

*Het verleden vormen,*  
**DE TOEKOMST**  
*vormgeven*



## ***Inhoudsopgave***

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Onze CEO, Eddie Perdok, over het jaar 2022       | 3  |
| 2022 in vogelvlucht                              | 5  |
| 70 jaar Kramp vieren                             | 6  |
| Onze cultuur vormgeven: een vernieuwde Kramp Way | 8  |
| De tuin & park industrie vormgeven               | 10 |
| Onze supply chain vormgeven                      | 11 |
| Onze digitale toekomst vormgeven: Maykers        | 13 |
| De toekomst vormgeven met onze medewerkers       | 14 |
| Ons retailconcept in Polen vormgeven             | 17 |
| Wijzigingen in onze Executive Board              | 18 |
| Een duurzame toekomst vormgeven                  | 19 |
| De impact van de oorlog in Oekraïne              | 20 |
| Verklaring van de Raad van Commissarissen        | 21 |
| Financieel bericht van onze CFO, Hans Scholten   | 22 |
| Kerncijfers 5 jaar Kramp Groep                   | 24 |
| Geconsolideerde jaarrekening                     | 26 |



**Onze CEO EDDIE PERDOK**  
*over het jaar 2022*

“2022 was een jaar vol onverwachte uitdagingen, met name de oorlog in Oekraïne en de hogere kosten door de inflatie die daaruit voortvloeide. Toch behaalden we een omzet van € 1,1 miljard en haalde elk land afzonderlijk een hogere omzet dan het jaar ervoor. Andere hoogtepunten waren de succesvolle uitbreiding van ons magazijn in Frankrijk en het begin van de transitie van de Poolse Grene-winkels naar Powered by Kramp-winkels”, zegt Eddie Perdok.

## ***“Het is heel belangrijk dat we voortbouwen op onze geschiedenis en onszelf voortdurend blijven verbeteren.”***

### **70 jaar Kramp vieren**

“Als een bedrijf 70 jaar bestaat, is dat een hele prestatie”, zegt Eddie. “In 2022 konden we die mijlpaal en onze lange geschiedenis eindelijk vieren met een fantastisch feest in Varsseveld waarbij zo'n 2000 collega's aanwezig waren. We hebben veel om trots op te zijn.”

### **Onze toekomst vormgeven**

“Het is heel belangrijk dat we voortbouwen op onze geschiedenis en onszelf voortdurend blijven verbeteren. In de eerste plaats door onze waardepropositie te versterken, het nog makkelijker te maken om met ons samen te werken, ons productassortiment nog verder uit te breiden, concurrerende prijzen te hanteren en een nog betere klantenservice en levering te bieden. We streven naar de beste klantreis, de beste klantbeleving en de hoogste klanttevredenheid.

Eerder hadden we al besloten om onze groei in de tuin & park industrie te versnellen en in 2022 hebben we de eerste stappen gezet. Er is nog veel te doen, maar we zien aanzienlijke groeimogelijkheden en we worden een belangrijke partner in deze industrie.

Maykers, onze marktplaats voor boeren, leveranciers en dealers die eerst in Denemarken is gelanceerd, doet het minder goed dan verwacht. Het is moeilijk om de digitale transformatie in te zetten in ons relatief conservatieve ecosysteem. We rollen Maykers op dit moment uit in Frankrijk en later in 2023 volgen enkele andere landen. Het vergt tijd en we moeten geduld hebben, maar we zijn ervan overtuigd dat we met dit businessmodel alle belanghebbenden uit de sector kunnen verbinden om het leven voor boeren makkelijker te maken.”



### **Vernieuwde waarden, hetzelfde DNA**

“In 2022 hebben we ook onze kernwaarden en strategische principes vernieuwd. Ons DNA en onze wortels zijn niet veranderd, maar ons bedrijf en onze omgeving wel. Het is belangrijk dat die veranderingen worden weerspiegeld in onze vernieuwde waarden en strategische principes. Deze vernieuwde waarden zullen voor gedragsverandering zorgen, de sterke punten van onze cultuur in stand houden en onze ambitieuze plannen voor de toekomst ondersteunen. Onze vernieuwde strategische principes helpen ons elke dag de juiste beslissingen te nemen.

De wereld om ons heen verandert in snel tempo, maar we zijn een sterk bedrijf dat eerdere crises goed heeft doorstaan. In 2023 verwachten we ons marktaandeel verder te vergroten door onze waardepropositie te versterken en onze processen en werkwijzen voortdurend te verbeteren. We willen ook bijdragen aan een duurzame toekomst. Daarom zorgen we ervoor dat we maatschappelijke of milieutechnische risico's in onze supply chain signaleren, tot een minimum beperken en waar mogelijk voorkomen.”



2022  
in vogelvlucht

**Omzet**  
**1.104M**

**7,1%**  
**Groei**

Top 3 landen met meeste omzet

1. Nederland
2. Duitsland
3. Frankrijk

**>50k**  
**Klanten**

Net Promoter Score (-100 tot +100)

40

Klanttevredenheid (1-5)

4,1

**>170k**  
**Bestellingen per dag**

Levering op tijd  
>95%

**27,6m**  
**Investeringsen**

58% in IT  
12% in grond en gebouwen  
26% in magazijninventarissen

**24**  
**Kramp locaties**

Distributiecentra

12

Verkoopkantoren

24

**3.142**  
**Medewerkers (FTE)**

Betrokkenheidsscore (KWEE)  
7,5 / 10



# 70 JAAR

## *Kramp vieren*

Een van de culturele en commerciële sterke punten van Kramp is de saamhorigheid van onze medewerkers. Met K70 – ons 70-jarig jubileumfeest in Varsseveld dat in 2021 werd uitgesteld vanwege corona – wilden we iedereen meegeven dat alle medewerkers in heel Europa essentieel zijn voor ons succes. In september 2022 kwamen mensen vanuit alle Kramp-landen naar Nederland om deze mijlpaal samen te vieren.

François Richard (Commercial Director Frankrijk), Stéphanie Pintureau (Customer Specialist) en Richard Talbot (Logistic Operative) uit Frankrijk blikken terug op het jubileumfeest.

**Hoogtepunten van K70**

“De meesten van ons waren nog nooit in Varsseveld geweest, dus het was een mooie gelegenheid om te zien hoe groot Kramp eigenlijk is en collega’s uit heel Europa te ontmoeten”, zegt François.

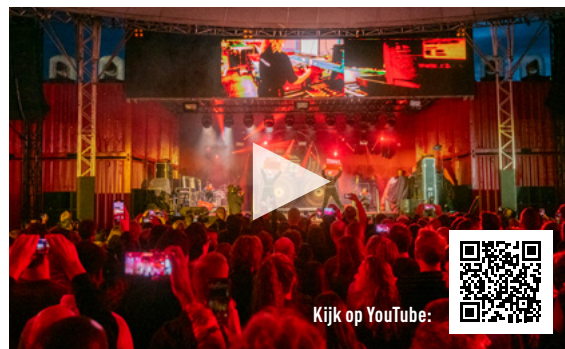
“Precies. Ik heb vooral veel gepraat met collega’s uit Madrid en Nederland”, vult Stéphanie aan.

