



Inventory/research on status education in EU and developments in the Hair & Beautysector including competences of the hairdresser/entrepreneur.



Funded by the European Union

# Inhoudsopgave

## **1: Project**

- 1.1 Achtergrond
- 1.2 Motivatie
- 1.3 Partners

## **2: Kappers en schoonheidsspecialisten in de EU**

- 2.1 Europese Haarverzorgingsmarkt
- 2.2 Dynamiek van de Europese haarverzorgingsmarkt
- 2.3 Europa haarverzorgingsmarkt belangrijkste spelers
- 2.4 Trends in Haarverzorging in Europa 2022
- 2.5 Haar & schoonheid en certificering - de wereld van normen en richtlijnen
- 2.6 Conclusies en aanbevelingen Haar- & Schoonheidssector

## **3: Belangrijke ontwikkelingen in de maatschappij**

- 3.1. Demografische Verandering
- 3.2. Digitalisering
- 3.3. Neo-ecologie
- 3.4. Mobiliteit
- 3.5. Verstedelijking
- 3.6. Connectiviteit
- 3.7. Diversiteit
- 3.8. Globalisering
- 3.9 Het nieuwe werken
- 3.10 Kenniscultuur (kennismaatschappij / het nieuwe leren)
- 3.11 Gezondheid-Leefstijl
- 3.12 Individualisering
- 3.13 Veiligheid
- 3.14 Economische ontwikkelingen

#### **4: Competenties**

4.1. Algemene competenties in de toekomst

4.2. Competenties Ondernemerschap

4.3. Competenties Duurzaamheid

4.4. Competenties Technologie

#### **5: Inventarisatie/onderzoek**

5.1 Enquête en informatie over de sector

5.2 Enquête Kappers over digitalisering, ondernemerschap en duurzaamheid

#### **6: Bijlagen**

Bijlage 1 Overzichtstabel Kappers 2020

Bijlage 2 Overzichtstabel schoonheidsspecialist 2020

Bijlage 3 Vragenlijst

Copyright 2022: Partners of the Sustainable salon project

DISCLAIMER: This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein

# 1. Project

## 1.1 Achtergrond

In de kappersbranche in Europa werken meer dan een miljoen mensen in 400.000 kapsalons, die 350 miljoen potentiële klanten ontvangen. De kappers- (en kappers-) diensten vormen samen met schoonheidsbehandelingen - de haar- en schoonheidssector zoals deze wordt genoemd - de persoonlijke dienstensector. De afgelopen jaren heeft de sector veel veranderingen doorgemaakt. De sector heeft vaak meer affiniteit met kennis over hun vak dan met de andere aspecten van het bedrijf. Aandacht voor arbeid, duurzaamheid en milieu, gezondheid en veiligheid, marketing en dienstverlening zijn succesfactoren voor de toekomst. Veel van deze aspecten zou je kunnen delen onder het label: duurzaamheid & toekomstgerichte vaardigheden.

## 1.2 Motivatie

In dit Erasmus+ project verzamelen we feiten door middel van een inventarisatie van de kapperscompetenties in 2030, de gewenste situatie in een duurzame salon en focus op milieuaspecten (kern van een eenvoudige standaard), competenties die nodig zijn om deze situatie te bereiken en onderzoek naar twee diagnostische zelfbeoordelingsinstrumenten om de huidige situatie in kaart te brengen op:

1. competentieniveau en het meten van de kloof op profiel en toekomstige competenties en
2. de kloof van het niveau ten opzichte van het duurzaamheidssysteem voor milieu en duurzaamheid op scholen (salon).

De uitkomsten van de inventarisatie zullen worden besproken met experts en de resultaten zullen later dienen als input voor het ontwikkelen van de zelfevaluatie-instrumenten, het lesmateriaal over milieu in een duurzame salon en bewustwordingsmateriaal over duurzaamheid.

Het project werkt met een afsluitende sectorconferentie met deelname van studenten gedurende het project. Door gebruik te maken van de competenties van de verschillende partners, hun netwerk, de experts, ondernemers in de sector en de docenten en studenten op de conferenties en thuis op de scholen combineren we kennis en doorzettingsvermogen om de taak op een goede manier af te ronden.

### 1.3 Partners in het project

	<p>Het mbo-opleidingsinstituut voor management, marketing en leiderschap in de printmedia en creatieve industrie in Nederland. Stivako is de coördinator van dit Erasmus plus project.</p>
	<p>Net als community colleges in andere landen richt het ROC zich op beroepsonderwijs en -opleiding voor leerlingen vanaf 12 jaar en volwassenen in hun regio.</p> <p>De afdeling Kappers is gevestigd in een nieuw pand in Amsterdam dat in september 2012 officieel is geopend.</p>
	<p>UBK/UCB, in de branche beter bekend als Febelhair.org, is de beroepsfederatie van alle Belgische kappers, en specifiek van de 6256 werkgevers in de kapperssector die vertegenwoordigd zijn in het nationale Sociaal Overleg.</p>
	<p>Het instituut Richtpunt campus Oudenaarde maakt deel uit van de provinciale scholen van de provincie Oost-Vlaanderen. De school biedt verschillende mogelijkheden om een getuigschrift of diploma te behalen. We bieden voltijd regulier onderwijs, maar ook duaal leren, waarbij leerlingen een combinatie hebben van leren op school en in de kapsalon.</p>
	<p>El Palo werd geopend in 1979 en bedient momenteel meer dan 800 studenten en heeft 62 leraren die zijn verdeeld over de volgende niveaus: middelbare school, baccalaureaat, volwassenenonderwijs en beroepsopleiding. Ons aanbod in VET-studies is gerelateerd aan de Personal Image Sector:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- twee opleidingen Basis Beroepsopleiding Kapper en Schoonheidsspecialiste</li> <li>- twee opleidingen van middelbaar niveau tot kapper en schoonheidsspecialiste</li> <li>twee voortgezette beroepsopleidingen in Schoonheidsspecialiste en Personal Image Consulting (mode, communicatieve vaardigheden, protocol...)</li> </ul>

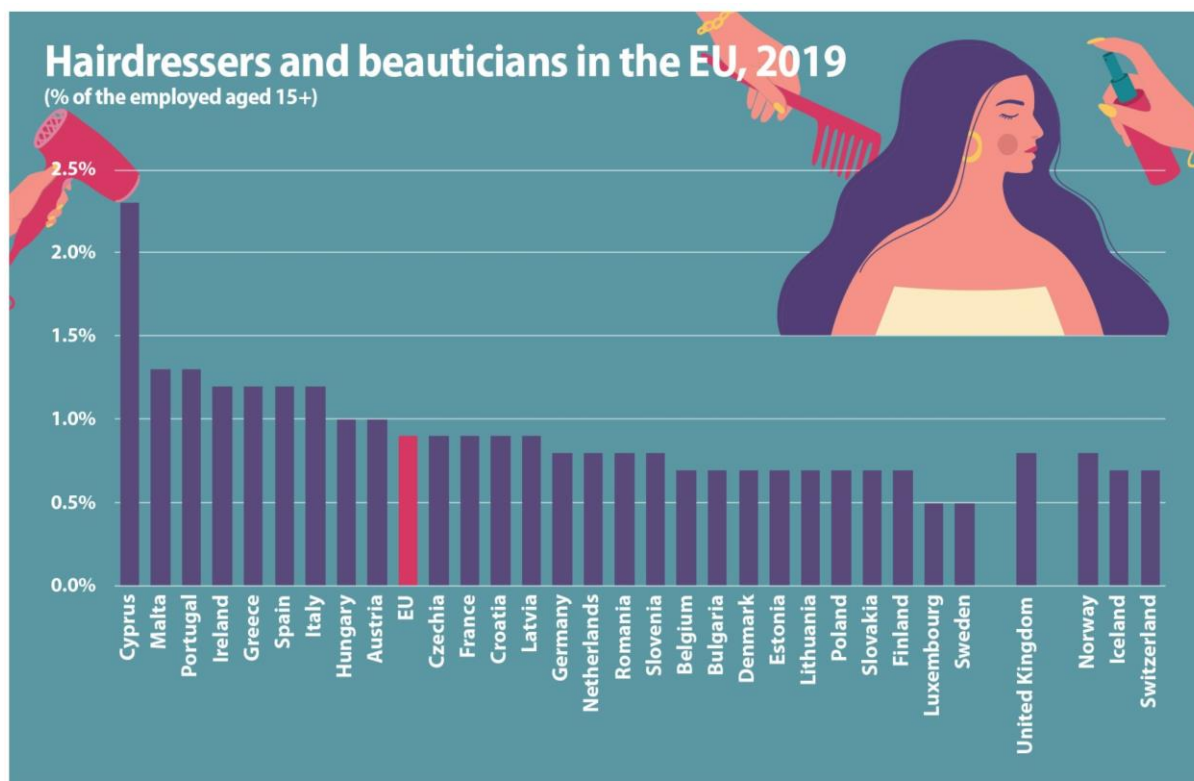
	<p>IES Universidad Laboral de Málaga is een van de grootste openbare onderwijsinstellingen voor secundair en beroepsonderwijs in de regio Andalusië. De afgelopen jaren heeft het centrum positieve ervaringen opgedaan met Erasmus-projecten op het gebied van beroepsopleiding op hoger niveau, en een groot potentieel om dat internationale aanbod verder uit te breiden.</p>
	<p>IOFS-FP Lombardia is een VET-instituut, aanwezig op het Italiaanse regionale grondgebied van Lombardije met zes geaccrediteerde lokale instituten voor beroepsopleiding en werkgelegenheidsdiensten, verspreid over vier provincies. De vereniging voert beroepsopleidingsactiviteiten uit in de volgende sectoren: kappers en wellness, horeca en bars, bakkerij en banketbakkerij, verkoop en kantoorwerk</p>
	<p>Istituto Veneto per il Lavoro IVL is het opleidingscentrum van Confartigianato del Veneto, de belangrijkste lokale vereniging van kleine en middelgrote ondernemers die meer dan 55.000 ambachtelijke bedrijven verenigt. IVL heeft tot doel activiteiten op lokaal, nationaal en internationaal niveau uit te voeren om de ontwikkeling en groei van kleine en middelgrote ondernemingen te faciliteren door middel van projecten en diensten op het gebied van advisering, training en opleiding.</p>



## 2. Kappers en schoonheidsspecialisten in de EU

In de Europese Unie (EU) waren 1,7 miljoen mensen ouder dan 15 jaar werkzaam als kapper of schoonheidsspecialist, wat neerkomt op 0,9% van de totale werkgelegenheid (gegevens van 2019 Eurostat).

De meerderheid van de kappers en schoonheidsspecialisten in de EU was vrouw (86%). Meer dan twee vijfde (42%) van de kappers en schoonheidsspecialisten was tussen 15 en 34 jaar oud, op de voet gevolgd door degenen tussen 35 en 49 jaar (38%). Kappers en schoonheidsspecialisten van 50 jaar en ouder waren goed voor 21% van de werknemers in deze sector. Van de EU-lidstaten had Cyprus het hoogste percentage kappers en schoonheidsspecialisten (2,3% van de totale werkgelegenheid), gevolgd door Malta en Portugal (beide 1,3%), Ierland, Griekenland, Spanje en Italië (alle 1,2%). De laagste percentages werden daarentegen genoteerd in Luxemburg en Zweden (beide 0,5%), gevolgd door België, Bulgarije, Denemarken, Estland, Litouwen, Polen, Slowakije en Finland (alle 0,7%).



[ec.europa.eu/eurostat](https://ec.europa.eu/eurostat)

### 2.1 Europese Haarverzorgingsmarkt

De haarverzorgingsmarkt is onderverdeeld (product) in haarkleurmiddelen, shampoos, conditioners, haarolie en overige. Haarverzorging in Europa helpt mannen en vrouwen om hun haar gezond en schoon te houden en het te beschermen tegen schade. Shampoo, conditioner, olie, serum en andere haarverzorgende behandelingen zijn verkrijgbaar in

vloeibare, gel-, crème- en lotionvorm. Er zijn verschillende producten op de markt voor verschillende toepassingen, afhankelijk van het haartype.

Verder is de Europese markt voor haarverzorging nog op andere manieren gesegmenteerd: op basis van het distributiekanaal is de markt onderverdeeld in supermarkten, speciaalzaken, online winkels en overige. Op basis van eindgebruiker is de markt onderverdeeld in vrouwen, mannen en kinderen. Op basis van type is de haarverzorgingsmarkt onderverdeeld in organisch en synthetisch.

## 2.2 Dynamiek van de Europese haarverzorgingsmarkt

De toenemende behoefte aan productinnovaties, met name op het gebied van gebruikte ingrediënten, is de drijvende kracht achter de expansie van de Europese haarverzorgingsmarkt. Haarverzorgingsproducten in Europa worden steeds vaker gemaakt met natuurlijke/organische bestanddelen, volgens een wereldwijde trend. In dit opzicht zijn haarverzorgingsproducten met kokosolie, sheaboter/karitéboter en theeboomolie de afgelopen jaren steeds populairder geworden op de Europese markten. Het merendeel van de haarverzorgingsproducten die in Europa worden aangeboden, hebben voornamelijk invloed op de buitenste oppervlaktekwaliteiten van het haar. Het wijzigen van de substructurele componenten van de technologie zal in de nabije toekomst op grote schaal worden toegepast in Europa.

De vraag naar haarproducten die duurzamer /meer organisch zijn dan conventionele producten is aanzienlijk gegroeid in de haarverzorgingsmarkt, wat de stijgende behoefte aan ethische, vrij van, en milieucclaims benadrukt. In dit opzicht zullen bedrijven hun inspanningen in de nabije toekomst waarschijnlijk richten op het uitbreiden van hun duurzaamheidsclaims naar verpakkingsmaterialen. De vraag naar Sheaboter/karitéboter is de afgelopen jaren in Europa aanzienlijk gestegen. Sheaboter wordt gebruikt in haarverzorgingsproducten vanwege zijn unieke eigenschappen bij de behandeling van droog en beschadigd haar.

Het aantal kappers en schoonheidssalons in Europa neemt toe om de groei van de haarverzorgingsmarkt te bevorderen. In 2020 zijn er veel nieuwe haar- en schoonheidszaken geopend in Europa. Terwijl het aantal kappers en schoonheidssalons in heel Europa voortdurend toeneemt, is deze tendens vooral uitgesproken in het Verenigd Koninkrijk. Wetenschappelijke verbeteringen in haarverzorgingstechnologie, de perceptie van de klant van luxe en productkwaliteit en de toenemende populariteit van binnenlandse haarverzorgingsmerken dragen allemaal bij aan de explosieve groei van de Britse schoonheidsindustrie.

De toegenomen vraag van consumenten naar biologische schoonheidsproducten wordt toegeschreven aan de robuuste expansie van de haarverzorgingsproductensector. Een andere belangrijke Europese markt is Frankrijk. Het 'Made in France' logo op haarverzorgingsproducten wordt in heel Europa nog steeds beschouwd als een teken van superieure kwaliteit. Daarnaast is Frankrijk een belangrijke exporteur van



haarverzorgingsproducten. Deze factoren stimuleren de vraag naar haarverzorgingsproducten in Europa.

### 2.3 De belangrijkste spelers op de Europese haarverzorgingsmarkt

- L'Oréal S.A. (Frankrijk)
- Unilever PLC (Verenigd Koninkrijk)
- The Procter & Gamble Company (Verenigde Staten)
- Revlon, Inc (Verenigde Staten)
- Johnson & Johnson (Verenigde Staten)
- Coty Inc. (Nederland)
- Wahl Clipper Corporation (Verenigde Staten)
- Jemella Ltd (Verenigd Koninkrijk)
- Henkel AG & Co. KGaA (Duitsland)
- Codibel n.v/s.a (België)
- Davines S.p.A. (Italië)
- KIEPE s.r.l (Italië)

De marktomvang in US dollar in 2020 was: USD 22,14 Miljard. De verwachte marktomvang in 2027 wordt geschat op: USD 36,78 Miljard (bron Stellar market research).

### 2.4 Trends in Haarverzorging in Europa 2022

#### **E-commerce**

Terwijl alles geautomatiseerd en gedigitaliseerd wordt, is de kapsalon nog steeds een zeer praktische en persoonlijke service. Dankzij COVID-19 zagen de meeste Europese markten de e-commerce verkoop in 2020 met bijna 50% groeien. Door deze snelle toename konden veel markten een redelijke prestatie neerzetten, ondanks enkele maanden van sluitingen van kapsalons. Het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en de Scandinavische regio zijn leidende e-comspelers en zijn goed voor meer dan 50% van alle e-commerceverkoop in Europa.

#### **Duurzaamheid belangrijker**

De pandemie stimuleerde de vraag naar biologische, veganistische en duurzame haarverzorgingsproducten. Verschillende merken konden groeien dankzij hun natuurlijk georiënteerde positionering ondanks de ongunstige marktsituatie. Ook investeren meer saloneigenaren in het verduurzamen van hun werkprocessen in de salon. Gebruik van energie, water en vermindering van afval.

Grote spelers volgden deze trend ook met natuurlijk georiënteerde lanceringen. In 2020 lanceerde het eerste merk zijn duurzame in-salon Refill Bar, met 92% gerecyclede plastic flessen en 85% PE-labels op biologische basis.

### **Sociale media**

Sociale media klinkt misschien niet als een nieuwe sectortrend en dat is het zeker niet. Maar als het interieur van je salon nog niet "instagram-vriendelijk" is, is het belangrijk om ernaar te streven. Gebruikers van sociale media verwachten een vitrine te zien met mooie foto's van je werkplek en vooral van je haartransformaties en styling. Klanten kunnen het interieur van je salon en hun nieuwe kapsel delen met hun vrienden op social media! "Instagram-waardige salons" zijn esthetisch aantrekkelijk met een moderne en elegante inrichting en een duidelijk gestileerd interieur.

### **Onafhankelijke kappers/stylisten groeien in aantal**

Omdat salons over de hele wereld voor een langere periode gesloten waren, besloten veel stylisten om voor zichzelf te kiezen. In sommige EU-landen, waar meer dan de helft van de kappers zelfstandig werkt, werd een toename van het aantal zelfstandige werknemers geregistreerd.

Andere markten waar deze aantallen bijzonder sterk waren, waren Duitsland, Oostenrijk, Nederland, Rusland en Spanje. Onafhankelijke kappers zijn zeker een groep om in de gaten te houden door fabrikanten, die op veel markten al een aanzienlijke inkoopkracht vertegenwoordigen.

## **2.5 Hair & beauty en certificering - de wereld van normen en richtlijnen**

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de certificeringen die in dit onderzoek zijn gebruikt in de Hair & Beauty sector.

### **2.5.1 Het EU Ecolabel**

Het EU Ecolabel<sup>27</sup> is een vrijwillig systeem, wat betekent dat producenten, importeurs en retailers ervoor kunnen kiezen om het label aan te vragen voor hun producten. De levenscyclus van een product begint bij de winning - de ontginning of teelt van de grondstoffen, zoals katoen (voor textiel) of hout (voor papierproducten). Het gaat verder met de productie en verpakking, distributie, gebruik en tot slot het "einde van de levenscyclus"-stadium, wanneer het product wordt weggegooid of gerecycled.

Bij het ontwikkelen van EU-milieukeurcriteria voor producten ligt de nadruk op de stadia waarin het product de grootste milieu-impact heeft, en dit verschilt van product tot product. Daarnaast zorgen product specifieke criteria ervoor dat elk product met de EU-milieukeur van goede kwaliteit is en goede prestaties levert. De criteria worden op transparante wijze ontwikkeld en herzien door een groep deskundigen en belanghebbenden.



### 2.5.2 ISO 14001

ISO 14001 is de internationale norm die de eisen specificeert voor een effectief milieubeheersysteem (EMS) in een bedrijf of organisatie. Het biedt een kader dat een organisatie kan volgen, in plaats van eisen te stellen aan de milieuprestaties.

ISO 14001 is een vrijwillige norm die organisaties kunnen certificeren. Integratie met andere managementsysteemnormen, meestal ISO 9001 (kwaliteit), kan verder helpen bij het bereiken van organisatiedoelen.

### 2.5.3 ISO 16128

ISO 16128 geeft richtlijnen voor definities van natuurlijke en biologische cosmetische ingrediënten. Naast natuurlijke en biologische ingrediënten worden ook andere categorieën ingrediënten gedefinieerd die nodig kunnen zijn voor de ontwikkeling van natuurlijke en biologische producten, met bijbehorende beperkingen.

### 2.5.4. De COSMOS-norm

De COSMOS-norm behandelt in detail alle aspecten van de levering, productie, marketing en controle van cosmetische producten. De door COSMOS erkende certificeringsorganismen controleren elk van deze aspecten wanneer ze een biologisch of natuurlijk product certificeren.

## 2.6 Conclusies en aanbevelingen Haar- en schoonheidssector

Gezondheid en veiligheid is een geïntegreerd onderdeel van alle opleidingen met aandacht voor ergonomie en chemicaliën/producten en hoe de student en professional zichzelf kunnen beschermen.

