



JAARVERSLAG 2023



Inhoudsopgave

1	Onze CEO, Eddie Perdok, over het jaar 2023	3
2	2023 in vogelvlucht	5
3	Kramp is relevanter geworden in economisch uitdagende tijden	6
4	De nieuwste technologie gebruiken om de vindbaarheid van producten voor onze klanten te verbeteren	8
5	Onze aanwezigheid in Ierland vergroten	9
6	Operations verbeteren op een duurzame en verantwoorde manier	11
7	Hechtere samenwerking met leveranciers door focus op gezamenlijke waardecreatie	13
	7a Hoe Kramp en Bosch Rexroth samen excelleren	15
8	Met leveranciers aan onze MVO-doelstellingen werken	16
9	Onze klanten in staat stellen gemakkelijker in te kopen, meer te verkopen en hun productiviteit te verhogen	18
	9a Hoe Business Solutions Powered by Kramp het serviceniveau bij Stenderup Maskiner verbeteren	20
10	Verbinding maken met onze partners in de waardeketen	21
11	Waarom een omnichannelstrategie belangrijk is voor Kramp en haar klanten	23
12	Medewerkers empoweren om veilig, gezond en betrokken te blijven	25
13	Verklaring van de Raad van Commissarissen	27
14	Financieel bericht van onze CFO, Roeland Tjebbes	28
	14a Hans Scholten kijkt terug op zijn 24 jaar als CFO	30
15	Kerncijfers 5 jaar	31
16	Geconsolideerde jaarrekening	33



ONZE CEO EDDIE PERDOK OVER HET JAAR 2023

"Elk jaar geeft uitdagingen, maar Kramp heeft ze in 2023 effectief aangepakt," zegt Eddie Perdok, onze Chief Executive Officer. Hij blikt terug op de hoogtepunten van 2023 en kijkt vooruit naar 2024.

"2023 zat vol onzekerheid en economische druk voor dealers en boeren. Inflatie leidde tot kostenstijgingen, waardoor ze de hand op de knip hielden. Dit was een belangrijke reden waarom onze omzet lager uitviel dan verwacht. We zijn echter goed met deze uitdaging omgegaan," zegt Eddie. "Daarnaast waren we blij met de versnelde groei in zowel de grondverzet- als de tuin- en parkindustrie, waar onze hernieuwde focus van twee jaar geleden nu echt zijn vruchten begint af te werpen. Daardoor sloten we 2023 af met een omzetstijging van 4,9% en een stijging van de winst ten opzichte van het voorgaande jaar."



Als familiebedrijf denken we in generaties in plaats van in boekjaren of -kwartalen"

Eddie Perdok

Langetermijnfocus als familiebedrijf

"Het spreekt voor zich dat we er altijd naar streven om onze ambitieuze jaarlijkse financiële doelen te bereiken. Als familiebedrijf denken we echter in generaties in plaats van in boekjaren en -kwartalen. Ons belangrijkste doel is om een stabiele en zekere toekomst op lange termijn op te bouwen voor onze klanten, leveranciers en medewerkers, ondersteund door onze agenda voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen," legt Eddie uit.

Technologie en strategische partnerschappen zijn sleutelfactoren voor succes

"Om succes te garanderen, richten we ons op het jaarlijks verbeteren van onze waardepropositie om onze klanten te helpen groeien en hun eigen bedrijf te ontwikkelen. Technologie heeft hier in 2023 in belangrijke mate aan bijgedragen en ons geholpen om alle aspecten van de klantervaring verder te verbeteren: van productassortiment en vindbaarheid tot beschikbaarheid van voorraad, prijsstelling, leveringssnelheid, klantenservice en ondersteuning," voegt hij eraan toe. "En als digital-first-bedrijf zal technologie een belangrijke rol blijven spelen."

"Door samen te werken met partners kunnen we onze posities in de waardeketen wederzijds versterken. Ik was blij met het snelle succes van onze nieuwe samenwerking met de toonaangevende fabrikant Husqvarna vorig jaar, waardoor onze samenwerking al na zes maanden aanzienlijk werd uitgebreid," aldus Eddie.

"Acquisities zijn een andere waardevolle manier om onze positie in specifieke categorieën en landen te versterken. In dat kader was onze overname van Genfitt – een groothandel in landbouwonderdelen in Ierland – een hoogtepunt in 2023. Met een sterk team van gemotiveerde mensen past het bedrijf qua cultuur uitstekend bij Kramp. Nu we onze krachten hebben gebundeld, kunnen bestaande en nieuwe



klanten in Ierland profiteren van een aanzienlijk uitgebreid assortiment producten en een geweldige bezorgservice van Kramp," voegt hij toe.

"Een belangrijke verandering was de officiële beëindiging van onze activiteiten in Rusland, wat het einde markeerde van een lang proces dat in 2022 was gestart. Ik ben blij dat we een nieuwe eigenaar hebben gevonden voor het bedrijf in Rusland, zodat de continuïteit is gewaarborgd voor de mensen die daar al 15 jaar voor Kramp werken," vervolgt Eddie.

Toekomstige uitdagingen aangaan met ambitie en leiderschap

"Een andere verandering is de recente uitdiensttreding van Hans Scholten als Chief Financial Officer, die de afgelopen 24 jaar buitengewoon leiderschap heeft getoond. Hoewel Hans als aandeelhouder aan Kramp verbonden blijft, heeft hij het CFO-stokje nu overgedragen aan Roeland Tjebbes. Met zijn schat aan ervaring, ambitieuze karakter en verbindende leiderschap past Roeland uitstekend bij Kramp," aldus Eddie.

"We hebben een uitstekende positie om toekomstige uitdagingen aan te gaan. We blijven nieuwe kansen benutten, technologische en duurzame oplossingen omarmen en onze persoonlijke aanpak toepassen. Zo kunnen we onze rol als betrouwbare en vertrouwde partner voor onze klanten, leveranciers en medewerkers versterken en blijven we in staat hen vooruit te helpen," besluit hij.

▲ 0.11%

2023 IN VOGELVLUCHT

Omzet
1.159m

Groei: 4,9%

>60k
Klanten

Net Promoter Score (-100 tot +100): 40
Klanttevredenheidsscore (1-5): 4,1
Stijging in webshop visits: 5%
Stijging in Kramp App visits: 18%

>170k
Bestellingen per dag

Levering op tijd: >95%

27,1m
Investerings

69% in IT
13% in grond en gebouwen
14% in magazijninventarissen
4% in overige apparatuur

24
Kramp-locaties

Distributiecentra: 12
Verkoopkantoren: 24

3,248
Medewerkers (FTE)

Betrokkenheidsscore: 7,5/10

**Aantal jaren in dienst
bij Kramp**

0-5 jaar: 53%
6-10 jaar: 16%
11-15 jaar: 14%
16-21 jaar: 6%
21+ jaar: 11%

FTE-ontwikkeling

2019: 3.003
2020: 3.037
2021: 3.076
2022: 3.142
2023: 3.248

**Leren en
ontwikkelen**

Aantal deelnemers aan training: 754
Aantal inschrijvingen voor e-learning: 1.289

KRAMP IS RELEVANTER GEWORDEN IN ECONOMISCH UITDAGENDE TIJDEN



Rutger Bruijnen

Ondanks de vlakke vooruitzichten voor onze markten in het algemeen, presteerde Kramp sterk in 2023. Volgens Chief Commercial Officer Rutger Bruijnen laat dit zien dat we nog relevanter zijn voor onze klanten en leveranciers in een uitdagend economisch klimaat.

Het afgelopen jaar was niet zonder uitdagingen in de markt. "Ondanks een vertraging van de inflatie bleven bijna alle inputprijzen het hele jaar door hoog. Zo ook de kapitaalkosten. Zoals blijkt uit de Business Barometer van de European Agricultural Machinery Association (CEMA), is het ondernemersvertrouwen dan ook behoorlijk gedaald. Ondanks de vlakke vooruitzichten voor onze markten in het algemeen, presteerde Kramp sterk in 2023. "Dit toont aan dat

we relevanter zijn geworden voor onze klanten en leveranciers in een uitdagend economisch klimaat. De verminderde investeringsbereidheid van klanten zorgde voor een daling in de vraag," zegt Rutger. Bovendien zorgden verschillende extreme weersomstandigheden voor kopzorgen bij veel Europese boeren."

"Helaas voor onze dealers kwam deze daling juist toen ze eindelijk hun voorraden hadden aangevuld na de onderbrekingen van de afgelopen jaren. Ze zochten naar bedrijfsgroei en efficiëntie, en wij zagen veel dealers consolideren. We verwachten dat dit zal aanhouden, waarbij dealers ook professionaliseren en meer nadruk leggen op het beheren van hun Total cost of Ownership (levensduurcyclus)," zegt hij.



"Klanten en leveranciers helpen beter in te spelen op veranderende marktbehoeften"

Rutger Bruijnen

Meerdere regio's en sectoren bedienen

Toch was er volgens Rutger genoeg reden voor optimisme in 2023: "We bedienen meerdere regio's en industrieën, dus deze uitdagingen troffen niet al onze klanten op dezelfde manier. Over het geheel genomen hadden we een zeer solide jaar in de agrarische industrie, en ook in tuin en park hebben we het hele jaar door vooruitgang geboekt."

"We hadden zelfs een verrassend sterk jaar in de grondverzetindustrie, een trend die zich blijft voortzetten. Alleen de levering aan OEM-klanten (Original Equipment Manufacturing) was beneden verwachting. Dit kwam door de daling van het aantal bestellingen in de tweede helft van het jaar."