“Ik vond het heel belangrijk om erbij te zijn. Het feest was goed georganiseerd en de sfeer was fantastisch. Het voelde als één grote familie.”

“De sfeer was inderdaad heel goed”, zegt Richard.

“Wat me het meest raakte, was de verbondenheid. Om iedereen samen te zien praten, lachen en dansen.”

“Ik vond het vooral leuk om eindelijk de collega’s te ontmoeten met wie ik regelmatig contact heb”, vult François aan. “Het was een geweldig feest.”

**Summer of Celebrations**

In navolging van onze oprichter, Johan Kramp, die originele reserveonderdelen verkocht vanuit zijn T1 Volkswagen-busje, trok een replica Kramp70 VW-busje in juli, augustus en september door Europa langs tien Kramp-locaties. Het Summer of Celebrations-tourteam organiseerde allerlei evenementen met diverse activiteiten om de spanning naar het jubileumfeest op te bouwen en het Kramp Way Festival (zie het volgende hoofdstuk: ‘Onze cultuur vormgeven: een vernieuwde Kramp Way’) af te trappen.



**2000**  
**medewerkers aanwezig**  
**20 uit meer dan**  
**landen**



**300 medewerkers**  
**zamelden tijdens**  
**het feest**  
**6000 euro in**  
**voor Oxfam Novib**

**30 jaar Kramp België vieren**

In november 2022 bestond Kramp België 30 jaar. Dat vierden we met een jubileumevenement en diverse leuke initiatieven, zoals een speciale folder met 30 producten voor 30 euro en een prijsverloting waarbij klanten een bak met Kramp-huiskamerproducten konden winnen tijdens een aantal van onze belangrijkste campagnes.

**Ons jubileum vieren met onze dealers en Kramp-community in België**

Ter gelegenheid van ons 30-jarig jubileum organiseerden we een evenement in ons kantoor in Lummen, waar zo’n 200 dealers op af kwamen. We informeerden hen over nieuwe producten en lichtten onze belangrijkste services toe, zoals Mijn Account, de Kramp Academy, de Powered by Kramp-winkels en de Kramp Workshop Solutions. Aangezien we veel van onze klanten heel goed kennen, maakten we ook tijd voor een hapje en een drankje samen. De volgende dag hadden we een heerlijke brunch met al onze medewerkers en hun gezinnen om hen te bedanken en te feliciteren.



## Onze cultuur vormgeven: een vernieuwde **KRAMP WAY**

De Kramp Way werd bedacht in 2011 en vertelt wie we zijn, waar we vandaan komen, waar we naartoe gaan en hoe we daar komen. Franc Verhage, Director Corporate Development, en Ruth Oortgiesen, Manager Internal Communications, vertellen over het introduceren van het herziene document dat als leidraad fungeert.

“In 2020 introduceerden we de Strategie 2025. Tijdens het plannen merkten we dat we een aantal dingen anders moesten doen om onze ambities te realiseren”, begint Franc. We besloten om onze purpose formeel vast te leggen, onze waarden te herzien en de bijbehorende principes vast te leggen. Het ging vooral om kleine verbeteringen, want we doen al heel veel goed.”

**“We hebben strategische principes ontwikkeld om te zorgen dat onze besluitvorming bijdraagt aan onze ambities.”**



Franc Verhage



Ruth Oortgiesen



### **Verbeterpunten vaststellen**

“Maar er was nog wel wat verbetering mogelijk”, zegt Ruth. “Constructieve feedback geven, bijvoorbeeld. Door onze ondernemende aard beginnen we aan van alles, maar maken we niet altijd alles af. We willen onze eigen prioriteiten afstemmen op die van onze klanten, zoals partners dat doen. Daarom hebben we strategische principes ontwikkeld, om te zorgen dat onze besluitvorming bijdraagt aan onze ambities, en hebben we onze waarden vernieuwd naar Collaboration, Care en Ownership.”

“Om de principes heel concreet te maken, hebben we een checklist opgesteld. Als je een nieuw idee uitwerkt of een nieuwe weg wilt inslaan, kun je dat toetsen aan de checklist. Als ze alle vijf zijn aangevinkt, draagt je idee bij aan onze strategie en ambitie”, legt Franc uit.

### **Kramp Way Festivals**

Ruth: “In januari 2022 hebben we de nieuwe principes en waarden geïntroduceerd bij onze managers. In de maanden daarna hebben we hen geholpen bij de voorbereidingen om ze succesvol te introduceren bij hun teams. In mei hebben we ze organisatiebreed geïntroduceerd, met als hoogtepunt het Kramp Way Festival voor alle medewerkers in september. Om de veranderingen in ons dagelijkse werk te integreren, gebruiken we nu waarde-indicators in onze Performance Cycle en houden we elk jaar drie minifestivals.”

“The Kramp Way is nu een message house van één pagina dat een duidelijk beeld geeft van waar Kramp voor staat”, zegt Franc tot besluit. “Het message house heeft de vorm van een piramide, met onze purpose bovenaan en onze strategie onderaan.” “We zijn gegaan van een document van 25 pagina’s in 2011 naar één pagina nu!” zegt Ruth. “Maar alle elementen worden nader toegelicht op ons intranet.”



**80 workshops  
georganiseerd**  
**1700 medewerkers  
namen deel**

# De **TUIN & PARK** industrie vormgeven



Jarno Huguen



Mike Vinkenburg

Een integraal onderdeel van de Strategie 2025 is om een essentiële partner te worden in de tuin & park industrie. Deze industrie overlapt met de agrarische industrie wat betreft assortiment, klanten en mogelijkheden. Supplier Manager Jarno Huguen en Strategy Associate Mike Vinkenburg geven een statusupdate.

“In 2022 hebben we ons vooral op Duitsland en Nederland gericht”, vertelt Jarno. “We hebben veel vooruitgang geboekt, maar door diverse factoren – een droog jaar, productbeschikbaarheid en doorlooptijden – hadden we minder succes dan gehoopt. De omzet voor de tuin- en parksector was ongeveer gelijk aan die in 2021.

Samen met dealers in de pilotlanden hebben we in kaart gebracht wat hun marktfocus en servicebehoeften zijn en welke merken en assortimenten ze op voorraad willen hebben. Verder hebben we gerichte marketingacties gedaan, waren we aanwezig op beurzen, namen we Motor Snelco (een Nederlands familiebedrijf) over en gingen we in de Benelux een pilotpartnerschap aan met Husqvarna, een bedrijf in bos-, park- en tuinoplossingen voor consumenten en professionele gebruikers.”

## **Verdere uitbreiding**

“In 2022 breidden we uit naar België, Zwitserland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk, en in 2023 zijn Italië, Oostenrijk, Polen, Denemarken en Zweden aan

de beurt. Samen proberen we de essentiële partner te worden voor nieuwe tuin- en parkklanten en onze eigen klanten, en ons assortiment in elk land te verfijnen”, sluit Jarno af.

