eneste leverandør i Norge som tilbyr en komplett pakke med økologisk pleie, styling og Negativlisten for å finne trygge produkter. Hair In Time har 99 prosent av produktene sine på Positivlisten. Noen av produktene er også Svanemerket. Ingen andre er i nærheten av å kunne tilby det samme.

Clas Molvær forteller at han utviklet allergi ganske tidlig. Det ble et større og større problem for ham, og det er litt av grunnen til at han brenner

for dette.

– I dag er det fullt mulig å jobbe helt fritt for kjemisk skadelige produkter, men veien er litt langt å gå for enkelte. De må tenke nytt, rett og slett. Det er lettere for en frisør som har få ansatte eller driver sin egen salong. Er det for mange ansatte, er det straks litt vanskeligere.

En håndfull salonger

Det er kun de siste to-tre årene som salongene har kunnet tilby økologisk behandling. Det er kun en håndfull salonger i fylket som kan tilby økologiske

ORGANISK

Organiske materialer, eller organiske stoffer, er en samlebetegnelse for materialer som stammer fra levende organismer.

De frisørproduktene som finnes på markedet i dag som går under benevnelsen organiske har en naturlig base som gjerne er basert på frukter eller planter, men som ofte blir tilsatt store mengder kjemikaler for å øke holdbarheten.

ØKOLOGISK

Økologiske produkter er dyrket uten noen form for skadelige kjemiske stoffer. Det skal ikke være tilsatt noen form for kunstgjødsel eller kjemiske/syntetiske plantevernmidler. All form for gjødsling av plantene skal foregå ved bruk av naturgjødsel.

De økologiske frisørproduktene skal være basert på konsentrater fra planter og/eller frukter, og her er det ikke tillatt å tilsette noen form for kjemikaler.

Kilde: Hair In Time

Gründerpratene

med Vestfold Blad

Hva gjorde at du satset på din forretningsidé?

– Tidligere drevet tilsvarende leverandørbedrift til frisørbransjen, forsterket fokus på rene, grønne produkter til bransjen var hovedårsak til at vi satset på ny bedrift. Frisørens helse i fokus.

Hva var de viktigste utfordringene for deg da du realiserte idéen?

– Skaffe nok kunder, uten å dra på oss for store driftskostnader, i et marked hvor fokus på grønne produkter hos frisøren er laber. Forbruker er/var mer opptatt av slike produkt-tilbud enn frisøren. Etablerte leverandørkonkurrenter bagatelliserer /fnyser av «problemene».

Hvilket råd er du glad du fulgte?

– Å ha et dedikert fokus på et «grønt» produkt-tilbud.

Hvordan ser din bedrift ut i dag, i forhold til hva du trodde den skulle være da du startet?

– Omtrent på dagens nivå, en gradvis positiv omsetningsmessig utvikling. Det tar tid å endre markedet henimot vårt ideal. Danmark ligger langt foran Norge vedr. fokus på miljøriktige/helse-riktige produkter i frisørbransjen, men der har det også tatt tid. Det vi erfarer er at det er nyetableringer i bransjen som tar grepen og har de riktige holdninger vedr. nye spennende, rene produkt-linjer. De etablerte holder seg ofte til sine «gamle» leverandører. Konsekvensen av dette er at nyetablerte frisører tar marked fra de etablerte frisørsalonger.

Hvilket råd har du til andre gründere?

– Stå på, døgnnet rundt – det er nødvendig for å lykkes!

Hvis du var næringsminister for en dag, hvilke tiltak ville du da ha innført for å hjelpe flere til å starte sin egen bedrift?

– Vet ærlig talt ikke. Det er fri konkurranse, opp til gründeren å få til det man har satt i gang. Man kan ikke basere driften, igangsettelsen på at andre skal hjelpe deg. Det er din egen innsats som skaper resultater. Dersom den grunnleggende forretningsidéen er bærekraftig. Men, det er jo et stort press å drive for seg selv. Fall-høyden er stor, dersom noe går galt.

Følger du med på næringspolitiske spørsmål nasjonalt eller lokalt?

– Ja, selvfølgelig, i den grad jeg har anledning.

Hva ser du etter hos en arbeidssøker - hva er det viktigste for deg?

– Innsatsvilje, positivitet og kompetanse på det området man skal bidra i bedriften. Og 100 prosent ærlighet overfor kunder og medarbeidere.

Har din bedrift en offentlig godkjent lærlingordning?

– Nei, vi er en såpass liten bedrift at dette ikke har vært aktuelt enda.

Hvilke fora er du aktiv i?

– Kun i en liten krets av småbedrifter, hvor man kan utveksle erfaringer, en gang iblant.

Hva er ditt favoritt-nettsted?

– Det må være å lese nyheter på nett hver dag (vg.no).

Hva leser du helst om i Vestfold Blad?

– Næringsstoff og artikler.



De små, grønne salongene baner vei.

Produktene vurderes

Listene er basert på stikkprøver av profesjonelle frisørprodukter og utarbeides av Grønne Erhverv, København kommunes miljøkontroll, for Danmarks frisør- og kosmetikerforbund. Produktene vurderes utelukkende med hensyn til om ingrediensene har helse- eller miljøskadelige

Grønt er trendy

Han forteller at Hope i Oslo, landets største grønne salong, ble kåret til årets frisørbedrift i vin-

SVEIN ANDRÉ SVENDSEN
sas@vestfoldblad.no

Uke for gründere og entreprenører

• For første gang arrangeres en egen uke for gründere og entreprenører i Vestfold.

• Uka 18. - 22. november er spekket med arrangementer for idéskapere, bedrifter i vekst og studenter. Det blir kurs for deg som er helt i start-gropa og for deg som har kommet litt lenger.

• Arrangør av Gründeruka 2013 er Ungt Entreprenørskap Vestfold, Start, Nettverksbanken og Connect Østlandet.

• Det blir arrangert Enova-gründercamp for elever på videregående skole, Start-konferansen for våre hjelpere i Start-nettverket og våre eiere, introkurs for nyetablere, kurs i skatt, moms og

selskapsformer, miniseminar om hvordan du som gründer kan nå fram i media og mye mer.

• Alle arrangementene er gratis. Målet er å skape en sterkere kultur og oppmerksomhet for innovasjon og entreprenørskap i Vestfold.

Kilde: www.startvestfold.no