Klanten helpen gemakkelijker te kopen, meer te verkopen en de productiviteit te verhogen

"We zien deze solide prestaties als bewijs dat onze strategie ons niet alleen in staat stelt om te winnen in groeiende markten, maar ons ook de middelen biedt om onze klanten te ondersteunen in onzekere tijden," zegt hij. Hoe heeft Kramp het afgelopen jaar precies bijgedragen aan het succes van haar klanten?

"Ten eerste is het voor dealers altijd gunstig om onderdelen te kopen van een one-stop-shop als Kramp. We hebben een breed assortiment, dat we continu verbeteren op basis van de laatste trends en nieuwe samenwerkingsverbanden met leveranciers. Dit betekent dat zij minder leveranciers hoeven te beheren en minder leveringen en minder facturen hoeven af te handelen. Maar ook een kleinere voorraad dankzij ons sterke Europese

distributedienetwerk met dagelijkse leveringen vanuit onze 12 magazijnen, wat ook goed is voor hun cashflow," legt Rutger uit. "Ten tweede kunnen we met onze nieuw branded Business Solutions | Powered by Kramp (lees meer hierover in hoofdstuk 9) onze klanten helpen eenvoudiger in te kopen en hun omzet en marge te laten groeien terwijl hun productiviteit wordt verbeterd," voegt hij toe.

Samen waarde creëren met leveranciers

"Bovendien ontdekken Original Equipment (OE) leveranciers en fabrikanten steeds meer de voordelen van een samenwerking met Kramp om gebruik te maken van ons supply-chain-netwerk en onze digitale mogelijkheden, Europese aanwezigheid en manier van samenwerken," vervolgt hij.

"We werken samen met OE-leveranciers om hen te helpen hun marktaandeel gedurende de hele levenscyclus van hun machines te vergroten. We stellen hen in staat om uitstekende serviceniveaus te bieden - zowel aan hun eigen als aan externe dealers - tegen optimale operationele kosten. Bovendien kunnen we bijdragen aan een kleinere CO2-voetafdruk door verhoogde orderconsolidatie. Over het geheel genomen konden we met deze aanpak in 2023 veel van onze klanten en leveranciers helpen om beter in te spelen op veranderende marktbehoeften."

"In 2024 verwachten we een beperkte marktgroei en een zekere mate van prijsdruk, omdat de concurrentie om marktvolumes toeneemt. Ik heb er echter alle vertrouwen in dat we goed gepositioneerd zijn om het in 2024 en ook daarna goed te doen," besluit Rutger.

DE NIEUWSTE TECHNOLOGIE GEBRUIKEN OM DE VINDBAARHEID VAN PRODUCTEN VOOR ONZE KLANTEN TE VERBETEREN



Eric Rongen

Als digital-first-bedrijf onderzoeken we voortdurend hoe we met behulp van technologie de klantervaring gedurende het hele kooptraject in onze digitale kanalen verder kunnen verbeteren. Eric Rongen, Head of Findability, legt uit hoe we het voor klanten nog makkelijker maken om die producten te vinden die aan hun behoeften voldoen.

"Als onderdeel van ons streven om zakelijke groei voor onze klanten mogelijk te maken, willen we iedereen in staat stellen om zo snel en moeiteloos mogelijk de producten te vinden die ze nodig hebben. Technisch is dit echter een hele uitdaging – niet alleen vanwege de omvang en diversiteit van ons technisch assortiment, maar ook vanwege de schaal waarop Kramp opereert," legt Eric uit.

"Miljoenen unieke zoekopdrachten worden uitgevoerd door duizenden klanten in verschillende markten, landen en talen. Bovendien zoeken klanten op verschillende manieren, afhankelijk van de informatie die ze hebben; sommigen voeren specifieke artikelcodes in, anderen zoeken op productnamen of trefwoorden, of ze zoeken naar een machine om de passende onderdelen te vinden. Door gebruik te maken van de nieuwste technologie in combinatie met de expertise van onze interne

developers en data scientists, kunnen we dit probleem omzeilen en kostbare tijd besparen door de zoekopdrachten van onze klanten te beantwoorden met alle mogelijk relevante producten in ons assortiment," voegt hij toe.

Data-gedreven analyse in combinatie met persoonlijk onderzoek

"Als data-gedreven bedrijf ondersteunen we kwantitatieve gegevensanalyse van het online zoekgedrag van klanten met persoonlijke onderzoeksmethoden zoals enquêtes, interviews en klantenpanels, zodat we de problemen van onze klanten beter kunnen begrijpen en tot de juiste oplossingen kunnen komen," zegt hij.

Deze oplossingen worden vervolgens live getest in zogenaamde 'A/B-testen', waarbij de helft van de klanten de nieuwe versie te zien krijgt en de andere helft de oude versie. Zo kunnen we valideren of de nieuwe oplossing de klantervaring naar verwachting verbetert. "Ongeveer 25% van de experimenten die we in 2023 hebben uitgevoerd, hadden een zeer positief effect op de vindbaarheid en zijn voor al onze klanten geïmplementeerd," zegt Eric.

Een stap voor blijven

Het verbeteren van de vindbaarheid van producten zal natuurlijk nooit helemaal 'af' zijn, omdat zowel ons productassortiment als het zoekgedrag van mensen voortdurend verandert," stelt hij.

"Maar onze data-gedreven werkwijze geeft ons een solide basis zodat we deze veranderingen een stap voor kunnen blijven. We blijven verbeteren op het gebied van de snelheid en effectiviteit waarmee onze klanten de producten kunnen vinden die ze nodig hebben om hun bedrijf te runnen," besluit Eric.

"We blijven de snelheid en doeltreffendheid verbeteren waarmee onze klanten de producten kunnen vinden die ze nodig hebben om hun bedrijf te runnen"

Eric Rongen



ONZE AANWEZIGHEID IN IERLAND VERGROTEN



Job Verhijden



Ronan Egan

Toen Kramp in juli 2023 Genfitt overnam, begonnen we aan een gezamenlijke reis naar groei en uitbreiding in Ierland. Job Verhijden, Mergers & Acquisitions Manager bij Kramp, en Ronan Egan, Commercial Director van Genfitt, bespreken hoe het combineren van het beste van beide bedrijven nu al leidt tot veel voordelen voor onze klanten, leveranciers, zakenpartners en medewerkers.

Genfitt, een Ierse groothandel in agrarische onderdelen, bediende met succes een loyaal klantenbestand via verschillende kanalen, maar zocht naar een nog betere waardepropositie voor al zijn klanten. "De overname door

Kramp in 2023 betekent een aanzienlijke uitbreiding van ons productaanbod, waardoor ons assortiment van minder dan 6.000 artikelen kan groeien naar meer dan een half miljoen," aldus Ronan.

"We begonnen in de eerste maand met de introductie van de eerste nieuwe producten en sindsdien hebben we ons assortiment geleidelijk aangepast en uitgebreid. Bovendien zullen klanten in heel Ierland dankzij de logistieke en digitale mogelijkheden van Kramp profiteren van kortere en meer voorspelbare levertijden voor het hele assortiment. Ze krijgen ook toegang tot een aanvullend leveranciersnetwerk, meer technische expertise en diensten met toegevoegde waarde," vervolgt Ronan.



"Kramp maakte duidelijk dat dit een co-creatietraject voor de lange termijn was"

Ronan Egan

Loyaal klantenbestand

"De overname van Genfitt is een belangrijke stap in de verdere versterking van de positie van Kramp als Europa's essentiële partner in onderdelen en toebehoren voor de agrarische industrie," aldus Job. "Ierland was een witte vlek voor ons, vooral sinds Brexit, dus we waren op zoek naar een geschikte overnamepartner om ons te helpen onze concurrentiepositie te verbeteren en het bedrijf te laten groeien. Vanuit strategisch oogpunt voldeed Genfitt aan alle eisen: een leidende marktpositie met een loyaal klantenbestand, geweldig

personeel en een lokaal distributiecentrum dat leveringen door het hele land mogelijk maakt," voegt hij eraan toe.

"We kenden Kramp al en hadden het gevoel dat we qua cultuur goed zouden matchen; vanwege verschillende overeenkomsten tussen onze twee bedrijven, maar zeker ook omdat Genfitt ook als familiebedrijf is begonnen. Maar door onze kleinere omvang waren we wel een beetje bang om 'opgeslokt' te worden," zegt Ronan.



"We willen de waardevolle en unieke aspecten van Genfitt behouden"

Job Verhijden

Luisteren en begrijpen

"We waren dan ook aangenaam verrast toen we ontdekten dat Kramp geen corporate machine is, maar gewoon een geweldige groep mensen. We zijn onder de indruk van hoe hard iedereen heeft gewerkt om naar ons te luisteren, ons bedrijf te begrijpen en zowel professionele als persoonlijke relaties met ons op te bouwen. Ze maakten duidelijk dat dit een co-creatietraject voor de lange termijn was en kwamen hun beloften consequent na. Dat betekende veel voor ons en resulteerde ook in een zeer positieve en interessante leerervaring voor onze medewerkers," zegt hij.

Job legt uit hoe Kramp het overnameproces benadert: "In plaats van Genfitt te veranderen in een 'kloon' van Kramp, willen we de waardevolle en unieke aspecten van het bedrijf behouden. Dat begint met nauwe en open communicatie, die vervolgens de basis vormt voor de daaropvolgende planning en implementatie. In het geval van Genfitt ging het erom hen te verwelkomen in de Kramp-community en vervolgens te onderzoeken hoe we het bestaande lokale team optimaal konden ondersteunen om te doen wat ze al deden, maar dan nóg beter."