## **Een strategische overname**

In oktober 2022 werd Motor Snelco, een Nederlandse importeur van Briggs & Stratton-, Tuff Torq-, Peerless- en General Transmissions-producten, onderdeel van Kramp.

“We werkten al jaren samen met Motor Snelco”, vertelt Mike. “We hebben alle medewerkers van Motor Snelco de kans geboden om bij Kramp te komen werken en hebben ons tuin- en parkassortiment uitgebreid met 600 unieke producten. En dankzij het Motor Snelco-team hebben we hun trouwe klantenbestand ook kunnen behouden.”



Martijn Bonte



Just Reinke

## Onze SUPPLY CHAIN vormgeven

Onze supply chain-processen ondervonden in 2022 redelijk wat hinder: onvoldoende beschikbaarheid van producten op de markt, verstoringen door de oorlog in Oekraïne en de effecten en kosten van de inflatie. COO Martijn Bonte en Project Manager Supply Chain Just Reinke praten over de veerkracht en optimalisatie van de supply chain.

### ***Uitdagingen in goede banen leiden***

“We hebben ons er goed doorheen geslagen”, zegt Martijn. “Deze problemen bevestigden dat het een juiste beslissing was om ons te richten op een goede klantenservice en een schaalbaardere kosten- en werkkapitaalstructuur. De inflatie is wereldwijd een probleem, maar het is onze verantwoordelijkheid om de effecten ervan te compenseren door productiever en efficiënter te werken, de laadruimte in vrachtwagens beter

te benutten, minder verpakkingsmateriaal te gebruiken en te investeren in zonnepanelen op de daken van onze magazijnen.”

### ***Magazijnoptimalisatie is essentieel***

“De uitdagingen van 2022 hebben duidelijk gemaakt dat we onze activiteiten voortdurend moeten optimaliseren om de kosten laag te houden en snel te kunnen groeien. Daarom hebben we enkele investeringen gedaan”, gaat Martijn verder.

Een daarvan was de uitbreiding en optimalisatie van het magazijn in Poitiers (FR) in 2022.

“We wilden een toekomstbestendig magazijn creëren dat bestand was tegen de snelle groei die we doormaken”, legt Just uit. “Tegelijkertijd hebben we de interne processen in het magazijn geoptimaliseerd om de kosten te verlagen door producten zo min mogelijk te verplaatsen. Dankzij de inspanningen van onze medewerkers en leveranciers en hun bereidheid om die extra stap te zetten, was het ondanks de turbulente tijden een geslaagd project.

Het magazijn in Poitiers is slechts een van de twaalf Kramp-magazijnen. Gezien de totale oppervlakte moeten wij onze magazijnen en het bijbehorende netwerk voortdurend optimaliseren. We gebruiken onze magazijnen niet alleen voor voorraad; ze hebben een cruciale rol in ons supply chain-netwerk. Ze fungeren bijvoorbeeld als interne distributiepunten om de leveringen aan leveranciers en klanten te optimaliseren. In 2023 volgen nog meer optimalisaties: de focus ligt met name op het verbeteren van de magazijnen in Nederland en Denemarken en het vinden van manieren om onze service te verbeteren en de kosten te verlagen in ons distributienetwerk.”

***“Integratie van supply chain-technologie is ook een belangrijke focus voor de toekomst.”***

***De pijlers van een duurzame, stabiele supply chain***

“Alles wat we doen, is erop gericht onze klanten zo goed mogelijk te helpen, beter dan onze concurrenten. Dat is een pijler die we hebben opgebouwd, moeten koesteren en voortdurend moeten verbeteren”, benadrukt Martijn. “Daarom verbeteren we actief onze prognoses, ons voorraadbeheer en onze verkoop- en operationele planning. Met meer voorspelbaarheid kunnen we onze magazijnen efficiënter bemannen, prognoses afstemmen op vervoerders, de inkoopvolumes aanpassen, financiële middelen beter toewijzen, etc.

Een andere pijler is technologie. We faseren oude systemen uit en finetunen onze bedrijfsprocessen voor de nieuwe systemen, zodat we onze klanten beter kunnen helpen. Integratie van supply chain-technologie is ook een belangrijke focus voor de toekomst.”





Danmarks største sortiment - tilgængelig 24/7

## Onze digitale toekomst vormgeven: MAYKERS

In september 2020 lanceerde Kramp Maykers, de online marktplaats voor leveranciers, dealers en boeren, als een pilot in Denemarken. De eerste twee jaar lag de focus op groei binnen Denemarken en het verbeteren van de gebruikerservaring. Sinds oktober 2022 is Maykers ook beschikbaar voor dealers en boeren in Frankrijk.

### **Maykers – de ervaring van een boer**

Harry Liselund is een boer uit de omgeving van Billund in de regio Jutland, Denemarken. Hij heeft de boerderij met paarden en akkerbouw overgenomen van zijn ouders. Hij was klant van Grene, totdat de leverancier tien jaar geleden werd overgenomen door Kramp. Hij was ook een van de eerste boeren die van KOS (Kramp Online Service) migreerde naar Maykers.

“Vorig najaar stuurde mijn dealer mij promotie-e-mails over Maykers”, vertelt Harry. “Op 2 november 2022 heb ik me op het platform geregistreerd. Twee dagen later kreeg ik telefoon van het Maykers-team, ze stelde zich voor en vroeg of ik vragen had of problemen ondervond. De overstap van KOS naar Maykers was heel eenvoudig. Ik ben geen held met computers en het is me toch gelukt, dus ik denk dat het anderen ook wel zal lukken.”

### **Meer keus**

“De zoekfunctie van Maykers werkt iets anders dan die van Kramp, maar ik was er snel aan gewend”, vervolgt hij. “Ik kan makkelijk vinden wat ik nodig heb. Omdat er meer aanbieders zijn dan alleen Kramp, is er meer keus en kan ik prijzen en producten vergelijken.

**“Het is makkelijk om producten te kopen, ik heb meer keuze en wordt nog steeds geholpen door mijn dealer.”**

Ik koop vooral reserveonderdelen voor mijn machines en soms gereedschappen. Ik vind het belangrijk dat de prijs-kwaliteitverhouding goed is. Ik heb ook goedkopere producten van andere verkopers geprobeerd, maar die voldeden niet aan mijn verwachtingen.”

### **Een goede relatie tussen dealer en boer**

“Wat ik ook belangrijk vind, is dat mijn dealer op Maykers zit. Ik ben heel blij dat ik een onderhoudspartner heb gevonden die de juiste onderdelen van de juiste kwaliteit heeft kunnen vinden.

De dealer zit wat verder weg, dus ik laat de producten het liefst hier bezorgen. Meestal als ik voor 18:00 uur bestel, heb ik het de volgende dag in huis. En als het zo uitkomt, kan ik producten ook via mijn dealer retourneren. Ideaal!”, besluit Harry.