Er is substantieel bewijs dat Hair & Beauty een risicoberoep is en op Europees niveau wordt erkend dat MSD direct wordt veroorzaakt door herhaalde werkprocessen, lange uren staand werk, weinig pauzes en niet-ergonomische apparatuur.

Milieubescherming en duurzaamheid is slechts een extra vak dat in andere vakken wordt geïntegreerd, waarschijnlijk meestal op basis van de interesse en motivatie van de docent. Er is geen transparante tool of certificering beschikbaar voor Haar en Schoonheid om duurzamer of MVO-vriendelijker te worden. De duurzaamheidsagenda in de sector wordt nog steeds gedreven door persoonlijk enthousiasme en overtuigingen. Veel leveranciers leveren wat zij presenteren als 'ecologische', 'groene' of 'bio' producten. Helaas hoeft maar 2% van een cosmeticaproduct biologisch te zijn om dit label te krijgen. Veel van de zogenaamde 'groene' producten bevatten nog steeds bijvoorbeeld persulfaat of andere gevaarlijke stoffen en zowel de professional als de consument moet meer dan goed geïnformeerd zijn om de weg in de jungle te vinden.

Er is echter een groeiende trend om het gebruik van gevaarlijke stoffen te verminderen. Ervaringen uit België hebben aangetoond dat kappers veranderingsagenten kunnen zijn die duurzaamheid lokaal op de agenda zetten door gebruik te maken van eenvoudige zichtbare

hulpmiddelen en dialoog. Het empoweren van kappers om stap voor stap de situatie te veranderen zou een stap vooruit kunnen zijn. De conclusie moet zijn dat er behoefte is aan meer bewustwording en nieuwe praktijken in zowel het onderwijs als de sector in het algemeen.

## 3. Belangrijke ontwikkelingen in de samenleving

Er zijn veel ontwikkelingen in de maatschappij gaande die van invloed zijn of zullen zijn op de salons. In dit hoofdstuk geven we een overzicht van de belangrijkste megatrends.

### 3.1. Demografische verandering

De naam "Silver Society" kenmerkt de wereldwijde demografische verandering naar een oudere samenleving als gevolg van de stijgende levensverwachting door medische vooruitgang in combinatie met een stijgende levenskwaliteit en levensstandaard over de hele wereld. Tegelijkertijd wordt het traditionele beeld van ouderen vervangen door nieuwe levensstijlen. In plaats van met pensioen te gaan, nemen mensen vrijwillig deel aan sociale activiteiten. Bovendien opent de "Silver Society" een enorm marktpotentieel voor de economie dat kan worden ontwikkeld door producten en diensten speciaal op deze groep klanten af te stemmen.

Een andere enorme demografische ontwikkeling is de toenemende culturele diversiteit in Europese landen. In Nederland bijvoorbeeld heeft 26,3% van de bevolking een migratieachtergrond, waarvan 14,8% afkomstig is uit niet-Europese landen. Over het algemeen wonen er meer mensen in steden dan op het platteland.

#### **De impact:**

- *De gemiddelde leeftijd van zowel ondernemer als klant stijgt.*
- *Focus op comfort en service: mobiele kappers, halen en brengen van klanten naar de salon, diensten in rusthuizen, aandacht voor locatie en bereikbaarheid...*
- *Krimp van landbouwgebieden en groei van steden.*
- *Grote steden zijn goed voor kappers die zich richten op jongere doelgroepen, maar jongere doelgroepen gaan minder vaak naar de kapper.*
- *Toename van culturele diversiteit binnen het personeelsbestand. Als het personeel een culturele afspiegeling is van de klanten, dan zal het de klant meer aanspreken.*
- *Klanten hebben behoefte aan een ander aanbod van diensten. Andere wensen op het gebied van haarbehandeling, aanbieden van speciale diensten, aparte ruimte of ingang voor vrouwen met hoofddoeken...*
- *Creatie van andere soorten kapsalons, gespecialiseerd in Afro, Aziatische,... kapsels.*
- *Toename van culturele diversiteit binnen het personeelsbestand. Als het personeel een culturele afspiegeling is van de klanten, dan zal het de klant meer aanspreken.*
- *Klanten hebben behoefte aan een ander aanbod van diensten. Andere wensen met betrekking tot haarbehandeling, aanbieden van speciale diensten, aparte ruimte of ingang voor vrouwen met hoofddoeken...*
- *Creatie van andere soorten kapsalons, gespecialiseerd in Afro, Aziatische,... kapsels.*
- *Toename van ondernemers van hogere leeftijd.*
- *Risico op tekort aan vaardigheden*

### 3.2. Digitalisering

De zogenaamde digitale transformatie is de overkoepelende trend die het debat over de toekomst van industrie, werk, maatschappij enz. domineert. De digitalisering heeft nog steeds onuitwisbare gevolgen voor de toekomst van alle industrieën en sectoren. De gevolgen voor de organisatie van de toekomst en de manier van werken in de toekomst zijn enorm.

#### **De impact:**

- *Meer geïndividualiseerde producten en diensten*
- *Marketing via digitale kanalen (sociale media), digitale etalages, websites met de mogelijkheid tot het maken van afspraken, app/e-mail communicatie met herinneringen en speciale acties.*
- *Cloudcomputing wordt gebruikelijk.*
- *Grote vraag naar privacybescherming.*
- *Big data staat centraal - kunstmatige intelligentie, deep learning en data analytics leveren hints voor (geïndividualiseerde) nieuwe producten en diensten.*
- *Apps, bijvoorbeeld voor het uitproberen van kapsels*
- *Verkoop van producten (interessant als klanten niet in de buurt wonen)*
- *Verkoopautomaten voor haarproducten*
- *Kassasoftware*
- *Mobiele betalingen, handig als je spaarsysteem op hun mobiel gebruikt kan worden (klantenkaarten, loyaliteitssystemen...)*
- *Vragen naar klanttevredenheid en beoordelingen*

### 3.3. Neo-ecologie

Neo-ecologie is meer dan alleen natuurbehoud of verzet tegen grote industrieën. Duurzaamheid en efficiëntie kenmerken elk gebied en combineren economie, ecologie en sociale verantwoordelijkheid. Steeds meer consumenten geven de voorkeur aan "goede" merken en bedrijven die meer bieden dan alleen een product. Ethische en ecologische aspecten van producten en merken beïnvloeden de beslissing van een klant. Deze bedrijven beloven een bijdrage te leveren aan het leven van hun klanten, werknemers en de maatschappij als geheel. Bovendien winnen regionale toeleveringsketens aan belang.

#### **De impact:**

- *Er zal een toenemend bewustzijn zijn van de duurzaamheid van producten en diensten.* Vijftig procent van de Belgen is bereid om een traditioneel kapsalon te verlaten voor een salon die duurzame initiatieven neemt. Zestig procent van de klanten vindt dat duurzaamheid een fundamenteel onderdeel van het bedrijf moet zijn en ook 60% van de jongeren (18-24 jaar) is bereid meer te betalen voor een product/merk dat een voor hen belangrijke kwestie ondersteunt.



- *Er zal meer vraag zijn naar "zinnvolle" banen (met name voor jonge werknemers)*
- *Producten en diensten moeten problemen oplossen met maatschappelijk nut.*
- *Duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid zijn belangrijke elementen voor de presentatie van het bedrijf in het openbaar.*
- *Gebruik van milieuvriendelijke materialen.*
- *Toename van herbruikbare verpakkingen.*
- *Gebruik van nieuwe/milieuvriendelijke materialen.*
- *Plastics zullen worden vervangen door papier of ecologisch compatibele materialen.*
- *Gebruik van gamificatie om mensen te motiveren voor een milieuvriendelijke levensstijl.*

### 3.4. Mobiliteit

Mobiliteit kenmerkt onze huidige maatschappij die een flexibele, mobiele levensstijl volgt waarin vaste plaatsen zoals werkkantoren en woonruimtes hun belang verliezen. Mensen verwachten 24/7 mobiliteit omdat het traditionele 9-tot-5-ritme afneemt door de stijgende verwachtingen en vraag naar producten en diensten die 24 uur per dag beschikbaar zijn. De wereldwijd toenemende vraag naar mobiliteit veroorzaakt echter een grotere belasting van het milieu en daarom moeten er nieuwe, duurzame technologieën worden ontwikkeld.

#### **De impact:**

- *Er zullen meer mensen thuis werken om mobiliteit te vermijden ("derde plaatsen").*
- *Producten en diensten zullen 24/7/365 beschikbaar zijn.*
- *Gamificatie voor instructiedoeleinden*

### 3.5. Verstedelijking

Meer dan de helft van de wereldbevolking leeft in stedelijke nederzettingen - en projecties laten zien dat deze ontwikkeling zich zal voortzetten. De trend "verstedelijking" kenmerkt deze ontwikkeling en de algehele verspreiding van de stedelijke manier van leven. De toekomst van steden is slim, groen, duurzaam, verbonden en de moeite waard om te leven. De dynamiek van deze trend, vooral in opkomende landen, leidt echter tot grote problemen zoals een gebrek aan openbaar vervoer, infrastructuur en leefruimte in combinatie met milieutekorten. Bovendien leidt de leegloop van het platteland tot verlies van diensten zoals bedrijven, scholen en openbaar vervoer in plattelandsgebieden vanwege de dalende koopkracht en het gebrek aan economische efficiëntie. Als we kijken naar de impact hiervan op het werk en de organisatie van de toekomst, zijn er enkele belangrijke aspecten.

#### **De impact:**

- *Realisatie van werk-privé balans wordt makkelijker - reis naar werk neemt af.*
- *Regionale concurrentie neemt toe (regionale concentratie van bedrijven).*
- *Er kunnen nieuwe markten en doelgroepen worden ontwikkeld.*

### 3.6. Connectiviteit

"Connectiviteit" benoemt de beweging naar een wereld die steeds meer georganiseerd is in netwerken. Of het nu online of offline is, iedereen onderhoudt een verscheidenheid aan verbindingen met anderen en bijna allemaal zijn ze gedigitaliseerd. Slimme apparaten, die met elkaar verbonden zijn en met elkaar communiceren via het internet, worden ook steeds gewoner. Op elk gebied van het leven, zowel professioneel als persoonlijk, zijn ze onderling verbonden en slim.

**De impact:**

- *Potentieel resultaat: verschuiving in ondernemerschap - platforms vereenvoudigen het proces van het vinden van de juiste partners voor een samenwerking enz.*
- *Sociale media / netwerken worden steeds belangrijker voor communicatie met klanten, leveranciers, enz.*

### 3.7. Diversiteit

De trend "Diversiteit" vertegenwoordigt de ontbinding van traditionele genderrollen in het professionele en persoonlijke leven. Terwijl meer vrouwen op zoek gaan naar leiderschapsposities en modellen om werk en gezin te combineren, eisen mannen hun recht op om tijd met hun gezin door te brengen. Veranderende rol- en carrièremodellen zullen een grote impact hebben op de maatschappij en de economie.

**De impact:**

- *Toename van vrouwelijk ondernemerschap / ondernemers.*
- *Het belang van interculturele oplossingen neemt toe.*
- *Nieuwe klantengroepen - gepersonaliseerde producten en diensten.*
- *Diversiteit als belangrijk kenmerk om de aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever te vergroten.*
- *Belangrijke premisse voor succesvol werken in crossculturele teams en multidisciplinaire projecten.*
- *Gerichte marketingcampagnes kunnen worden afgestemd op de individuele geadresseerde wat betreft geslacht, culturele achtergrond, handicaps enz.*

### 3.8. Globalisering

De trend "Globalisering" kenmerkt de voortdurende integratie en internationalisering van markten samen met de groeiende effecten op de samenleving, variërend van het onderwijssysteem tot de privésfeer en relaties. Toenemende export en een grotere betrokkenheid van opkomende landen (BRIC, Next Eleven) bij de wereldhandel resulteren in een economische groei die de ontwikkeling van een nieuwe middenklasse in deze landen stimuleert. De economische dimensie is echter maar één onderdeel: Grenzen tussen verschillende culturen worden vloeiender en verschillende manieren van leven en consumeren vermengen zich.

**Impact:**

- Er komen nieuwe klantengroepen.
- De (cross-)culturele gevoeligheid groeit.
- Teams zijn meer en meer multicultureel.
- Voor geïndividualiseerde marketingcampagnes is diepgaande kennis van culturele kenmerken nodig.

### 3.9 Nieuw Werk

Nieuw Werk is het resultaat van de radicale veranderingen die de maatschappij en economie ondergaan. Het kenmerkt het samengaan van werk en vrije tijd door flexibilisering van het werk en de nieuwe waarde van de mens in een geautomatiseerde, gedigitaliseerde en geglobaliseerde werkomgeving. De transformatie van een industriële naar een kennismaatschappij, gebaseerd op het creëren van immateriële waarde, zal leiden tot veranderende bedrijfsstructuren en ander werkgeversgedrag. De beroepsbevolking op gebieden als dienstverlening, informatie en creativiteit wordt een sleutelfactor voor de wereldeconomie. Processen, ervaring en ideeën zullen steeds belangrijker worden.

**De impact:**

- Kans voor werkgevers op het gebruik van verschillende leiderschapsstijlen voor verschillende groepen in het bedrijf, naast elkaar.
- Belang van levenslang leren neemt toe.
- Meer zelfstandigheid kan positieve gevolgen hebben voor vrouwelijke ondernemers.
- Balans werk-privé-leren wordt steeds belangrijker.
- Organisatie van werk wordt complexer.
- Stimulansen worden belangrijker voor retentiemanagement.
- Nieuwe organisatiestructuren moeten hiërarchieën verminderen en uitgebreide deelname van werknemers aan ontwikkelings- en besluitvormingsprocessen vergemakkelijken.

### 3.10 Kenniscultuur (kennismaatschappij / het nieuwe leren)

In de toekomst zullen steeds meer mensen toegang hebben tot kennis, gezien de resultaten van de digitalisering. De trend "Kenniscultuur" beschrijft de verandering van een industriële naar een kennismaatschappij waarbij de "kenniscultuur" bepaalt of individuen, bedrijven en politieke economieën goed voorbereid zijn op de toekomst.

**De impact:**

- Toenemende interesse in leren.
- Toenemende vraag naar informatie.
- Kans op verdere marktsegmentatie.

### 3.11 Gezondheid en Levensstijl

Gezondheid is niet langer alleen de afwezigheid van ziekte, maar is een levensstijl op zich. Werken aan lichaam, geest en ziel met als doel meer vitaliteit is een eigen filosofie geworden. Gezond leven betekent vandaag de dag vooral een geoptimaliseerd vermogen om te presteren en te concurreren in combinatie met een gevoel van welzijn. Dankzij de digitalisering is de trend "Health-Style" een alomtegenwoordige metgezel in ons dagelijks

leven geworden. Gezondheidsassistenten nemen hun intrek in onze huizen en apparaten en maken onafhankelijke bewaking van onze eigen vitale functies mogelijk. De democratisering van kennis en digitale gezondheidsassistenten zal echter gevolgen hebben voor het hele gezondheidssysteem. Patiënten zullen zelfverzekerder en autonomer worden, terwijl artsen geconfronteerd zullen worden met eisen voor meer transparantie en zelfbeschikking en de perceptie van gezondheidsdeskundigen zal verschuiven van "witte goden" naar "witte dienstverleners".

**De impact:**

- *Toename van (farmaceutische) producten en diensten op het gebied van gezondheid en wellness.*
- *Bewustzijn van werknemers en ondernemers voor gezondheid en het combineren van werk en privé neemt toe.*
- *Potentieel voor nieuwe producten.*

### 3.12 Individualisering

Individualisering zorgt voor een nieuwe keuzecultuur. Al meer dan 100 jaar wordt de samenleving gekenmerkt door de drang naar meer autonomie en zelfbeschikking, samen met het verval van klassieke hiërarchiemodellen. Mensen vormen en tonen hun identiteit en persoonlijkheid door hun consumptie en het zoeken naar nieuwe verbindingen. Belangrijke levensbeslissingen worden uitgesteld om zoveel mogelijk opties zo lang mogelijk te behouden. Zo veranderen traditionele levensstijlen en wordt het beeld van een traditioneel gezin vervangen door vrij gekozen associaties zoals vrienden of themagemeenschappen. De economie kan het potentieel van deze megatrend benutten door gepersonaliseerde producten en diensten te ontwikkelen op basis van modulaire concepten.

**De impact:**

- *Klanten gaan naar de kapper WANNEER het hen uitkomt; dit zal een impact hebben op de openingsuren: de meerderheid van de klanten wil een afspraak na hun kantooruren.*
- *Klanten gaan naar de kapper WAAR het hen uitkomt; dit heeft wel impact op de locatie: winkelkappers, luchthavenkappers, stationskappers, festivalkappers, bij diverse kinderdagverblijven is het mogelijk om uw kinderen te laten knippen....*

### 3.13 Veiligheid en beveiliging

Safety & Security is het resultaat van de voortschrijdende digitalisering op elk gebied van het leven en de risico's die daarmee gepaard gaan. Terwijl overheidsinstellingen zich terugtrekken uit de voorziening ervan, nemen bedrijven en individuen steeds meer verantwoordelijkheid. Ten slotte moet ieder mens omgaan met de risico's die gepaard gaan met de voordelen van digitale producten en diensten.

**De impact:**

- *Bewustwording van gegevensbeveiliging vergroten.*
- *Stijgende vraag naar veilige oplossingen in elke (digitale) markt.*

### 3.14 Economische ontwikkelingen

Kijkend naar deze 21e eeuw zijn er verschillende economische crises geweest. Allereerst was er de internetcrisis (jaar 2000) toen de internetbubbel op aarde kwam, met veel economische gevolgen. Van 2008-2013 was er de financiële crisis. Veel mensen verloren hun baan, banken waren nauwelijks meer te redden, bedrijven sloten hun deuren. In 2022 is een nieuwe economische crisis aangekondigd als gevolg van de energiecrisis en de oorlog in Oekraïne.

***De impact:***

- *Klanten krijgen minder koopkracht; veel klanten hebben de komende jaren minder te besteden.*
- *Toename van leegstand in bepaalde winkelgebieden. Dit heeft ook gevolgen voor de kappersbranche, omdat kapsalons vaak afhankelijk zijn van bezoekers die een bepaald winkelgebied trekt.*

## 4. Competenties

In dit hoofdstuk gaan we in op de impact van de trends in het laatste hoofdstuk (3) op de competenties van de ondernemer in de kapsalon. In 23 Europese landen is een beroepskwalificatiedossier opgesteld. Hierin staat wat je moet kennen en kunnen om een beroep uit te oefenen. U kunt een beroepskwalificatie behalen door het volgen van een cursus of door het erkennen van verworven competenties.

Febelhair (België) heeft een overzicht gemaakt van de onderwijscompetenties inzake duurzaamheid, digitalisering en ondernemerschap, opgenomen in de officiële onderwijscurricula van alle EU-landen (voor zover beschikbaar) binnen de kappers- en schoonheidssector.

We verzamelden de beroepskwalificatiedossiers voor kappers en schoonheidsspecialisten uit 23 landen in de EU. In sommige landen was dat één document, in andere landen 10 documenten.

We hebben alle beroepskwalificatiedossiers per land doorgenomen en alle acties binnen de thema's duurzaamheid, ondernemerschap en digitalisering eruit gehaald. We hebben een Excel-document gemaakt (Overview Table Future Skills 2020) en de thema's per onderwerp en land toegewezen. De overzichtstabel vindt u in de bijlage

- Bijlage 1 = overzichtstabel kappers 2020
- Bijlage 2 = overzichtstabel schoonheidsspecialiste 2020

### 4.1. Algemene competenties in de toekomst

We zijn gaan kijken naar de resultaten van bestaand onderzoek en Europese rapporten over de competenties in de toekomst. In het OESO-rapport over de toekomst van onderwijs en vaardigheden in 1930 (OESO 2019) wordt duidelijk dat leerlingen zogenaamde “transformatieve competenties” moeten ontwikkelen. Dit zijn de soorten kennis, vaardigheden, attitudes en waarden die mensen nodig hebben om de samenleving te transformeren en de toekomst vorm te geven voor een beter leven. Deze zijn geïdentificeerd als:

- Nieuwe waarde creëren,
- Spanningen en dilemma's verzoenen,
- Verantwoordelijkheid nemen.

Deze transformatieve competenties kunnen in een breed scala van contexten en situaties worden gebruikt. Alle drie transformatieve competenties kunnen worden gezien als competenties van een hoger niveau die lerenden helpen navigeren door een reeks verschillende situaties en ervaringen (Grayling, 2017).

Andere belangrijke competenties volgens (Laukonen, Biddel en Gallagher, 2018) zijn:

- het vermogen om met onzekerheid om te gaan;
- nieuwe attitudes en waarden ontwikkelen;
- productief en zinvol handelen (zelfs wanneer doelen verschuiven).