Speciale webshop

"De reacties van onze klanten zijn al erg positief en we zijn blij dat we hen nog meer voordelen kunnen bieden nu we nieuwe en betere services uitrollen," zegt Ronan. Een voorbeeld hiervan is de speciale Kramp-webshop die nu voor Ierland is opgezet. "Dit zal de productkeuze, leveringssnelheid en voorspelbaarheid van doorlooptijden voor bestaande klanten van zowel Genfitt als Kramp aanzienlijk verbeteren," zegt Job.

Het juiste assortiment en serviceniveau

"We hadden dit nooit kunnen bereiken zonder het team van Kramp en hun bereidheid om te investeren. Nu we steeds meer op weg zijn naar volledige integratie met Kramp in 2024, bevinden we ons in een perfecte positie om een toekomstbestendig lokaal bedrijf te ontwikkelen, met het juiste assortiment en de juiste serviceniveaus voor klanten in heel Ierland," besluit Ronan.

OPERATIONS VERBETEREN OP EEN DUURZAME EN VERANTWOORDE MANIER



Martijn Bonte



Eline Kemmeren

Operations gaat over het continue verbeteren van de klantervaring qua snelheid en betrouwbaarheid en tegelijkertijd de operationele kosten verlagen. Zo was 2023 een uitstekend jaar. We bereikten een historisch hoge productbeschikbaarheid en we leverden op tijd tegen lagere kosten en voorraadniveaus. Naast winst op het gebied van efficiëntie en serviceniveau, werden we duurzamer, werkten we veiliger en hadden we minder afval. Martijn Bonte, Chief Operations Officer, en Eline Kemmeren, Manager Product Quality & Compliance, geven enkele voorbeelden.

2023 was een dynamisch jaar waarin we onze reis hebben voortgezet om een win-win-win-situatie te creëren op het gebied van klanten, kostenstructuren en voorraadniveaus. Dit omvatte de invoering van verschillende maatregelen om de operationele efficiëntie te verbeteren, aldus Martijn.

"Zo hebben we geïnvesteerd in nieuwe verpakingsstraten om onze kosten te verlagen, maar ook om onze capaciteit te vergroten. Daarnaast hebben we een inbound control tower geïnstalleerd die 100% zicht geeft op de leveringen in onze magazijnen. Dit heeft onze inbound productiviteit aanzienlijk verbeterd. Begin 2023 hebben we ons grote magazijn in Frankrijk uitgebreid om onze klanten beter van dienst te kunnen zijn, onze productiviteit te optimaliseren en onze capaciteit voor toekomstige groei te vergroten. Bovendien hebben we, in het kader van ons streven naar continue verbetering, actief best practices uitgewisseld tussen onze magazijnen om maximaal voordeel te halen uit succesvolle procesverbeteringen," zegt hij.



"Hoewel duurzaamheid de belangrijkste drijfveer was achter sommige maatregelen, hebben ze ons ook geholpen om geld te besparen"

Martijn Bonte

Kleinere CO2-voetafdruk

Duurzaamheid was een andere belangrijke overweging bij het doorvoeren van operationele verbeteringen. "We blijven onze CO2-voetafdruk verkleinen," voegt Martijn toe. "De afgelopen jaren hebben we nauw samengewerkt met alle vervoerders in ons distributienetwerk aan verschillende initiatieven om transport te verminderen, vrachtwagens beter te vullen en hernieuwbare brandstoffen te gebruiken. Daarnaast hebben we, na herziening van ons energiebeleid, in zonnepanelen geïnvesteerd en energiebesparende maatregelen genomen, zoals ledverlichting en het aanpassen van de verwarming in het magazijn."

Minder verpakkingsafval

Verbeteringen qua verpakkingen hadden een vergelijkbaar effect. "In sommige magazijnen hebben we ons verpakkingsafval verminderd door de inzet van machines die gebruikte kartonnen dozen omzetten in vulmateriaal," legt Eline uit. "We hebben ook geïnvesteerd in verpakkingsmachines die dozen op maat snijden, zodat we minder lucht verschepen. Zo passen er meer pakketten in een vrachtwagen en zijn er uiteindelijk minder vrachtwagens nodig - goed voor het milieu én voor onze kostenstructuur."



"Onze focus op veiligheid en optimalisatie, betekent vaak dat wij verder gaan dan wat wettelijk verplicht is"

Eline Kemmeren

Hoewel compliance een complexe taak is vanwege de omvang van de activiteiten in zoveel verschillende industrieën en landen, voldoet Kramp aan alle relevante regels en voorschriften. "Door onze cultuur waarin veiligheid voorop staat en ons streven om het leven voor klanten en leveranciers makkelijker te maken, leggen we de lat voor onszelf vaak hoger dan wettelijk is vereist," zegt Eline.

Focus op veiligheid en optimalisatie

"Zo hebben we onlangs samen met een leverancier de veiligheid verbeterd van een scherp voorwerp dat een risico vormde voor onze magazijnmedewerkers tijdens het orderpicken," aldus Eline. Een ander voorbeeld zijn de veiligheidsinformatiebladen die sinds 2023 op relevante productpagina's in de webshop staan. "Dit draagt bij aan onze veiligheidsmentaliteit doordat onze magazijnmedewerkers gemakkelijker toegang hebben tot informatie over de risico's die gepaard gaan met het hanteren, opslaan en verzenden

van de producten. Bovendien hebben onze klanten informatie over productveiligheid binnen handbereik wanneer ze die nodig hebben. We zijn ook voortdurend bezig met het verbeteren van onze interfaces zodat leveranciers ons makkelijker bijgewerkte veiligheidsinformatiebladen voor hun producten kunnen, bijvoorbeeld wanneer de regelgeving verandert," legt ze uit.

Proactieve benadering

"We zijn van plan om het komende jaar voort te bouwen op onze sterke vooruitgang. Zo werken we met onze private-label-leveranciers aan vermindering van lucht en plastic in onze eigen verkoopverpakkingen. We zijn ook van plan om FSC-gecertificeerd karton te gebruiken voor onze transportdozen. Door onze voortdurende proactieve aanpak kunnen onze klanten rekenen op producten die niet alleen conform de regelgeving zijn, maar ook veilig," besluit Martijn.

HECHTERE SAMENWERKING MET LEVERANCIERS DOOR FOCUS OP GEZAMENLIJKE WAARDECREATIE



Boris Vernooijs



Jelle Brandsma

We willen onze samenwerking met leveranciers versterken en verdiepen met een gezamenlijke aanpak voor waardecreatie. Het doel is om samen meer waarde te genereren dan de bedrijven alleen zouden kunnen doen. Nadat we de markt hebben beoordeeld, identificeren we kansen en zetten we deze om in een gezamenlijk ondernemingsplan dat we samen implementeren en volgen. Deze partnerschappen zijn gebaseerd op wederzijds vertrouwen en uitgebreide uitwisseling van gegevens. Onze strategische samenwerking met John Deere, Husqvarna en Bosch Rexroth zijn hier allemaal goede voorbeelden van.

In de agrarische markt vierden we in september 2023 het vijfjarig jubileum van de samenwerking tussen Kramp en John Deere.

"We wilden een oplossing waarmee officiële John Deere-dealers niet-originele onderdelen uit het Kramp-assortiment kunnen bestellen, naast originele onderdelen via John Deere's eigen portal," zegt Boris Vernooijs, Strategic Partnerships Assortment Manager. "Met behulp van de 'Webshop' Business Solution | Powered by Kramp (zie hoofdstuk 9) hebben we meegewerkt aan de Extraparts-webshop. Deze is gebaseerd op de technologie en het assortiment van Kramp, maar in lijn met John Deere's eigen branding ontworpen."

Aanzienlijke omzetgroei

Vanuit Kramp gezien heeft deze samenwerking geleid tot een aanzienlijke omzetgroei in de afgelopen vijf jaar. Naast het versterken van onze relaties met officiële John Deere-dealers in gevestigde markten, zijn we ook nieuwe relaties aangegaan in onze groeiemarkten, zoals Centraal- en Oost-Europa en Italië.

Verbeterd serviceniveau

Net zo belangrijk is dat dit partnerschap duidelijke voordelen biedt voor John Deere en zijn officiële dealers door het serviceniveau bij de niet-originele reserveonderdelen te verhogen, legt Boris uit: "John Deere heeft de aftermarket-propositie van zijn dealers in heel Europa versterkt. De combinatie van John Deere's officiële webshop met het Extraparts-portaal voldoet aan alle behoeften die een dealer kan hebben. In feite is onze boodschap 'Als John Deere en Kramp het niet aanbieden, heb je het waarschijnlijk niet nodig!' Dit concept begon als een pilot in Duitsland en is inmiddels alweer uitgerold naar 17 landen. Hier worden mogelijk nog meer landen aan toegevoegd."

Baanbrekende pilot in tuin en park

Sinds januari 2023 werken we ook meer samen met Husqvarna, een toonaangevende Original Equipment Manufacturer in de tuin-en-parkindustrie, ook wel forest & grass care (F&G). "We hadden de retailmerken van Husqvarna al in ons assortiment, maar we wilden ons bestaande assortiment graag commercieel activeren en ontwikkelen in lijn met onze toegenomen focus op F&G als kernmarkt," zegt Jelle Brandsma, International Business Development Manager.



"John Deere heeft de aftermarket-propositie van zijn dealers in heel Europa versterkt"

Boris Vernooijs

"We hebben onze relatie met Husqvarna stap voor stap geïntensiveerd, waarbij we begonnen met een pilot in de Benelux. In eerste instantie werden 800 zorgvuldig geselecteerde, populaire, originele onderdelen en accessoires van Husqvarna beschikbaar gesteld aan officiële Husqvarna-dealers, en 700 populaire producten aan niet-officiële dealers," zegt hij.