[> Meer over Maykers](#)

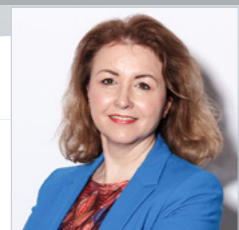


## De toekomst vormgeven met onze **MEDEWERKERS**

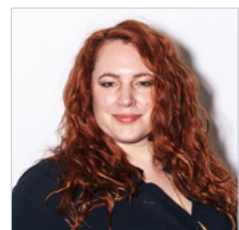
**Onze CHRO Andrea Bodstein-Walenciak en Head of Talent & Organisation Magdalena Miedzianowska leggen uit hoe Kramp omgaat met een uitdaging waar alle bedrijven mee worstelen: werving en personeelsbehoud.**

“Het was vorig jaar beduidend moeilijker om mensen aan te trekken en te behouden, vooral begin 2022”, zegt Andrea. “Daarom moesten we goed bekijken wat we onze medewerkers en kandidaten te bieden hadden.

Onze medewerkers zijn betrokken en blijven vaak lang bij Kramp werken, maar in deze zeer concurrerende markt zijn er toch een aantal weggegaan. Het is heel belangrijk dat we nagaan waarom ze die beslissing hebben genomen en de nodige verbeteringen doorvoeren.



Andrea Bodstein-  
Walenciak



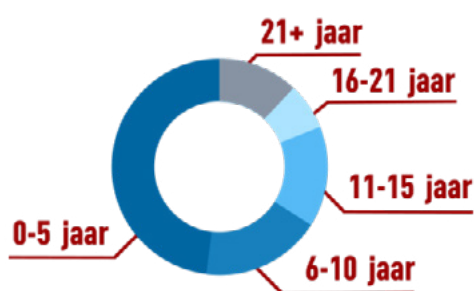
Magdalena  
Miedzianowska

**KWEE**   
**7,5**

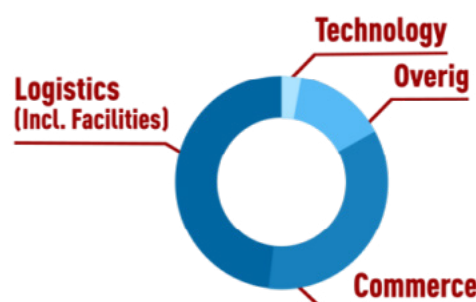
### FTE ONTWIKKELING:



### DIENTJAREN



### FTE AFDELINGEN



#### Een nieuwe aanpak van werving en personeelsbehoud

“Wat het werven nog moeilijker maakte, is dat het lang geleden was dat de omstandigheden zo moeilijk waren”, gaat Magdalena verder. “In het laatste kwartaal van 2022 besloten we over te stappen op een intern wervingsmodel om het proces sneller en efficiënter te maken en ons meer te richten op de beleving van de kandidaten.

Verder gaan we het wervingsproces voor de hele organisatie standaardiseren, geven we managers die werven meer training en digitale tools en zorgen we voor meer zichtbaarheid op social media. Ook hebben we onze salarispakketten transparanter gemaakt, flexibelere werktijden mogelijk gemaakt, ons trainingsaanbod uitgebreid en een leermanagementsysteem geïntroduceerd. En we vragen onze eigen mensen om hulp bij het

ontwikkelen van meer eLearning-mogelijkheden. We stimuleren onze mensen actief om door te groeien en nu creëren we meer formele trajecten om de mogelijkheden beter zichtbaar te maken.”

“De manier waarop we onze nieuwe waarden introduceerden, zorgde voor meer betrokkenheid en veel kansen om samen te komen, wat typisch is voor de Kramp Way”, zegt Andrea.

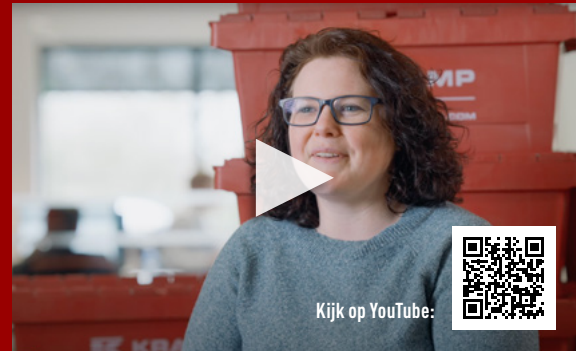
“Voor 2023 hebben we heel wat verbeteringen op de planning staan”, vervolgt Magdalena. “Vacatures transparanter delen om interne mobiliteit te stimuleren. Meer data om invulling te geven aan werving en personeelsbehoud, meertalige training in alle landen en ons merk als werkgever vernieuwen.”

[> Werken bij Kramp](#)

## Ervaringen van collega's

### Emma Slagter - O'flaherty

Emma Slagter – O'flaherty, assistent van CHRO en COO, is geboren in Australië en startte begin 2021 bij Kramp Groep in Varsseveld. Bekijk de video waarin Emma vertelt hoe ze in Nederland terecht kwam en haar tijd bij Kramp tot nu toe heeft ervaren.



### Olena Zakharenko

Olena Zakharenko, Manager Finance & Control, begon bij Kramp Oekraïne en verhuisde in 2022 naar Kramp Groep in Varsseveld. Zij vertelt over haar loopbaan bij Kramp tot nu toe. "Ik werk bij Kramp Oekraïne sinds maart 2021", vertelt Olena. "Een recruiter nam contact met me op over de functie van Manager Finance & Control voor Oekraïne. Ik wilde graag in een internationale omgeving werken en bij Kramp kon dat."

### Een heel menselijke aanpak

"Kramp heeft mijn verwachtingen overtroffen. Het is een groot bedrijf met een heel menselijke aanpak. Mijn collega's hebben niet alleen aandacht voor mijn professionele ontwikkeling, maar ook voor mijn persoonlijk welzijn. Ze zien je als een persoon met een leven en ze vinden het belangrijk dat je gelukkig bent. Het is heel bijzonder om te voelen dat er echt voor je gezorgd wordt in zo'n groot bedrijf."

### Een internationale kans

"In november 2022 werd ik Manager Finance & Control voor de Kramp Groep en verhuisde ik vanuit Oekraïne naar hier. Eerst had ik zo mijn twijfels over deze nieuwe functie in een vreemde omgeving, maar ik was blij met de nieuwe uitdaging. Vanuit managementoogpunt was het beslist een stap vooruit. Ik stuur een team Nederlanders aan en begin nu net een beetje Nederlands te leren. Je moet de tijd nemen om de mensen en hun cultuur te begrijpen. Ik heb altijd al in een ander land willen werken – voor mijn MBA heb ik in de VS gestudeerd – dus ik was heel enthousiast over deze stap.