### **Nieuwe waarde creëren**

Om nieuwe waarde te creëren, moeten ondernemers een gevoel van doelgerichtheid, nieuwsgierigheid en een open houding ten opzichte van nieuwe ideeën, perspectieven en ervaringen hebben. Het creëren van nieuwe waarde vereist kritisch denken en creativiteit bij het vinden van verschillende benaderingen voor het oplossen van problemen, en samenwerking met anderen om oplossingen te vinden voor complexe problemen. Bij het beoordelen of hun oplossingen werken of niet, hebben studenten mogelijk behendigheid nodig bij het uitproberen van nieuwe ideeën en moeten ze mogelijk in staat zijn om de risico's van deze nieuwe ideeën te beheersen. Ondernemers hebben ook aanpassingsvermogen nodig wanneer ze hun aanpak veranderen op basis van nieuwe en opkomende inzichten en bevindingen.

### **Spanningen en dilemma's met elkaar verzoenen**

Om spanningen en dilemma's met elkaar te verzoenen, moeten leerlingen eerst beschikken over cognitieve flexibiliteit en perspectief-nemende vaardigheden, zodat ze een kwestie vanuit verschillende gezichtspunten kunnen bekijken en begrijpen hoe deze verschillende gezichtspunten resulteren in spanningen en dilemma's. Studenten moeten ook zowel empathie als respect tonen voor anderen die andere opvattingen hebben dan de hunne. Ze kunnen ook zowel creativiteit als probleemoplossende vaardigheden nodig hebben om nieuwe en andere oplossingen te bedenken voor ogenschijnlijk hardnekkige problemen, met name vaardigheden in het oplossen van conflicten. Het verzoenen van spanningen en dilemma's kan gepaard gaan met het nemen van complexe en soms moeilijke beslissingen; daarom moeten studenten een gevoel van veerkracht, tolerantie voor complexiteit en ambiguïteit en een gevoel van verantwoordelijkheid jegens anderen ontwikkelen.

### **Verantwoordelijkheid nemen**

Verantwoordelijkheid nemen vereist een sterk moreel kompas, locus of control en een gevoel van integriteit, waarbij beslissingen worden genomen op basis van de vraag of de resulterende actie in het bredere voordeel van anderen zal zijn. Mededogen en respect voor anderen zijn ook belangrijk voor deze competentie. Kritisch denken kan worden gebruikt als men nadenkt over iemands acties en de acties van anderen. Voor deze competentie zijn vooral gevoel voor zelfbewustzijn, zelfregulatie en reflectief denken van belang. Het is ook belangrijk om vertrouwen op te bouwen alvorens verantwoordelijkheid te nemen. Wanneer leerlingen het vertrouwen krijgen van hun leeftijdsgenoten, leraren en ouders, nemen ze eerder de verantwoordelijkheid voor hun daden.

### **Bronnen:**

Laukonen, R., H. Biddel en R. Gallagher (2018), De mensheid voorbereiden op verandering en kunstmatige intelligentie: leren leren als bescherming tegen volatiliteit, onzekerheid, complexiteit en ambiguïteit, OESO, <http://www.oecd.org/education/2030/Preparing-humanityfor-change-and-artificial-intelligence.pdf>.

OESO: OESO Future of Education and Skills 2030, Conceptueel leer kader,  
TRANSFORMATIEVE COMPETENTIES VOOR 2030

OECD Social, Employment and Migration Working Papers nr. 275, De competentietoolbox voor milieuduurzaamheid: van een betere planeet achterlaten voor onze kinderen tot betere kinderen achterlaten voor onze planeet (2022).

## 4.2. Competenties Entrepreneurship/Ondernemerschap

In ons Europese onderzoek naar de competenties van de ondernemer hebben we veel verschillende competenties voor de toekomst gevonden, in het verlengde van de algemene competenties die zijn gepubliceerd door de OESO. Zoals we verwachtten waren de bevoegdheden in de verschillende landen verschillend, maar er waren ook veel overeenkomsten.

Het traditionele competentieprofiel van een ondernemer omvat de volgende aspecten en onderwerpen:

- Boekhouding en financiën.
- Saldering van de rekeningen.
- Controleren.
- Recht (werk/arbeid, belastingen etc.).
- Management en organisatie.
- Leiderschap.
- Marketing en distributie.
- Communicatie.
- Publieke relaties.
- Logistiek.
- Professionele ervaring.

Deze traditionele competenties gelden ook in 2030 nog steeds voor de salonondernemer. We bespreken enkele van deze competenties vanuit het perspectief van de ondernemer in een kap- en beautysalon.

### Financiën

Belangrijke competenties voor ondernemerschap hebben te maken met financiën, marketing, personeel en verkoop. De ondernemer moet dus een businessplan kunnen ontwikkelen en daarvan afgeleid een marketingplan en een financieel plan. In Duitsland vinden de respondenten het wel belangrijk dat de ondernemer de investeringsbehoefte en de financiële middelen van het bedrijf kan inschatten, een kostenraming kan maken, contributiemarges kan berekenen en de resultaten economisch kan afwegen. Verder vindt de Duitse respondent dat de ondernemer de performance ratio's van het bedrijf moet kunnen berekenen en daar rekening mee moet houden.

Het is duidelijk dat de ondernemer financiële competenties nodig heeft om de salon te runnen, maar wanneer hij/zij niet in staat is om de financiële aspecten te analyseren, is het verstandig om een accountant in te huren om voldoende financiële informatie en meer gedetailleerde prestatieverhoudingen te krijgen.

### Marketing en verkoop

De ondernemer heeft marketing- en verkoopcompetenties nodig. Belangrijk voor de ondernemer is het hebben van een missie en visie van zijn salon: wat is onze propositie

(welke waarde leveren we en aan wie?) en hoe willen we ons de komende jaren ontwikkelen.

Marketingcommunicatie moet worden gekoppeld aan sociale media en het gebruik van statistieken zoals Google Analytics. Klanten worden beter geïnformeerd door het gebruik van sociale media en een interactieve website. Ook zal het van groot belang zijn om kennis te hebben van de klanten, de prospects en andere relevante onderwerpen, zodat de ondernemer specifiek op deze doelgroepen kan communiceren.

Ten slotte moet de salon competenties ontwikkelen op het gebied van 'klantervaring', wat inhoudt dat men zich bewust moet zijn van de impact van alle non-verbale en verbale communicatie van de salon op klanten.

### **Communicatie vaardigheden**

Een van de belangrijkste competenties van klantenservice is het kunnen communiceren met klanten. Er zijn verschillende communicatieve vaardigheden voor nodig om de klant te begrijpen: goed luisteren, de klant op de juiste manier adviseren, een leuk gesprek voeren, een probleem met een klant oplossen en een conflict kunnen oplossen.

### **Teamwerk en samenwerking**

De ondernemer heeft een team om zich heen. Om effectief te zijn, is het belangrijk dat de ondernemer de effectiviteit en efficiëntie van het team kan beoordelen, in overeenstemming met de doelstellingen van het bedrijf. Het is ook belangrijk dat de ondernemer regelmatig teamvergaderingen kan houden om de voortgang van de salon, de mensen, financiën, verkoop, klanten, maar ook het proces van duurzaamheid te bespreken. Deze bijeenkomsten kunnen de strategie van de salon aanscherpen.

Net zoals de ondernemer regelmatig teammeetings heeft, moet hij/zij zich bewust zijn van het belang van gesprekken en meetings met leveranciers, andere organisaties en met mensen in het zakelijke netwerk. Ook wordt duidelijk dat het moeilijker zal worden om gekwalificeerd personeel te vinden.

### **Leren en ontwikkeling**

In deze snel veranderende tijden is het erg belangrijk om te blijven leren en het team te ontwikkelen. Door te leren leert de ondernemer over nieuwe technieken, nieuwe producten, nieuwe materialen en over mogelijkheden om te verduurzamen. Leren gaat ook over het werken met verschillende ethische haartypes, nieuwe haarproducten en mogelijke duurzame veranderingen.

### 4.3. Competenties Duurzaamheid

Competenties op het gebied van duurzaamheid zijn de onderling verbonden reeks kennis, vaardigheden, attitudes en waarden die effectieve, belichaamde actie in de wereld mogelijk maken met betrekking tot echte duurzaamheidsproblemen, uitdagingen en kansen, afhankelijk van de context.

Milieu/duurzaamheid heeft tot doel het welzijn van de mens te verbeteren door de bescherming van natuurlijk kapitaal (bv. land, lucht, water, mineralen enz.). Initiatieven en programma's worden ecologisch duurzaam gedefinieerd wanneer ze ervoor zorgen dat aan de behoeften van de bevolking wordt voldaan zonder het risico te lopen de behoeften van toekomstige generaties in gevaar te brengen. Milieuduurzaamheid legt de nadruk op hoe bedrijven positieve economische resultaten kunnen behalen zonder op korte of lange termijn schade toe te brengen aan het milieu.

De competenties van duurzaamheid in 2030 voor een kapper, inclusief de salon-ondernemer, zijn in veel opzichten dezelfde die universeel gelden voor duurzaamheid. Aan de andere kant gelden vooral voor de kapsalons veel competenties.

#### **Duurzaamheidsbeheer**

De eerste stap om duurzamer te worden is om bewuster te worden van het gebruik van hulpbronnen, zoals water, elektriciteit en haarproducten. De tweede stap is het controleren en beheren van het gebruik. Dit vraagt om competenties op het gebied van analyseren, vastleggen, beheersen en beheersen.

Hetzelfde geldt voor afvalbeheer. Bewust worden is de eerste stap, de volgende is het afvalbeheer van producten verbeteren. Het gaat om het beheer van verpakkingen, recycling, herbruikbaarheid van producten.

Beheer impliceert ook het toepassen van hygiëne- en veiligheidsregels, het toepassen van kennis van ergonomie en het toepassen van kennis over het gebruik van beschermingsmiddelen.

#### **Duurzaamheid ('Groene') Marketing**

De competenties van duurzaamheid omvatten groene marketing richting klanten. Groene marketing (of milieumarketing) is de promotie van milieuvriendelijke producten, diensten en initiatieven. Meer specifiek verwijst groene marketing naar een breed scala aan milieuvriendelijke praktijken en strategieën. Enkele voorbeelden van groene marketing zijn:

- Gebruik van milieuvriendelijke productverpakkingen gemaakt van gerecyclede materialen
- Duurzaam ondernemen
- Marketinginspanningen die de milieuvoordelen van een product communiceren

- Winst investeren in duurzame energie.

### **Leren en weten**

Een belangrijke competentie is het organiseren van continue updates van kennistrainingen op het gebied van duurzaamheid, veiligheid en gezondheid voor het kappersteam. Kappers en schoonheidsspecialisten moeten leren minder afhankelijk te zijn van plastic voor eenmalig gebruik en niet-recyclebare producten, aangezien deze geleidelijk uit de economie zullen verdwijnen. Leren betekent ook verder kijken, zoals hoe gaan klanten en producten van en naar de salon, hoe kan dit duurzamer? Een andere competentie is geïnformeerd zijn, b.v. door specialisten en bedrijfsleven, op regelmatige basis over arbo-, brand- en milieubeschermingsvoorschriften en eisen van ergonomie.

### **4.4. Competenties Technologie**

Digitale innovaties kunnen belangrijke factoren zijn voor de groene transitie, terwijl de vergroening van digitale technologieën een kritische succesfactor is voor de digitale transformatie. Digitale innovaties kunnen de groene transitie ondersteunen. Digitale technologieën zijn essentieel voor het nauwkeurig monitoren van de toestand van het milieu en het beoordelen van de impact van beleid en interventies met als doel goede praktijken te identificeren en op schaal te brengen. Satellieten maken het bijvoorbeeld mogelijk om in realtime gegevens te verzamelen over de uitstoot van broeikasgassen en ontbossing, waardoor er meer transparantie ontstaat in de toezeggingen van landen om wereldwijde milieuovereenkomsten te sluiten.

Veel leerlingen die wel een goed niveau van milieuduurzaamheid hebben, hebben geen vergelijkbaar niveau van digitale competentie en vice versa. Veel studenten in EU-landen meldden weinig interesse in digitale hulpmiddelen, een gebrek aan zelfredzaamheid bij het gebruik van digitale hulpmiddelen en lage niveaus van zelf gerapporteerde digitale competentie.

Het combineren van een sterke competentie op het gebied van milieuduurzaamheid met solide digitale vaardigheden is de sleutel tot de grondige heroverweging en herinrichting die nodig is om de energie-, stedelijke, transport-, huisvestings-, landbouw-, kleding- en schoonheidsindustrie - om er maar een paar te noemen - aan te passen zodat ze de klimaatverandering bereiken doelen.

### **Kennis van automatisering en ICT**

Automatisering is de hamvraag: welke aspecten van het kappersvak en schoonheidsspecialiste kunnen achterhaald raken? In feite zijn veel functies in de salon al geautomatiseerd. Kappers en ondernemers dienen basiskennis van ICT te hebben. Toekomstige kappers en schoonheidsspecialisten moeten in staat zijn om klanten van verschillende leeftijden en sociale achtergronden te betrekken, die misschien aarzelen ten opzichte van nieuwe technologieën (44 % van de EU-burgers beschikt niet over digitale basisvaardigheden). Ze moeten kunnen werken met software (apps) die gekoppeld is aan salons. Werk graag met een app die een digitale preview geeft van kapsels of 3D-modellering. Kennis van social media is noodzakelijk vanwege marketingdoeleinden (nieuwe klanten, bestaande klanten behouden). Ook kennis van een online boekingssysteem is nodig, veranderende consumptiepatronen vragen om flexibele strategieën: shoppers gaan minder snel naar fysieke winkeliers en bestellen steeds vaker online. Dit

vermindert ook de zichtbaarheid van bezoekers bij salons. Ondernemers dienen kennis te hebben van administratieve systemen (boekhouding, facturen, boekhouding).



## 5 Inventarisatie/onderzoek

In het project zijn diverse (desk)research/inventarisaties uitgevoerd.

### 1. Inventarisatie I

Febelhair, Richtpunt Campus Oudenaarde en IES EL PALO Malaga ontwikkelden samen een vragenlijst die door elke partner werd ingevuld. Door middel van de vragenlijst hebben we informatie verzameld over:

- Trainingen en cursussen binnen het onderwijs in de verschillende partnerlanden
- Eisen en competenties, profielen en vaardigheden in de sector op het gebied van ondernemerschap, digitalisering en duurzaamheid
- Trends, toekomstige eisen/vaardigheden in ondernemerschap, digitalisering en duurzaamheid

Het blanco document is terug te vinden in bijlage 3. In 5.1 wordt een overzicht van de resultaten gegeven. De vragenlijst is geïmplementeerd in de deelnemende landen.

### 2. Inventarisatie II

Inventory II is opgezet en uitgevoerd door El Palo (Spanje) en CIOFS (Italië). Het onderzoek was gericht op:

- A. kappers (zelfstandige kappers, leraren) en
- B. klanten

In 5.2 wordt een overzicht van de resultaten gegeven. De vragenlijst is geïmplementeerd in de deelnemende landen.



(Dragnsurvey, sd)

## 5.1 Enquête en informatie over de sector

In deze paragraaf laten we de resultaten zien op:

- Informatie over cursussen, modules, onderdelen van cursussen en trainingen Ondernemerschap (2020)
- Toekomstige competenties/profielen/vaardigheden in de sector (2030), onderverdeeld in ondernemerschap, duurzaamheid en digitalisering en digitale vaardigheden.

### 5.1.1 Informatie over cursussen, modules, onderdelen van cursussen en trainingen op het gebied van hair en beauty

De volgende belangrijke gegevens werden verzameld:

- Type school, type studenten, duur van de cursus.
- Van beroepsonderwijs en -opleiding (geef EQF en nationaal niveau aan)

België	Italië	Nederland	Spanje
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secundair: Haarverzorging / Haarstylist (5J – Niveau 4)</li> <li>- Secundair: Haarverzorging duaal/haar-stylist duaal (3J – Niveau 4)</li> <li>- Secundair: Wellness &amp; lifestyle/ specialisatie jaar (5Y – Niveau 4)</li> <li>- Volwassenen-onderwijs: Kapper, manager kapsalon, Kapper, haarstylist, schoonheids-professional, kunstnagels, voetverzorging (Jaar hangt af van de school -Niveau 4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welzijnsoperator – kappers (3J – Niveau 3)</li> <li>- Welzijnsoperator - cosmetisch (3 jaar - Niveau 3)</li> <li>- Kapperstechnicus (1 jaar – niveau 4)</li> <li>- Technicus schoonheids-behandelingen (1j – Niveau 4)</li> <li>- Kappersacademie 5Y – Level 6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secondaire School: Hair care assistant, hair care, hairstylist, kapper salon manager (5 jaar – Niveau 4)</li> <li>- Volwassen education: kapper, kapper salon manager, barber, hairstylist... (aantal jaren afhankelijk van de school –Niveau 2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secondaire school (laag &amp; hoog niveau):</li> <li>- basistechnicus haar en schoonheid, kapsalon en cosmetisch technicus (2000 uur - Niveau 3&amp;4)</li> <li>- kapper/schoonheidsassistent</li> </ul>

Kappers volgen gedurende hun loopbaan vele opleidingen. De kapperswereld staat niet stil en bijscholingen zijn een must. Opfris/upgrading cursussen zijn vaak gebaseerd op één specifiek thema zoals kleuren, knippen, opsteken of leiderschap Leveranciers waar we mee

werken in het kapsalon zoals L'Oréal, Wella, Schwarzkopf, Joico... bieden opfriscursussen aan.

## Informatie over cursussen, modules, onderdelen van cursussen en trainingen Ondernemerschap

België	Italië	Nederland	Spanje
<p>- Secundair + volwassen-onderwijs: Wanneer je het secundair onderwijs of het volwassenenonderwijs afrondt als kapper/schoonheidsspecialiste, dan komt ook ondernemerschap aan bod binnen de opleiding.</p> <p>Vroeger moest je een diploma bedrijfsbeheer hebben voordat je een kapsalon/schoonheidssalon oprichtte. Nu is dat in België niet meer het geval - Privé opleiding; Er zijn veel particuliere trainingen op het gebied van business coaching, marketing, administratie en sales. Dit zijn vaak erg dure cursussen.</p>	<p>- Economisch/Business management: Veel middelbare scholen in Italië bieden een cursus aan met de nadruk op bedrijfsbeheer en economie (5Y) - Economisch: De studie economie is een van de meest populaire aan elke universiteit in Italië (3-5 jaar) –</p> <p>Ondernemerschap – economie – bedrijfsvoering: Dit soort cursussen, voor kapper of schoonheidsspecialiste, worden door veel instellingen of zelfs rechtstreeks door fabrikanten of aanbieders van cosmetica aangeboden.</p>	<p>- Secundaire school: Wanneer je secundair onderwijs of het volwassenenonderwijs afrondt als kapper/schoonheidsspecialiste, dan komt ook ondernemerschap aan bod binnen de opleiding. Diverse middelbare scholen geven onderwijs over ondernemerschap zoals Vakman ondernemen.</p> <p>- Hogere opleiding: Kleinbedrijf en ondernemerschap - Privéopleiding: Marketing, administratie, verkoop</p>	<p>- Hoog niveau secundaire school: Technicus in commerciële activiteiten, technicus in administratief beheer</p> <p>- Transversale module Zakelijk en ondernemers-initiatief, opleiding en beroepsoriëntatie</p> <p>- Hoger beroepsonderwijs Hogere technicus in administratie en financiën, assistentie van kantoordirecteuren, verkoopbeheer en commerciële ruimtes</p>

## Informatie over cursussen, modules, onderdelen van cursussen en trainingen Digitalisering en digitale vaardigheden

België	Italië	Nederland	Spanje
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secundair + volwassenen- onderwijs: Wanneer je het secundair onderwijs of het volwassenen- onderwijs afrondt als kapper/schoonheidspecialiste dan komen ook ICT- vaardigheden aan bod binnen de opleiding. Zoals werken met Word, PowerPoint, Excel...</li> <li>- Privé training: sociale media, online boeken...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ICT: Veel middelbare scholen in Italië bieden een cursus aan met de nadruk op ICT.</li> <li>- De studierichting ICT wordt op grote schaal aangeboden door veel universiteiten in Italië.</li> <li>- Dit soort opleidingen, voor kapper of schoonheids- specialiste, worden door veel instellingen aangeboden.</li> </ul>	<p>Secundair + volwassen: Wanneer je het secundair of volwassenenonderwijs afrondt als kapper/schoonheids- specialiste, dan komen ook ICT-vaardigheden aan bod binnen het programma. Zoals werken met Word, PowerPoint, Excel...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basis VET- programma: Diploma in kantoor- computers, informatica en communicatie, technicus in microcomputer- systemen en - netwerken</li> <li>- In hair en beauty: 40 uur circulaire economie en digitalisering.</li> <li>- Toegepaste digitalisering</li> </ul>

## Informatie over cursussen, modules, cursussegmenten en trainingen Duurzaamheid

België	Italië	Nederland
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secundair + volwassenenonder- wijs: Wanneer je afstudeert als kapper/schoonheids- specialiste komen ook duurzaamheidsvaar- digheden aan bod binnen het programma.</li> <li>- Brochure Risktrainer: Uit de branche, kappers en beauty, De volgende</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Natuur- en milieuwetenschap- pen: er zijn een paar universiteiten in Italië die een specifieke cursus met deze focus aanbieden.</li> <li>- Duurzaamheid en ecologisch onderwijs: Dit soort opleidingen, voor kapper of schoonheids- specialiste, worden momenteel door</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secundair + volwassen: Adviseur innovatie en duurzaamheid</li> <li>- Lesmaterialen: Duurzaamheid MBO: verschillende lesmaterialen voor duurzaamheid in de kapsalon.</li> </ul>

onderwerpen komen aan bod: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veilige werkplek</li> <li>• Gezondheidsbescherming</li> <li>• Hygiënisch</li> <li>• Ergonomisch</li> <li>• Omgeving</li> <li>• Psychosociaal welzijn</li> </ul>	weinig instellingen aangeboden.	
--	---------------------------------	--

## 5.2 Competenties/profielen/skills in the sector (2020)

In deze rubriek beschrijven we de algemene houding van klanten, ondernemers en saloneigenaren in de haar- en schoonheidssector ten aanzien van ondernemerschap, digitalisering en duurzaamheid in de haar- en schoonheidssector.