Aanzienlijke versnelling

"Dit was zo'n succes dat we het project in juli 2023 aanzienlijk hebben versneld door nog eens 20.000 stock keeping units (SKU's) toe te voegen voor niet-officiële dealers en 48.000 SKU's voor officiële Husqvarna-dealers," zegt hij. "Door al deze producten aan ons assortiment toe te voegen, spelen we in op de marktvraag onder zowel officiële als niet-officiële dealers en versterken we onze reputatie als essentiële partner in F&G."



"Naast het verbeteren van de service aan eindgebruikers en dealers voor OE-onderdelen biedt deze pilot Husqvarna meerdere strategische voordelen"

Jelle Brandsma

Strategische voordelen

"Naast het verbeteren van de service aan eindgebruikers en dealers voor Original Equipment-onderdelen, biedt deze pilot Husqvarna meerdere strategische voordelen. Dankzij de enorme hoeveelheid data die we tot onze beschikking hebben en onze interne mogelijkheden voor data-analyse, kunnen we waardevolle inzichten in klantgedrag delen met Husqvarna om bijvoorbeeld hun commerciële en voorraadbeheerstrategieën te sturen," vervolgt hij. "We ondersteunen hen ook met speciale marketingwerkzaamheden, zoals zoekmachineoptimalisatie-campagnes. Tot slot zorgt onze samenwerking op het gebied van logistiek en distributie ervoor dat zij hun operationele kosten kunnen verlagen en zich kunnen richten op waar ze goed in zijn: toproducten maken."

Bereik vergroten

"Tegelijkertijd helpen we Husqvarna zijn marktaandeel te vergroten door het bereik van het bedrijf uit te breiden naar de honderden niet-officiële dealers in het sterk gefragmenteerde 'alternatieve' kanaal voor de latere levensfase van machines," legt Jelle uit. "Dankzij ons efficiënte voorraadbeheer en sterke logistieke netwerk, zorgen we ervoor dat zowel officiële als niet-officiële dealers nu snel en gemakkelijk toegang hebben tot originele onderdelen bij reparaties voor eindgebruikers van Husqvarna-apparatuur. De reacties van de dealers zijn zeker positief en ze waarderen vooral onze betrouwbare nachtleveringen en late sluitingstijden."

Een kleinere CO2-voetafdruk

"Door samen te werken met leveranciers helpen we hen niet alleen om hun verkoop, OE-marktaandeel en operationele kosten te optimaliseren, maar helpen we hen ook hun CO2-voetafdruk te verkleinen. Dit wordt steeds belangrijker, op het gebied van regelgeving én milieu, maatschappij en governance," zegt Boris. "Kramp is zo ingeburgerd dat de meeste dealers al regelmatig - en vaak dagelijks - leveringen van ons ontvangen. Als een extra artikel bij een bestaande bestelling kan worden gevoegd in plaats van apart te worden verzonden, maakt dat een verschil en dat telt op, vooral met het oog op onze Europese CO2-voetafdruk."

Toekomstbestendig bedrijf

"We blijven nauw samenwerken met deze partners om kansen te analyseren en samen plannen van aanpak te maken, zodat we alle verkooppotentieel kunnen benutten, hetzij in nieuwe regio's, hetzij door onze waardepropositie verder te verbeteren," voegt Boris toe. "We verwachten dat in 2024 nog meer leveranciers

een gezamenlijke aanpak op basis van waardecreatie willen. We zijn ervan overtuigd dat dit de juiste weg is naar een succesvol, toekomstbestendig bedrijf voor Kramp, onze leveranciers en uiteindelijk de klanten," besluit hij.

Hoe Kramp en Bosch Rexroth samen excelleren

In mei 2023 werd Kramp een van de Certified Excellence Partners van Bosch Rexroth. Dit creëerde een extra sterke basis voor samenwerking. Hierdoor kunnen zij zich gezamenlijk houden aan nieuwe eisen en de toegevoegde waarde voor hun bestaande en nieuwe klanten verder verbeteren.

"De beschikbaarheid van onze onderdelen garanderen met zeer korte doorlooptijd voegt echt waarde toe voor de gebruikers. Maar met klanten in 80 verschillende landen en ongeveer 1,5 miljoen verschillende producten in ons assortiment kunnen we dat niet alleen," zegt Arjan Coppens, Managing Director van Bosch Rexroth.

"Dankzij uitstekend voorraadbeheer en uitstekende logistieke mogelijkheden, ondersteund door de nieuwste technologie, zorgt Kramp voor soepele, snelle en probleemloze leveringen aan onze indirecte klanten. Dit minimaliseert stilstand en zorgt voor een efficiënte supply chain," vervolgt hij.

**Wederzijdse toegevoegde waarde vergroten**

"Voortdurende veranderingen zoals digitalisering en elektrificatie versnellen de verschuiving naar elektronische displays, sensoren en software, waardoor nieuwe eisen ontstaan. Een holistische systeembenadering in machineontwerpen vereist een full-line leverancier, een perfecte rol voor Kramp en Bosch Rexroth samen. Onze samenwerking met Kramp in het kader van ons Certified Excellence Partners Network zorgt ervoor dat we aan deze nieuwe eisen kunnen blijven voldoen; zo vergroten we onze toegevoegde waarde voor bestaande en nieuwe klanten. Dit biedt groeimogelijkheden voor iedereen," zegt Arjan.

"Het feit dat onze beide bedrijven dezelfde waarden delen op het gebied van mensen, duurzaamheid en digitalisering, creëert een extra sterke basis voor samenwerking en stelt ons in staat om samen te excelleren," besluit hij.

"Kramp zorgt voor soepele, snelle en probleemloze leveringen aan onze indirecte klanten"

Arjan Coppens



MET LEVERANCIERS AAN ONZE MVO-DOELSTELLINGEN WERKEN



Erik-Jan Smit

Door de juiste keuzes te maken over hoe, waar en met wie we werken, kunnen we onze verantwoordelijkheid nemen voor de manier waarop onze producten en diensten in de markt worden gezet en worden gebruikt, in lijn met onze MVO-ambities. Voor een solide basis hebben we in 2023 onze 'Supplier Code of Conduct' herzien.

Herziene Supplier Code of Conduct

"We willen een ecologisch en sociaal verantwoorde supply chain opbouwen, in lijn met onze ambitie en de waarden van Kramp, maar we kunnen dit alleen doen met de volledige betrokkenheid en inzet van onze leveranciers," zegt Erik-Jan Smit, CSR Manager. "Onze Supplier Code of Conduct vormt hiervoor de basis door onze verwachtingen en manier van werken uiteen te zetten. Om te laten zien dat wij een voorloper willen blijven op het gebied van MVO, hebben we hard gewerkt aan de herziening van het document. Het is duidelijk hoe wij over sociale en milieuthema's denken, wat wij van leveranciers verwachten, en we leven alle relevante internationale regelgeving na."



"We hebben onze Supplier Code of Conduct met 100% van onze leveranciers gedeeld en de feedback is tot nu toe zeer positief"

Erik-Jan Smit

Bezoeken aan leveranciers

"We hebben de Code of Conduct met al onze leveranciers gedeeld en de feedback is tot nu toe zeer positief. Daarnaast hebben de afdeling Procurement en het MVO-team, om beter inzicht te krijgen in potentiële risico's voor mens en milieu, in de loop van 2023 in totaal 28 leveranciers in heel Azië bezocht," vervolgt hij.

"Onze discussies gingen over het hele spectrum van sociale en milieukwesties: van collectieve onderhandelingen tot veilig werken en het gebruik van chemicaliën. Hoewel dit voor veel van de leveranciers nieuw was, stonden ze ervoor open zich te ontwikkelen."

Openstaan voor verbeteringen

Volgens Erik-Jan hebben een aantal van deze leveranciers zelfs al een aantal verbeteringen doorgevoerd: "Zo zagen we veranderingen op het gebied van machineveiligheid, de invoering van persoonlijke beschermingsmiddelen en veiligere chemicaliënopslag. En in India heeft één leverancier zelfs gebroken met de lokale traditie en voor het eerst vrouwen in dienst genomen. De efficiëntie en de sfeer in de fabriek zijn zodanig verbeterd dat hij zou willen dat hij het eerder had gedaan!"

Aantal Kramp-audits:



**LEVERANCIERS
IN AZIË**

Programma voor betrokkenheid van leveranciers

In 2023 werd Kramp als eerste in onze sector lid van het sociale-nalevingsplatform Sedex. "Door transparantie te vergroten en risicobeheer te ondersteunen, kan dit programma ons helpen om 'Mens' en 'Planeet' op te nemen in onze categorieplannen en een duurzaam assortiment te ontwikkelen. Daarom zullen we hier in 2024 sterk op inzetten en leveranciers van de private labels van Kramp vragen om deel te nemen aan dit programma," aldus Erik-Jan.

"Een bijkomend voordeel is dat zodra leveranciers aan dit programma meedoen, de audits voor al hun klanten gelden. Zo tillen we niet alleen onze eigen MVO-prestaties naar een hoger plan, maar helpen we leveranciers bewust te worden van deze kwesties, wat de hele sector ten goede komt," concludeert hij.



ONZE KLANTEN IN STAAT STELLEN GEMAKKELIJKER IN TE KOPEN, MEER TE VERKOPEN EN HUN **PRODUCTIVITEIT** TE VERHOGEN



Rick Pak

In 2023 lanceerden we Business Solutions | Powered by Kramp, die onze klanten helpen om hun bedrijf verder te verbeteren en te laten groeien.