Het werk is op een leuke manier uitdagend en ik voel dat ik nog kan groeien. Ik merk dat er veel mogelijk is binnen Kramp. Ik ben ook dankbaar voor de steun die Kramp sinds het begin van de oorlog heeft geboden aan onze collega's in Oekraïne. Ik ben er trots op dat ik voor een bedrijf werk dat op zoveel manieren heeft proberen te helpen."

***"Ik ben er trots op dat ik voor een bedrijf werk dat op zoveel manieren heeft proberen te helpen."***



Olena Zakharenko

## Ons RETAILCONCEPT in Polen vormgeven



Jacek Gbur



Beata Jarosz

In 2013 fuseerde Kramp met de onderdelenleverancier Grene, die met zijn winkelnetwerk een sterke aanwezigheid had in Polen. Jarenlang hebben we de naam Grene op alle winkels laten zien. In juni 2022 introduceerde het Poolse team het concept Powered by Kramp (PBK) bij de dealers. Dit was de eerste stap in een traject om alle 168 Grene-winkels te transformeren naar PBK. Commercial Director Jacek Gbur en Head of Retail Beata Jarosz vertellen over deze transitie.

“We hebben alle partnerdealers, franchises en ondernemers uitgenodigd voor een conferentie om Powered by Kramp te introduceren”, vertelt Jacek. “Het was een groot succes.”

“Grene was een grote naam in de sector”, legt Beata uit. “Onze strategie is om die bekendheid door te geven aan Kramp. Dit evenement was een belangrijke eerste stap en een mooie gelegenheid om te laten zien hoe PBK klanten kan helpen hun bedrijf te ontwikkelen.”

### **De voordelen van PBK**

“Onze klanten verwachten een uitgebreide pre- en after-sales service”, gaat Beata verder, “en PBK biedt dat. Geen enkel ander bedrijf hier biedt digitalisatie en de PBK-app trekt boeren naar de winkels.

We hebben de drempel voor dealers ook verlaagd, van minimaal 250 m<sup>2</sup> naar 100 m<sup>2</sup>. We hebben een PBK-loyaliteitsprogramma geïntroduceerd om betrokkenheid en prestaties te belonen. Franchisenemers hebben we de keuze geboden om zelfstandig te worden of over te stappen naar PBK. Ze wilden allemaal graag PBK worden!”

“Ze krijgen ook uitgebreide analysemogelijkheden”, vult Jacek aan. “Dat is uniek hier. Ze krijgen

gedetailleerde financiële prognoses, flexibele betalingsafspraken en preferentiële distributie. We helpen hen bij de indeling van de winkel, retail displays en marketing, plus plannen voor de langere termijn om hen te helpen hun boeren te ondersteunen. Het is echt een partnerschap.”

### **Onze shoppartners ondersteunen**

“Onze Poolse leveringssystemen zijn de beste in hun soort”, gaat Jacek verder. “We hebben geautomatiseerde inpaklijnen, 90% van de processen in het magazijn is gedigitaliseerd en we kunnen meer dan 1200 orders per dag verwerken en 3000 pakketjes per dag versturen. Maar liefst 98% van alle orders wordt op tijd geleverd.

Maar we blijven ons voortdurend ontwikkelen. We hebben ambitieuze plannen om het PBK-netwerk uit te breiden, nog meer franchisewinkels om te zetten naar PBK en minimaal dertien nieuwe PBK-winkels te openen. We hebben ook plannen voor vijf flagshipstores, elk met drie zones: een technisch zeer geavanceerde agristore; een showroom waar boeren en dealers Kramp-producten kunnen uitproberen voordat ze ze kopen; en een conferentie- en trainingscentrum. De eerste flagshipstore opent in juni 2023.”

## Wijzigingen in onze EXECUTIVE BOARD

Na het vertrek van Mario Babic (CCO) in december 2021 en Arnoud Klerkx (CDO) in juni 2022 kunnen we aankondigen dat we twee nieuwe Executive Board leden hebben gevonden. Rutger Bruijnen is in januari 2022 begonnen als onze nieuwe Chief Commercial Officer. En sinds september 2022 is Olivier Luxon onze nieuwe Chief Technology Officer. Met hun fantastische persoonlijkheid, kennis en ervaring zullen ze beiden een belangrijke bijdrage leveren aan het realiseren van onze ambities voor de toekomst.



**Rutger Bruijnen**

Bekijk de introductievideo om kennis te maken met onze nieuwe CCO



**Olivier Luxon**

Bekijk de introductievideo om kennis te maken met onze nieuwe CTO



Hans Scholten



Erik-Jan Smit

***“We kijken actief naar wat de milieuvriendelijkste producten zijn die in een behoefte voorzien.”***

## **Een** *DUURZAME TOEKOMST* **vormgeven**

**Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) zit in het DNA van Kramp. In 2022 hebben we ons officiële mvo-beleid geïntroduceerd. CFO en lid van het mvo-stuurgroep Hans Scholten en Corporate Social Responsibility Manager Erik-Jan Smit vertellen over onze vorderingen.**

In 2022 richtten we ons op onze waardepropositie, het verminderen van onze CO<sub>2</sub>-uitstoot, onze medewerkers en de samenleving en de manieren waarop we het verschil kunnen maken.

“Toen ik in april 2022 bij Kramp kwam, zag ik meteen dat er al veel goed werk was verricht”, vertelt Erik-Jan. “Onze collega’s waren heel gemotiveerd om positieve verandering teweeg te brengen en er waren veel initiatieven.”

### **Successen van 2022**

“In 2022 hebben we een CO<sub>2</sub>-dashboard opgezet dat onze CO<sub>2</sub>-voetafdruk voortdurend meet. Dat breiden we nu uit naar al onze partners”, vertelt Erik-Jan. “We geven meer aandacht aan duurzaamheid in ons assortiment. We maken duurzame keuzes in onze categorieplannen en kopen duurzamere producten in.”

“We kunnen natuurlijk niet de hele agrarische industrie veranderen, maar we kijken actief naar wat de milieuvriendelijkste producten zijn die in een

behoefte voorzien”, gaat Hans verder. “Dat houdt in dat we kijken naar de herkomst en productie van artikelen en naar de manier waarop de klant ze gebruikt. Een end-to-end evaluatie dus”, zegt Erik-Jan.

“Mens en maatschappij” beslaat alles van veiligheid en welzijn, diversiteit en inclusie tot het ondersteunen van agrarische communities”, zegt Hans. “Een mooi voorbeeld van die agrarische focus is dat we met ons team in Oekraïne de Oekraïense overheid hebben voorzien van de nodige hulpmiddelen om akkerland te ontminnen, zodat er veilig landbouw kan worden bedreven. Daarnaast hebben we € 100.000 gedoneerd aan het Rode Kruis en Oxfam.”

### **Werken aan de basis in 2023**

“In 2023 vernieuwen we onze gedragscode voor leveranciers en ontwikkelen we een governance-structuur om te zorgen dat we maatschappelijke en milieutechnische risico’s in onze supply chain signaleren, tot een minimum beperken en waar mogelijk voorkomen”, sluit Hans af.

