



**INTERVIEW** Reclamebureau RET steekt Hillegomse horeca hart onder de riem in barre tijden

# T-shirt als steuntje in de rug

Het is de bedoeling dat ze binnenkort overal in het Hillegomse straatbeeld verschijnen: kledingstukken en tassen waarop de lokale horecazaken staan afgebeeld. Met dank aan reclamebureau RET dat deze speciale actie heeft bedacht om de geplaagde horeca in het dorp een hart onder de riem te steken. Tien vragen aan Daan Verbruggen, bedrijfsleider van RET en geestelijk vader van het initiatief.



**Paul de Vlieger**  
p.de.vlieger@mediahuis.nl

**Hillegom** ■ Het bedrijf noemt zich 'totaalleverancier van reclame'. Bedrijfskleding, buitenreclame, stickers, relatiegeschenken - noem het en RET kan het regelen. Met klanten in het eigen dorp, de regio en zelfs ver daarbuiten boert RET goed. Maar nu gaat het aan de Satellietbaan gevestigde bedrijf even voor iets anders dan het eigen ondernemingsresultaat in de weer. Daan Verbruggen legt het uit.

## Wat hebben jullie bedacht?

„We gaan T-shirts, truien en tassen bedrukken met de namen van de horecazaken en een afbeelding van het vaak karakteristieke pand erbij. In de kleuren zwart, wit en grijs, allemaal in dezelfde stijl uitgevoerd. Geen schreeuwende logo's en enorme teksten, maar stijlvolle ontwerpen, al zeg ik het zelf.”

## Hoe kwam je op het idee?

„Voor veel bedrijven en helemaal voor de horeca zijn het natuurlijk barre tijden. Overal in het land zie je initiatieven om horecagelegenheden te steunen en dat heeft ons aan het denken gezet. Wat kunnen we doen voor de Hillegomse bedrijven, die ik zelf ook graag bezoek en waarvan ik ontzettend hoop dat ze allemaal deze crisis overleven? Omdat we bij RET volop mogelijkheden hebben om promotionele artikelen te ontwerpen en te maken, is dit eruit gekomen.”

## En dan, moeten de cafés en restaurants die spullen gaan verkopen?

„Nee, nee. De horecagelegenheden hebben er zelf geen omkijken naar. Het enige wat ze moeten doen - als ze verstandig zijn - is de actie zoveel mogelijk promoten en delen op hun sociale media. De spullen worden verkocht via de webshop van RET. De winst gaat volledig naar de bedrijven.”

## Stelt dat nog wat voor?

„Ik denk het wel. Een trui kost 30 euro, een T-shirt 20 en een tasje een tientje. Van dit bedrag gaat steeds de helft naar de horecagelegenheid: respectievelijk 15, 10 en 5 euro dus. Ik heb voor de lol een willekeurig sommetje gemaakt. Stel een café verkoopt vijftig T-shirts, twintig truien en dertig tasjes, dan levert dat het bedrijf 950 euro op. Serieuze geld toch?



RET-bedrijfsleider Daan Verbruggen: „Ik hoop dat we er vele honderden verkopen.”

FOTO UNITED PHOTOS/PAUL VREEKER



## En die andere helft is voor jullie?

„Die andere helft moet de kosten dekken, ja. Maar voor alle duidelijkheid: wij als RET verdienen hier niets aan. Al is het natuurlijk goed voor onze naamsbekendheid en wie weet houden we er hier en daar nog een nieuwe klant aan over in de verdere toekomst. Maar daar is het allemaal niet om te doen. Primair gaat het erom dat we de horeca een steuntje in de rug willen geven. Wat positiviteit brengen

in deze rottijs. Ik hoop van harte dat de Hillegommers daaraan mee willen doen en massaal gaan bestellen.”

## Wat vinden de horecazaken van jullie plan?

„Ik heb er zestien aangeschreven en daarvan hebben er inmiddels dertien heel enthousiast gereageerd. Sommige ondernemers waren zelfs geïmponiseerd, dat deed me wel wat.”

## Wie doen er mee?

„Tot nu toe zijn dat: De Kleine Beurs, Nissa Café, Zomerzorg, Villa Flora, Puntje Puntje, De Houttuin, Borreltijd Wijn & Spijs, Steakhouse Joey, Het Alternatief, Café Thuys, Klein Duimpje, Murphy's Law en De Soete Suikerbol. Misschien komen er nog een paar bij.”

## Wat waren je criteria om bedrijven aan te schrijven?

„Ik heb me in eerste instantie



## Bestellen

De T-shirts, truien (hoodies) en tassen voor de Hillegomse horeca zijn te bestellen via [www.retbv.nl/steundehoreca](http://www.retbv.nl/steundehoreca)

beperkt tot de cafés en restaurants. En ik ben wel twintig keer in gedachten heel Hillegom doorgegaan, omdat ik natuurlijk niemand wilde vergeten. Maar ik sluit niet uit dat dat toch is gebeurd en zij kunnen zich altijd alsnog bij me melden. Dan gaan we ook voor hen aan de slag. Hetzelfde geldt voor zaken die het voor een belangrijk deel van afhalen moeten hebben: de snackbars, pizzeria's shoarmazaken en dergelijke. Ik heb ze bewust niet benaderd, maar als ze willen aanhaken zijn ze van harte welkom.”

## Wat gebeurt er als je zo'n keek Nissa Cafe-shirt, Murphy's Law-trui of Soete Suikerbol-tas bestelt? Wordt-ie meteen verstuurd?

„Nee, we wachten even met drukken totdat we een aantal bestellingen binnen hebben. Het is niet heel economisch om voor één enkel item de productie op gang te brengen. Maar ik verwacht na twee weken de eerste shift te kunnen gaan maken. Over hoe de levering wordt geregeld, hangt ook een beetje af van hoe hard het gaat. Stel dat er van elke horecazaak honderd producten worden besteld - wat ik hoop, natuurlijk - dan is het niet echt coronaproof om die allemaal hier bij ons te laten ophalen. Ik zit er aan te denken de spullen misschien door de horecazaken zelf te laten uitleveren. Hebben ze meteen ook iemand over de vloer voor een kop koffie, een biertje of een lunch. Zo snijdt het mes aan twee kanten.”

## Tot wanneer loopt de actie?

„In ieder geval zolang de lockdown duurt. Zodra de zaken weer opengaan, gaan we meteen uitbetalen. Dan hebben de bedrijven in elk geval een fijn beginnetje. De opbrengst wordt overigens niet over alle horecazaken verdeeld. We kunnen per horecagelegenheid zien wat er is verkocht en dat bepaalt de opbrengst. Je steunt dus direct je favoriete café of restaurant als je wat bestelt.”