We zijn voortdurend op zoek naar eenvoudigere, meer schaalbare benaderingen om de business van onze klanten en

onzelf te verbeteren. Dit leidde tot de lancering van Business Solutions | Powered by Kramp in oktober 2023. "Naast de snelle levering van hoogwaardige technische onderdelen en accessoires hebben klanten nu ook eenvoudiger toegang tot zeven verschillende oplossingen en diensten van Kramp die zorgvuldig zijn ontworpen om hun bedrijf vooruit te brengen," zegt Rick Pak, International Business Solutions Consultant.



"We zijn voortdurend op zoek naar eenvoudigere, meer schaalbare manieren om de bedrijfsvoering van onze klanten te verbeteren"

Rick Pak

Een oplossing voor elke klantbehoefte

"Elke Business Solution voorziet in een andere klantbehoefte," legt Rick uit. "Connect | Powered by Kramp automatiseert administratieve taken zoals prijzen bijwerken, onderdelen bestellen en facturen inboeken, waardoor onze klanten meer tijd hebben voor het repareren en/of ontwerpen van machines. Workshop | Powered by Kramp en Warehouse | Powered by Kramp, gebaseerd op scanbare labels, nemen veel kopzorgen over onderdelen weg doordat zij het fysieke verwerken, zoeken, opslaan en opnieuw bestellen verbeteren. De online Configurator | Powered by Kramp maakt het sneller en eenvoudiger om technische componenten op maat te verkrijgen. Deze Business Solutions helpen onze klanten efficiënter te werken, tijd te besparen en (verborgen) integrale kosten te verlagen."

"Shop | Powered by Kramp helpt klanten om hun omzetkansen te vergroten door een nieuwe winkel toe te voegen op basis van ons hapklare Powered by Kramp-winkelconcept. Door gegevens slim te gebruiken en het eindgebruikerspotentieel in een specifieke regio te analyseren, adviseren we de klant over een op zijn markt afgestemde winkelinrichting. Door de productrotatie in elke winkel te controleren, kunnen we het assortiment optimaliseren. Daarnaast kunnen onze klanten rekenen op onze steun en personeelstrainingen

in bijvoorbeeld verkooptechnieken," voegt Rick toe. "Met Webshop | Powered by Kramp kunnen onze klanten het uitgebreide assortiment van Kramp online verkopen dankzij een gepersonaliseerde website."

Tot slot kunnen we onze klanten ondersteunen bij de continue ontwikkeling van hun medewerkers. "Academy | Powered by Kramp biedt een breed scala aan technische trainingsopties op locatie en digitaal om monteurs te helpen hun kennis en vaardigheden uit te breiden," aldus Rick.

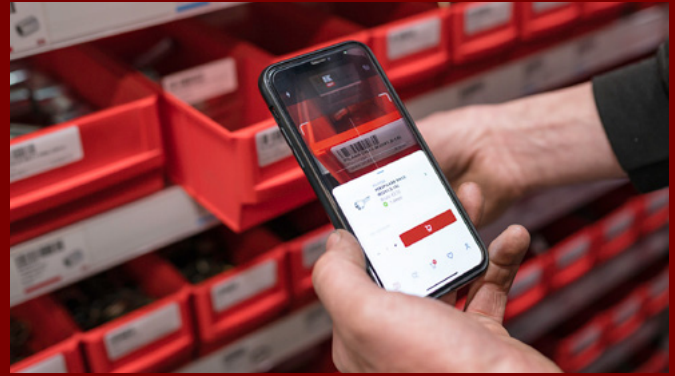
Synergetisch effect

"Hoewel de zeven Business Solutions afzonderlijk kunnen worden gebruikt, wordt hun effect versterkt als ze worden gecombineerd. Door bijvoorbeeld de administratieve taken en het onderdelenbeheer in zowel Workshop als in Warehouse te automatiseren, verloopt de hele workflow soepeler en efficiënter. En dankzij deze sterke basis kunnen onze klanten hun bedrijfsactiviteiten snel en effectief opschalen door extra winkels of een webshop toe te voegen," vervolgt hij.

"Naast de gedetailleerde informatie die we online verstrekken, blijven onze consultants onze klanten de komende maanden van maatwerkadvies voorzien over de optimale Business Solution(s) voor hun specifieke behoeften," zegt Rick.

Hoe Business Solutions | Powered by Kramp het serviceniveau bij Stenderup Maskiner verbeteren

Frouke Botma Kooijman, Spare Parts Manager bij Stenderup Maskiner – een Deensfamiliebedrijf dat landbouwmachines en bouwmachines levert – legt uit hoe de Business Solutions | Powered by Kramp het serviceniveau verbeteren.



Stenderup implementeerde Connect | Powered by Kramp een paar jaar geleden om het bestel- en voorraadbeheerproces van Stenderup te stroomlijnen. "De bestellingen staan nu allemaal op één plek en facturen worden automatisch verzonden. De Kramp App maakt het makkelijker voor onze werkplaatsmedewerkers om onderdelen te zoeken, zodat we ze kunnen bestellen," zegt Frouke. "We kunnen niet alles zelf op voorraad houden, dus het is belangrijk voor ons dat we de producten die we bestellen snel ontvangen. Daarom is de next day delivery'-service van Kramp erg waardevol voor ons," vervolgt Frouke.

Stenderup Maskiner A/S is in 1936 opgericht en heeft een sterke reputatie opgebouwd op het gebied van goede service, betrouwbaarheid en brede productkennis en expertise. "Het hoeft geen betoog dat we deze positie als koploper graag willen behouden. Maar omdat we een familiebedrijf met een relatief klein personeelsbestand van ongeveer 40 werknemers zijn, wordt het steeds moeilijker om gelijke tred te houden met de nieuwste ontwikkelingen, vooral in de snel veranderende hydrauliekmarkt. Daarom hebben we besloten onze samenwerking met Kramp te versterken, om een nog betere partner voor onze klanten te zijn," legt Frouke uit.

"De Business Solutions | Powered by Kramp bieden een solide basis voor opschaling, en de implementatie verliep soepel"

Frouke Botma Kooijman

Om hun klanten zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn, heeft Stenderup in 2023 in totaal 17 Workshop | Powered by Kramp-rekken voor hydraulische onderdelen toegevoegd. De Business Solutions | Powered by Kramp bieden een solide basis voor opschaling en de implementatie verliep soepel. "Kramp bood goede ondersteuning om ervoor te zorgen dat alles naar behoren werkte," aldus Frouke.

"We kunnen nu nóg efficiënter werken. Nu de opslag netter en overzichtelijker is, hebben we een duidelijk overzicht van wat er op voorraad is en wat niet. Bovendien worden belangrijke voorraadproducten automatisch aangevuld," zegt ze. "We kijken ernaar uit om voortaan nog meer met Kramp te werken. Hierdoor kunnen we nog beter voldoen aan de behoeften van onze klanten," besluit Frouke.



VERBINDING MAKEN MET ONZE PARTNERS IN DE WAARDEKETEN



Andreas Oettinger



Nicolas Barbier

Voor onze werkwijze is persoonlijk contact met onze klanten en leveranciers essentieel. Zakendoen kan tegenwoordig digitaal, maar customer service is mensenwerk. In 2023 ontmoetten we onze klanten en leveranciers op toonaangevende beurzen, zoals Agritechnica in Duitsland en op ons eigen Kramp Open-evenement in Frankrijk. Andreas Oettinger, Marketing Manager in Duitsland, en Nicolas Barbier, Marketing Manager in Frankrijk, leggen uit waarom evenementen zo belangrijk zijn voor het contact met onze partners in de waardeketen.

Agritechnica is 's werelds grootste en belangrijkste agrarische handelsbeurs. Alle grote tractor- en machinefabrikanten doen mee. Na een verplichte pauze van vier jaar door Covid kon het evenement eindelijk weer een recordaantal bezoekers – bijna 500.000 – van over de hele wereld verwelkomen in Hannover, op 12-18 november 2023.

"Agritechnica leent zich perfect voor persoonlijke gesprekken met onze klanten en leveranciers, en voor het versterken van onze relaties," legt Andreas uit. "We nodigden onze dealers uit bij onze stand, waar ze onder het genot van een hapje en een drankje met onze Account Managers en Customer Specialists konden praten over de nieuwste innovaties."



"Door in een informele sfeer naar nieuwe kansen te kijken en onze samenwerking nog hechter te maken, worden we samen sterker"

Nicolas Barbier

Tijdens live demonstraties hebben zij ervaren hoe onze Business Solutions | Powered by Kramp hun bedrijf kunnen laten groeien en verbeteren. Ook konden alle bezoekers – zowel dealers als boeren en hun gezinnen – onze producten testen en op een leuke manier ontdekken hoe duurzaam onze werkkleding wel niet is," voegt hij eraan toe.

Bestaande partnerschappen versterken en nieuwe opbouwen

"Maar het werkte ook andersom," vervolgt Andreas. "Onze Supplier Managers werden ook uitgenodigd bij stands van leveranciers, om bestaande partnerschappen te versterken en nieuwe op te bouwen. Ook hielden we een Agritechnica-feest voor onze dealers en leveranciers, zodat we ook in een meer feestelijke en minder formele setting contact konden maken."