> Actuele duurzaamheidsactiviteiten bij Kramp



Christian Weiss

## De impact van de *OORLOG* in Oekraïne

**De oorlog in Oekraïne heeft een enorme impact op onze medewerkers en vestiging in Oekraïne. Kramp ontwikkelde begin 2022 nood- en crisisplannen toen een oorlogsscenario steeds aannemelijker werd. Christian Weiss, Region Commercial Director, blikt terug op de situatie in Oekraïne in 2022.**

“De veiligheid van onze Oekraïense medewerkers en hun gezinnen zijn altijd onze belangrijkste prioriteit geweest. Vanaf het begin van de oorlog hielden we nauw contact en bereidden we scenario's voor om hen veilig uit het conflictgebied naar Lviv te brengen (de stad waar ons doorvoermagazijn staat) of zelfs naar Polen te evacueren als dat nodig was. We volgden de situatie op de voet om de veiligheid van alle betrokkenen te garanderen”, vertelt Christian. “Gelukkig slaagden we erin de communicatielijnen open en de IT-systemen actief te houden, zodat we contact konden houden.”

### **Helpende hand**

“Naast onze donaties aan het Rode Kruis en het leveren van de benodigde apparatuur aan de Oekraïense overheid om akkerland te ontminen, zetten veel van onze collega's ook lokale initiatieven op. Ons team in Polen zamelde basisproducten in voor Oekraïense vluchtelingen, doneerde PLN 50.000 aan een Poolse liefdadigheidsorganisatie, nam vluchtelingen in huis en bracht materialen met hun eigen auto naar de Oekraïense grens. Ook in veel andere landen zamelden collega's spullen in voor Oekraïne. In samenwerking met verschillende landen brachten we in maart 2022 allerlei ondersteunende

materialen per bus naar Oekraïne. Bij vertrek uit Oekraïne bracht de bus vluchtelingen naar Tsjechië om hen in veiligheid te brengen”, vertelt Christian.

### **Hoge veerkracht en betrokkenheid bij ons Oekraïense team**

“Ons team in Oekraïne is enorm veerkrachtig en de betrokkenheid is groot. Ondanks de oorlog en de onvermijdelijke problemen bleven de meeste collega's in Oekraïne en wilden ze het bedrijf draaiende houden en contact blijven houden met klanten. De landbouwactiviteiten in het westen en zuiden van Oekraïne gingen gewoon door. Commerciële vrachtwagens kwamen aan in Lviv en orders werden verzonden naar klanten. In juni lanceerden we onze lokale webshop in Oekraïne, waar gretig gebruik van werd gemaakt. Het marktaandeel van de webshop was in de eerste maanden ruim 70%, en de lancering ervan droeg bij aan het herstel van de activiteiten in de tweede helft van 2022. Tegen het eind van het jaar had Oekraïne ondanks alles een groei van 10% ten opzichte van vorig jaar gerealiseerd (in de lokale valuta). Ondanks de verwoestende situatie in Oekraïne wil ik benadrukken hoe trots ik ben op ons Oekraïense team en de hulp die andere teams hen hebben geboden”, sluit Christian af.



V.l.n.r.  
Koen Slippens  
Rutger Ruigrok  
Frederik Nieuwenhuys

## Verklaring van de *RAAD VAN COMMISSARISSEN*

### **Toezichthoudende en adviserende rol**

De rol van de Raad van Commissarissen (RvC) is het adviseren van de Executive Board en het monitoren van goed ondernemingsbestuur. De leden van de RvC bewaken de algemene gang van zaken van Kramp, waaronder de effectiviteit van interne risicobeheersings- en controlesystemen en de kwaliteit en integriteit van de financiële verslaggeving.

### **Vergaderingen van de Raad van Commissarissen**

De Raad van Commissarissen vergadert meerdere keren per jaar volgens een met de Executive Board overeengekomen schema. Eén keer per jaar bespreken we de strategie en het budget in een vergadering met de voltallige Executive Board. In 2022 hebben we elkaar vijf keer ontmoet.

Gedurende het jaar werd de RvC regelmatig op hoofdlijnen geïnformeerd over balansontwikkelingen, cashflow, resultaten en strategie. In 2022 waren de belangrijkste gespreksonderwerpen het budget, investeringen en herfinanciering, human resources, het Maykers-platform, de IT-strategie en successiemanagement. Deze discussies waren zeer open en werden bijgewoond door diverse managers van Kramp.

### **Werking en evaluatie van de Raad van Commissarissen**

Wij vinden het belangrijk dat de leden van de RvC zich kritisch kunnen opstellen en onafhankelijk kunnen handelen ten opzichte van elkaar, de Executive Board en eventuele specifieke belangen. De RvC evalueert ten minste eenmaal per jaar zijn eigen functioneren en dat van de leden. We zijn van mening dat de kennis, ervaring en competenties van de geselecteerde leden passend zijn voor de essentiële rol die de RvC vervult.

De voltallige RvC wil alle medewerkers van Kramp bedanken voor hun harde werk en toewijding in 2022. Dankzij hen hebben we opnieuw een positief resultaat neergezet in een jaar vol uitdagingen die buiten onze macht lagen. Met hun niet-aflatende steun geven we samen vorm aan een mooie toekomst voor ons bedrijf.

### **Rutger Ruigrok**

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



**“Onze financiële positie blijft sterk, met een gezonde solvabiliteitspositie van bijna 47%.”**

## **Financieel bericht van onze CFO**

# HANS SCHOLTEN

Chief Financial Officer Hans Scholten geeft een overzicht van alweer een recordjaar voor Kramp. “2022 was een jaar vol onverwachte gebeurtenissen, te beginnen met de oorlog in Oekraïne en de daaruit voortvloeiende inflatie en verstoringen in de supply chain. Toch hebben we veerkrachtig kunnen omgaan met deze gebeurtenissen en hebben we ons aanpassings- en voorspellingsvermogen verbeterd.”

### **Financiële en operationele resultaten**

“De inflatie drijft de kosten overal omhoog: personeel, distributie-energie, verpakkingen en de kosten van de producten die we verkopen. We haalden vorig jaar een omzet van € 1,1 miljard, 7% meer dan het jaar ervoor. Dat is 2,2% meer dan geprognosticeerd. Dit kwam echter niet doordat we meer verkochten, maar doordat we de prijzen

moesten verhogen omdat onze eigen inkooprijzen en operationele kosten hoger werden.

Ons netto omzetresultaat was dan ook € 1 miljoen lager dan in 2021. Onze niet-operationele kosten waren ook hoger, met wisselkoersverliezen toen de euro verzwakte.

Andere kosten waren de sluiting van Staplerkönig en de verkoop van Kramp Rusland. Staplerkönig is een Duitse startup die we zo'n twee jaar geleden hebben gekocht om ervaring op te doen in een verwante markt. Na twee jaar te hebben samengewerkt, kwamen Kramp en Staplerkönig tot de conclusie dat de verschillen in producten, cultuur en marktbenadering te groot waren om nader tot elkaar te komen. Met spijt in ons hart hebben we moeten beslissen Staplerkönig stop te zetten.

