

Jaarverslag 2015



**INVESTEREN
IN DE TOEKOMST**

Voor u ligt het jaarverslag van Kramp Groep, waarin u leest hoe Kramp Groep heeft gepresteerd over 2015, wat we bereikt hebben en willen bereiken in de jaren die komen. Naast interviews met CEO Eddie Perdok en CFO Hans Scholten, komt Anjo Joldersma aan het woord. Hij is oud-directeur van Kramp en neemt dit jaar afscheid als commissaris. Verder treft u onder andere een interview aan met René de Zeeuw, Sales Director voor de divisie landbouwwerktuigen van Kongskilde. Hij vertelt over het partnerschap tussen Kramp en Kongskilde. In dit verslag vindt u de pro forma jaarrekening die is ontleend aan de jaarrekening van Kramp Groep B.V. Veel leesplezier.

‘ONDERWEG NAAR
● EEN STATE-OF-THE-ART
E-BUSINESS BEDRIJF’

Inhoudsopgave

Interview CEO Eddie Perdok	4
Investeren in partnerschappen	8
Profiel van de onderneming	11
Investeren in relaties met klanten	14
Interview CFO Hans Scholten	16
Partnerschap met Kongskilde	20
Inspirerende werkomgeving	22
Portret van een trainee	24
Investeren in mensen	25
Raad van Commissarissen	26
Geconsolideerde Jaarrekening	29

‘Voortdurend investeren om succesvol te blijven’

“Laat ik beginnen met te zeggen dat Kramp een heel mooi bedrijf is met een geweldige club mensen. Wij hebben een goed jaar achter de rug. 2015 is een goed voorbeeld van hoe we als bedrijf kunnen en willen presteren”, aldus CEO Eddie Perdok.

Met een omzetstijging van 5% en een winstgroei van 24% in een uitdagende markt kan de CEO van Kramp Groep ook niet anders dan tevreden zijn. “Dat ik tevreden ben, heeft niet alleen te maken met de mooie cijfers die we kunnen laten zien, maar ook met de betrokkenheid van onze mensen. Het afgelopen jaar hebben we ook een tevredenheidsonderzoek gehouden onder onze medewerkers en als werkgever scoren we een 7,8. Daarmee behoren we tot de top van Europa, ook daar ben ik ontzettend trots op.”

Kramp laat een groei zien in een markt die het moeilijk heeft.

“Je ziet dat de omzetcijfers van grote tractorfabrikanten dalen tot 25% en de winst soms met 50%. Het is dan tekenend dat wij nog kunnen groeien. Dat maakt duidelijk waar we staan en wie we zijn: een onderneming met een sterk fundament, een sterke marktpositie, financieel gezond en met een businessmodel dat minder gevoelig is voor economische ontwikkelingen in de wereld.”

Waarom zit het geheim van het succes?

“We plukken de vruchten van investeringen die we in het verleden hebben gedaan. Enkele jaren geleden hebben we bijvoorbeeld flink geïnvesteerd in de internationale uitbreiding van ons netwerk door middel van een salesorganisatie en infrastructuur in landen waar we nog geen grote marktpositie hadden. Nu zie je dat dit zich uitbetaalt. We groeien flink in Frankrijk, Italië en Oost-Europa. Daarnaast zie je dat de voordelen van de fusie tussen Kramp en Grene nu ook in de resultaten terug te vinden zijn. Door grotere inkoopvolumes zijn de marges

verbeterd. Wij hebben kunnen profiteren van efficiencyvoordelen die het samengaan van beide ondernemingen met zich meebrengt en we hebben de kosten nog beter onder controle weten te houden.”

Net als een jaar eerder is er in 2015 flink geïnvesteerd. Waarom?

“Kramp Groep wil doorgroeien naar een onderneming met 1 miljard euro omzet. Om dat te bereiken moeten wij blijvend investeren en zorgen dat onder meer onze IT-systemen daar klaar voor zijn. Momenteel zijn we druk bezig om één IT-platform te implementeren voor alle Kramp en Grene vestigingen. Hierdoor kunnen we processen beter optimaliseren en op elkaar afstemmen en onze klanten vervolgens nog meer kwaliteit bieden. Overigens blijft het niet bij IT. We investeren ook in onze magazijnen om onze producten snel en betrouwbaar te kunnen leveren aan onze klanten en in onze e-commerce zodat klanten nog makkelijker en sneller producten kunnen vinden. It's that easy.”