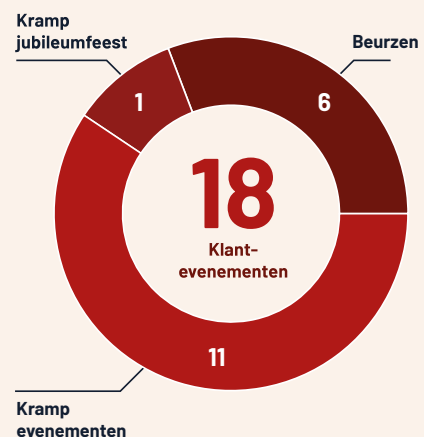
Onze community samenbrengen tijdens Kramp Open

We brengen onze community uit de agrarische, grondverzet- en tuin-en-parkindustrieën ook samen door zelf evenementen te organiseren, zoals Kramp Open, dat op 23 en 24 november 2023 in Poitiers (FR) plaatsvond. Twee dagen vol innovatie, netwerken, inspiratie en plezier. Onze Franse klanten kregen de kans om de kantoren en magazijnen te bekijken, inclusief de nieuwe hal en transportband. Er was ook een tentoonstelling met meer dan 70 topleveranciers, waaronder een presentatie van de nieuwe Business Solutions | Powered by Kramp.

"Kramp Open zorgt ervoor dat dealers en leveranciers beter begrijpen hoe een partnerschap waarde toevoegt door hun bedrijf en winst te laten groeien," zegt Nicolas. "Onze partners in een informele sfeer laten zien wat er achter de schermen bij Kramp gebeurt en hoe we hen in staat kunnen stellen om vooruit te komen, is een geweldige manier om nog hechtere partnerschappen op te bouwen."



"Onze klanten konden ook nieuwe inzichten opdoen bij interessante sessies van Kramp en onze leveranciers. Een bijzonder hoogtepunt was het rondetafelgesprek met boeren, leveranciers, dealers, vervoerders en Sales en Operations Directors van Kramp Frankrijk over de toekomst van de supply chain," vervolgt Nicolas.



Samen sterker

"Het thema van Kramp Open, 'Samen sterker', weerspiegelt het belang dat we hechten aan de gezamenlijke zoektocht naar nieuwe kansen en het versterken van onze samenwerking. En dit wordt steeds belangrijker in de zeer snel veranderende markt waarin we zakendoen," besluit Nicolas.



WAAROM EEN OMNICHANNELSTRATEGIE BELANGRIJK IS VOOR KRAMP EN HAAR KLANTEN

Onze omnichannel-aanpak is belangrijk voor het verbeteren van de Kramp-klantbeleving, maar zou niet mogelijk zijn zonder technologie. Jens Waaijers, Director Omnichannel Sales, en Olivier Luxon, Chief Technology Officer, leggen uit hoe ze samenwerken aan het grote geheel voor een consistente en naadloze klantbeleving.

"Alle Kramp-klanten kunnen via meerdere contactmomenten en via verschillende platforms en apparaten met ons communiceren, zoals de website, de app of door onze specialisten te bellen," legt Jens uit. "Het is onze ambitie om onze klanten een consistente en naadloze klantervaring te bieden via al deze contactmomenten. Daarom hechten we zoveel belang aan een omnichannel-aanpak."



Jens Waaijers



Olivier Luxon

"Een bijkomend voordeel is dat wanneer onze klanten zich beter begrepen en beter ondersteund voelen, ze tevredener en dus loyaler zijn. Dit draagt bij aan de stabiliteit van ons bedrijf op de lange termijn," vervolgt hij.

Het grote geheel zien

"Kramp is een digital-first-bedrijf geworden, en technologie staat centraal in alles wat we doen - maar nog meer in het geval van omnichannel, omdat dit afhangt van de verbindingen tussen IT-systemen," merkt Olivier op. "Dit kan in het beste geval al lastig zijn, maar voor Kramp is het nog uitdagender vanwege onze steeds veranderende rol als partner voor veel verschillende soorten organisaties - dealers, Original Equipment Manufacturers, boeren en aannemers - in zoveel landen. We willen dat onze klanten ons als één bedrijf ervaren, ondanks de complexe IT-omgeving achter de schermen."



"Het is onze ambitie om een consistente en naadloze klantervaring te bieden op alle contactmomenten"

Jens Waaijers

Hybride model

Een voorbeeld hiervan is het Maykers-platform van Kramp voor dealers, leveranciers en boeren in Denemarken en Frankrijk. "We hebben dit gelanceerd als reactie op de marktverschuiving naar een hybride model waarbij boeren niet langer alleen bij dealers kopen, maar ook direct online," zegt Olivier. "We analyseren de prestaties voortdurend met het oog op toekomstige mogelijkheden, onder andere in het kader van onze omnichannelstrategie om nog meer klanten een uniforme ervaring te bieden."



"Bij elke verbetering laten we ons nog altijd leiden door de behoeften van onze klanten"

Olivier Luxon

Technologie alleen als middel om een doel te bereiken

Olivier benadrukt dat de data roadmap weliswaar wordt beïnvloed door de technische en zakelijke teams van Kramp, maar dat deze in feite wordt gedreven door de behoeften van de gebruikers, klanten, partners en medewerkers. "Intern bouwen onze technische teams interfaces om alle databronnen met elkaar te verbinden, zodat onze marketing-, verkoop- en serviceteams onze klanten optimaal kunnen adviseren op basis van de juiste informatie en inzichten," vervolgt hij.

"Door de kennis en data van alle contactmomenten te integreren, kunnen we onze processen ook voortdurend optimaliseren om de klantbeleving verder te verbeteren. Zo zijn we continu bezig met het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid van onze website, zodat iedereen sneller en beter kan vinden wat hij zoekt. We maken steeds meer gebruik van nieuwe technologie. Technologie is echter slechts een middel om een doel te bereiken. Bij alle verbeteringen die we doorvoeren, laten we ons leiden door wat onze klanten nodig hebben," zegt Olivier.

"Dit alles werkt alleen als we multidisciplinair samenwerken en overleggen. We stimuleren de business teams en tech teams in de hele organisatie actief om nauwer samen te werken door ze verantwoordelijkheid en eigenaarschap te geven," zegt hij.

Sneller waarde leveren en inspelen op toekomstige behoeften

"We kunnen nu sneller meerwaarde aan onze klanten leveren en proactief op hun toekomst inspelen. Daarnaast maakt betere interne afstemming het makkelijker voor onze teams om veranderingen door te voeren, waardoor zij meer plezier en voldoening uit hun werk halen. Onze omnichannel-aanpak optimaliseert dus niet alleen de klantervaring, maar verbetert ook de ervaring van de medewerker zelf bij Kramp," besluit Jens.

MEDEWERKERS EMPOWEREN OM VEILIG, GEZOND EN BETROKKEN TE BLIJVEN

We blijven bij Kramp niet alleen veiligheid voorop stellen, maar houden ook rekening met de gezondheid en het welzijn van onze medewerkers. Andrea Bodstein-Walenciak, Chief Human Resources Officer, en Aurélie Mattmann, Operations Director Frankrijk, belichten enkele van de huidige en toekomstige initiatieven.

"Het thema gezondheid, veiligheid en welzijn is een belangrijke prioriteit voor Kramp. Onze Health & Safety Principles helpen ons een voortdurende en gestructureerde focus te behouden en te blijven voldoen aan alle wettelijke verplichtingen op het gebied van gezondheid en veiligheid in elk land en aan de standaard van de Kramp Groep," zegt Andrea.

Daarnaast is deze aanpak een integraal onderdeel van onze MVO-ambitie, namelijk om onze klanten, leveranciers en partners te helpen een toekomstbestendige en verantwoorde supply chain te ontwikkelen. Om dit te doen, moeten we al onze medewerkers in staat stellen veilig te werken, zich veilig te voelen en veilig te zijn," vervolgt ze.

Safety-first-mentaliteit op alle niveaus

"Als logistiek bedrijf kan dit vooral een uitdaging zijn in onze magazijnen, waar mensen worden blootgesteld aan veel soorten apparatuur, processen en producten. We hebben verschillende hulpmiddelen geïntroduceerd om hun werk veiliger te maken, zoals snelsluitbouten en hefmagneten om de fysieke belasting te minimaliseren, veiligheidsmessen met extra bescherming tegen snijwonden en betere zichtbaarheid van brandblussers," zegt Aurélie.

"We hebben ook veel tijd besteed aan het aanmoedigen van een safety-first-mentaliteit en -cultuur, onder andere door 'Safety Awareness'-weken in al onze magazijnen, met onder meer trainingen over reanimatie en voetgangers- en vorkheftruckveiligheid. Dit is een aanvulling op andere veiligheidstrainingen, zoals de training over het veilig gebruik van palletwagens in ons magazijn in Poitiers, Frankrijk, in 2023. We willen dit trainingsprogramma in 2024 uitbreiden naar alle landen," voegt ze eraan toe.



**Andrea Bodstein-
Walenciak**



Aurélie Mattmann



"Het is essentieel om een safety-first-mentaliteit en -cultuur aan te moedigen"

Aurélie Mattmann

Incidenten melden

Maar veiligheid begint bij ons allemaal, legt ze uit, en daarom krijgt het onderwerp ook veel aandacht op managementniveau. In dat kader werd in 2023 een Operations-dashboard opgezet om het aantal veiligheidsincidenten, inclusief bijna-ongevallen, te meten en te monitoren. "Om risico's te identificeren en verbeteringen aan te brengen om ons doel van nul ongevallen te behalen, hebben we voor heel Operations KPI's geïntroduceerd," vervolgt Aurélie.