### Entrepreneurship/Ondernemerschap 2020

	België	Nederland	Spanje	Italië
<b>Klant</b>	Eisen: Volgt veel trainingen Klantvriendelijkheid Actief op social media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hygiëne en coronamaatregelen</li> <li>- Klantvriendelijkheid</li> <li>- Hoe vindt u uw kapper?</li> </ul>	De eisen van de consument voor 2021 hebben te maken met de pandemie-ervaring en hier zijn de meest relevante: -Bedrijven moeten prioriteit geven aan sociale actie en consumenten helpen om een duurzamere en gezondere levensstijl te bereiken. -Terwijl jongere consumenten de voorkeur geven aan digitale interactie, zoeken ouderen naar contact met een ander. -Thuiswerken zal een verandering op de lange termijn zijn en probeert daarom te socialiseren of activiteiten uit te voeren in gemeenschappen met een lagere bevolkingsdichtheid.	-

			<p>-Bedrijven moeten oplossingen bieden die tegemoet komen aan de wens van de consument om zijn tijd te maximaliseren door hem meer flexibiliteit te bieden, vooral met producten en diensten waartoe hij toegang heeft vanuit of in de buurt van zijn huis.</p> <p>-Mensen zijn meer gezondheidsbewust en eisen hygiëneproducten, terwijl ze zoeken naar oplossingen om minder contact te vermijden en de verspreiding van het coronavirus te voorkomen.</p> <p>-Bedrijven moeten diensten en producten leveren die de veerkracht, de gezondheid en het mentale welzijn van mensen ondersteunen.</p> <p>-Bedrijven moeten de balans tussen werk en privéleven, productiviteit en communicatie ondersteunen</p>	
<b>Salon eigenaren</b>	<p>Het volgen van een opleiding bedrijfsbeheer. Kennis van:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkoop</li> <li>• Prijsberekening</li> <li>• klanten-administratie</li> <li>• Beheer</li> <li>• Boekhouding</li> <li>• Communicatie</li> </ul>	<p>- Maak een businessplan Welke bevat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie u bent als ondernemer</li> <li>• Persoonlijke karaktertrekken</li> <li>• Jouw ideeën</li> <li>• Jouw bedrijf</li> <li>• Wettelijk documenten</li> <li>• Naam en locatie</li> <li>• Uw marketing-strategieën</li> <li>• Uw financieel plan</li> </ul> <p>- Marketing</p>	<p>De meeste saloneigenaren denken dat om in deze sector te slagen, je meer nodig hebt dan alleen handmatige vaardigheden, het is essentieel om te hebben</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Passie en doorzettingsvermogen</li> <li>-inspirerende genegenheid en empathie.</li> <li>- continue opleiding en permanente bijscholing</li> </ul>	<p>Meest gezochte ondernemersvaardigheden 2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Innovatie</li> <li>-Communicatie</li> <li>-Economisch en administratief</li> <li>-Creativiteit, ethiek, duurzaamheid</li> </ul>

		<p>- Blijf op de hoogte van de laatste trends in vak en ondernemerschap</p>	<p>-creativiteit, artistiek gevoel en trends jagen - nieuwe uitdagingen aangaan.</p> <p>- Eisen: Een van de grotere eisen van saloneigenaren en ondernemers is een verlaging van de btw van 21% naar 10%. -Verkoop technieken -Specialisatie - Salonbeheer - Cosmeticsamenstelling en effecten. -Digitale hulpmiddelen - Technologische innovatie.</p> <p>In de afgelopen vijf jaar is duurzaamheid (Clean &amp; Safe, Better for the Planet/Milieuvriendelijk, Ethical Beauty en Natural) geëvolueerd van een trend naar een zakelijke noodzaak.</p>	
--	--	---	---	--

## Digitalisering en digitale skills 2020

	België	Nederland	Spanje	Italië
<b>Klant</b>	<p>Online booking system Free Wi-Fi Mobiël betalen /contactloos betalen Voorbeeld haarstijl op een tablet</p> <p>- Digitale boekhoudsoftware</p>	<p>Online booking system Free Wi-Fi Mobiël betalen / contactloos betalen Voorbeeld haarstijl op een tablet</p> <p>- Digitale boekhoudsoftware</p>	<p>Geïntegreerde online boekings-service voor salons.</p> <p>Spanjaarden aarzelen om een afspraak te maken via internet (slechts 13% zou het online doen, 52% telefonisch en de</p>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online boekings-systeem</li> <li>- Sociale media</li> <li>- Mobiele betalingen</li> <li>- Webshop</li> <li>- Digitaal leren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online boekings-systeem</li> <li>- Sociale media</li> <li>- Mobiele betalingen</li> <li>- Webshop</li> <li>- Digitaal leren</li> </ul>	<p>rest doet het persoonlijk)</p> <p>Technologieën zoals Machine Learning en kunstmatige intelligentie stellen schoonheids-professionals al in staat om alles uit te voeren, van haardiagnostiek tot het tonen van complete make-overs aan klanten vanaf hun mobiele apparaat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Om bedrijfsgegevens te analyseren om risico's en kansen te ontdekken.</li> <li>- Om betere ervaringen voor de klanten te creëren en hun loyaliteit te motiveren.</li> <li>- Om het vermogen om inkomen te genereren te vergroten.</li> <li>- Concurrentie voordelen creëren ten opzichte van andere salons.</li> <li>- Het vermogen hebben om snel te reageren op veranderingen in interne of externe behoeften.</li> </ul>	
--	---	---	--	--

			- Om de bedrijfskosten te verlagen. -Het efficiënter maken van werkprocessen	
<b>Salon eigenaren</b>	-	-	Spanjaarden aarzelen om een afspraak te maken via internet (slechts 13% zou het online doen, 52% telefonisch en de rest doet het persoonlijk)	Most wanted digitalisation skills 2021 Use of social media, management software, e-commerce tools, office Automatisering-software, online burgerschap...

## Duurzaamheid 2020

	<b>België</b>	<b>Nederland</b>	<b>Spanje</b>	<b>Italië</b>
<b>Klant</b>	Voor klanten is duurzaamheid minder belangrijk. Ze komen voor de dienst.	Duurzaamheid wordt al steeds belangrijker voor klanten en zal hun salonkeuze beïnvloeden.	Natuurlijke producten Vrij van parabenen, siliconen en kleurstoffen Gerecycleerde plastic flessen Minder kunststof Eco-label	
<b>Salon eigenaren</b>	Recyclebare materialen Water besparing Duurzame energie Ergonomisch Bioproducten	Recyclebare materialen Water besparing Duurzame energie Ergonomisch Bioproducten	Duurzame praktijken Natuurlijke producten Afvastoffen Veiligheid op het werk	Most wanted Sustainability skills 2021  Energy saving, water saving, waste reduction, air quality...

## Lokale hulpmiddelen en goede praktijken voor milieubescherming, duurzaamheid

Tools, methoden	Beschrijving	Hoe gemonitord?
<b>Water</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Douchekop: Verdubbelt de waterdruk en creëert een krachtige straal, waardoor de spoeltijd wordt gehalveerd. Bespaar tot 65% op het waterverbruik</li> <li>- Apparaten om water te besparen: kranen voor temperatuur- of stroomregeling, jetconcentrators, parelsnijders</li> <li>- Gesloten kranen tijdens het wassen</li> <li>- Gebruik van handdoeken voor eenmalig gebruik</li> <li>- Gebruik van haarfilters om verstoppingen van de afvoer te voorkomen</li> </ul>	Water rekening
<b>Electriciteit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zonnepanelen</li> <li>- Warmtepomp</li> <li>- LED verlichting</li> <li>- Aanbevelingen</li> <li>- A/C set &gt;20°C LED lichten Apparaten met laag verbruik A+++</li> </ul>	Electricity rekening
<b>Afval management</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recycling en hergebruik van materialen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biologisch afbreekbare handdoeken</li> <li>• Eco verfpotten</li> </ul> </li> <li>- Training gevaarlijk afval storten en verwijderen</li> </ul>	Goedkoper: minder wassen Wet 10/1998 van 21 april betreffende afval en koninklijk besluit 833/1988 over gevaarlijk en giftig afval
<b>Chemicalien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gebruik pasta's in plaats van poeders</li> <li>- Ventilatiesysteem waar je kleur kunt maken</li> <li>- Gebruik een vergrendelde blender om de kleuren te mengen</li> <li>- Gebruik van niet-giftige producten</li> </ul>	Gezondheid van de kapper Ecocert, Icea, Aiab, Ccpb, Nature, Cosmos, Demeter en EU Ecolabel
<b>Hygiëne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schoonmaken van de weinige bio-salons die er zijn, met biologische producten. Gebruik van biologische katoenen handdoeken gewassen met bioproducten in korte programma's</li> </ul>	
<b>Producten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organische, eco, natuurlijke gecertificeerde producten</li> </ul>	Geautoriseerde nationale certificerende organisaties (Europese markt)
<b>Meubilair</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Houten meubilair</li> </ul>	Franchise

	- Gebruik van gerecyclede of duurzame materialen in meubels	
<b>Anders</b>	- Vraag duurzaam beleid aan leveranciers - Gebruik van geluiddempers in drogers - Milieuvriendelijke verpakking	

### 5.1.2 Toekomstige eisen en skills (2030)

In deze sectie gaan we nieuwe trends analyseren, ook op dezelfde twee verschillende gebieden:

- Gerelateerd aan artistieke/ creatieve (technische) vaardigheden en
- In relatie met persoonlijke of zachte (algemene) vaardigheden.

### Ondernemerschap/Entrepreneurship 2030

<b>Techniek</b>	- Specialiseer in één onderwerp - Specialisten die samenwerken in een bedrijf	Bijvoorbeeld een kapsalon waar je alleen je haar kunt laten verven of een instituut waar je alleen een gezichtsbehandeling kunt krijgen. Kappers en schoonheidsspecialisten zijn gespecialiseerd in één thema, waardoor ze uitblinken.  Verschillende specialisaties onder één dak. Zoals een kapper, een schoonheidsspecialiste en een kapper en een wenkbrauwspecialist
<b>Economie</b>	- Kleine zelfstandigen onder één dak	Door samen te werken zijn de risico's en kosten lager. Denk aan een gezamenlijke verzekering.
<b>Sociaal</b>	- Kansen creëren voor mensen met een handicap	Traject creëren voor mensen die afstand hebben tot de bevolking
<b>Klanten</b>	- -Medische hulp en producten of diensten aan - levenskwaliteit verbeteren. - Natuurlijke gezondheid en welzijn op basis van niet-toxische ingrediënten en op maat gemaakte cosmetica - In de thuis- en zakelijke dienstverlening	Het grootste consumentensegment zal de bevolking ouder dan 60 jaar zijn. Meer dan de helft van het vermogen van de wereld zal in handen zijn van vrouwen en zij geven geld op verschillende manieren uit en nemen minder risico's.
<b>Ondernemers</b>	- Adviseren over H&B technieken voor opnames en video's.	Waterschaarste zal een revolutie teweegbrengen in kappers- en esthetische behandelingen

<b>En salon eigenaren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kennis van groene cosmetica</li> </ul>	<p>-Verzorging, ontspanning en voeding voor lichaam en geest, met een holistische benadering. Het doel is om een uitdrukkelijke versie aan te bieden waarin de klant voelt dat we de weinige vrije tijd die ze hebben waarderen, maar altijd vanuit de uitmuntendheid en luxe.</p> <p>- Specialisatie en samenwerking tussen professionals wordt verplicht</p>
---------------------------	---	--

## Digitalisering en digitale skills 2030

<b>Boeking</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online boeking system</li> </ul>	<p>De afgelopen drie jaar zit het online boekingsysteem in de lift. Gebruikt iedereen het in 2030? De kapper of schoonheidsspecialiste hoeft zich geen zorgen meer te maken over de planning en hoeft niet meer te telefoneren.</p>
<b>Klanten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opkomst van het hair and beauty on-demand/at-home concept</li> <li>- Persoonlijk advies voorafgaand aan het onderhoud</li> <li>- Realistisch gebruik van 'makeover'-apps</li> <li>- Afspraken maken via internet</li> <li>- Betrouwbare feedback.</li> <li>- Consumenten worden prosumenten</li> <li>- Ervaringen meer waarderen dan bezittingen</li> </ul>	<p>On-demand-services zijn belangrijk geworden omdat mensen routinematige activiteiten snel en tijdbesparend proberen te maken.</p> <p>Nieuwe klanten twijfelen misschien aan hun behoefte, gewone klanten denken misschien aan een complete verandering van proberen iets nieuws naast hun gebruikelijke keuzes. De kans krijgen om digitale consultaties te doen zou informatie opleveren, de diensten vereenvoudigen en versterken. Amazon lanceert zijn eerste "Experience salon" in Londen</p> <p>De helft van de smartphonegebruikers in de wereld voorspelt dat we in 2025 allemaal AR-wearables zullen dragen en dat in 2030, met 5G-technologie, het internet van de zintuigen stand zal houden. Ze voorspellen ook wearables die talen direct kunnen vertalen, waardoor we geur, zicht, smaak, texturen en temperatuur digitaal kunnen controleren en ervaren.</p> <p>-3D holografische displays zullen een krachtig hulpmiddel zijn voor marketing en communicatie.</p> <p>Afspraken boeken via internet zal gebruikelijk worden en zal ook helpen om contact te houden met klanten.</p>

		<p>Tevreden klanten zijn de beste aanbevelings- en verwijzingsbron voor elk bedrijf. Salons zullen hun klanten aanmoedigen om recensies te schrijven over de salon, het personeel en de diensten.</p> <p>Gunstige beoordelingen helpen potentiële klanten beslissen. Minder enthousiaste feedback vertelt op welke zwakke punten de salon zich moet concentreren en moet elimineren om de service te verbeteren.</p> <p>Saloneigenaren zullen een klant die de salon bezoekt als een ervaring moeten zien en moeten kijken hoe ze die persoon kunnen "verbluffen" met alles wat ze doen. Het mooie hiervan is dat als ze het goed doen, mensen bereid zullen zijn veel meer te betalen voor het voorrecht en veel meer zullen doen om het nieuws over het bedrijf te verspreiden.</p>
<b>Hair and beauty docenten en studenten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Effectievere manieren vinden om technologie te integreren in lesgeven en leren.</li> <li>- Ethiek van digitale technologie</li> </ul>	<p>Scholen moeten profiteren van het potentieel van technologie in de klas om de digitale kloof te overbruggen en elke leerling de vaardigheden te geven die hij nodig heeft in de huidige verbonden wereld</p> <p>Opvoeders zijn in deze nieuwe cybernetische wereld verplicht om de nieuwe generaties "digital natives" beter voor te bereiden, zodat ze de ethische en sociale dimensies van niet alleen bestaande digitale technologieën, maar ook van degenen die nog moeten worden uitgevonden, het hoofd kunnen bieden.</p>
<b>Ondernemers en salon eigenaren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitale afspraken en digitale klantenopvolging</li> <li>- Samenwerkings- en communicatieplatforms tussen salons, werknemers en werkgevers van verschillende maar verbonden bedrijven, d.w.z.: kapper, voedingsdeskundige, dermatoloog, schoonheidsspecialist...</li> <li>- Borg afspraak</li> <li>- Software en apps om klantenservice,</li> </ul>	<p>-Klanten verwachten dat ze hun haar- en schoonheidsafspraken kunnen boeken vanaf hun smartphones, iPads of horloges.</p> <p>-Online afspraken zorgen voor beschikbaarheid en vermijden drukke telefoons, virtuele receptioniste en andere opties.</p> <p>- Salonklanten volgen om actie te ondernemen en klanten aan te moedigen vaker te komen en meer uit te geven. Virtueel verkopen en virtueel leren</p> <p>Met online boekingsystemen met aanbataling kunnen professionals zich verzekeren tegen "no-shows".</p>

	<p>voorraadbeheer, boekhouding, productverkoop, etc. te vergemakkelijken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Virtueel verkopen en virtueel leren</li> <li>- Polarisatie van de vraag in twee groepen: snelheid en entertainment. Hierdoor zullen de behoeften van beide groepen cliënten verschillen.</li> <li>- Behoeftte aan gegevensbescherming en reputatiebeheer.</li> </ul>	<p>Een professioneel productleven leiden, online advies verkopen, de juiste producten verkopen die voldoen aan de behoeften van de klant, online advies geven...</p> <p>Samenwerkings- en communicatieplatforms tussen salons, werknemers en werkgevers van verschillende maar verbonden bedrijven, d.w.z.: kapper, voedingsdeskundige, dermatoloog, schoonheidsspecialist...</p> <p>Snelheid: klanten die snelheid in de salon willen, zullen resultaatgericht zijn en op zoek zijn naar een klinisch efficiënt aanbod; een goede controle over gegevens en klantvoorkeuren zal helpen de reactietijd te verkorten.</p> <p>Entertainment: klanten die entertainment willen, zullen bereid zijn te genieten van ruimtes die zorg, ontspanning en voeding voor de ziel bieden; nogmaals, goede controle over gegevens en klantvoorkeuren zal helpen bij het personaliseren van ervaringen.</p> <p>-De robotpopulatie in de wereld groeit snel. Velen zijn industriële robots, maar persoonlijke robotica groeit snel. Robots die haar wassen of scanners die je huid analyseren voordat een gezichtsbehandeling een feit wordt.</p>
--	---	--



## Duurzaamheid 2030

<b>Overheid</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kunststof verwijderen.</li> <li>2. Aanpassing.</li> <li>3. Detectieprotocol voor goede praktijken.</li> <li>4. Minimale duurzaamheid van huishoudelijke apparaten.</li> </ol>	<p>Via wetgeving zoals de Afvalstoffenwet.</p> <p>Om methoden te verenigen met:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helderheid.</li> <li>- Kwaliteit en efficiëntie.</li> <li>- Nationale normen en internationale normen.</li> </ul> <p>Reiniging, chemische gevaren, recycling...</p> <p>Grenzen stellen zoals energielabels voor huishoudelijke apparaten.</p>
<b>Laboratoria</b>	<p>Verwijdering van microplastics.</p> <p>Pact voor de innovatie van nieuwe producten.</p> <p>Minder schadelijke producten</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Door onderzoek om ze te verminderen.</li> <li>2. Bevorderen van onderzoek naar duurzamere systemen.</li> <li>3. Testen op ziekten.</li> </ol>
<b>Consumenten</b>	<p>Gezondheidseffecten verminderen.</p> <p>Groenere producten.</p>	<p>Vermindering van de hoeveelheid bioaccumulatie.</p> <p>Natuurlijk en zelfgemaakt.</p>
<b>Ecologische groepen</b>	<p>Verwijderen van microplastics.</p> <p>Vermindering van CFK's, persulfaat, kankerverwekkende producten en producten die de voortplanting beïnvloeden.</p> <p>Afname van waterverbruik en verontreinigende stoffen..</p>	<p>Nieuws en meer ecologische cosmetica.</p> <p>Groenere en biologisch afbreekbare producten.</p> <p>Door betere toestellen en waterbehandeling voordat het naar het riool gaat.</p>
<b>Buren</b>	<p>Verbeteringen in de waterzuivering.</p>	<p>Door een completere waterbehandeling.</p>
<b>Medewerkers</b>	<p>Minder schadelijk voor gezondheidsproducten.</p> <p>Benodigde materialen.</p> <p>Protocollen.</p>	<p>Vermindering van verbindingen zoals persulfaat, benzeen...</p> <p>IPE (handschoenen, masker, schort, bril).</p>

		Ze worden vervuld in beide (mannen- en vrouwenkappers), waar er aanzienlijke verschillen zijn.
<b>Ondernemers en sociale partners</b>	<p>Nieuwe technologieën (niet face-to-face).</p> <p>Gestelde doelen.</p> <p>Duurzame etikettering.</p> <p>Goede oefeningen.</p> <p>Hogere wateropbrengst.</p> <p>Luchtwaardering.</p> <p>Meer duurzame huishoudelijke apparaten.</p>	<p>Jezelf laten zien en bekendheid geven aan de producten.</p> <p>Vermindering van elektriciteit en CO2-voetafdruk door hernieuwbare energie, vermindering van verspilling.</p> <p>Nieuwe, meer milieuvriendelijke samenstelling</p> <p>Chemische gevaren, preventie van beroepsrisico's, verbetering van recycling- en schoonmaakprotocol.</p> <p>Gesloten circuit en wateropslag, waterzuiveringssystemen.</p> <p>-Extractie- en ventilatiesysteem (geforceerd en natuurlijk).</p> <p>-Extractoren voor vluchtige producten</p> <p>Ledverlichting, efficiënte apparaten: wasmachines, drogers, haardrogers...</p>

## 5.2 Enquête Kappers over digitalisering, ondernemerschap en duurzaamheid

Dit onderzoek rond de thema's digitalisering, ondernemerschap en duurzaamheid was gericht op:

- A. kappers (zelfstandige kappers, leraren),
- B. klanten.