**‘WE WILLEN ONMISBAAR
ZIJN VOOR ONZE KLANTEN
EN LEVERANCIERS’**

Eddie Perdok, CEO Kramp Groep



Investeren in locaties

De afgelopen periode is er flink geïnvesteerd in kantoren en magazijnen van Kramp Groep, zo ook in het Poolse Konin.



Partnerschappen zijn belangrijk voor het succes van Kramp Groep. Kunt u uitleggen waarom?

“Onze ambitie is om de essentiële partner te zijn voor zowel klant als leverancier. We willen in feite onmisbaar zijn, daarin ligt het succes van Kramp. Onmisbaar voor onze klanten omdat we deel uitmaken van hun dagelijkse onderdelenverzorging en onmisbaar voor leveranciers omdat wij ze een platform kunnen bieden naar gebruikers en eindgebruikers. Daarom ben ik blij met de stappen die we dit jaar gezet hebben. Zo is het samenwerkingsverband met AGCO met vijf jaar verlengd en hebben we een nieuwe samenwerking met Kongskilde. Voor de klanten van het merk Kongskilde gaan we de complete originele onderdelenverzorging verzorgen. Een mooie stap voor Kramp en ik ben ervan overtuigd dat andere fabrikanten van landbouwmachines het voorbeeld van Kongskilde gaan volgen en met ons gaan samenwerken.”

Wat zijn uw verwachtingen voor 2016?

“Als het gaat om de markt verwacht ik een soortgelijk jaar als vorig jaar. Toch denk ik wel dat er een voorzichtig herstel gaat inzetten. Het vertrouwen moet hersteld worden en als dat gebeurt kunnen we met z'n allen weer vooruit kijken. De eerste cijfers van CEMA wijzen erop dat we in de goede richting gaan. Dat is goed voor boeren, goed voor onze klanten en natuurlijk goed voor ons.”

Wat zijn de verwachtingen voor Kramp Groep?

“Ik ga er vanuit dat we net als vorig jaar een mooie omzetgroei kunnen laten zien van zo'n 5% en dat we net als in 2015 ook in 2016 weer marktaandeel gaan winnen. Daarnaast gaan we ook in 2016 verder met investeren in onze IT, e-commerce en logistiek zodat we aan alle voorwaarden voldoen om te blijven groeien. In 2016 gaan we ook onze huismerken sterk in de markt zetten. Hiermee bieden we onze dealers producten van goede kwaliteit die niet misstaan in hun winkels en hiermee helpen we onze klanten succesvol te zijn in de verkoop van onderdelen en accessoires naar hun klanten.”

“Verder blijven we natuurlijk altijd bezig om onze service naar klanten te verbeteren en om ze nieuwe tools aan te reiken waarmee ze gemakkelijk zaken met ons kunnen doen. Daarbij kun je denken aan de Product Configurator die nu al op de website te vinden is en waarmee eenvoudig slangen en cilinders besteld kunnen worden. En, zeker niet als laatste, investeren wij in onze mensen door middel van het bieden van opleidingsmogelijkheden en managementprogramma's en wij investeren ook in nieuwe collega's, e-commerce specialisten en trainees.”

Tenslotte, waar denkt u over 5 jaar te staan?

“Over vijf jaar zijn we nog steeds een bloeiende onderneming met 1 miljard euro omzet en zijn we een state-of-the-art e-businessbedrijf waar ook de eindgebruiker via onze dealers, gebruik van kan maken. We zijn sterker aanwezig in retail en zijn zodoende een spin in het web op online en offline gebied. We hebben onze dienstverlening naar dealers verder verbeterd door onder meer het voorraadbeheer te optimaliseren en we helpen de dealers succesvol te zijn bij het zakendoen met hun klanten. Als werkgever zijn we een inspirerend bedrijf om voor te werken, staan we open voor nieuwe ideeën en werken we mét en voor elkaar. Zowel intern als extern maken we het zo gemakkelijk mogelijk voor onze partners. It's that easy.”

v.l.n.r.

