



Online supermarkt Crisp haalt €35 miljoen op voor groei en verdere verduurzaming

Financieringsronde bevestigt vertrouwen in missie om het voedselsysteem te veranderen

AMSTERDAM, 16 NOVEMBER 2023 - Met een nieuwe kapitaalinjectie van 35 miljoen euro heeft online supermarkt Crisp de benodigde middelen om verder te bouwen aan de missie om beter eten mogelijk te maken voor meer mensen. Ondanks een online boodschappensector die momenteel amper groeit, weet Crisp een omzetgroei van 30% te realiseren met sterk verbeterde marges. De boodschappen-app is in 2018 opgericht, was in 2020 op niveau van orders al winstgevend en verwacht in thuismarkt Nederland voor de zomer break-even te zijn. Om de impact verder te vergroten is de eigen operatie vanaf eind dit jaar CO₂-neutraal en heeft Crisp afgelopen maand de aanvraag voor het B Corp duurzaamheidslabel ingediend. Crisp wordt in deze nieuwe ronde gesteund door zowel bestaande als nieuwe investeerders, waaronder Nederlandse topondernemers en fondsen.



Tom Peeters, mede-oprichter en CEO bij Crisp. “We zijn trots op deze ronde, ook al kostte het meer moeite in het huidige klimaat. Investeerders hebben echter kunnen zien dat we met Crisp duidelijk koers houden met een gezond product én duurzaam model, in een onstuimige economie. Dat geeft vertrouwen.”

Aanvraag voor eerste B Corp supermarkt

Crisp gebruikt de investering om meer mensen deel te laten nemen aan een duurzamer voedselsysteem. Een systeem dat bestaat uit lokale en seizoensgebonden boodschappen, met een korte keten van boer tot bord. Om de positieve impact verder te vergroten zal de boodschappen-app dit jaar afsluiten met een CO₂-neutrale operatie en diende vorige maand de aanvraag voor het B Corp label in. “Met Crisp nemen we onze verantwoordelijkheid als supermarkt. B Corp, het onafhankelijke label dat op strenge duurzaamheidscriteria toetst, helpt ons met het verder vergroenen van onze operatie.”



Groeiend bewustzijn voor smaakvol en betaalbaar eten

Ondanks de huidige economische situatie ziet Crisp een groeiend consumentenbewustzijn voor smaakvol eten terug. De blijvende relevantie van verantwoord en betaalbaar eten resulteerde de afgelopen 12 maanden in 30% groei. En die klanten vullen gemiddeld genomen grote boodschappenmandjes van 85 euro en vertonen een hoge klantloyaliteit; 90% van de bestellingen zijn herhaalaankopen. “Het is gelukt onze marge te verbeteren door een focus op continue kostenrationalisatie en meer efficiëntie in onze supply chain. Dat was ook nodig, gezien de hoge inflatie van vorig jaar. Daar zijn wij niet immuun voor,” vervolgt Peeters.

Over de ambities voor de toekomst zegt Peeters: “We focussen ons nu eerst op onze huidige markten, het realiseren van onze duurzaamheidsambities en ons bedrijfsresultaat. Onze eigen technologie faciliteert dat we zowel ingrediënten als maaltijden en maaltijdboxen aan kunnen bieden, vanuit één efficiënt technologisch platform. Ik verwacht dat Nederland voor de zomer winstgevend zal zijn. België volgt het jaar daarna, gezien we daar pas een jaar operationeel zijn.”

De investeerders achter Crisp

De impact die Crisp maakt op weg naar een smaakvollere wereld wordt in deze ronde voor bijna 60% gedragen door wederom brede participatie van bestaande investeerders. De overige 40% van de ronde wordt gefinancierd door nieuwe investeerders: fondsen zoals Bookmakers Investments, Timeless Investments en Strikwerda Investments, en (tech)ondernemers zoals Bas Beek (CompaNanny) en Sanne Manders (Flexport). Keen Ventures en Target Global blijven de vertrouwde tech-investeringsfondsen achter Crisp, en participeren ook.



Voor high res beelden van Crisp, zie de link hieronder:



[Images.zip](#)

114.52 MB

Over Crisp

Crisp is de supermarkt-app voor knettervers eten. Door onderzoeksbureau GfK werd Crisp zowel in 2022 als in 2023 uitgeroepen tot Beste Online Supermarkt op het gebied van aanbod, service, prijs en kwaliteit (onderzoek onder >35.000 consumenten; Formulerapport FMCG E-commerce). De service bezorgt in Nederland en Vlaanderen 7 dagen per week



boodschappen op een moment wanneer het jou uitkomt. Het assortiment bestaat uit producten van meer dan 900 veelal lokale boeren, makers en kwekers. Crisp is in november 2018 opgericht door Tom Peeters, Michiel Roodenburg en Eric Klaassen. De missie van Crisp is om eten met betere kwaliteit gemakkelijk bereikbaar te maken voor meer mensen. Crisp werd de afgelopen 3 jaar in de Benelux geprezen op het gebied van service, design en merk, met awards zoals Esprix, ADCN, SPIN en DIA. Vorig jaar werd Crisp door sectorplatform Emerce bekroond tot Innovatiefste e-Commerce Bedrijf. 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.