Het is ook niet makkelijk om een bedrijf te verkopen in een land dat in oorlog is. We vonden het heel belangrijk dat Kramp Rusland zijn activiteiten kon voortzetten – uit loyaliteit met onze mensen daar en vanwege zijn rol in de voedselproductie – en vonden laat in het jaar een koper. De verkoop zal worden afgerond in het tweede kwartaal van 2023 en resulteert in een aanzienlijk verlies in ons niet-operationele resultaat.”

#### **2021 vs. 2022**

“Als we de kosten van 2021 en 2022 vergelijken, zien we een stijging van € 16,5 miljoen (12%) in 2022,

terwijl de omzet slechts met 7% steeg. Al met al was het gezien de omstandigheden echter toch een goed jaar.

Ons resultaat is dan misschien lager dan in 2021, maar onze financiële positie is nog steeds heel sterk, met een gezonde solvabiliteitspositie van bijna 47%. Dankzij ons voorraadniveau kunnen we klanten een goede beschikbaarheid bieden.”

#### **Geleerde lessen om mee te nemen in 2023**

“We hebben waardevolle lessen geleerd over inflatie. We moeten de markt en de effecten van hogere inkooprijzen voor de voorraad veel nauwer opvolgen en ons aanpassen aan de markt. Het is een voortdurend leerproces. We moeten ook beter letten op kostenbeheersing.

We streven naar een omzetstijging van 7% voor 2023, waarvan de helft het resultaat moet zijn van een groter verkoopvolume. We verwachten 10% meer winst, een iets beter resultaat dan in het topjaar 2021. Het eerste kwartaal is goed gestart, in lijn met onze ambities, dus we zijn op de goede weg.”

#### **Ons aandeel vergroten om een familiebedrijf te blijven**

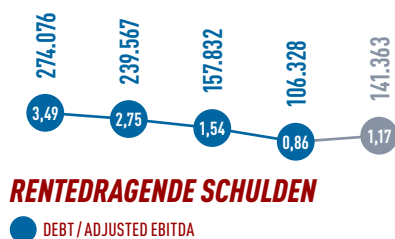
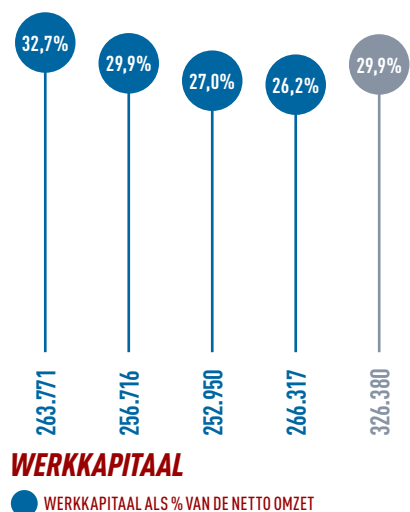
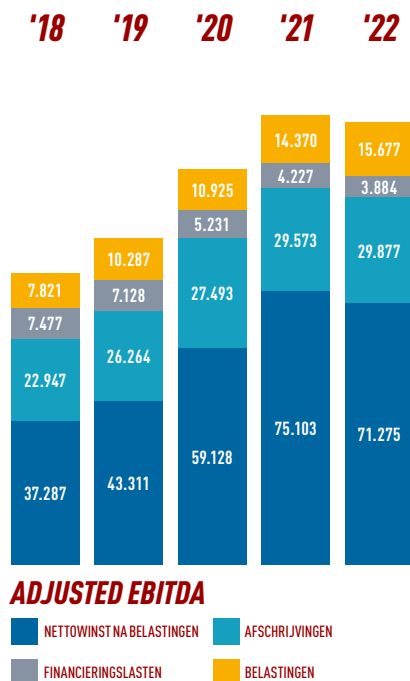
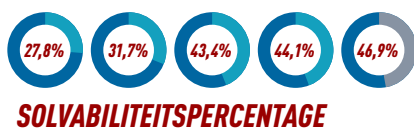
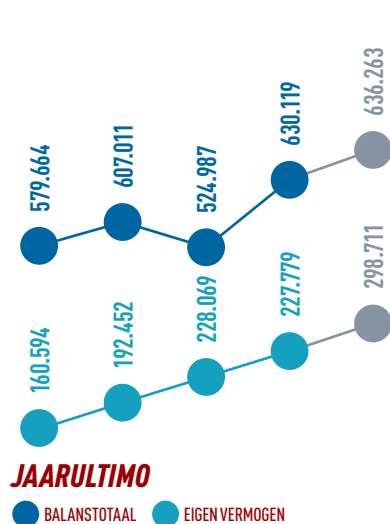
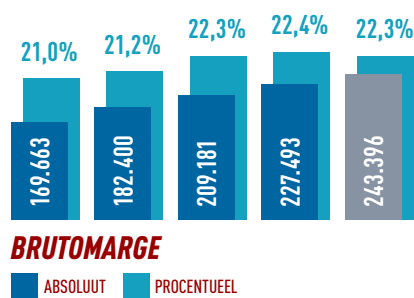
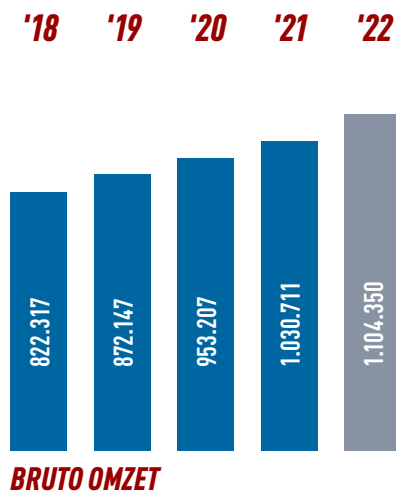
Dat we een familiebedrijf zijn, is een krachtig onderdeel van de Kramp-cultuur en is een van de redenen dat we al 72 jaar zo succesvol zijn. Wij zijn van mening dat het gunstig is voor Kramp en alle belanghebbenden om zo lang mogelijk een familiebedrijf te blijven.

Tussen 2000 en 2010 hebben onze CFO Hans Scholten, onze CEO Eddie Perdok en de investeringsmaatschappij NPM Capital alle aandelen van Kramp gekocht van onze tweede generatie aandeelhouders, Anjo Joldersma en Henk van Braak.

Sinds 2010 hebben Hans Scholten en Eddie Perdok 60% van de aandelen en NPM Capital 40%. Om te laten zien dat we geloven in een langdurige toekomst voor ons bedrijf, zijn ze met NPM overeengekomen om 15% van de totale aandelen terug te kopen, zodat ze 75% van de aandelen in hun bezit hebben.

Familiebedrijven denken in generaties en langdurige partnerschappen. We zijn ervan overtuigd dat deze beslissing gunstig is voor onze medewerkers, klanten en leveranciers. Het zorgt voor continuïteit en stabiliteit op de lange termijn en zowel Hans Scholten als Eddie Perdok zijn er trots op om op deze manier te kunnen investeren in onze gezamenlijke toekomst.

