

AWARD Liesbeth Kruijs en Caressa Thera genomineerd voor positiviteitsprijs

Geliefden als knuffelversie

Zelf zijn ze nog steeds verguld dat ze hier hun werk van hebben kunnen maken. De Knuffelmakers Liesbeth Kruijs en Caressa Thera uit Haarlem 'verknuffelen' geliefden.

Laura den Edel

Haarlem ■ Ze zijn genomineerd voor een BID Positivity Award voor hun positieve impact.

Het zijn ontroerende uitpakfilmpjes. Een klein meisje opent een doos, haalt er een knuffel uit en roept de naam van haar oma. De zachte pop krijgt pardoes een dikke kus en warme armpjes om haar heen. Het is één van de vele foto's en filmpjes die de Knuffelmakers toegestuurd krijgen van tevreden klanten, een aantal delen ze op Instagram.

Eer

Het voelt voor Kruijs en Thera als een eer. „Mensen vertrouwen ons heel persoonlijke verhalen toe. Wij kunnen daarin wat betekenen.”

Iedereen kan een knuffelversie van zichzelf of een ander bestellen. Vanaf 59 euro verschijnt de geliefde in kussenvorm, vanaf 95 euro is het een echt cartoonesk persoontje. Maandelijks worden er inmiddels meer dan honderd opa's, oma's, ouders die ver aan het werk zijn en gemiste geliefden gemaakt. Ook een enkele BN'er is al verknuffeld, net als heel wat huisdieren. Van een poppetje van zo'n 35 centimeter groot, zonder neus, proberen de makers een compleet portretje te maken.

Website

Kruijs (43) en Thera (34) begonnen hun samenwerking toen Kruijs, van huis uit werkzaam met mode en kostuums, een website wilde voor haar knuffels in retrostof. „Sinds de geboorte van mijn zoon, die inmiddels 12 jaar is, maakte ik die. Daar wilde ik een website voor en een vriend verwees me naar zijn jongere zusje, Caressa.”

De website kwam er nooit, want Thera, grafisch ontwerper, zag gelijk meer mogelijkheden. „Ik stelde voor dat we kindertekeningen in knuffelvorm gingen maken.” Dat deden ze. Kruijs: „Tot ik eens goed keek naar de funko pops die mijn zoon toen spaarde. Dat zijn poppetjes die filmfiguren of beroemdheden voorstellen. Ik bedacht dat ik een funko van mijn man wilde bestellen. Zelf een knuffel maken was een logische stap.” Sinds 2017 is het een volwaardig bedrijf.

Emotionele behoefte

Het duo voldoet in een grote emotionele behoefte bij ontvangers. Dat is ook de reden waarom ze zijn genomineerd voor een BID Award (zie kader). „Vaak zijn het heel trieste verhalen. Onlangs bestelde een moeder die weet dat ze binnenkort zal sterven, voor haar dochttertje een knuffel van zichzelf. Zo kan het ook alvast haar geur opnemen”, aldus Kruijs.

„Of het meisje van tien jaar dat



Liesbeth Kruijs (l) en Caressa Thera maken knuffels die op dierbaren lijken.

FOTO'S UNITED PHOTOS/TOUSSAINT KLUITERS

Award

De Knuffelmakers zijn opgenomen in de lijst genomineerden voor een BID Positivity Award, een prijs voor bekende en onbekende mensen en organisaties die bijdragen aan positieve ontwikkelingen. Ook het Haarlemse De Groene Lobby is genomineerd, net als 274 andere personen en bedrijven in vier verschillende categorieën. Stemmen is tot en met 31 maart mogelijk via www.bidawards.nl. Winnaars worden op 22 april bekendgemaakt.

onder een tractor terecht kwam en overleed”, vult Thera aan. „Haar broers, één bestuurde de tractor, kregen een knuffel die we naar een foto van haar gemaakt hadden. Het helpt met hun verwerking.”

Magisch

Elk model wordt eerst door Thera of één van de freelance tekenaars getekend aan de hand van een foto, ter keuring naar de bestellers gestuurd en dan pas gemaakt, met stoffen die in hun atelier op elkaar geperst worden. Tatoeages, kledingvoorkeuren - soms met een eigen stukje stof - maken het helemaal af.

Kruijs: „Het moment dat we zo'n knuffel vullen, komt het tot leven. Dat is magisch.”

De reacties bevestigen telkens dat



De knuffels.

„
Het moment dat we zo'n knuffel vullen, komt het tot leven

de Knuffelmakers de juiste snaar weten te raken. „We sturen met elke bestelling een kaart mee met het citaat 'love never fails'. Het gaat allemaal over liefde. Het liefst zouden we de Knuffelmakers willen uitbreiden met een non-profitdeel, een stichting. We worden overladen met verdrietige verhalen, waar we geen nee tegen willen zeggen. We zouden graag een weeshuis in Indonesië ondersteunen of laten bouwen, van een deel van de opbrengst.”

Thera's wortels liggen in het land en beide bezochten het in 2017 voor een Muskathlon, een tocht voor een goed doel.

Missie

Nu het bedrijf gestaag groeit, met steeds meer gepersonaliseerde producten en een steeds groter team, komt ook dit stukje van de missie dichterbij. Kruijs: „Toen we begonnen, hadden we dit niet durven dromen.”