De enquête is naar veel kappers uitgestuurd, maar het is niet altijd gemakkelijk om kappers een enquête te laten invullen. Maar 150 kappers hebben de vragenlijst ingevuld en geretourneerd.



(academie, 2016)

### 5.2.1 Samenvatting

We zetten de vragen en antwoorden op een rij. Ter verduidelijking noteerden we de meest voorkomende antwoorden die door de kappers werden gegeven.

## Resultaten onderzoek Kappers Ondernemerschap

### 1. Hoe kwam ondernemerschap aan bod in je cursus?

- Bedrijfsmanagement
- Salonbeheer
- Verkoop management
- Prijsberekening
- Opstarten van een minibedrijf

\*Vaak gegeven antwoord: er was te weinig aandacht voor dit onderwerp

### 2. Welke ondernemersvaardigheden heb je dagelijks nodig in de salon?

- Beheer
- Leiderschap
- Communicatie
- Prijsberekening
- Plannen
- Aandelen beheer

- Klantenservice/beheer
- Sociale media
- Webshop

### **3. Heb je een aanvullende opleiding gevolgd die specifiek is voor ondernemerschap?**

- Bedrijfsmanagement – 1 jaar avondcursus
- L'Oréal businessclub
- Salonemotie
- Opleiding bij Unizo (Vereniging van Zelfstandige Ondernemers.) sessie pre-startercursus/managementcursus.

### **4. Hoe zijn uw ondernemersvaardigheden geëvolueerd tijdens uw carrière? Welke werden belangrijker?**

- Communicatie (naar de klanten)
- Verkooptechnieken
- Sociale media (website – Facebook – Instagram)
- Online boekingsstelsel
- Evenwicht tussen kosten en baten
- Leer nieuwe bedrijven kennen
- Blijf op de hoogte van de laatste trends door vakbladen te lezen

### **5. Welke ondernemersvaardigheden worden volgens jou belangrijker in 2030?**

- Gespecialiseerd in één onderwerp
- Digitalisering (webshop, online onderwijs, social media)
- Personeel goed opleiden

## **Resultaten onderzoek Kappers Duurzaamheid**

### **1. Hoe komt/kwam duurzaamheid in je opleiding aanbod?**

- Tijdens de training komen de volgende thema's kort aan bod. Dit is geen aparte cursus:
- Afvalbeheer,
- Hygiënebeheer
- Milieu management
- Ergonomie
- Bioproducten

## **2. Heb je een aanvullende specifieke opleiding voor duurzaamheid gevolgd?**

- Hairborist: biologisch kappersmerk dat de kapper een training geeft voordat ze met de producten aan de slag gaan. (<https://hairborist.nl/>)
- Workshops via bedrijven (vaak L'Oréal)

## **3. Welke duurzaamheidsvaardigheden pas je toe in je salon/school?**

- Afvalbeheer (sorteren - herbruikbare materialen)
- Waterbesparend (waterbesparende kranen)
- Zonnepanelen
- Warmtepomp
- LED verlichting

## **4. Hoe is de kijk op duurzaamheid tijdens je loopbaan geëvolueerd? Waar focus je meer op dan voorheen?**

- Dit antwoord is heel gebruikelijk: er wordt heel weinig aandacht aan besteed
- Sorteren/recyclen
- Werken met natuurlijke producten
- Elektriciteitsbesparing

## **5. Welke duurzaamheidsvaardigheden worden volgens jou belangrijker in 2030?**

- Milieubewuste materialen en producten
- Duurzame producten en materialen
- Afvalbeheer
- Sorteren/recyclen

## **Resultaten onderzoek Kappers Innovatie en Digitalisering**

### **1. Hoe komt innovatie en digitalisering aan bod in je opleiding?**

- Heel vaak NIET
- ICT in het secundair onderwijs (Word, Excel, PowerPoint)
- Online boeken/tablets

### **2. Heeft u aanvullende opleidingen gevolgd specifiek op het gebied van innovatie en digitalisering?**

- Online boekingsysteem bedrijf
- L'oréal businessclub
- heel vaak niet, zoek het zelf maar uit

### **3. Hoe evolueerden je digitale vaardigheden tijdens je carrière? Welke werden belangrijker?**

- Digitale boekhouding
- sociale media (website - Facebook - Instagram)
- Mobiele betalingen

- Klantenbeheer online (pc- I-pad)

#### **4. Welke vaardigheden rond innovatie en digitalisering zullen volgens jou belangrijker worden in 2030?**

- Sociale media (Facebook - Instagram)
- Webshop
- Digitale cursus
- Online boekingsstelsel

### **5.2.2 Resultaten onderzoek Klanten**

#### **Resultaten onderzoek klanten Ondernemerschap**

##### **1. Vind je jouw kapper een goede ondernemer?**

- Nee – 25%
- Ja – 75% (klantvriendelijk, volgt veel trainingen, actief op social media)

#### **Resultaten onderzoek klanten Innovatie en Digitalisering**

##### **1. Welke van de volgende aspecten van digitalisering heeft uw kapper al in huis?**

- Sociale media/website - 21%
- Mobiel betalen/contactloos – 17%
- Online boekingsstelsel – 12 %
- Gratis wifi – 10%
- Digitaal klantprofiel - 8%

##### **2. Welke van de volgende aspecten van digitalisering zou je graag in de kapsalon aangeboden willen zien?**

- Online boekingsstelsel – 20%
- Gratis wifi – 14%
- Mobiel betalen/contactloos - 13%
- Voorbeeld kapsel op tablet – 11%

##### **3. Welke aspecten van digitalisering gaan volgens jou in de toekomst belangrijk worden binnen de kapsalon?**

- Online boeken -> kappers die zonder afspraak werken een live camera zodat de klanten kunnen zien hoe druk het is.
- App -> foto van de klant + bijpassend kapsel (kleur en snit)

## Resultaten onderzoek Klanten over Duurzaamheid

### 1. Communiceert jouw kapper over duurzaamheid in de kapsalon?

- Geen 80%
- Ja 20% (biologische/bioproducten/wegwerpmaterialen)

### 2. Welke aspecten van duurzaamheid zullen volgens jou in de toekomst belangrijk worden binnen de kapsalon?

- Beperk het waterverbruik
- Wegwerpmaterialen
- Recyclebare materialen
- Biologische producten

### 3. Zou jij als klant van kapsalon veranderen als je weet dat een andere kapsalon duurzamer bezig is?

- JA – 24%
- NEE – 60%
- GEEN MENING -16%



## 6 Bijlagen

### Annex 1: Overzichtstabel Kappers 2020

	Land	Bron	Duurzaamheid	Ondernemerschap	Technology & Digitalisering
1	Oostenrijk	<b>Diploma van leerling kapper (stylist) - NIVEAU 4 - 2004</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>•het regelen en coördineren van afspraken met cliënten alsmede het onthaal en begeleiden van cliënten voor, tijdens en na behandelingen</li> <li>•het signaleren van klantwensen en het voeren van informatie-, advies-, ondersteunings- en verkoopgesprekken</li> </ul>	Betalings-transactie verwerking met behulp van het kassa-systeem van het leerbedrijf
2	Tsjechië	<b>Diploma Kapper Fulltime - NIVEAU 3 - 2004</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•fundamenten toepassen op het gebied van gezondheidsbescherming, veiligheid op het werk en brandpreventie en -veiligheid</li> <li>•milieubewust handelen en in overeenstemming zijn met strategieën voor duurzaamheid;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•verantwoordelijkheid nemen voor de voltooiing van taken in werk of studie; eigen gedrag aanpassen aan de omstandigheden bij het oplossen van problemen</li> <li>•bekend zijn met verschillende leermethoden, goed gebruik maken van informatiebronnen, blijk geven van functionele geletterdheid</li> <li>•opdrachten begrijpen of de kern van problemen identificeren, wisselende oplossingen toepassen, zowel zelfstandig als in teamverband werken</li> <li>• betekenis van levenslang leren;</li> </ul>	
		<b>Certificaat Kapper Voltijdstudie - NIVEAU 4 - 2004</b>	de grondbeginselen van gezondheid, veiligheid op het werk en brandpreventie en -veiligheid toepassen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•zich aanpassen aan de veranderende leven- en werkomstandigheden, goed in teamverband kunnen werken en verantwoordelijk zijn voor toegewezen taken</li> <li>• nieuw ontwikkelde haarverzorgingsproducten en preparaten voor hand- en voetverzorging testen en beoordelen;</li> </ul>	werk met informatie, gebruik ICT;

3	Estland	<b>Kapper 1 - NIVEAU 1 - 2001</b>		verkoopt geschikte haarverzorgings- en afwerkingsmiddelen aan de klant	
		<b>Kapper 1 - NIVEAU 4 - 2001</b>		De kapper is op de hoogte van modetrends, adviseert de klant bij de selectie van diensten en producten en beveelt haarverzorgingsproducten aan voor de klant. Administratie en organisatie van activiteiten - Afspraken boeken. - Vaststelling van prijzen van diensten. - Organisatie van activiteiten.	
4	Finland	<b>Beroepskwalificatie Kapper en Schoonheidsverzorging - 2017</b>		<b>Producten demonstreren, producten en diensten verkopen en op de markt brengen en klanten begeleiden op het gebied van huid-, haar- en schoonheidsverzorging.</b> • haar- en schoonheidsverzorgingsproducten en -diensten duidelijk en met verkoop aan klanten presenteren. argumenten. • bewaken van het behalen van hun verkoopdoelstellingen. • marketing- en verkoop-promotietechnieken gebruiken, voortbouwend op hun kennis van imago-marketing, naamsbekendheid en visuele marketing. • het behalen van hun verkoopdoelstellingen bewaken en aanvullende doelstellingen plannen. • verschillende marketing- en verkooppromotietechnieken gebruiken, op diverse manieren puttend uit hun kennis van imagomarketing, naamsbekendheid en visuele marketing • samenwerken met belanghebbenden, relaties onderhouden en nieuwe contacten leggen • professionele informatie zoeken in verschillende bronnen en de betrouwbaarheid ervan evalueren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• communiceren in verschillende professionele digitale omgevingen</li> <li>• werken in verschillende digitale omgevingen en digitale informatie gebruiken</li> <li>• werken met de technologieën die in hun beroep worden gebruikt en rekening houden met de voordelen van technologie in hun werk</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• actief demonstreren en verkopen van haar- en schoonheidsverzorgingsproducten en -diensten aan klanten, waarbij het gebruik ervan divers en deskundig wordt gerechtvaardigd en belangstelling wordt gewekt</li> <li>• de realisatie van hun verkoopdoelstellingen actief en op de lange termijn bewaken, hun verkoop activiteiten ontwikkelen door nieuwe verkoopdoelstellingen vast te stellen en hun verwezenlijking bewaken</li> <li>• verschillende marketing- en verkooppromoties plannen en actief gebruiken technieken, op verschillende manieren puttend uit hun merkbekendheid en competentie in beeldmarketing en visuele marketing</li> <li>• hun spreekvaardigheid in het openbaar ontwikkelen en interactie onderhouden in verschillende klanten servicesituaties</li> <li>• netwerken met verschillende belanghebbenden</li> <li>• voldoen aan de wetgeving inzake schoonheidsverzorging en consumentenbescherming en gelijke tred houden met veranderingen daarin, en informatie volgen die door de autoriteiten is vrijgegeven met betrekking tot de veiligheid van schoonheidsverzorgingsproducten</li> <li>• actief communiceren in verschillende professionele digitale omgevingen zoeken naar professionele informatie in verschillende bronnen</li> <li>• zelfstandig en initiatiefrijk en de betrouwbaarheid van de informatie beoordelen</li> <li>• klanten vakkundig en beleefd bedienen, waardoor de continuïteit van duurzame klantrelaties wordt bevorderd. Een businessplan plannen</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• zoek naar en genereer ideeën voor zakelijke kansen</li> <li>• een bedrijfsidee ontwikkelen en daarvoor een businessplan opstellen</li> <li>• netwerk met belanghebbenden</li> <li>• de documenten opstellen die horen bij het oprichten van een vennootschap.</li> </ul> <p>Werken in een bedrijf</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• plan zakelijke activiteiten voor een bedrijf</li> <li>• samenwerkingsnetwerken bouwen die de bedrijfsactiviteiten bevorderen</li> <li>• Zaken doen</li> <li>• evalueren en ontwikkelen van de werking van het bedrijf.</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--

5	Duits-land	<b>Certificering kapper - 2008</b>	Hij/zij kan hygiëne- en veiligheidsregels toepassen. Hij/zij kan de beroep specifieke voorschriften inzake milieubescherming toepassen.	<p>Hij/zij is in staat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• een winst- en verlies rekening maken,</li> <li>• voeren van interne boekhouding,</li> <li>• het uitvoeren van een voorraadwaardering.</li> <li>• balansen lezen en evalueren,</li> <li>• waardeverminderingen en voorzieningen aan te leggen en over te boeken naar een saldo,</li> <li>• conclusies trekken voor de onderneming.</li> </ul> <p>Hij/zij is in staat een kostenraming op te stellen, contributiemarges te berekenen en uitkomsten economisch af te wegen. Hij/zij kan de investeringsbehoefte en de financiële middelen van het bedrijf beoordelen.</p> <p>Hij/zij is in staat de prestatieratio's van het bedrijf te berekenen en in overweging te nemen.</p> <p>Hij/zij kan een begroting plannen door rekening te houden met de samenhang tussen operationele rekeningen, berekeningen en resultaatwijkingen. Hij/zij is in staat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• om een locatieanalyse te maken,</li> <li>• een start-up concept ontwikkelen,</li> <li>• het opstellen van een businessplan op middellange en lange termijn. Hij/zij is in staat om de aspecten van het burgerlijk recht toe te passen die relevant zijn voor ambachtelijke bedrijven en MKB/KMO's, evenals bepalingen van handelsrecht, ambachten, handel en industrie, mededinging en belastingwetgeving.</li> </ul> <p>Hij/zij kan samenwerking met bedrijven organiseren.</p> <p>Hij/zij kan een zelf- en tijdmanagement toepassen.</p>	
---	------------	------------------------------------	---	---	--

				Hij/zij kan analyses en studies van verkoop- en inkoopmarkten interpreteren. Hij/zij kan onderhandelen en contracteren.	
		<b>Meester Kapper ambachtsman</b>	<p>hij/zij kan sociaal en ecologisch verantwoord handelen - Hygiëne en veiligheid Hij/zij kan beroep specifieke machines, gereedschappen en materialen gebruiken en onderhouden.</p> <p>Hij/zij is in staat om een allergie-interview af te nemen alvorens over te gaan tot een dienst.</p> <p>Hij/zij kan hygiëne- en veiligheidsregels toepassen. Hij / zij is in staat om de cliënt tijdens de dienst comfort en ergonomische houdingen te bieden.</p> <p>Hij/zij is in staat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• het implementeren van preventie van aandoeningen aan het bewegingsapparaat aan het bewegingsapparaat op het werk, bij het gebruik van hulpmiddelen en tijdens de dienstverlening aan de cliënt,</li> <li>• de nodige maatregelen nemen om beroeps-</li> </ul>	<p>Human Resources Management - Ondernemerschap - Marketing en Sales Management - Hij/zij kan operationele rekeningen opstellen.</p> <p>Hij/zij kan de kosten van producten en diensten berekenen en hun winstgevendheid analyseren.</p> <p>Hij/zij kan de prijzen van producten en diensten berekenen.</p> <p>Hij / zij is in staat om de totale winst en verlies te identificeren. Hij/zij is in staat om soorten financiering te selecteren voor bedrijfsbehoeften, zoals financiering met eigen vermogen, zelffinanciering en schuldfinanciering, leasing, factoring, evenals soorten overheidsfinanciering en subsidiëring. Hij/zij is in staat de grondslagen voor een investeringsbegroting op te stellen, rekening houdend met de liquiditeit van de onderneming en mogelijke financieringsvormen. Hij/zij is in staat een kostenbeheersing</p>	hij/zij kan informatie- en communicatie technologie (ICT) gebruiken.

			<p>ziekten te voorkomen in overeenstemming met de nationale regels of wetgeving, zoals het dragen van handschoenen,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ergonomie toepassen tijdens werktijd.</li> </ul> <p>Hij/zij is in staat de voorschriften van persoonlijke en fysieke arbeidsbescherming toe te passen.</p> <p>Hij/zij kan de beroep specifieke voorschriften inzake milieu-bescherming toepassen.</p>	<p>uit te voeren. Hij/zij kan een financieel plan voor het bedrijf opstellen, de liquiditeit bepalen en de investeringsbehoeften van het bedrijf identificeren</p> <p>Hij/zij is in staat om bedrijfsdoelen te plannen en vast te stellen. Hij/zij is in staat de werk-, productie- en bedrijfsprocessen, waaronder ook opslag en logistiek, te plannen, te organiseren en te coördineren. Hij/zij is in staat de organisatiestructuren en -processen van het bedrijf te evalueren en te verbeteren.</p> <p>Hij/zij is in staat om de aspecten van het burgerlijk recht toe te passen die relevant zijn voor ambachtelijke bedrijven en MKB/KMO's, evenals bepalingen van handelsrecht, ambachten, handel en industrie, mededinging en belastingwetgeving.</p> <p>Hij/zij kan samenwerking met bedrijven organiseren.</p> <p>Hij/zij kan een zelf- en tijdmanagement toepassen.</p> <p>Hij/zij is in staat een doelgroep specifieke marktanalyse op te stellen, rekening houdend met klanten, leveranciers, concurrenten, enz.</p> <p>Hij/zij kan een marketingplan opstellen. Hij/zij is in staat verkoop- en aftersales technieken toe te passen.</p> <p>Hij/zij is in staat de juiste instrumenten toe te passen om beleid te ontwerpen dat te maken heeft met prijsstelling, voorwaarden, producten en productlijnen en diensten, zoals branding. In dit kader kan hij/zij de impact van marketingmaatregelen inschatten.</p>	
--	--	--	--	---	--



6	Griekenland	<b>Diploma kapper – haarverzorgingstechnicus - NIVEAU 5 - 2001</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Past de voorschriften toe voor de hygiëne en netheid van de werkruimten, van de machines en van materialen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschrijft de basisprincipes voor het inrichten van een kapsalon.</li> <li>• Formuleert methodes voor de promotie van de kapsalonproducten en van de aangeboden diensten.</li> <li>• Werkt effectief samen met andere professionals om zo goed mogelijk van dienst te zijn.</li> <li>• Communiqueert en werkt vlot samen met de ontvangers van zijn/haar diensten</li> </ul>	Presenteert de elektrische machines die in de kapsalon te vinden zijn, de werking ervan en de wijze van onderhoud.
7	Hongarije	<b>Diploma kapper - NIVEAU 3 - 2001</b>	Geen informatie		
8	IJsland	<b>Diploma kapper - NIVEAU 4 - 2001</b>	· houdt zich aan wet- en regelgeving op het gebied van milieubescherming, is bekend met milieuvriendelijke producten en manieren om erkenning te krijgen als milieuvriendelijke kapper	· houdt zich aan wet- en regelgeving op het gebied van milieubescherming, is bekend met milieuvriendelijke producten en manieren om erkenning te krijgen als milieuvriendelijke kapper	
9	Ierland	<b>Kapperswetenschap - NIVEAU 5</b>	Beschrijf de veiligheidsprocedures bij het werken met chemicaliën in een kapperscontext		Beschrijf de veiligheidsprocedures bij het werken met elektrische apparatuur in een kapperscontext
10	Lichtenstein	<b>Diploma Kapper/Hair designer - NIVEAU 3 - 2005</b>	Weinig informatie		
11	Luxemburg	<b>Professioneel profiel kapper - kapster - NIVEAU ? - 2008</b>		Informeren over diverse modetrends nieuwe technieken, materiaal in vakbladen, bij demonstraties, in trainingen. Informatie over nieuwe technieken, producten en materialen in gebruiksaanwijzingen, in vakbladen, in demonstraties, in trainingen. Verkooptechnieken toepassen	Omgaan met de elektronische kassa. Uitvoeren van elektronische facturatie