"Managers moedigen medewerkers actief aan om alert te zijn op potentieel gevaarlijke situaties en deze te melden tijdens de dagelijkse teamvergadering, zodat deze kunnen worden geanalyseerd en aangepakt als onderdeel van onze toolbox voor voortdurende verbetering. Als onderdeel van onze inspanningen om best practices te benchmarken, delen leden van de Kramp International Health and Safety Community en Operations Directors uit alle landen kennis, ideeën en acties tijdens wekelijkse en maandelijkse vergaderingen," zegt ze.



"Uit de resultaten van het periodieke medewerkerbetrokkenheidsonderzoek van Kramp, ook wel de KWEE, blijkt dat onze collega's zich fysiek en psychisch veilig voelen op het werk en gesteund worden door hun leidinggevende"

Andrea Bodstein-Walenciak

Medewerkers voelen zich veilig

"Naast fysieke veiligheid zijn er binnen Kramp meerdere initiatieven om een gezonde levensstijl te bevorderen en fysieke en mentale gezondheid te ondersteunen, zoals sportevenementen, stoppen-met-rokenprogramma's en workshops over gezonde voeding en stressmanagement," legt Andrea uit. "En uit de KWEE-resultaten blijkt dat medewerkers zich zowel fysiek als mentaal veilig voelen. We scoren ver boven de benchmarkcijfers als het gaat om hoe veilig onze medewerkers zich fysiek voelen, hoe open ze fouten kunnen bespreken en of ze met respect worden behandeld door hun manager."

Verdere versnelling

"Hoewel we trots zijn op de vooruitgang die we tot nu toe hebben geboekt, willen we de gestructureerde verbeteringen versnellen. Daarbij hoort ook verdere activering door onze inspanningen naar meer teams uit te breiden, zodat we iedereen binnen Kramp een optimaal veilige en gezonde werkplek blijven bieden," besluit Andrea.



Betrokkenheidsscore (KWEE)



Ik voel me veilig tijdens mijn werk (fysieke omgeving)



Ik zou me veilig voelen om openlijk te praten over een fout die ik heb gemaakt



VERKLARING VAN DE RAAD VAN COMMISSARISSEN

Rutger Ruigrok
Koen Slippens
Frederik Nieuwenhuys

Toezichthoudende en adviserende rol

De rol van de Raad van Commissarissen is om de Executive Board te adviseren en het monitoren van goed ondernemingsbestuur. De Raad van Commissarissen controleert de algemene zaken van Kramp, inclusief de effectiviteit van de interne risicobeheersings- en controlesystemen en de kwaliteit en integriteit van de financiële verslaggeving.

Vergaderingen van de Raad van Commissarissen

In 2023 kwam de Raad van Commissarissen vijf keer bijeen. Bij een van die bijeenkomsten werd de strategie en begroting besproken met de hele Executive Board. Gedurende het jaar ontving de Raad van Commissarissen updates over de kernonderwerpen balansontwikkelingen, kasstroom, resultaten en strategie. In 2023 voerden we specifieke discussies over de begroting, investeringen en herfinanciering, HR, het Maykers-platform, de IT-strategie en opvolgingsmanagement. Deze discussies waren open en constructief en werden bijgewoond door verschillende managers van Kramp.

Werking en evaluatie van de Raad van Commissarissen

Het is onze vaste overtuiging dat leden van de Raad van Commissarissen in staat moeten zijn om kritisch te denken en onafhankelijk te handelen ten opzichte van elkaar, de Executive Board en eventuele gevestigde belangen. We evalueren onze gezamenlijke prestaties en die van onze collega-commissarissen minstens één keer per jaar. We zijn ervan overtuigd dat de geselecteerde leden de juiste kennis, ervaring en competenties hebben voor de belangrijke rol die de Raad van Commissarissen vervult.

Namens de Raad van Commissarissen wil ik alle medewerkers van Kramp bedanken voor hun harde werk en bijdrage aan een positief resultaat in 2023. Samen kunnen we toekomstige uitdagingen aangaan en verder groeien.

Rutger Ruigrok

Voorzitter van de Raad van Commissarissen van Kramp Groep B.V.

FINANCIEEL BERICHT VAN ONZE CFO, ROELAND TJEBBES



Roeland Tjebbes



Hans Scholten

Roeland Tjebbes is sinds januari 2024 werkzaam bij Kramp als Chief Financial Officer. Op basis van onze financiële prestaties in 2023 ziet hij een bedrijf dat sterk gepositioneerd is voor structurele en winstgevende groei.

"In 2023 kwamen we heel dicht bij het behalen van onze groei-doelstelling als percentage van de omzet," merkt Roeland op. "Een groot deel van die groei kwam echter voort uit prijseffecten in plaats van volume, als gevolg van de inflatie in onze markten. We zagen ook dat de markten van onze klanten onder druk kwamen te staan, vooral in de agrarische sector."



Bekijk op YouTube:



"Onze continue nettowinst geeft ons een solide financiële basis voor het komende jaar en stelt ons in staat te blijven investeren in het versterken van onze IT-systemen, zoals e-business en verdere digitalisering van de logistiek."

Roeland Tjebbes

Stijgende kosten

De kostensituatie was niet zonder uitdagingen. "Een aanzienlijk deel van de totale stijging van onze kosten in 2023 werd veroorzaakt door de looninflatie en de stijgende totale personeelskosten. Een aantal toekomstgerichte investeringsactiviteiten – zoals e-commerce en interne verbeteringen – verhoogden de kosten verder. De drievoudige stijging van de rente had gevolgen onder de streep," voegt hij eraan toe.

Maar volgens Roeland was er ook positief nieuws qua kosten. "We profiteerden onder andere van een daling in de kosten van verpakkingsmaterialen."

Succesvol voorraadbeheer

"Om de inflatie-effecten op te vangen, hebben we ons meer gefocust op kostenbeheersing, met name op het gebied van voorraadbeheer," legt hij uit. "In de loop van 2021 en 2022 waren onze voorraden flink gegroeid door de vertraagde levering van bestellingen die tijdens de vorige periode van tekorten waren geplaatst. Maar tegen het einde van 2023 waren we erin geslaagd om onze totale voorraad met circa 7% te verlagen én onze voorraadbeschikbaarheid te verbeteren."

Als gevolg hiervan laten onze aangepaste EBIT en aangepaste EBITDA een lichte verbetering zien ten opzichte van de resultaten van 2022. "Ons werkkapitaal blijft ook goed in balans en in lijn met vorig jaar. Gezien de marktomstandigheden en ondanks het feit dat we niet helemaal aan onze eigen verwachtingen hebben voldaan, zijn we tevreden met de groei in omzet en eindresultaat, en met onze nettowinst," zegt Roeland.

Sterke basis voor verdere investeringen

"Dit geeft ons een solide financiële basis voor het komende jaar en stelt ons in staat om te blijven investeren in projecten, zoals het versterken van onze IT-systemen: e-business en verdere digitalisering van de logistiek."

"Een belangrijke les voor ons is echter dat we, ook als we winst maken, nog steeds moeten denken aan de lasten versus de baten," voegt hij eraan toe.

De weg vrijmaken voor structurele groei

"We zullen ons het komende jaar nog intensiever richten op het vergroten van onze volumes – met name met nieuwe product-marktcombinaties – en eventuele overnames. Dit in combinatie met de voortdurende verlaging van onze OPEX, zal de weg vrijmaken voor structurele en winstgevende groei," besluit Roeland.

Hans Scholten kijkt terug op zijn 24 jaar als CFO

Hans Scholten is na 24 jaar teruggetreden als Chief Financial Officer. Hij blikt terug op hoe het bedrijf zich in die tijd heeft ontwikkeld en kijkt vooruit naar de toekomst van Kramp, en van hemzelf.

"Ik heb veel veranderingen gezien sinds ik in 2000 bij Kramp kwam. Zo is ons bedrijf gegroeid, geprofessionaliseerd en voortdurend opnieuw uitgevonden om relevant te blijven en voorop te lopen. In 2000 hadden we ongeveer 850 mensen in dienst en waren we actief in slechts een handvol landen. Nu zitten we in heel Europa met een dynamische culturele mix van ongeveer 3.200 medewerkers," zegt Hans.

Toenemende focus op partnerschappen

"Extern zien we een voortdurende consolidatie in de agrarische markt en we werken steeds meer samen met dealers, Original Equipment Manufacturers en de boeren zelf. Daarnaast hebben we onze focus op bijvoorbeeld de tuin-en-park en grondverzet vergroot," vervolgt hij.

Succesvolle digitale transformatie

"Bovendien hebben we met succes een digitale transformatie doorgevoerd: 95% van onze omzet komt nu uit e-commerce. Maar ondanks al deze veranderingen zijn we toegewijd gebleven aan onze mensen, klanten en leveranciers en zijn onze kernwaarden Collaboration, Care en Ownership fundamenteel hetzelfde gebleven," voegt Hans toe.

Nieuw leiderschap en frisse ideeën

"Ik voel me erg bevoorrecht dat ik deze reis samen met Kramp heb mogen maken. Het is echter tijd om plaats te maken voor nieuw leiderschap en frisse ideeën. Onze nieuwe CFO, Roeland Tjebbes, heeft niet alleen de juiste kwalificaties en



ervaring, maar past ook perfect in de cultuur van Kramp. De rol van CFO blijft in veilige en capabele handen," zegt Hans.