## Kerncijfers (x €1.000)



## Kerncijfers vijf jaar Kramp Groep

|                                                           | 2022      | 2021      | 2020    | 2019    | 2018    |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----------|---------|---------|---------|
| (x €1.000)                                                |           |           |         |         |         |
| Bruto omzet                                               | 1.104.350 | 1.030.711 | 953.207 | 872.147 | 822.317 |
| Netto omzet                                               | 1.092.719 | 1.017.476 | 937.020 | 859.130 | 807.807 |
| Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen | 71.275    | 75.103    | 59.128  | 43.311  | 37.287  |
| Buitengewoon resultaat na belastingen                     | -11.996   | 5.124     | 20.848  | -       | -       |
| Belastingen                                               | 12.739    | 14.370    | 14.028  | 10.287  | 7.821   |
| Netto financieringslasten                                 | 3.884     | 4.227     | 5.231   | 7.128   | 7.477   |
| Afschrijvingen                                            | 29.877    | 29.573    | 27.493  | 26.264  | 22.947  |
| EBITDA                                                    | 105.779   | 128.397   | 126.728 | 86.990  | 75.532  |
| Adjusted EBITDA                                           | 120.713   | 123.273   | 102.777 | 86.990  | 78.587  |
| Eigen vermogen jaarultimo                                 | 298.711   | 277.779   | 228.069 | 192.452 | 160.954 |
| Balanstotaal jaarultimo                                   | 636.263   | 630.119   | 524.987 | 607.011 | 579.664 |
| Solvabiliteitspercentage                                  | 46,9%     | 44,1%     | 43,4%   | 31,7%   | 27,8%   |
| Rentedragende schulden (DEBT)                             | 141.363   | 106.328   | 157.832 | 239.567 | 274.076 |
| DEBT/ Adjusted EBITDA                                     | 1,17      | 0,86      | 1,54    | 2,75    | 3,49    |
| Werkkapitaal                                              | 326.380   | 266.317   | 252.950 | 256.716 | 263.771 |
| Werkkapitaal als % van de netto omzet                     | 29,9%     | 26,2%     | 27,0%   | 29,9%   | 32,7%   |
| Aantal werknemers                                         | 3.142     | 3.076     | 3.037   | 3.003   | 2.857   |
| Brutomarge absoluut                                       | 243.396   | 227.493   | 209.181 | 182.400 | 169.663 |
| Brutomarge procentueel                                    | 22,3%     | 22,4%     | 22,3%   | 21,2%   | 21,0%   |
| Investerings (excl. goodwill)                             | 27.595    | 30.140    | 38.894  | 28.674  | 26.847  |

### Definities

Netto financieringslasten:

EBITDA:

Adjusted EBITDA:

rentebaten -/- rentelasten (exclusief valuatatoersresultaten)

nettoresultaat + belastingen + netto financieringslasten + afschrijvingen

als EBITDA met inachtneming van:

- 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;
- in 2018 12 maands EBITDA voor de acquisities in Italië en Spanje.

Solvabiliteitspercentage:

Rentedragende schulden (DEBT):

Werkkapitaal:

groepsvermogen jaarultimo : balanstotaal jaarultimo

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

voorraden + debiteuren -/- crediteuren

## Geconsolideerde balans per 31 december 2022

Pro forma jaarrekening 2022

|                             | 2022           | 2021           |
|-----------------------------|----------------|----------------|
| Activa (x €1.000)           |                |                |
| Immateriële vaste activa    | 48.000         | 50.672         |
| Materiële vaste activa      | 125.835        | 131.776        |
| Financiële vaste activa     | 17.298         | 20.310         |
| <b>Vaste activa</b>         | <b>191.133</b> | <b>202.758</b> |
| Voorraden                   | 305.272        | 267.470        |
| Vorderingen                 | 129.731        | 114.105        |
| Liquide middelen            | 10.127         | 45.786         |
| <b>Vlottende activa</b>     | <b>445.130</b> | <b>427.361</b> |
| <b>Totaal activa</b>        | <b>636.263</b> | <b>630.119</b> |
| Passiva (x €1.000)          |                |                |
| Eigen vermogen              | 298.711        | 277.779        |
| Minderheidsbelang derden    | 133            | 103            |
| <b>Groepsvermogen</b>       | <b>298.844</b> | <b>277.882</b> |
| <b>Voorzieningen</b>        | <b>5.934</b>   | <b>7.778</b>   |
| <b>Langlopende schulden</b> | <b>151.131</b> | <b>151.654</b> |
| <b>Kortlopende schulden</b> | <b>180.354</b> | <b>192.805</b> |
| <b>Totaal passiva</b>       | <b>636.263</b> | <b>630.119</b> |

## Geconsolideerde winst- en verliesrekening over 2022

Pro forma jaarrekening 2022

# 2022

# 2021

(x €1.000)

|                                                                  |                  |                  |
|------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Bruto omzet                                                      | 1.104.350        | 1.030.711        |
| Boni en kortingen                                                | -11.631          | -13.235          |
| <b>Netto omzet</b>                                               | <b>1.092.719</b> | <b>1.017.476</b> |
| Kostprijs van de omzet                                           | -849.323         | -789.983         |
| <b>Bruto omzetresultaat</b>                                      | <b>243.396</b>   | <b>227.493</b>   |
| Verkoopkosten                                                    | -100.195         | -91.236          |
| Algemene beheerskosten                                           | -50.400          | -42.898          |
| <b>Som der kosten</b>                                            | <b>-150.595</b>  | <b>-134.134</b>  |
| <b>Netto omzetresultaat</b>                                      | <b>92.801</b>    | <b>93.359</b>    |
| Rentebaten en soortgelijke opbrengsten                           | 681              | 312              |
| Rentelasten en soortgelijke kosten                               | -4.565           | -4.539           |
| Valuatakoersresultaten                                           | -1.987           | 288              |
| <b>Financieel resultaat</b>                                      | <b>-5.871</b>    | <b>-3.939</b>    |
| <b>Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen</b> | <b>86.930</b>    | <b>89.420</b>    |
| Belastingen resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening             | -15.677          | -14.370          |
| Aandeel in resultaat van ondernemingen waarin wordt deelgenomen  | 52               | 154              |
| Aandeel derden in resultaat                                      | -30              | -101             |
|                                                                  | <b>-15.699</b>   | <b>-14.317</b>   |
| <b>Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen</b>   | <b>71.275</b>    | <b>75.103</b>    |
| Buitengewoon resultaat                                           | -14.934          | 5.124            |
| Belastingen buitengewoon resultaat                               | 2.938            | -                |
| <b>Buitengewoon resultaat na belastingen</b>                     | <b>-11.996</b>   | <b>5.124</b>     |
| <b>Netto resultaat</b>                                           | <b>59.279</b>    | <b>80.227</b>    |

