

Crisp lanceert campagne voor eten zoals de natuur het bedoeld heeft

Een podium voor pioniers die het voedselsysteem veranderen

Het is misschien een wat ongewoon gezicht: een boer die midden in de stad reclameposters staat te plakken. Vandaag lanceert B Corp supermarkt Crisp een campagne die een podium geeft aan pioniers die het anders doen. Met als missie om het voedselsysteem te veranderen, is de campagne erop gericht om het kleinschalige groot te maken, en de beoogde overgang naar meer natuurinclusief boeren in Nederland te stimuleren. Dat zijn boeren die met de natuur meewerken om de biodiversiteit te vergroten, de bodem te herstellen en stikstof terug te dringen. “We brengen eten zoals de natuur het bedoeld heeft letterlijk terug in het straatbeeld. En verkopen dus niet alleen de producten, maar ook de filosofie erachter,” vertelt Rózsa Groothoff, creative director bij Crisp.



Regeneratieve boer Folkert Botma van boerderij Botmas

Regeneratieve landbouw beroemd maken

In de nieuwe campagne maakt Crisp het kleinschalige grootschalig zichtbaar. Eerder dit jaar ontving de boodschappen-app het B Corp certificaat en kondigde als eerste supermarkt een concrete doelstelling aan om de verkoop van regeneratief verbouwde groenten en fruit te stimuleren. “Om het voedselsysteem te veranderen hebben we pioniers nodig, die het anders durven te doen,” vertelt Groothoff. “Dat zijn bijvoorbeeld voorlopers die groenten en fruit met aandacht voor biodiversiteit en bodemherstel verbouwen. Of vissers die op de Noordzee dagverse vis vangen met één van de meest moderne, elektrische kotters ter wereld. We geven in ons inkoopbeleid voorrang aan producten van deze pioniers en nemen een stuk educatie voor onze rekening”. De campagne is via online video, paid ads, (digital) out of home zichtbaar en is ook in een televisiecommercial doorvertaald.

Echte emotie in het straatbeeld

Alle creaties zijn ontwikkeld door de in-house agency van Crisp. Een eigen studio met creative conceptors, art directors, copywriters, designers en producers. Zowel de boer als de toekomstige generatie krijgen in de uitingen van Crisp een gezicht. “Om een complex onderwerp zoals regeneratieve landbouw toegankelijk te maken, geven we het woord aan de pioniers zelf,” vervolgt Groothoff. “Het gedachtegoed van de boer en de bijbehorende producten hebben we vervolgens aan ons meest kritische smaakpanel voorgelegd: kinderen. In die uitingen portretteren we echte emoties: nog steeds smaakvol en lekker, maar geen perfectie. De kinderen die genieten van lekker eten zijn dan ook geen modellen, maar familieleden en vrienden van ons. En één van onze collega's heeft de voice-overs ingesproken. Die puurheid kenmerkt het merk Crisp al vanaf het begin.”

De campagne film is hier te bekijken: https://www.youtube.com/watch?v=_hgrfDwQaZg



Credits

- Creative director: Rózsa Groothoff
- Strategie & concept: Wilmar Versprille
- Regie: Inés Cuesta & Rózsa Groothoff
- Regie TV commercial: Basha de Bruijn
- Productie: Eveline Bloemendal & Eva Kalshoven
- Art direction: Ines Cuesta
- DoP & edit: Vincent van den Brink
- VO: Wilmar Versprille
- Fotograaf: Jurre Rompa
- Designer: Sacha van Alfen

Noot voor de redactie (niet bestemd voor publicatie):

Voor alle high res beelden van de campagne, klik hier:



[Campagne beelden.zip](#)
32.02 MB

Crisp is de supermarkt-app voor knettervers eten. De online supermarkt heeft als missie om het voedselsysteem te veranderen door beter eten voor meer mensen bereikbaar te maken. Via de app kies je uit veelal lokale en seizoensgebonden producten, afkomstig van circa 900 kleinschalige boeren, makers, telers en kwekers. Met de kortst mogelijke route tussen boer en bord worden bestellingen door heel Nederland en Vlaanderen bij klanten thuis geleverd, op een moment dat de klant uitkomt. In 2024 behaalde Crisp het B Corp certificaat met 109 punten, als gevolg van verregaande duurzaamheidsinspanningen. Door onderzoeksbureau GfK werd Crisp zowel in 2022 als in 2023 uitgeroepen tot Beste Online Supermarkt (Formule Rapport FMCG E-commerce). Crisp is in november 2018 opgericht door Tom Peeters, Michiel Roodenburg en Eric Klaassen, en is sindsdien in de Benelux geprezen op het gebied van service, design en merk (o.a. Esprit, ADCN, SPIN, DIA). Voor het derde jaar op rij staat Crisp in de jaarlijkse LinkedIn Top Startups-lijst van bedrijven die snel groeien én in trek zijn bij (jong) talent.

Vera Möhrlein
PR-manager
veramohrlein@crisp.nl
+31(0)6 45 17 2626

Crisp
Lizzy Ansinghstraat 163-4
1072 RG Amsterdam

www.crisp.nl