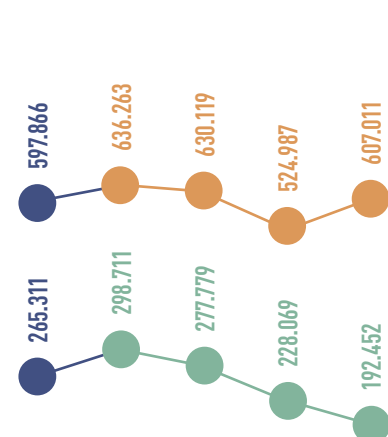
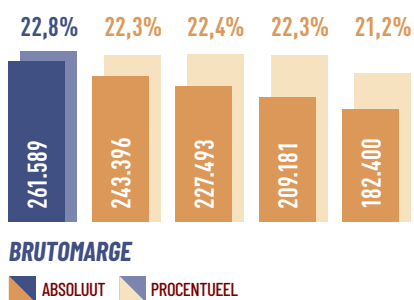
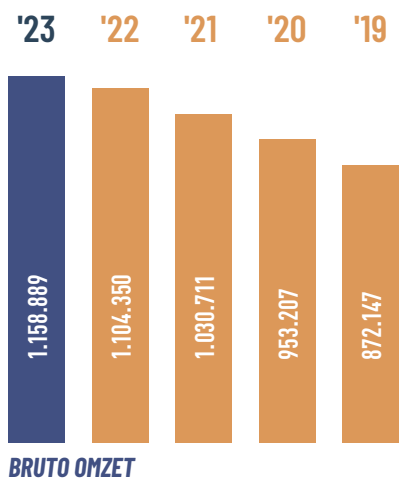
Niet helemaal vaarwel

Hans zal zich nu gaan richten op een verscheidenheid aan activiteiten, waaronder non-profitinitiatieven in Afrika en India en een duurzaamheidsproject in Nederland. Hij zegt Kramp echter niet helemaal 'vaarwel'. "Omdat ik de stabiliteit van dit familiebedrijf hoog in het vaandel heb staan, blijf ik als aandeelhouder betrokken. Ik blijf waar nodig ook beschikbaar voor het bestuur om te brainstormen over strategische onderwerpen," zegt hij.

Ondernemersgeest

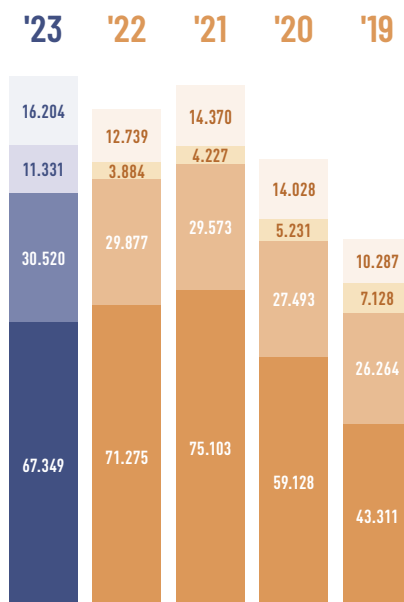
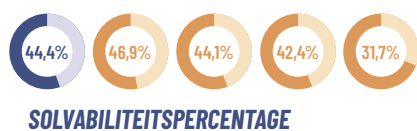
Wat voorspelt hij voor de toekomst van Kramp? "Het bedrijf is gebouwd op meer dan 70 jaar succes. Op basis van de ondernemersgeest, de toewijding aan voortdurende verbetering en de moed om zich aan te passen aan toekomstige uitdagingen, voorzie ik nog minstens 70 jaar verdere groei. Ik wil iedereen bedanken die mijn tijd bij Kramp zo aangenaam heeft gemaakt en ik wens hen het allerbeste voor de toekomst," besluit Hans.

Kerncijfers vijf jaar Kramp Groep



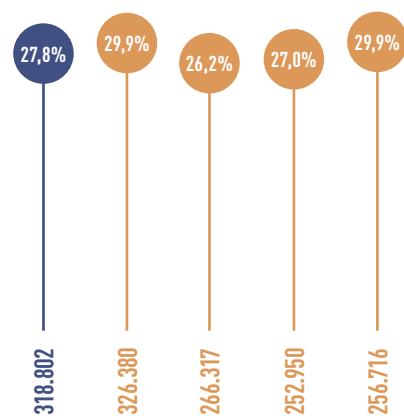
JAARULTIMO

BALANSTOTAAL EIGEN VERMOGEN



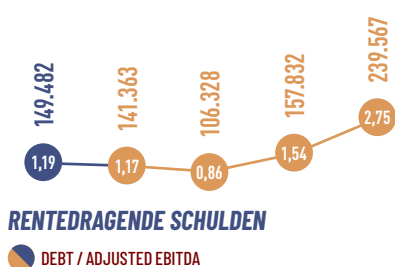
ADJUSTED EBITDA

NETTOWINST NA BELASTINGEN AFSCHRIJVINGEN
FINANCIERINGSLASTEN BELASTINGEN



WERKKAPITAAL

WERKKAPITAAL ALS % VAN DE NETTO OMZET



RENTEDRAGENDE SCHULDEN

DEBT / ADJUSTED EBITDA

Kerncijfers vijf jaar Kramp Groep

(x €1.000)	2023	2022	2021	2020	2019
Bruto omzet	1.158.889	1.104.350	1.030.711	953.207	872.147
Netto omzet	1.145.778	1.092.719	1.017.476	937.020	859.130
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	67.349	71.275	75.103	59.128	43.311
Buitengewoon resultaat na belastingen	-1.281	-11.996	5.124	20.848	-
Belastingen	16.204	12.739	14.370	14.028	10.287
Netto financieringslasten	11.331	3.884	4.227	5.231	7.128
Afschrijvingen	30.520	29.877	29.573	27.493	26.264
EBITDA	124.123	105.779	128.397	126.728	86.990
Adjusted EBITDA	125.404	120.713	123.273	102.777	86.990
Eigen vermogen jaarultimo	265.311	298.711	277.779	228.069	192.452
Balanstotaal jaarultimo	597.866	636.263	630.119	524.987	607.011
Solvabiliteitspercentage	44,4%	46,9%	44,1%	43,4%	31,7%
Rentedragende schulden (DEBT)	149.482	141.363	106.328	157.832	239.567
DEBT / Adjusted EBITDA	1,19	1,17	0,86	1,54	2,75
Werkkapitaal	318.802	326.380	266.317	252.950	256.716
Werkkapitaal als % van de netto omzet	27,8%	29,9%	26,2%	27,0%	29,9%
Aantal werknemers	3.248	3.142	3.076	3.037	3.003
Brutomarge absoluut	261.589	243.396	227.493	209.181	182.400
Brutomarge procentueel	22,8%	22,3%	22,4%	22,3%	21,2%
Investerings (excl. goodwill)	27.104	27.595	30.140	38.894	28.674

Definities

Netto financieringslasten:

EBITDA:

Adjusted EBITDA:

rente-baten -/- rentelasten (exclusief valuatakoersresultaten)

nettoresultaat + belastingen + netto financieringslasten + afschrijvingen

als EBITDA met inachtneming van:

- in 2023 het verlies uit hoofde van de niet-gerealiseerde bate bij verkoop van een deelneming;

- in 2022 het verlies bij de liquidatie resp. de verkoop van een deelneming;

- in 2021 de boekwinst bij verkoop van een deelneming;

- in 2020 de boekwinst bij verkoop van onroerende zaken.

Solvabiliteitspercentage:

Rentedragende schulden (DEBT):

Werkkapitaal:

groepsvermogen jaarultimo : balanstotaal jaarultimo

lang- en kortlopende schulden aan kredietinstellingen onder aftrek van liquide middelen en gesecuritiseerde financiering

inventories + debtors -/- creditors

Geconsolideerde balans per 31 december 2023

Pro forma jaarrekening 2023

Activa (x €1.000)	31 December 2023	31 December 2022
Immateriële vast activa	52.504	48.000
Materiële vaste activa	120.676	125.835
Financiële vaste activa	16.244	17.298
Vaste activa	↳ 189.424	↳ 191.133
Vorraden	282.230	305.272
Vorderingen	124.639	129.731
Liquide middelen	1.573	10.127
Vlottende activa	↳ 408.442	↳ 445.130
Totaal	597.866	636.263
Passiva (x €1.000)		
Eigen vermogen	265.311	298.711
Minderheidsbelang derden	136	133
Groepsvermogen	↳ 265.447	↳ 298.844
Voorzieningen	6.102	5.934
Langlopende schulden	150.666	151.131
Kortlopende schulden	175.651	180.354
Totaal	597.866	636.263

Geconsolideerde winst- en verliesrekening over 2023

Pro forma jaarrekening 2023

	2023	2022
(x €1.000)		
Bruto omzet	1.158.889	1.104.350
Boni en kortingen	-13.111	-11.631
Netto omzet	↳ 1.145.778	↳ 1.092.719
Kostprijs van de omzet	-884.189	-849.323
Bruto omzetresultaat	↳ 261.589	↳ 243.396
Verkoopkosten	-110.590	-100.195
Algemene beheerskosten	-56.450	-50.400
Som der kosten	↳ -167.040	↳ -150.595
Netto omzetresultaat	94.549	92.801
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten	498	681
Rentelasten en soortgelijke kosten	-11.829	-4.565
Valuatakoersresultaten	377	-1.987
Financieel resultaat	↳ -10.954	↳ -5.871
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	83.595	86.930
Belastingen resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening	-16.204	-15.677
Aandeel in resultaat van ondernemingen waarin wordt deelgenomen	-	52
Aandeel derden in resultaat	-42	-30
	↳ -16.246	↳ -15.655
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen	67.349	71.275
Buitengewoon resultaat	-1.281	-14.934
Belastingen buitengewoon resultaat	-	2.938
Buitengewoon resultaat na belastingen	↳ -1.281	↳ -11.996
Netto resultaat	66.068	59.279



KRAMP

It's that easy.