Carsten Thygesen _____ Supplier & Category Management

Hans Scholten _____ CFO

Eddie Perdok _____ CEO

Mario Babic _____ Sales, Marketing & E-business

Tom Wolterinck _____ Operations, HR & IT

Investeren in langetermijnrelaties

Voor de continuïteit van Kramp Groep is het een must om te investeren in partnerschappen. Dit geldt voor zowel de relatie met onze klanten als die met onze leveranciers. We investeren in langdurige relaties, want kortetermijnrelaties dragen niet bij aan het succes van morgen.

Klanten

Met onze klanten gaan we graag het gesprek aan en dat gaat verder dan alleen het verkopen van onderdelen, waarvoor ze prima op onze webshop terecht kunnen. In de gesprekken die Account Managers met klanten voeren worden veelal plannen opgesteld om onze klanten te helpen succesvol te zijn.

Account Manager Bert Willems: "We bespreken de ambities die de klanten hebben en waar wij ze bij kunnen ondersteunen. Dan kan het gaan over het bestelproces gemakkelijker maken met EDI of een Aanvulservice, maar we ondersteunen ook met de verkoop naar eindgebruikers. Zo kunnen we een bijdrage leveren met een 'Powered by Kramp shop' of via een webshop met de Kramp Online Service. Juist dat meedenken wordt gewaardeerd, dat merk je. Doorgaans kom je jaren bij een klant over de vloer en als je een bedrijf in de loop van de tijd ziet groeien, is het mooi als je daaraan bijdraagt. Nu en in de toekomst."

Leveranciers

Door het transparanter worden van de internationale markten is het nog essentiëler geworden om ook aan strategische samenwerking met leveranciers te bouwen. "Dit doen we binnen Supplier & Category Management door met onze belangrijke leveranciers groeiplannen te maken voor de toekomst", legt Category Manager Jeroen van Zalm uit. "Onze USP's zoals een Europese dekking en slimme logistieke concepten maken het voor leveranciers interessant om



Account Manager Bert Willems (l) in gesprek met Tonny Weevers, eigenaar van LMB De Nieuwstad.

'WE ONDERSTEUNEN KLANTEN OM HUN AMBITIES WAAR TE MAKEN'

zaken te doen met Kramp. In de samenwerking met onze leveranciers proberen we onze krachten en die van de leverancier zo goed mogelijk te bundelen, zodat we er allebei sterker uitkomen."

"Wij bieden onze leveranciers een internationaal e-business platform met een bereik van 40.000 klanten in Europa. Welke leverancier zou zijn producten niet in deze winkel willen etaleren? Het is echter geen vrijblijvende relatie. Wij verwachten dat leveranciers willen samenwerken en samen willen groeien."

OEM's

Kramp gaat ook graag relaties aan met fabrikanten van tractoren en landbouwmachines. Al jaren is er een partnerschap met AGCO, dat onlangs met vijf jaar verlengd is, en met SDF als het gaat om het leveren van universele onderdelen en accessoires naar hun dealers. Met landbouwmachinefabrikant Kongskilde is eind 2015 een samenwerkingsverband afgesloten waarbij Kramp de complete originele onderdelenvoorziening voor zijn rekening gaat nemen. Soortgelijke afspraken zijn er ook met onder andere Lemken en Kverneland.

Partnerschap is dus belangrijk voor Kramp Groep. We willen dé essentiële partner zijn voor klanten en leveranciers. We willen onmisbaar zijn in de meest positieve zin van het woord.

Blik op de toekomst

ZG Raiffeisen
Technik



Al twaalf jaar werken ZG Raiffeisen Technik GmbH en Kramp succesvol samen. In die periode hebben ze elkaars groei kunnen versterken en is de samenwerking uitgegroeid tot een echt partnerschap. Samen hebben ze nog veel kansen. Bij beide ondernemingen wordt veel waarde gehecht aan klantgerichtheid en innovatiekracht en dat verbindt. Georg Baumann, directeur van ZG Raiffeisen Technik GmbH, laat zijn licht schijnen op deze samenwerking, de visies en de verwachtingen.