1 2	Malta	<b>Diploma kapper - LEVEL 3 - 2017</b>	<p><b>De kandidaat moet over de nodige kennis en vaardigheden beschikken om:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zorg voor gezondheids- en veiligheidspraktijken.</li> <li>2. Onderhoud beveiligingspraktijken</li> <li>3. Noodprocedures volgen en uitvoeren</li> <li>4. Ga om met gevaren om risico's te minimaliseren</li> <li>5. Zorg ervoor dat gereedschappen, apparatuur, materialen en werkruimten voldoen aan de hygiëne-eisen</li> <li>6. Veilig omgaan met, gebruiken en opslaan van producten, gereedschappen en apparatuur.</li> <li>7. Voer salonafval veilig af</li> </ol> <p><b>Kandidaat moet weten:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. De belangrijkste wetgeving voor gezondheid en veiligheid</li> <li>3. De gevaren en risico's die zich kunnen voordoen in de salon.</li> <li>4. Noodprocedures en vereisten.</li> <li>5. Welke persoonlijke beschermende kleding en uitrusting te dragen tijdens verschillende diensten.</li> <li>6. De juiste methoden die in de salon worden gebruikt om hygiëne te waarborgen.</li> <li>7. Hoe u verschillende soorten salonafval moet afvoeren.</li> <li>8. Hoe de principes van goede hygiëne en infectiebeheersing uiteen worden gezet</li> <li>9. De basisveiligheidsprocedures</li> </ol>	<p>- Werk effectief op een professionele manier</p> <p>- Ga op een vriendelijke en zelfverzekerde manier om met de eisen van klanten</p>	
--------	-------	--	---	--	--

			<p>10. Het belang van persoonlijke presentatie, hygiëne en gedrag.</p> <p><b>De kandidaat moet in staat zijn om:</b></p> <p>1. Effectief te communiceren in de salon om te voldoen aan de gezondheids- en veiligheidspraktijken en het salonbeleid.</p> <p>3. Behandel gevaren binnen het eigen verantwoordelijkheidsgebied volgens het salonbeleid.</p> <p>5. Zorg voor reinheid en goede persoonlijke hygiëne en gebruik de vereiste persoonlijke beschermingsmiddelen.</p> <p>8. Toezicht houden op gereedschappen, apparatuur, materiaal en werkruimten om aan de hygiëne-eisen te voldoen.</p> <p>9. Gooi alle soorten salonafval veilig weg om te voldoen aan de wettelijke en salonvereisten.</p> <p>10. Volg het salonbeleid voor veiligheid.</p>		
1 4	Neder- land	<b>Diploma kapper - LEVEL 2,3, 4 - 2020</b>		<p>Heeft kennis van:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doelgroepen Verwerven</li> <li>- Marketing en public relations</li> <li>- Disciplines in het kappersvak <ul style="list-style-type: none"> <li>-Financieringsmogelijkheden voor investeringen,</li> <li>-Personeelsbeleid,</li> <li>-Administratie en boekhouding...</li> </ul> </li> </ul>	Kan de ICT-vaardigheden gebruiken / kan sociale media gebruiken
1 5	Noor- wegen	<b>Certificate hairdressing - LEVEL 4 - 2001</b>	Hij of zij kan werken volgens de geldende regels voor Milieu, Gezondheid en Veiligheid.	De kapper kan de marktbehoefte voor kappers inschatten en heeft kennis van de economische bedrijfsvoering	

1 6	Polen	<b>Diploma kapper-LEVEL 4 - 2018</b>	arbo-, brand- en milieuvoorschriften en eisen op het gebied van ergonomie in acht nemen,		Computer-programmas gebruiken die de uitvoering van taken ondersteunen
		<b>Certificaat techniker in kappers/barber diensten -LEVEL 4 - 2018</b>	de regels van gezondheid en veiligheid op het werk naleven, brand- en milieubeschermingsvoorschriften toepassen, evenals eisen van ergonomie,		
		<b>Diploma assistent kapper - LEVEL 2 - 2018</b>	richt de werkplek in volgens de geldende ergonomische eisen en arbo-, brand- en milieuvoorschriften. persoonlijke en collectieve beschermingsmiddelen gebruiken tijdens het uitvoeren van beroepstaken		
1 7	Slovenië	<b>Diploma kapper - LEVEL 4 - 2001</b>	zorgen voor hygiëne, professionele begeleiding en zakelijke communicatie; de eigen gezondheid en die van anderen te beschermen en te behouden door te zorgen voor een veilige werkomgeving;	zorgen voor hygiëne, professionele begeleiding en zakelijke communicatie	

1 8	Spanje	<b>Technicus in kappers- en haarcosmetica - NIVEAU 3 - 2011</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bepaalt de beschermende actie van de Spaanse gezondheidsdienst met het oog op de verschillende gedekte eventualiteiten, waarbij de verschillende soorten hulp worden geïdentificeerd.</li> <li>- Beoordeelt de risico's die voortvloeien uit zijn/haar activiteit, analyseert de werkomstandigheden en de risicofactoren die aanwezig zijn in zijn/haar arbeidsomgeving.</li> <li>- Neemt deel aan de ontwikkeling van een risicopreventieplan voor een kleine onderneming, waarbij de verantwoordelijkheden van alle betrokken agenten worden geïdentificeerd.</li> <li>- Past beschermings- en preventiemaatregelen toe en analyseert de risicosituaties in de arbeidsomgeving van de technicus in kappers- en haarcosmetica.</li> </ul>	<p>Selecteert vacatures, identificeert de verschillende mogelijkheden van arbeidsintegratie en de alternatieven van een leven lang leren. Past teamwerk strategieën toe en beoordeelt hun effectiviteit en efficiëntie voor het bereiken van de bedrijfsdoelstellingen. Oefent rechten uit en komt de plichten na die voortvloeien uit arbeidsverhoudingen en erkent deze in de verschillende arbeids-overeenkomsten. Bepaalt de beschermende actie van de Spaanse gezondheidsdienst met het oog op de verschillende gedekte eventualiteiten, en identificeert de verschillende soorten hulp. Beoordeelt de risico's die voortvloeien uit zijn/haar activiteit, analyseert de werkomstandigheden en de risicofactoren die aanwezig zijn in zijn/haar arbeids-omgeving. Neemt deel aan de ontwikkeling van een risico preventieplan voor een kleine onderneming, waarbij de verantwoordelijkheden van alle betrokkenen worden geïdentificeerd. Selecteert vacatures, identificeert de verschillende mogelijkheden van arbeidsintegratie en de alternatieven voor levenslang leren. Past teamwerkstrategieën toe en beoordeelt hun effectiviteit en efficiëntie bij het bereiken van de bedrijfsdoelstellingen.</p> <p>-Herkent vaardigheden met betrekking tot ondernemersinitiatief, analyseert de vereisten die zijn afgeleid van de vacatures en zakelijke activiteiten.</p> <p>-Definieert de mogelijkheid om een kleine onderneming op te richten, beoordeelt de impact op de prestatie-</p>	
--------	--------	---	---	--	--

				<p>instelling en neemt ethische waarden op.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voert de activiteiten uit voor het opzetten en uitvoeren van een bedrijf, het kiezen van de juridische structuur en het identificeren van de bijbehorende wettelijke verplichtingen.</li> <li>- Voert elementaire administratieve en financiële beheeractiviteiten uit van een MKB/KMO, identificeert de belangrijkste boekhoudkundige en fiscale verplichtingen en vult documentatie in.</li> <li>- Adviseert en verkoopt producten en diensten gerelateerd aan zijn/haar functie, ontwikkelt marketingtechnieken.</li> <li>- Past de implementatie van tijdelijke en permanente veranderingen aan, waarbij de vereiste tools en technieken worden toegepast.</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--

1 9	Groot Brittanië	<b>Certificaat in kappers- diensten - NIVEAU 2 - 2010</b>	<p>Het doel van deze unit is om uw begrip van gezondheid en veiligheid en het belang ervan in de salon waarin u werkt te vergroten.</p> <p>Je ontwikkelt het vermogen om een eenvoudige risicoanalyse uit te voeren, een gevaar te herkennen, verantwoord om te gaan met de gevaren die je tegenkomt en veilig en hygiënisch te werken.</p> <p>U moet ook in staat zijn om brandblusapparatuur en EHBO-middelen te lokaliseren en op de hoogte te zijn van brandnood- en evacuatie procedures.</p> <p><b>Deze unit is van toepassing op kappers, schoonheidssalons, nagel- en kapperssalons en spa's.</b></p> <p>1. In staat zijn om gezondheids-, veiligheids- en beveiligingspraktijken te handhaven</p> <p>2. Noodprocedures kunnen volgen U kunt:</p> <p>A. Gedraag u op de werkplek om te voldoen aan de gezondheids- en veiligheidspraktijken en het salonbeleid</p> <p>B. Behandel gevaren binnen uw eigen verantwoordelijkheidsgerechtigdheid volgens het salonbeleid</p> <p>C. Handhaaf een niveau van persoonlijke presentatie, hygiëne en gedrag om te voldoen aan wettelijke en salonvereisten</p> <p>D. Volg het salonbeleid voor veiligheid</p> <p>E. Zorg ervoor dat gereedschappen, apparatuur, materialen</p>		
--------	--------------------	---	--	--	--

		<p>en werkruimten voldoen aan de hygiëne-eisen</p> <p>F. Gebruik de vereiste persoonlijke beschermingsmiddelen</p> <p>G. Positioneer uzelf en de cliënt veilig</p> <p>H. Behandel, gebruik en bewaar producten, materialen, gereedschappen en apparatuur veilig om te voldoen aan de instructies van de fabrikant</p> <p>I. Gooi alle soorten salonafval veilig weg en om te voldoen aan de wettelijke en salonvereisten</p> <p>Hoe veilige en hygiënische werkpraktijken te volgen:</p> <p><b>Een veilige salon onderhouden:</b> schoon, opgeruimd, veilige werknormen, verwijderen morsen, gladde oppervlakken melden, obstakels verwijderen/melden, vrije toegang tot trolleys en apparatuur, gereedschap, apparatuur en werkoppervlakken reinigen/steriliseren/desinfecteren, niet roken, eten, drinken of drugs in salon, professionele persoonlijke hygiëne.</p> <p><b>Persoonlijke beschermingsmiddelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- draag beschermende uitrusting, vermijd latex, gepoederde handschoenen, schort.</li> <li>- Elektriciteit op het werk</li> <li>- visuele controle van apparatuur, geen hangende kabels, testen van draagbare apparaten.</li> </ul> <p>Handmatige handling: veilig verplaatsen van goederen, heffen, werkhoogten, uitpakken.</p>	
--	--	---	--



			<p>Handdoeken: regelmatig wassen, voor elke klant schoonmaken, vuile handdoeken in overdekte bak leggen.</p> <p><b>Melding van verwondingen, ziekten en gevaarlijke gebeurtenissen</b> ongevallenboek, melding van ziekten, logboekongevallen. Beheersing van stoffen die gevaarlijk zijn voor de gezondheid - opslaan, hanteren, gebruiken, weggooien, deksels terugplaatsen, ventilatie voor damp en stof, overmatige blootstelling aan chemicaliën vermijden, gebruiksinstructies van de fabrikant gebruiken.</p> <p><b>Verwijdering van afval :</b> naaldendoos, gesloten bak, verdunde chemicaliën met stromend water, milieubescherming, salonbeleid voor gevaarlijk afval, artikelen voor eenmalig gebruik, recyclen van leeggoed.</p> <p><b>Productopslag:</b> controleer de einddatum/verpakking, bewaar uit de buurt van hitte/vocht/direct zonlicht, leeggoed om diefstal te voorkomen.</p>		
		<p><b>Kwalificatie in geavanceerd en creatief kappers - NIVEAU 3 -</b></p>	<p>Geen informatie</p>		

20	Zwitserland	<b>Handleiding voor de vorming Coiffure CFC/Coiffeur CFC; richtlijnen en kwalificatie-procedures</b>	Pos. 4: organisatie en zorg voor de professionele omgeving, Veiligheid op het werk, gezondheidsbescherming en milieubescherming; 10 % van de score op examenkwalificatie, 20 % van de score op praktische werkkwalificatie (TPP), 10 % van de score op professionele kenniskwalificatie	Onder pos. 4: SP 4.8 & 4.10/CO 8.3: examen; kennis van de economische en ecologische aspecten van de onderneming en het plannen van de uitvoering ervan. Onder SP 2.1-5: adviseren en verkopen van diensten, producten, hulpmiddelen voor thuiservice, presentatie en voorraad van te koop aangeboden producten en diensten, permanente educatie.	
		<b>Handleiding voor de vorming Coiffeuse CFC/Coiffeur CFC; Vormingsplan</b>	Operationeel competentiedomein 9: veiligheid op het werk, gezondheids- en milieubescherming: afval elimineren, en 8,3: kennis van economische en ecologische aspecten voor het beheer van de onderneming en de planning van de uitvoering ervan	8,3: kennis van economische en ecologische aspecten voor het besturen van de onderneming en het plannen van de realisatie ervan	1.4: kappers kunnen technieken voor communicatie en informatie gebruiken. Ze kunnen deze gebruiken om contact op te nemen met klanten om het bedrijf te verbeteren, en voor hun eigen studie. Ze letten erop belangrijke informatie op een betrouwbare manier op te slaan.
		<b>Manuel de formatie Coiffeuse CFC/Coiffeur CFC; Vormingsplan</b>	Methodologische competenties: 1.3: rekening houden met milieu en kosten; de kappers op CFC-niveau zijn zich bewust van de grenzen van natuurlijke hulpbronnen. Ze gaan zuinig om met grondstoffen, energie en water en passen middelen en werktechnieken strategisch toe. Ze respecteren het milieu en recycelen correct.		1,5,6: Vertrouwelijke behandeling van klantgegevens; 1,5,7: vertrouwelijke behandeling van salongegevens

		<b>Handleiding voor de vorming Coiffeuse CFC/Coiffeur CFC; Vormingsplan p55</b>	8,3,1: het economisch nut kunnen uitleggen van het gebruik van ecologische principes 8,3,2: zuinig omgaan met middelen volgens de bedrijfsstandaard 8,3,3: checklists gebruiken om middelen in de salon correct te gebruiken	8,3,4: je professionele loopbaan kunnen uitleggen 8,3,5: het verband begrijpen tussen marge en loonkosten	
		<b>Handleiding voor de vorming Coiffeuse CFC/Coiffeur CFC; Vormingsplan p56</b>	9,1,1: scheiden van afval voor recycling 9,1,2: afvalefficiëntie controleren en optimaliseren in team		
2 1	Zweden	<b>Ondernemerschap Zweedse school</b>		1) Begrijpen wat ondernemerschap betekent voor individuen, organisaties, bedrijven en de samenleving. 2) Het vermogen om ideeën om te zetten in praktische en doelgerichte activiteiten om een project te starten of fictief bedrijf. 3) Het vermogen om een project uit te voeren of een fictief bedrijf te runnen. 4) Het vermogen om een project of een fictief bedrijf te voltooien en te evalueren. 5) Kennis van hoe ideeën en producten worden beschermd door wetten en andere voorschriften. 6) Het vermogen om bedrijfseconomische methodes te gebruiken.	

		<p><b>Ondernemerschap Zweedse school</b></p>		<p>Het onderwijs in de cursus moet de volgende kerninhoud behandelen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Het belang van ondernemerschap voor individuen, organisaties, bedrijven en de samenleving op gebieden die relevant zijn voor het onderwijs van de studenten.</li> <li>· Processen voor het ontwikkelen van ideeën: creëren, evalueren, realiseren, verder ontwikkelen of het opgeven van ideeën in projectactiviteitengebieden. In verband hiermee behandelt de cursus hoe producten en ideeën worden beschermd door wetten en andere voorschriften, zoals intellectueel auteursrechten.</li> <li>· Basis projectmethodiek: hoe doelen worden geformuleerd, plannen, organiseren en het delegeren van verantwoordelijkheid, het uitvoeren, presenteren en evalueren van een project. In verband hiermee behandelt de cursus het identificeren, creëren en samenwerken in netwerken.</li> <li>· Basistechnieken voor vergaderingen en documentatie.</li> <li>· Leiderschap en groepsprocessen. In verband hiermee behandelt de cursus het oplossen van problemen.</li> <li>· Toegepaste marketing in de projectgebieden op basis van wet- en regelgeving.</li> <li>· Presentatietechnieken aangepast aan doel, ontvanger en situatie.</li> <li>· Vormen van financiering in projectgebieden, financiële planning, documentatie en follow-up.</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--

		<p><b>Ondernemerschap Zweedse school</b></p>		<p>Klasse A</p> <p>De leerlingen doen uitgebreid en evenwichtig verslag aan de hand van enkele voorbeelden van wat ondernemerschap betekent voor individuen, organisaties, bedrijven en de samenleving. In aanvulling: studenten gaan uitvoerig en evenwichtig in op de relatie tussen ondernemerschap en maatschappelijke ontwikkeling.</p> <p>Studenten stellen na overleg met de promotor een samenhangend projectplan op, en ook herzie het plan waar nodig tijdens de werkzaamheden. Studenten nemen verantwoordelijkheid voor en voert na overleg met de begeleider projecten op een goede manier uit conform met plannen.</p> <p>Studenten volgen in hun werk met zekerheid routines voor projectadministratie, documentatie, communicatie en samenwerking. Daarnaast kunnen leerlingen identificeren en oplossen na overleg met de begeleider problemen die zich voordoen in het project. Studenten kunnen goed gefundeerd en gebalanceerd redeneren over hoe het groepsproces functioneert en zien het belang van leiderschap in termen van het werkproces van de groep. Verder identificeren leerlingen netwerken voor projecten, creëert en coördineert deze en legt ook gedetailleerd en evenwichtig verantwoording af over het belang van netwerken in verschillende projecten.</p> <p>Studenten vermarkten en presenteren met zekerheid hun projecten, en passen de marketing en presentatie naar doel, ontvanger en situatie. Studenten evalueren in gebalanceerde beoordelingen</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>werkprocessen en resultaten in een projectevaluatie, en doe ook voorstellen over hoe het werkt proces kan worden verbeterd.</p> <p>De leerlingen beschrijven gedetailleerd en op evenwichtige wijze hoe ideeën en producten worden beschermd wetten en andere voorschriften.</p> <p>Studenten stellen met zekerheid financiële plannen op, en voeren daarnaast eenvoudige berekeningen uit, en eenvoudige en gestructureerde financiële opvolging. Daarnaast evalueren studenten hun financiële situatie resulteert in evenwichtige beoordelingen.</p> <p>Studenten beoordelen in overleg met de begeleider met zekerheid hun eigen kunnen en de eisen van de situatie.</p>	
		<b>Europass: aanvulling op een beroeps-kwalificatie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kennis van arbovraagstukken en de invloed van materiaalkeuze op mens en milieu en het vermogen om veilig en ergonomisch te werken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kennis van de geschiedenis en toekomstige ontwikkeling van vakmanschap.</li> <li>• kennis van ondernemerschap en ondernemerschap.</li> <li>• vermogen om hun werkproces te plannen, uit te voeren en te evalueren.</li> </ul>	
		<b>Ambachten: kappers 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Hygiënische, ergonomisch verantwoorde en milieuvriendelijke werkwijzen, en hoe beschermingsmiddelen worden gebruikt.</li> <li>· Milieumaatregelen, zoals recycling en afvalsortering.</li> <li>· Verantwoord professioneel gedrag.</li> </ul>		<p>7) Vaardigheden in het gebruik van digitale technologie in het beroep.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Digitale technologieën voor inspiratie en documentatie.</li> </ul>
		<b>Ambachten: kappers 1</b>			<p>Graad A: Studenten gebruiken na overleg met de begeleider</p>

					digitale technologieën.
		<b>Ambachten: kappers 2</b>	Hygiënisch, ergonomisch verantwoord en milieuvriendelijk werken, en hoe beschermingsmiddelen worden gebruikt.	· Beoordeling en analyse van werkprocessen en resultaten.	Beschrijving en documentatie van ideeën en werkprocessen met behulp van speciale termen en digitale technologieën.
		<b>Ambachten: kappers 3</b>		Klantgerichte en verantwoordelijke beroepspraktijk voor receptie, verkoop en service bijv. klant dialogen. De cursus behandelt kassasystemen en het omgaan met verschillende middelen betaling.	Digitale technologieën voor eenvoudige marketing en documentatie van werkprocessen en finale resultaten.
		<b>Ambachten: kappers 4</b>	· Product- en materiaalkennis. Hoe geschikte materialen en producten worden gekozen de taak. De cursus behandelt ook milieuaspecten.		· Digitale technologieën voor het documenteren van werkprocessen en eindresultaten.
		<b>Ambachten: kappers 5</b>		· Plannen van aankopen en prijzen van goederen. Klantgerichtheid en verantwoorde beroepspraktijk in de omgang met klanten, verkoop en service.	Digitale technologieën voor het presenteren van het voltooide werk.
		<b>Ambachten: kappers 6a</b>	Geavanceerde knip- en stylingtechnieken, maar ook technieken voor kleuren en laagjes bij het behandelen van klanten. Efficiëntie en creativiteit met focus op kwaliteit van resultaten. In verband hiermee gaat de cursus in op het	Planning van aankopen en prijzen van producten, goederen en diensten voor een betere winstgevendheid. Communicatie over werkprocessen, maar ook evaluatie en analyse van eindresultaten. Toepassing van de ethiek van de verkoop van goederen.	Digitale technologieën ter ondersteuning van de verkoop en de presentatie van ideeën

			rekening houden met het milieu bij het hanteren materialen en producten b.v. recycling en bronsortering.		en resultaten.
2 2	Rou- menië	<b>Beroepsstandaard kapper</b>		Administratie: - Opmaken van materiaalbonnen - Opmaken van betalingsbewijzen	
		<b>Beroepsstandaard 1 kapper</b>		1. Identificatie van de gegevens die nodig zijn voor het opstellen van vouchers 1. 1. De soorten werk zijn correct geïdentificeerd door correlatie met de uitgevoerde prestaties. 1.2. De tarieven die overeenkomen met het werk worden gekozen op basis van het soort werk en de weergegeven prijsnomenclatuur. 2. Voorbereiding van vouchers 2.1. De bonnen worden opgemaakt met de exacte registratie van de uitgevoerde werken. 2.2. Vouchers zullen in een paar geschreven worden. 2.3. De totale bedragen van de uitgevoerde diensten worden correct berekend. 2.4. De cijfers die overeenkomen met de bedragen van de diensten moeten zorgvuldig worden opgesteld om de berekeningen correct uit te voeren.	
2 3	België	<b>Kapper</b>	- Kennis van hygiëneregels en desinfectieregels - Kennis van ergonomie - Soorten afval volgens de richtlijnen - Kennis van milieu regelgeving - Houdt zich aan de richtlijnen voor hygiëne, veiligheid en ergonomie - Afvalsoorten volgens de richtlijnen	Kennis van (commerciële) communicatietechnieken. - Stelt voor, adviseert en verkoopt producten en toebehoren in functie van de behandeling - Kennis van advies en verkooptechnieken - Legt indien nodig een nieuwe afspraak vast - Overloopt en handelt de behandeling en/of producten af met de klant	maakt gebruik van informatie- en communicatie technologie (computer, rekenmachines). Basiskennis ICT



