

# KRUIDVAT LANCEERT NIEUWE GEZONDHEIDSCAMPAGNE: GEZOND LEVEN HOEFT NIET EXTREEM

**KRUIDVAT LANCEERT NIEUWE GEZONDHEIDSCAMPAGNE: GEZOND LEVEN HOEFT NIET  
EXTREEM**



Kruidvat lanceert aanstaande maandag een nieuwe campagne binnen het merkplatform *Beter ga je naar Kruidvat*. Het vertrekpunt is herkenbaar voor iedereen: mensen willen gezonder leven, maar door extreme voornemens, gezondheidshypes en een overvloed aan online adviezen wordt dat soms ingewikkelder dan nodig. Kruidvat kiest voor een nuchtere benadering en laat met humor en adviezen zien dat werken aan je gezondheid ook simpel, bereikbaar en betaalbaar voor iedereen kan zijn. De geïntegreerde campagne bestaat uit meerdere onderdelen en bouwt verder aan de rol van Kruidvat binnen gezondheid

**Verdwaald in de gezondheidsjungle**

Gezond zijn en vooral gezond blijven, wordt voor steeds meer mensen belangrijker. Tegelijk groeit het aanbod aan producten, trends en adviezen. Op social media volgen quick fixes, tips en nieuwe *musthaves* elkaar in rap tempo op. Kruidvat's positionering draait om het vereenvoudigen van keuzes. Niet de nieuwste hype staat centraal, maar herkenbare situaties, toegankelijke gezondheidsproducten en advies van drogistmedewerkers. Daarmee verbindt Kruidvat de campagnegedachte aan haar missie om iedereen te helpen zich gezond, mooi en goed te voelen.

### **Lies gaat er vol voor**

In de nieuwe commercial staat het vertrouwde personage van Kruidvat, Lies, centraal. Nadat ze puffend een wasmand de trap op sjouwt, krijgt ze van haar dochter de vraag of ze niet eens iets aan haar conditie moet doen. Lies twijfelt geen moment en kiest meteen voor het meest extreme sportabonnement. Wat volgt is een intensieve stepsles met opzweepende hiphop, dumbbells en dat op een moordend tempo. De volgende ochtend is de realiteit minder fijn: stijf en vermoeid van de extreme les stapt ze een Kruidvat binnen, waar een gediplomeerd drogist haar advies geeft. Het onderstreept de centrale gedachte van de campagne: gezond bezig zijn hoeft niet ingewikkeld of extreem te zijn.

### **Social content haakt in op gezondheidshypes**

Op social media zet Kruidvat de campagne voort met korte video's die met een knipoog inhaken op opvallende wellnesstrends en influenceradviezen. Denk aan een influencer die slakken over haar gezicht laat kruipen tegen rimpels, iemand die liters augurkensap drinkt voor een betere darmbalans en een 'spirituele vrouw' die met een rokend bosje takjes boze slaapgeesten verjaagt. Lies vraagt om advies bij de Kruidvat drogist, die laat zien dat gezondheid ook anders kan: met toegankelijke producten en betrouwbaar advies, zonder poespas. Zo wordt de maatschappelijke context van online hypes en ongecontroleerd advies doorvertaald naar sociale content.

### **4.000 gediplomeerde drogisten**

De campagne is zichtbaar op televisie, online video, social media en de winkelvloer. Kruidvat laadt het merkplatform over verschillende contactmomenten. De uitwerking sluit aan bij de bredere rol die Kruidvat binnen gezondheid wil vervullen: gezondheid begrijpelijk en

toegankelijk maken met een breed, betaalbaar assortiment, advies van ruim 4.000 gediplomeerde (assistent-)drogisten in de winkel en informatie via Kruidvat.nl en de social kanalen van Kruidvat.

Brenda Smith, CMO bij Kruidvat: “Iedereen wil gezond(er) leven, maar online word je overspoeld met trends, claims en adviezen die gezondheid onnodig ingewikkeld maken. Wij kiezen bewust voor een nuchtere en herkenbare benadering. We willen niemand overtuigen van de nieuwste hype, maar bieden mensen juist houvast. Onze missie is om gezond, mooi en goed voelen voor iedereen bereikbaar te maken. Met een breed en betaalbaar assortiment en het advies van onze drogisten maken we gezondheid weer simpel. Dat is precies waar *Beter ga je naar Kruidvat* voor staat.”

De campagne is van maandag 19 oktober tot en met zondag 8 november zichtbaar via televisie, online video, social media en in de winkels van Kruidvat.

---

## OVER KRUIDVAT NEDERLAND

Wie kent Kruidvat niet? Bij Kruidvat winkelen wekelijks enkele miljoenen klanten. Hiermee is Kruidvat marktleider in de health- & beautymarkt in Nederland en België. Een positie waar we trots op zijn. Ons bedrijf heeft ruim 1.250 winkels en ruim 25.000 medewerkers. Wij geven invulling aan ons motto 'Steeds verrassend, altijd voordelig' door een ruime keuze te bieden uit een voordelig, gevarieerd en hoogwaardig aanbod health-, beauty-, en babyartikelen, aangevuld met een uitgebreid en verrassend assortiment producten.

---

## CONTACTGEGEVENS

**AS WATSON HEALTH & BEAUTY BENELUX**

Team Corporate Communicatie

[pers@nl.aswatson.com](mailto:pers@nl.aswatson.com)

[+31 318 579597](tel:+31318579597)

## KOPIEER LINK

<https://www.kruidvat.nl/pers/273570-kruidvat-lanceert-nieuwe-gezondheidscampagne-gezond-leven-hoeft-niet-extreem/>