Georg Baumann, directeur van ZG Raiffeisen Technik GmbH

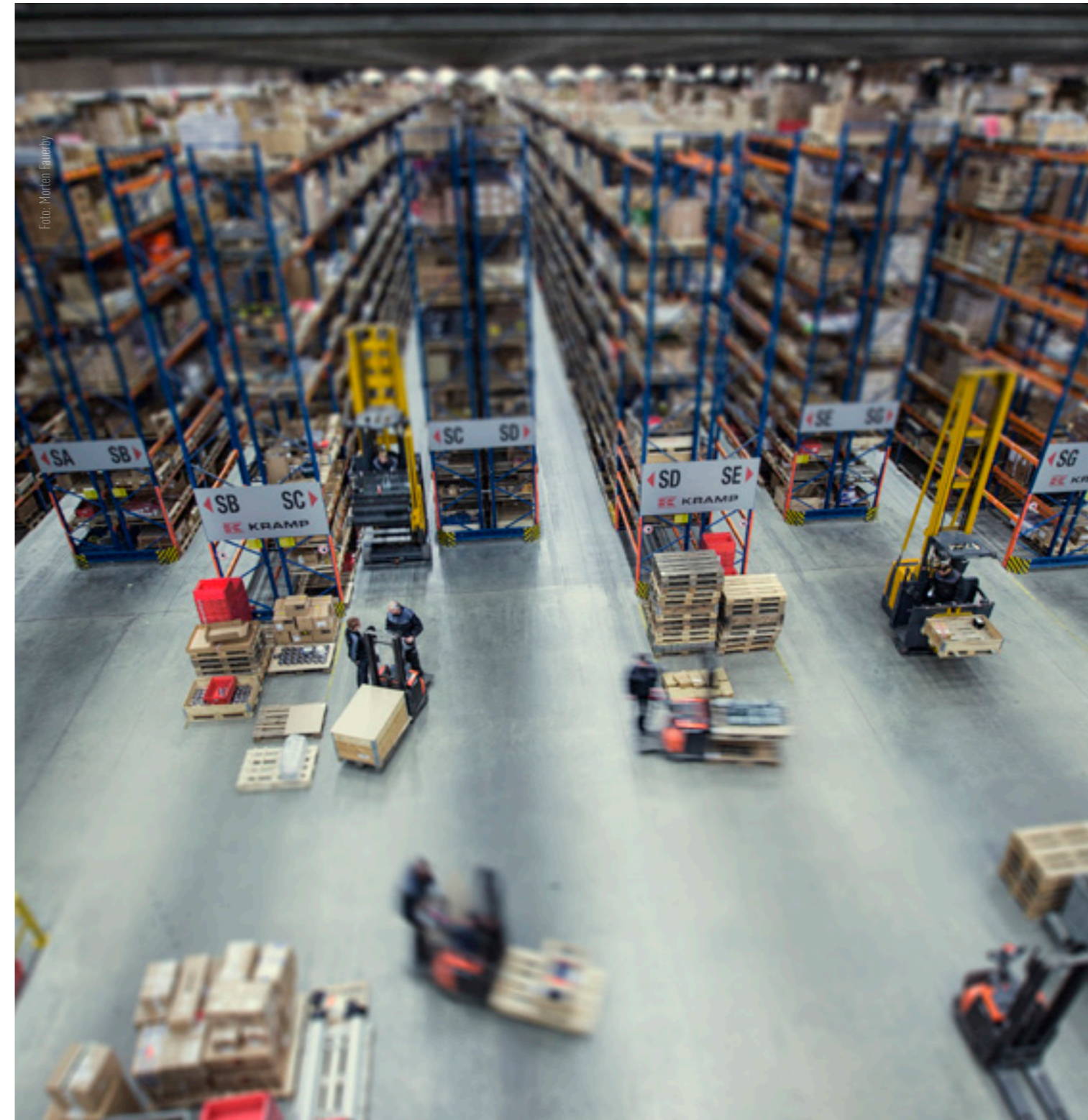
“Landbouwtechniek is onze kernactiviteit. De overige activiteiten zijn verdeeld over de segmenten tuin- en bosbouwtechniek, melk- en staltechniek, gebruikte landbouwmachines, onderdelenvoorziening en reparatie.” Tot de klanten van ZG Raiffeisen Technik GmbH behoren boeren maar ook loonwerkers, bosbouwers, tuinbouwers en overheidsinstellingen. De uitdaging voor het bedrijf ligt vooral in de samenstelling van de regio: “Bij ons vind je bijna alle landbouwculturen. De klant verwacht een even zo breed assortiment machines, apparaten en toebehoren”, aldus Georg Baumann.