			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preventief werken en het naleven van veiligheids-, gezondheids- en hygiëneregels en -richtlijnen is belangrijk in functie van de eigen gezondheid van de klant.</li> <li>- De vakman gaat ecologisch en economisch om met producten</li> <li>- De professional heeft continu aandacht voor het voorkomen van of beschermen tegen (beroeps)specifieke risico's (bij zichzelf en/of bij de klant).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De uitoefening van het vak vereist de nodige leergierigheid, flexibiliteit en creativiteit: meegaan met de evoluties en trends, kunnen voldoen aan de wisselende wensen van de klant. ..</li> </ul>	
		<b>Kapper Stylist</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Houdt zich aan de hygiëne-, veiligheids- en ergonomierichtlijnen - Afvalsoorten volgens de richtlijnen - Kennis van hygiëneregels en desinfectieregels - Kennis van ergonomie</li> <li>- Kennis van veiligheidsregels</li> <li>- Kennis van milieuregelgeving</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kennis van (commerciële) communicatietechnieken</li> <li>- Basiskennis van professionele software</li> <li>- Kennis van voorraadbeheer</li> <li>- Kennis van inventarisatietechnieken</li> <li>- Kennis van presentatietechnieken</li> <li>- Basiskennis van de sociale en arbeidswetgeving</li> <li>- Basiskennis van professionele software</li> <li>- Kennis van de duur van behandelingen</li> <li>- Kennis van planningstechnieken</li> <li>- Kennis van de organisatie van een kapsalon (vb. rollen, verantwoordelijkheden,...)</li> <li>- Houdt gegevens over eigen werk bij (prestaties en verkoop)</li> <li>- Reflecteert op het eigen werk in relatie tot winstgevendheid en bespreekt dit met de kapsalonmanager</li> <li>- Regie over de eigen werkzaamheden in overleg met de kapsalonmanager - Exposeert de producten volgens bepaalde thema's en verkoopdoelstellingen</li> <li>- Verandert op gezette tijden de lay-out van de producten</li> <li>- Berekent het tarief van diensten/producten in een</li> </ul>	Basis kennis ICT

				<p>kapsalon conform de richtlijnen van de kapsalon en in overleg met de kapsalonmanager</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaatst prijslijst en reclame over diensten/producten op een zichtbare plek voor de klant</li> <li>- Geeft informatie aan de klant over de beschikbare producten/diensten (shampoos, verzorgingsproducten,...) -</li> <li>- Kennis van kostprijsberekening</li> <li>- Kennis van (commerciële) communicatietechnieken</li> <li>- Kennis van advies en verkoopstechnieken</li> </ul>	
		<b>Kapper Salon manager</b>	<p>Houdt zich aan de richtlijnen op het gebied van hygiëne, veiligheid en ergonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Afvalsoorten volgens de richtlijnen</li> <li>- Ervoor zorgen dat de regels inzake deontologie, hygiëne, veiligheid, gezondheid, ergonomie, milieubescherming worden gerespecteerd volgens de risicoanalyse van het kapsalon</li> </ul>	<p>Draagt zorg voor de dagelijkse werking van de kapsalon met inachtneming van de geldende regels van de kapsalon en de wetgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de commerciële strategie en de externe communicatiestrategie van de kapsalon toe</li> <li>- Informeert en vergelijkt de verschillende assortimenten van producten en materialen</li> <li>- Stelt producten in volgens bepaalde thema's en verkoopdoelstellingen</li> <li>- Start dagelijks de kassa en sluit deze af</li> <li>- Controleer regelmatig de kassa</li> <li>- Informeert de leidinggevende over de werking van de kapsalon</li> <li>- Evalueert en bespreekt met de manager de resultaten van de werking van de kapsalon volgens de gestelde doelstellingen</li> <li>- Houdt inventaris bij, lost tekorten op, maakt en ontvangt bestellingen</li> </ul>	
2 4	Italië	<b>Kapper</b>	<p>-Natuur- en milieuwetenschappen: er zijn een paar universiteiten in Italië die een specifieke cursus met deze focus aanbieden.</p>	<p>- Economisch bedrijfsvoering: Veel middelbare scholen in Italië bieden een cursus aan met de nadruk op bedrijfsbeheer en economie (5Y)</p>	<p>-ICT: Veel middelbare scholen in Italië bieden een cursus aan met de</p>

			<p>-Duurzaamheid en ecologisch onderwijs: Dit soort opleidingen, voor kapper of schoonheidsspecialiste, worden momenteel door weinig instellingen aangeboden.</p>	<p>- Economisch: De studie economie is een van de meest populaire aan elke universiteit in Italië (3-5 jaar)</p> <p>- Ondernemerschap – economie – bedrijfsvoering: Dit soort cursussen, voor kapper of schoonheidsspecialiste, worden door veel instellingen of zelfs rechtstreeks door fabrikanten of aanbieders van cosmetica aangeboden.</p>	<p>nadruk op ICT.</p> <p>-De opleiding in ICT wordt op grote schaal aangeboden door veel universiteiten in Italië.</p> <p>-Dit soort opleidingen, voor kapper of schoonheidspecialiste, worden door veel instellingen aangeboden</p>
--	--	--	---	--	--

## Annex 2: Overzicht Tabel Schoonheidsspecialist 2020

	Land	Bron	Duurzaamheid	Ondernemerschap	Technologie & Digitalisering
1	Oostenrijk	<b>Certificaat van leerling schoonheidsspecialiste - NIVEAU 4 - 2004</b>		· competente, typegerichte adviesdiensten en verkooponderhandelingen	· huiddiagnose · toepassing van fysieke schoonheidsverzorging (elektriciteit, water, licht, warmte en koude) en UV-stralen, evenals technische apparatuur voor schoonheidsverzorging (bijv. ozonapparaten, iontoforese, hoogfrequente, interferentie-stroomtherapie)
2	Tjechië	<b>Certificaat Schoonheidsspecialiste Voltijd studie - NIVEAU 4 - 2004</b>	handelen op een milieu bewuste manier en in overeenstemming met strategieën voor duurzaamheid; de grond beginselen van gezondheid, veiligheid op het werk en brandpreventie en -veiligheid toepassen.	onderhandelen over de aankoop van preparaten die worden gebruikt in cosmetische zorg en de verkoop ervan aan klanten;	weten om te gaan met informatie en ICT, beschikken over ICT-basisvaardigheden
3	Estland	<b>Schoonheidsspecialist NIVEAU 5 - 2001</b>		Het werk van een schoonheidsspecialist veronderstelt een doelgerichte en creatieve houding ten opzichte van het werk, goede communicatieve vaardigheden en verantwoordelijkheid voor de resultaten van zijn/haar werk. Het werk van een schoonheidsspecialiste vereist een constante individuele ontwikkeling.	Het werk van een schoonheidsspecialist vereist kennis van de apparatuur die nodig is voor het uitvoeren van verschillende procedures en het vermogen om deze te gebruiken.

		<b>Schoonheids-specialist 1 - NIVEAU 1 - 2001</b>	beheert zijn/haar werk in een salon efficiënt, economisch en in overeenstemming met de veiligheids-eisen	beheert zijn/haar werk in een salon efficiënt, economisch en in overeenstemming met de veiligheidseisen	
		<b>Schoonheids-specialist - NIVEAU 5 - 2018</b>	<p>1. bereidt de werkplek voor door deze te voorzien van de benodigde gereedschappen en producten;</p> <p>2. bewaakt de beschikbaarheid en houdbaarheid van de producten (inclusief antiseptica en desinfectiemiddelen) en apparatuur die nodig is voor het werk;</p>	<p>Ze adviseren klanten over de keuze en het gebruik van geschikte schoonheidsproducten en bevelen producten aan die thuis kunnen worden gebruikt op basis van de salonbehandeling. Het werk van de schoonheidsspecialiste vereist constante zelfverbetering. Ze zijn op de hoogte van trends en kunnen behandelingen aanbevelen op basis van de persoonlijkheid van de cliënt. Ondernemerschap:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Een bedrijfsvorm kiezen en activiteiten plannen.</li> <li>2. Het managen van een salon.</li> <li>3. Marketing- en verkoopcampagnes plannen.</li> <li>4. Planning werktijd.</li> </ol> <p>Prestatie-indicatoren:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. evalueert zakelijke kansen op basis van de doelstellingen van hun activiteiten; kiest de meest geschikte ondernemingsvorm; beheert hun activiteiten rekening houdend met professionele informatie, wetgeving en de basisprincipes van kleine ondernemingen;</li> <li>2. prijzen dienstverlening op basis van exploitatiekosten en marktsituatie; stelt een salonbegroting op basis van uitgaven en inkomsten; houdt zich aan de uitvoering van de begroting; organiseert de inkoop van de benodigde</li> </ol>	<p>Het werk van een schoonheids-specialiste vereist kennis van de juiste apparatuur om te gebruiken bij het uitvoeren van verschillende procedures. Gebruikt een computer bij hun werk op het basisgebruikerniveau op de zelfbeoordelings-schaal digitale competentie</p>

				<p>producten en verbruiksartikelen; beheert het klantenbestand in overeenstemming met de wetgeving;</p> <p>3. bereidt verkoop- en marketingcampagnes voor op basis van het concept van de salon; stelt loyaliteitsprogramma's samen;</p> <p>4. plant werktijden en stelt werkroosters op.</p>	
4	Finland	<b>Beroeps-kwalificatie Kapper en Schoonheidsverzorging - 2017</b>	werken aan duurzame ontwikkeling	<p><b>Producten demonstreren, producten en diensten verkopen en op de markt brengen en klanten begeleiden op het gebied van huid-, haar- en schoonheidsverzorging.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• haar- en schoonheidsverzorgingsproducten en -diensten duidelijk en met verkoop aan klanten presenteren. argumenten.</li> <li>• bewaken van het behalen van hun verkoopdoelstellingen.</li> <li>• marketing- en verkoop promotietechnieken gebruiken, voortbouwend op hun kennis van imagomarketing, naamsbekendheid en visuele marketing.</li> <li>• het behalen van hun verkoopdoelstellingen bewaken en aanvullende doelstellingen plannen.</li> <li>• verschillende marketing- en verkoop promotietechnieken gebruiken, op diverse manieren puttend uit hun kennis van imago marketing, naamsbekendheid en visuele marketing</li> <li>• samenwerken met belanghebbenden, relaties onderhouden en nieuwe contacten leggen</li> <li>• professionele informatie zoeken in verschillende bronnen en de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• communiceren in verschillende professionele digitale omgevingen</li> <li>• werken in verschillende digitale omgevingen en digitale informatie gebruiken</li> <li>• werken met de technologieën die in hun beroep worden gebruikt en rekening houden met de voordelen van technologie in hun werk</li> </ul>

				<p>betrouwbaarheid ervan evalueren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• actief demonstreren en verkopen van haar- en schoonheidsverzorgingsproducten en -diensten aan klanten, waarbij het gebruik ervan divers en deskundig wordt gerechtvaardigd en belangstelling wordt gewekt</li> <li>• de realisatie van hun verkoopdoelstellingen actief en op de lange termijn bewaken, hun verkoop activiteiten ontwikkelen door nieuwe verkoop doelstellingen vast te stellen en hun verwezenlijking bewaken</li> <li>• verschillende marketing- en verkooppromoties plannen en actief gebruiken</li> </ul> <p>technieken, op verschillende manieren puttend uit hun merkbekendheid en competentie in beeldmarketing en visuele marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• hun spreekvaardigheid in het openbaar ontwikkelen en interactie onderhouden in verschillende klantenservicesituaties</li> <li>• netwerken met verschillende belanghebbenden</li> <li>• voldoen aan de wetgeving inzake schoonheidsverzorging en consumentenbescherming en gelijke tred houden met veranderingen daarin, en informatie volgen die door de autoriteiten is vrijgegeven met betrekking tot de veiligheid van schoonheidsverzorgingsproducten</li> <li>• actief communiceren in verschillende professionele digitale omgevingen zoeken naar</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--

				<p>professionele informatie in verschillende bronnen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zelfstandig en initiatiefrijk en de betrouwbaarheid van de informatie beoordelen</li> <li>• klanten vakkundig en beleefd bedienen, waardoor de continuïteit van duurzame klantrelaties wordt bevorderd.</li> </ul> <p><b>Een businessplan plannen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zoek naar en genereer ideeën voor zakelijke kansen</li> <li>• een bedrijfsidee ontwikkelen en daarvoor een businessplan opstellen</li> <li>• netwerk met belanghebbenden</li> <li>• de documenten opstellen die horen bij het oprichten van een vennootschap. <b>Werken in een bedrijf</b></li> <li>• plan zakelijke activiteiten voor een bedrijf</li> <li>• samenwerkingsnetwerken bouwen die de bedrijfsactiviteiten bevorderen</li> <li>• Zaken doen</li> <li>• evalueren en ontwikkelen van de werking van het bedrijf.</li> </ul>	
5	Duitsland	<b>GEEN INFORMATIE</b>			
6	Griekenland	<b>Certificaat-supplement schoonheids-specialiste - NIVEAU 5 - 2001</b>	Past de meest geschikte hygiëne-methoden van de industrie toe.	· Neemt deel aan de promotie en verkoop van cosmetische preparaten.	· Toont kernkennis van buitenlandse terminologie om het lezen en identificeren van voorbereidingen te vergemakkelijken. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neemt en registreert elektronisch de geschiedenis en de details van de klant.</li> </ul>



7	Hon- garije	<b>Certificaat schoonheidsspec ialiste - NIVEAU 4 - 2001</b>	niet veel informatie		- Elektro- cosmetische behandelingen uitvoeren
8	IJsland	<b>Certificaat schoonheids- specialiste - NIVEAU 4 - 2001</b>	Werkt volgens wet- en regelgeving op het gebied van hygiëne, gezondheid en veiligheid op de werkvloer. Kent preventieve maatregelen, rechten en plichten en is in staat eerste hulp te verlenen bij ongelukken	niet veel informatie	
9	Ierland	<b>Schoonheids- specialiste - NIVEAU 5 - 2001</b>	. Ontwikkel veilige en hygiënische werkpraktijken. Leg de theorie en praktijk van salonsterilisatie en -hygiëne uit. Demonstreer persoonlijke en openbare hygiëne		Geef een overzicht van veilige praktijken bij het gebruik van elektrische apparatuur
1 0	Lichten- stein	<b>GEEN INFORMATIE</b>			
1 1	Luxem- burg	<b>Professioneel profiel esthéticien - NIVEAU ? - 2009</b>		Verkooptechnieken toepassen - Plan een verkoopstrategie	Toepassing van apparaten Functie van de apparaten Manipulatie elektronische kassa

1 2	Malta	<b>Certificaat Schoonheids- specialiste - NIVEAU 3 - 2017</b>	<p><b>De kandidaat moet over de nodige kennis en vaardigheden beschikken om:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zorg voor gezondheids- en veiligheidspraktijken.</li> <li>2. Zorg voor veiligheidspraktijken in de salon.</li> <li>3. Noodprocedures volgen en waar nodig uitvoeren.</li> <li>4. Behandelt gevaren binnen het eigen verantwoordelijkheidsgebied.</li> <li>5. Zorgt ervoor dat gereedschappen, apparatuur, materialen en werkruimten voldoen aan de hygiëne-eisen.</li> <li>6. Positioneert zichzelf en cliënt veilig tijdens de service.</li> <li>7. Hanteert, gebruikt en bewaart producten, gereedschappen en apparatuur veilig.</li> <li>8. Voert salonafval veilig af.</li> </ol> <p><b>De kandidaat moet weten:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. De belangrijkste voorziening van gezondheid en veiligheid.</li> <li>2. Verantwoordelijkheid van werkgevers en werknemers</li> <li>3. Gevaarlijk en risico's die zich</li> </ol>	<p>Hoe beschikbare salondiensten, hun duur en kosten uit te leggen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Communiceer op een prettige manier en effectief.</li> <li>- Leg de kosten en het bereik van salondiensten, behandelingen en winkelproducten uit</li> <li>- Hoe effectief te communiceren.</li> <li>- Verschillende communicatietechnieken.</li> </ul>	
--------	-------	---	---	---	--

			<p>kunnen voor- doen in de salon.</p> <p>4. Vereisten voor noodprocedures</p> <p>5. Welke persoonlijke beschermings- middelen te dragen tijdens verschillende diensten</p> <p>6. De methoden die in de salon worden gebruikt om hygiëne te waarborgen</p> <p>7. Hoe verschil- lende soorten salonafval weg te gooien</p> <p>8. Hoe de principes van hygiëne en infectiebeheer- sing uiteen worden gezet</p> <p>9. Het belang van persoonlijke presentatie, hygiëne en gedrag</p> <p><b>De kandidaat moet in staat zijn om:</b></p> <p>1. Communiceer effectief in de salon om te voldoen aan de gezondheids- en veiligheidsprak- tijk en het salonbeleid.</p> <p>2. Positioneer jezelf en cliënt veilig tijdens de dienst.</p> <p>3. Behandel gevaren binnen het eigen verantwoordelijk heidsgebied volgens het salonbeleid.</p> <p>4. Wees grondig, verantwoordelijk en gewetensvol.</p>	
--	--	--	---	--

			<p>5. Zorg voor reinheid en goede persoonlijke hygiëne en gebruik de vereiste persoonlijke beschermingsmiddelen.</p> <p>6. Houd u aan de salonprocedures</p> <p>7. Omgaan met verdachte personen en pakketten.</p> <p>8. Toezicht houden op gereedschappen, apparatuur, materiaal en werkruimten om aan de hygiëne-eisen te voldoen.</p> <p>9. Gooi alle soorten salonafval veilig weg om te voldoen aan de wettelijke en salonvereisten.</p> <p>10. Volg het salonbeleid voor veiligheid</p> <p>11. Handhaaf een goed niveau van persoonlijke presentatie, hygiëne en gedrag om te voldoen aan wettelijke en salonvereisten.</p>	
--	--	--	---	--

