

Beautybranchen post-corona

Den måske mest omtalte branche, frisørbranchen, klipper, farver og fønner på fuldt tryk igen. Men hvad tager de to største frisørkæder med sig af læring fra nedlukningen, og hvordan må ikke bare frisører, men også andre dele af kosmetikbranchen omstille sig til nye tider? Det ser journalist Anne Absalonsen på i dette post-corona-tema.

Af Anne Jydy Absalonsen

Vi kan ikke gå igennem så store forandringer i vores liv, indkøbsvaner, sociale liv og aktivitetsradius uden at lære noget af det. Så da ikke bare Danmark, men det meste af verden pludselig lukkede ned i marts, vågnede vi op til en ny virkelighed:

"Det så enormt sort ud, og det var meget specielt ikke at kunne åbne sin butik. Det havde jeg aldrig drømt om, ville kunne ske. Hvad gør vi med personalet? Hvad gør vi med udgifterne til husleje?", var noget af det første Poul Meineche Hansen tænkte. Frisørmesteren leder Danmarks største frisørkæde Poul M, som i 2018 blev overtaget af IdHAIR Company. Og med 11 centerbutikker, 7 gågadebutikker og over 100 ansatte var der nok at spekulere over, da frisørsaloner og storcentre blev lukket ned den 11.marts.



Poul Meineche Hansen

"I lukkeperioden skrev jeg til det hjemsendte personale cirka hver uge for at holde stemningen oppe, og ellers gik tiden med at besvare bunkevis af opkald, sms'er og mails fra dem, for de ville gerne vide, hvor længe lukningen varede, og om der nu også stadig var et job til dem bagefter."

Poul Meineche Hansen kørte også en del rundt til de tvangslukkede butikker, "og det var som at komme ind i et gravkammer, hvor støvet faldt hen over stolene, det var dødsagtigt".

Som for så mange andre frisører, kosmetologer, negle- eller vippeklunikker betød lukningen mistet omsætning på behandlinger, men også tabt omsætning på produkter til nethandlen og en generel nedgang i salget af styling-produkter, "fordi mange gik og stadig går hjemme og dør hen i in-genmandsland", som Poul Meineche Hansen formulerer det.

"Kommer den tabte omsætning igen? Nej, for da vi ende-

lig åbnede igen, var folk bare dobbelt så langhårede eller havde klippet sig selv i mellemtiden. Men nøj, hvor var de glade for, at salonerne åbnede igen. Vi havde endda en kunde, der ville betale 1000 kr. for en klipning, der ellers koster 350, så glad var han. De var så taknemmelige, og genåbningen med afstand, værnemidler og håndsprit var en succes – men det kan vi jo ikke leve af", konstaterer Poul Meineche Hansen. Takket være hjælpepakkerne og især den nye tilskudsordning for nye elever, der giver 90% lønkomensation for resten af året, regner han med at føre frisørkæden rimeligt uskadt ud på den anden side.

Hvad kommer I til at tage med jer videre frem?

"Håndhygiejne og afspritning er kommet for at blive. Og selvom det er lidt synd, ligger håndtryk og kram langt ude i fremtiden. Men på den positive side tror jeg, at frisørfaget, der tidligere lidt var en lavstatusbranche, nu har fået et løft. Folk forstår, hvor vigtige vi er, og hvor meget det betyder at komme ud blandt andre mennesker og se godt ud", slutter Poul Meineche Hansen.