1 3	Neder- land	<b>Certificaat Schoonheids- specialiste - NIVEAU 3 - 2010</b>		<p>Bereidt de lancering van het bedrijf voor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bereidt de bedrijfsvoering voor</li> <li>- Bereidt de promotie van het bedrijf voor</li> <li>- Adviseert klanten en verkoopt producten en diensten</li> <li>- Runt een bedrijf:</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Analyseer de markt</li> <li>3.2 Start een bedrijf</li> <li>3.3 Geef het bedrijf vorm</li> <li>3.4 Het bedrijf presenteren en promoten</li> <li>3.5 Voert inkoop- en voorraadbeleid uit</li> <li>3.6 Uitvoeren van (financieel) administratieve werkzaamheden</li> <li>3.7 Evalueer het bedrijf</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorbereiding op zelfstandig ondernemerschap:</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Analyseert de markt</li> <li>2.2 Ontwerpt het bedrijf</li> <li>2.3 Profileert en promoot het bedrijf</li> <li>2.4 Inkopen en voorraadbeheer</li> <li>2.5 Regelt de financiële aspecten van (de start van) de onderneming</li> <li>2.6 Evalueert het bedrijf</li> </ol>	
1 5	Noor- wegen	<b>Geen informatie</b>			
1 6	Polen	<b>Certificaat van technicus van schoonheids-specialiste - NIVEAU 4 - 2018</b>	de regels van gezondheid en veiligheid op het werk in acht nemen, brand- en milieubeschermingsvoorschriften toepassen, evenals eisen van ergonomie		
1 7	Slovenië	<b>Diploma kapper - NIVEAU 4 - 2001 (zelfde document kapper)</b>	zorgen voor hygiëne, professionele begeleiding en zakelijke communicatie; de eigen	zorgen voor hygiëne, professionele begeleiding en zakelijke communicatie	

			gezondheid en die van anderen te beschermen en te behouden door te zorgen voor een veilige werkomgeving;		
1 8	Spanje	<b>Technicus in kappers- en haarcosmetica (hetzelfde document) - NIVEAU 3 - 2011</b>	<p>Selecteert hygiëne- en desinfectie-methoden en relateert deze aan de risico's van infectie en aantasting door het materiaal.</p> <p>- Bepaalt de beschermende actie van de Spaanse gezondheidsdienst met het oog op de verschillende gedekte eventualiteiten, waarbij de verschillende soorten hulp worden geïdentificeerd.</p> <p>- Beoordeelt de risico's die voortvloeien uit zijn/haar activiteit, analyseert de werkomstandigheden en de risicofactoren die aanwezig zijn in zijn/haar arbeidsomgeving</p> <p>- Neemt deel aan de ontwikkeling van een risicopreventieplan voor een kleine onderneming, waarbij de verantwoordelijken van alle betrokken betrokkenen</p>	<p>Selecteert vacatures, identificeert de verschillende mogelijkheden van arbeidsintegratie en de alternatieven van levenslang leren. Past teamwerkstrategieën toe en beoordeelt hun effectiviteit en efficiëntie voor het bereiken van de bedrijfsdoelstellingen.</p> <p>Oefent rechten uit en komt de plichten na die voortvloeien uit arbeidsverhoudingen en erkent deze in de verschillende arbeidsovereenkomsten.</p> <p>Bepaalt de beschermende actie van de Spaanse gezondheidsdienst met het oog op de verschillende gedekte eventualiteiten, en identificeert de verschillende soorten hulp.</p> <p>Beoordeelt de risico's die voortvloeien uit zijn/haar activiteit, analyseert de werkomstandigheden en de risicofactoren die aanwezig zijn in zijn/haar arbeidsomgeving.</p> <p>Neemt deel aan de ontwikkeling van een risicopreventieplan voor een kleine onderneming, waarbij de verantwoordelijken van alle betrokken betrokkenen worden geïdentificeerd. Selecteert vacatures, identificeert de verschillende mogelijkheden van arbeidsintegratie en de alternatieven voor levenslang leren.</p>	

			<p>worden geïdentificeerd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past beschermings- en preventie-maatregelen toe, analyseert de risicosituaties in de arbeids-omgeving van de technicus in kappers- en haarcosmetica.</li> </ul>	<p>Past teamwerkstrategieën toe en beoordeelt hun effectiviteit en efficiëntie bij het bereiken van de bedrijfsdoelstellingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Herkent vaardigheden met betrekking tot ondernemersinitiatief, analyseert de vereisten die zijn afgeleid van de vacatures en zakelijke activiteiten.</li> <li>- Definieert de mogelijkheid om een kleine onderneming op te richten, beoordeelt de impact op de prestatie-instelling en neemt ethische waarden op.</li> <li>- Voert de activiteiten uit voor het opzetten en uitvoeren van een bedrijf, het kiezen van de juridische structuur en het identificeren van de bijbehorende wettelijke verplichtingen.</li> <li>- Voert elementaire administratieve en financiële beheeractiviteiten uit van een MKB/KMO, identificeert de belangrijkste boekhoudkundige en fiscale verplichtingen en vult documentatie in.</li> <li>- Adviseert en verkoopt producten en diensten gerelateerd aan zijn/haar functie, ontwikkelt marketingtechnieken.</li> <li>- Past de implementatie van tijdelijke en permanente veranderingen aan, waarbij de vereiste tools en technieken worden toegepast.</li> </ul>	
1 9	Groot Britan- nië	<b>Geen informatie</b>			

20	België	<b>Schoonheids-specialist</b>	<p>Werkt met oog voor welzijn, veiligheid, kwaliteit en milieu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt volgens de regelgeving op het gebied van veiligheid, hygiëne, gezondheid en milieu</li> <li>- Werkt ergonomisch, ecologisch en economisch</li> <li>- Basiskennis milieubewust werken</li> </ul>	<p>Adviseert de klant, promoot en verkoopt zorg en producten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presenteert de verzorgingen en producten volgens bepaalde thema's en verkoopdoelstellingen</li> <li>- Overtuigt de klant van de meerwaarde van zorg en producten en stimuleert de klant tot aankoop</li> <li>- Informeert de klant over prijzen, kortingen, speciale promoties,...</li> <li>- Volgt de voorraad op, lost tekorten op, maakt en ontvangt bestellingen</li> <li>- Basiskennis klantenadministratie</li> <li>- Basis inventarisatie kennis</li> <li>- Basiskennis inventarisatietechnieken</li> <li>- Kennis van (commerciële) communicatietechnieken</li> <li>- Kennis van advies en verkooptechnieken</li> </ul>	<p>Geeft informatie over apparatuur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Basiskennis van ICT (kantoorsoftware)</li> <li>- Kennis van schoonheidsverzorging en ontspanningsapparatuur (o.a. soorten, kenmerken, indicaties en contra-indicaties, werking en effecten)</li> </ul>
		<b>Schoonheids-Salon manager</b>	<p>Werkt met oog voor welzijn, veiligheid, kwaliteit en milieu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Draagt bij aan (de uitvoering van) het preventiebeleid op de werkvloer</li> <li>- Werkt volgens de voorschriften m.b.t. veiligheid, hygiëne, gezondheid en milieu</li> <li>- Werkt ergonomisch, ecologisch en economisch.</li> </ul>	<p>Adviseert de klant, promoot en verkoopt zorg en producten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Volgt de evoluties/trends in het veld</li> <li>- Presenteert de verzorgingen en producten volgens bepaalde thema's en verkoopdoelstellingen</li> <li>- Overtuigt de klant van de meerwaarde van verzorgingen en producten en stimuleert de klant tot aankoop</li> <li>- Informeert de klant over prijzen, kortingen, speciale acties,...</li> <li>• Houdt de voorraad bij, lost tekorten op, maakt en ontvangt bestellingen</li> <li>• Regelt de organisatie van het schoonheidsinstituut</li> <li>- Zorgt voor de dagelijkse</li> </ul>	



				<p>werking van het schoonheidsinstituut rekening houdend met de geldende regels van het schoonheidsinstituut en de wetgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de commerciële strategie en de strategie voor externe communicatie van het schoonheidsinstituut toe</li> <li>- Informeert en vergelijkt de verschillende assortimenten van producten en apparatuur</li> <li>- Stelt zorg en producten voor volgens bepaalde thema's en verkoopdoelstellingen</li> <li>- Start dagelijks de kassa en sluit deze af</li> <li>- Controleer regelmatig de kassa</li> <li>- Informeert de manager over de werking van het schoonheidsinstituut</li> <li>- Adviseert de manager over investeringen met het oog op een winstgevende organisatie</li> <li>- Evalueert en bespreekt met de leidinggevende de resultaten van het functioneren van het schoonheidsinstituut volgens de gestelde doelen</li> </ul>	
2 4	Italië	<b>Kapper</b>	<p>-Natuur- en milieuwetenschappen: er zijn een paar universiteiten in Italië die een specifieke cursus met deze focus aanbieden.</p> <p>-Duurzaamheid en ecologisch onderwijs: Dit soort opleidingen, voor kapper of schoonheidsspecialiste, worden momenteel door weinig</p>	<p>-Economisch/bedrijfsvoering: Veel middelbare scholen in Italië bieden een cursus aan met de nadruk op bedrijfsbeheer en economie (5Y)</p> <p>- Economisch: De studie economie is een van de meest populaire aan elke universiteit in Italië (3-5 jaar)</p> <p>- Ondernemerschap/ economie/bedrijfsvoering: Dit soort cursussen, voor kapper of schoonheidsspecialiste, worden door veel</p>	<p>-ICT: Veel middelbare scholen in Italië bieden een cursus aan met de nadruk op ICT.</p> <p>-De opleiding in ICT wordt op grote schaal aangeboden door veel universiteiten in Italië.</p> <p>-Dit soort opleidingen, voor kapper of schoonheidsspecialiste, worden door veel instellingen aangeboden.</p>

			instellingen aangeboden.	instellingen of zelfs rechtstreeks door fabrikanten of aanbieders van cosmetica aangeboden.	
--	--	--	--------------------------	---	--

### Annex 3: Vragenlijst

# Future Skills for a Better Life in Sustainable Salons - Questionnaire

**O 1 A8: Ontwikkel vragenlijst, statusprofielen, statusmateriaal over ondernemersvaardigheden.**

**Land:**

**Naam van de partner:**

**Contact persoon:**

## Samenvatting:

### **1. SECTIE 1. Enquêtes en informatie over de sector.**

1.1. Informatie over cursussen, modules, onderdelen van cursussen en trainingen in formeel/niet-formeel onderwijs.

1.1.1. Haar en schoonheid.

1.1.2. Ondernemerschap.

1.1.3. Digitalisering en digitale vaardigheden.

1.1.4. Duurzaamheid.

### **2. DEEL 2. Jaar 2020. Eisen en competenties/profielen/vaardigheden in de sector.**

2.1. Ondernemerschap.

2.2. Digitalisering en digitale vaardigheden.

2.3. Duurzaamheid.

2.3.1. Lokale hulpmiddelen en goede praktijken voor milieubescherming, duurzaamheid.

2.3.2. Houding van nationale producenten/leveranciers.

### **3. DEEL 3. Jaar 2030. Trends, toekomstige eisen/vaardigheden.**

3.1.1. Ondernemerschap.

3.1.2. Digitalisering en digitale vaardigheden.

3.1.3. Duurzaamheid.

## DEEL 1. Enquêtes en informatie over de sector

1.1 Informatie over cursussen, modules, onderdelen van cursussen en trainingen in formeel/niet-formeel onderwijs.

Probeer je bevindingen te groeperen in het reguliere onderwijs.

In relatie tot ondernemerschap, digitalisering en duurzaamheid zijn we vooral op zoek naar ideeën/materialen/informatie die overdraagbaar (transversaal) zijn vanuit andere industrieën en dus toepasbaar zijn in onze sector.

### 1.1.1 Haar en schoonheid.

**Geef a.u.b. het type school, het type studenten en de duur van de cursus aan.**

Vermeld, indien beschikbaar, ook de belangrijkste leerresultaten.

Vermeld indien beschikbaar ook de aantallen studenten.

- Van beroepsonderwijs en -opleiding (gelieve EQF en nationaal niveau aan te geven)
- Indien relevant, uit het hoger onderwijs voor haar & schoonheid (geef EQF en nationaal niveau aan)
- Van niet-officiële onderwijssystemen. Kunt u ons deze documenten toesturen?
- Andere vakgebieden of gebieden met interessant en overdraagbaar onderwijs.

Onderwerp/ Beschrijving	Type cursus en wie deze geeft. Bron (link)	Duur	Gerelateerd leerresultaat en EQF of nationaal niveau

### 1.1.1 Ondernemerschap.

Vergeet niet dat we op zoek zijn naar ideeën/materialen/informatie die overdraagbaar (transversaal) zijn uit andere industrieën en dus kunnen worden toegepast in onze sector.

Geef a.u.b. het type school, het type studenten, de duur van de cursus aan.

Vermeld, indien beschikbaar, ook de belangrijkste leerresultaten.

Vermeld indien beschikbaar ook de aantallen studenten

- Van beroepsonderwijs en -opleiding (gelieve EQF en nationaal niveau aan te geven)
- Indien relevant, uit het hoger onderwijs voor haar & schoonheid (geef EQF en nationaal niveau aan)
- Van niet-officiële onderwijssystemen. Kunt u ons deze documenten toesturen?
- Andere vakgebieden of gebieden met interessant en overdraagbaar onderwijs.

Onderwerp/ Beschrijving	Type cursus en wie deze geeft. Bron (link)	Duur	Gerelateerd leerresultaat en EQF of nationaal niveau

### 1.1.1 Digitalisering en digitale vaardigheden.

Vergeet niet dat we op zoek zijn naar ideeën/materialen/informatie die overdraagbaar (transversaal) zijn uit andere industrieën en dus kunnen worden toegepast in onze sector.

Geef a.u.b. het type school, het type studenten en de duur van de cursus aan.

Vermeld, indien beschikbaar, ook de belangrijkste leerresultaten.

Vermeld indien beschikbaar ook de aantallen studenten

- Van beroepsonderwijs en -opleiding (gelieve EQF en nationaal niveau aan te geven)
- Indien relevant, uit het hoger onderwijs voor haar & schoonheid (geef EQF en nationaal niveau aan)
- Van niet-officiële onderwijssystemen. Kunt u ons deze documenten toesturen?
- Andere vakgebieden of gebieden met interessant en overdraagbaar onderwijs.

Onderwerp/ Beschrijving	Type cursus en wie deze geeft. Bron (link)	Duur	Gerelateerd leerresultaat en EQF of nationaal niveau

### 1.1.1 Duurzaamheid.

Vergeet niet dat we op zoek zijn naar ideeën/materialen/informatie die overdraagbaar (transversaal) zijn uit andere industrieën en dus kunnen worden toegepast in onze sector.

Geef a.u.b. het type school, het type studenten, de duur van de cursus aan.

Vermeld, indien beschikbaar, ook de belangrijkste leerresultaten.

Vermeld indien beschikbaar ook de aantallen studenten

- Van beroepsonderwijs en -opleiding (gelieve EQF en nationaal niveau aan te geven)
- Indien relevant, uit het hoger onderwijs voor haar & schoonheid (geef EQF en nationaal niveau aan)
- Van niet-officiële onderwijssystemen. Kunt u ons deze documenten toesturen?
- Andere vakgebieden of gebieden met interessant en overdraagbaar onderwijs.

Onderwerp/ Beschrijving	Type cursus en wie deze geeft. Bron (link)	Duur	Gerelateerd leerresultaat en EQF of nationaal niveau

## DEEL 2. Jaar 2020.

### Competenties/profielen/vaardigheden in de sector

In deze sectie gaan we de algemene houding van klanten, ondernemers en saloneigenaren in de haar- en schoonheidssector beschrijven met betrekking tot ondernemerschap, digitalisering en duurzaamheid in de haar- en schoonheidssector, waarbij we de huidige competenties/profielen/vaardigheden in twee verschillende velden:

- Gerelateerd aan artistieke/creatieve vaardigheden en
- In relatie tot persoonlijke of soft skills.

Overweeg om in uw land een algemene analyse te maken waar u commentaar kunt geven op kenmerken van de huidige arbeidsmarkt, bedreigingen en kansen en hoe u deze kunt oplossen.

Om het te ontwikkelen kunt u verschillende formele en niet-formele bronnen raadplegen, zoals:

- Strategische papers/rapporten die de ontwikkeling van het bedrijf en de eisen aan ondernemers beschrijven.
- Sectorale ontwikkelingsdocumenten (kamers van koophandel, industriële organisaties).
- Arbeidsmarktvragestukken/papers.

- Werkgevers- en vakbondspapieren.

Vergeet niet om ideeën/materialen/informatie op te nemen die overdraagbaar (transversaal) zijn uit andere industrieën en dus kunnen worden toegepast in onze sector.

## 2.1 Ondernemerschap 2020

Houd er rekening mee dat ondernemerskenmerken een reeks vaardigheden zijn met technische, menselijke, administratieve en zakelijke kenmerken, waarvan de prestaties een uiteenlopende reeks vaardigheden vereisen. Beschrijf de eisen en de algemene houding van klanten, ondernemers en saloneigenaren in de haar- en beautybranche.

Onderwerp	Eisen	Beschrijving algemene houding ten opzichte van ondernemerschap	Bron (link)
klanten			
ondernemers and salon eigenaren			

## 2.1 Digitalisering en digitale skills 2020

Beschrijf de algemene houding van klanten, ondernemers en saloneigenaren in de haar- en beautybranche ten aanzien van digitalisering.

Onderwerp	Eisen	Beschrijving algemene houding ten opzichte van ondernemerschap	Bron (link)
klanten			
ondernemers and salon eigenaren			

## 2.2 Duurzaamheid 2020.

Beschrijf de eisen en de algemene houding van klanten, ondernemers en saloneigenaren in de haar- en beautybranche ten aanzien van duurzaamheid.

Onderwerp	Eisen	Beschrijving algemene houding ten opzichte van ondernemerschap	Bron (link)
klanten			
ondernemers and salon eigenaren			

### 2.2.1 Lokale instrumenten en goede praktijken voor milieubescherming, duurzaamheid.

Beschrijf de bestaande nationale of lokale instrumenten, methoden of certificeringssystemen om duurzaamheid te analyseren en te verbeteren, evenals goede praktijken voor milieubescherming in kapsalons en schoonheidssalons.

<b>Tools, methodes, certificatiesystemen of good practices verband houdt met een of meer van de volgende:</b>	<b>Beschrijving</b>	<b>Link naar bron</b>	<b>Hoe gemonitored</b>
Water			
Electriciteit			
Electrische apparatuur			
Afval management			
Chemicaliën (gevaarlijke stoffen - zowel directe blootstelling als inademing)			
Lucht ventilatie			
Hygiëne			



Financieel			
Controle			
Anders			

### 2.2.1 Houding van nationale producenten/leveranciers.

Beschrijf de houding van nationale producenten/leveranciers en hun ontwikkelingsactiviteiten met betrekking tot duurzame haar- en schoonheidsproducten.

- Houdt u a.u.b. niet alleen rekening met aanbieders van cosmetica, maar ook van meubels, apparatuur, salonlinnen etc..
- Analyseer ten minste 5 nationale leveranciers van elk product en probeer u te concentreren op de meest populaire in uw land.
- Het zou ook heel interessant zijn om één internationale aanbieder of fabrikant op te nemen die eenmaal per partner wordt gedistribueerd (bijv.: L'Oréal, Aveda, Wella, Goldwell, Olymp...).

<b>Naam Producent</b>	
<b>Link</b>	
<b>Beschrijving</b>	
<b>Houding/Filisofie</b>	
<b>Ontwikkel activiteiten</b>	
<b>Certificaten or richtlijnen volgend</b>	
<b>Cooperatie met collega's</b>	

Gelieve voor elke leverancier één tabel te gebruiken.

## SECTIE 3. Jaar 2030. Trends, toekomstige eisen en vaardigheden.

In deze sectie gaan we nieuwe trends analyseren, ook op dezelfde twee verschillende gebieden:

- Gerelateerd aan artistieke/ creatieve (technische) vaardigheden en
- In relatie met persoonlijke of zachte (algemene) vaardigheden.

Overweeg een algemene analyse te maken waar u opmerkingen kunt maken over kenmerken van de toekomstige markt in uw land in 2030, bedreigingen en kansen en hoe u deze kunt oplossen.

Welke trends in het algemeen in de samenleving (demografie, globalisering, COVID19,...) zie je een impact hebben op de kappers- en schoonheidssector?

Om het te ontwikkelen kun je weer formele en niet-formele bronnen raadplegen. De conclusies zullen een inleiding zijn om dieper in te gaan op ondernemerschap, digitalisering en duurzaamheid.

We zijn vooral op zoek naar ideeën/materialen/informatie die overdraagbaar (transversaal) zijn uit andere industrieën en dus toepasbaar zijn in onze sector.

### 3.1 Ondernemerschap 2030

Aangezien er fundamentele veranderingen zijn in de technologie, vereisen de economie en de samenleving nieuwe ondernemersvaardigheden.

Onderwerp	Eisen	Beschrijving	Bron (link)

### 3.2 Digitalization and digital skills 2030

Digitale technologie is ingeplant in de economie als geheel en heeft gevolgen voor productie, consumptie en de organisatie, structuur en leiding van bedrijven.

Onderwerp	Eisen	Beschrijving	Bron (link)

### 3.3 Sustainability 2030

Klimaatverandering is een feit en die dreiging moeten we onder ogen zien.

Onderwerp	Eisen	Beschrijving	Bron (link)