Ude & hjemme

Både ude i verden og herhjemme fik krisen mange producenter til at agere på en ny måde. Britiske **Miller Harris** donerede alt, hvad de havde på lager af sæbe til velgørenhed, og **Estée Lauder**-koncernen valgte blandt mange tiltag at donere 2 mio. USD til Læger Uden Grænser, 800.000 USD til bl.a. Røde Kors i Kina, og via **M.A.C's VIVA GLAM**-program 10 mio. USD på verdensplan til bekæmpelse af corona. Den sag støtter **L'Oréal** Foundation alene i Europa med 1 mio. Euro. Endvidere omstillede **L'Oréal** hurtigt produktionen til at bidrage globalt med hånddesinfektion, hvilket bl.a. også **Estée Lauder** samt fem af **P&G**-koncernens fabrikker gjorde. Herhjemme satte bl.a. **Active by Charlotte, Raunsborg** og **Pudderdåserne** fart på håndspritprodukterne. En af grundene til, at produktionen kunne oplægges så relativt hurtigt, var, at den foregår på danske virksomheder. Da kosmetologer, frisører, negleklunikker m.fl. kunne åbne igen, indtraf en stor efterspørgsel efter værnemidler. "I april, hvor klinikkerne og frisørerne skulle åbne op, var der stor søgning efter leverandører af værnemidler. Dansk Kosmetolog Forening søgte efter værnemiddel-leverandører som en hjælp til deres medlemmer, og jeg hjalp personligt til ved at bruge mit netværk på de sociale medier, og det kom der en masse henvendelser ud af, som jeg kanaliserede videre til DKF's formand Helle Bach. Vi må stå sammen og hjælpe hinanden", fortæller Nina H. Kluge, ansvarshavende redaktør her på Fagbladet Kosmetik.





Salon Stuhr, Lyngby

Flere nye kunder

Hos frisørkæden Stuhr har de bestemt også tænkt sig at fortsætte med både sprit og masker, hvor det er påkrævet eller ønsket. Bettina Stuhr, direktør for Stuhr-kæden, husker nedlukningen som frustrerende og angstprovokerende, men kan også se på genoplukningen med stor positivitet:

”Vi havde vildt travlt de første fire uger, fulde lister, men begrænset af 4 m² til hver kunde. Så det gav færre kunder i salonerne samtidigt, og så var vores ene Frederiksberg Centret butik stadig lukket. Kunderne var glade for at være tilbage, nogle ville gerne have, vi bar masker og visir, hvilket vi hurtigt fik i hus. Og det vil nogle fortsat gerne, så det lever vi op til. Vi spritter stole, bordplader, værktøj og os selv mellem hver kunde, og vi bruger især mundbind eller visir ved vask,

samt farvning af bryn og vipper. Og så vasker vi alt fra kapper til håndklæder og børster imellem alle kunder, som vi altid har gjort,” fortæller Bettina Stuhr, der også kan melde om mange nye kunder i kædens syv saloner, netop af samme årsag.

Hvilken fremtid kigger du og dine 65 medarbejdere ind i lige nu?

”Vi fornemmer nu en nedgang i forhold til sidste år, nok både da mange lige har været hos os, og vi har så godt vejr, med færre anledninger til fester, der opfordrer til flot hår. Alt er anderledes, så måske bliver eftersommeren travlere? Flere bliver hjemme i Danmark i sommer, men vi har altid travlt om sommeren, da vi er meget færre på arbejde, fordi vi på skift afholder ferie, så vi kan ikke i de måneder lave større omsætning, end vi plejer”, slutter Bettina Stuhr.

Vi købte hårfarve, klippemaskiner, ansigtsmasker og vitamin c-kosttilskud. Men hvor købte vi det og andre personlige fornødenheder henne? Det giver det digitale analysebureau YouGov et bud på, for de spurgte i tiden efter lockdown og to måneder frem knap 2000 mennesker, hvordan restriktionerne havde ændret deres forbrugsmønster. Hver fjerde købte generelt mindre i fysiske butikker, mens det for kosmetikprodukters vedkommende kun var hver tiende, der købte færre produkter i butikker, også selvom mange store parfumerier var tvunget til at holde lukket, fordi de ligger i storcentre. Og mens 5% svarede, at de generelt lagde mere af deres personlige forbrug i de fysiske butikker, var salget af personlig pleje-produkter samme sted dobbelt så stort. Næsten hver tiende handlede nu desuden mere på nettet, uanset om det var ting til personligt forbrug generelt eller skønhedsprodukter specifikt.

Kilde: YouGov.

FORMULA 10.0.6®

Supporting Skin Since 1933



Vores nye **Vitamin Collection** er en hudplejeserie beriget med Vitaminer, specielt udviklet for at give huden den pleje og næring som den behøver. Gennem en kombination af vitamin A, B+C med botaniske ingredienser hjælper vi dig med at tage vare på din hud nu og i fremtiden.