In het begin van de samenwerking met Kramp, vanaf 2004, heeft ZG Raiffeisen Technik GmbH in 27 vestigingen door Kramp nieuwe shops laten inrichten. Momenteel maakt de onderneming gebruik van de EDI-service en de hydrauliekservice en werkt ze samen met Kramp aan een webshop voor eindgebruikers. “Met Kramp hebben we een totaalleverancier met slagkracht, die in staat is onze wensen direct te vervullen. Persoonlijk raak ik elke keer als ik de deskundigheid en inzet van de Kramp-medewerkers ervaar, weer overtuigd van de samenwerking”, aldus Baumann.

Techniek die zich steeds verder en sneller ontwikkelt, veel sectoren die volledig geautomatiseerd worden, al deze ontwikkelingen dwingen tot duidelijke keuzes. ZG Raiffeisen Technik GmbH wil zich meer en meer gaan richten op haar basis - de klant zelf. “Immers degene die de beste service biedt, zal ook het meest succesvol zijn in zijn klantenbinding. Kramp neemt ons hierbij werk uit handen.”

Kramp. It's that easy.

“Blijf zo dicht mogelijk bij het eten, want dat is het laatste wat een mens opgeeft”, was een bekende uitspraak van Gerrit Johan Kramp, grondlegger van Kramp Groep. Met dat eten doelde hij op de agrarische industrie. Met deze filosofie in het achterhoofd, is Kramp Groep in 65 jaar gegroeid van een eenmansbedrijf in een schuur van 27 m² tot een modern e-business bedrijf en Europa's grootste aanbieder van onderdelen en services voor de agrarische industrie. We zijn actief onder de naam Kramp. In Scandinavië onder de naam Grene en ook onze Poolse retailtak draagt de naam Grene.





Think global, act local

Hoewel Kramp Groep intussen een Europees bedrijf is, staan wij dicht bij onze klanten. 'Think global, act local' is een denkwijze die typerend is voor de manier waarop Kramp Groep zaken doet. Altijd denken in oplossingen en de taal van de klant spreken zit in ons doen verankerd. Wij zijn een betrouwbare partner voor onze klanten en onze leveranciers. Een bedrijf met betrokken medewerkers waar je op kunt rekenen. Partnerschap is essentieel voor ons en dat is het ook altijd geweest.

Zowel Kramp als Grene zijn van oorsprong familiebedrijven en de waarden die daarbij horen vormen de basis van ons denken en doen. 'Klant eerst' is één van deze waarden. In ons doen en laten staat de klant altijd voorop. Daarom is Kramp Groep veel meer dan alleen een leverancier van onderdelen. Als onze klanten succesvol zijn, dan zijn wij dat ook. Niet voor niets zijn we uitgegroeid tot marktleider in Europa.

Innovatief bedrijf

Kramp Groep is een innovatief bedrijf. Oprichter Gerrit Johan Kramp wist al dat je het je klanten zo gemakkelijk mogelijk moet maken. Daarom introduceerde hij de papieren catalogus. Jaren later was Kramp één van de eerste bedrijven in de sector met een webshop. Opnieuw met maar één gedachte in het achterhoofd: het werk voor onze klanten gemakkelijk maken. Dat hebben we in het verleden gedaan en dat blijven we ook in de toekomst doen. Vandaar ook onze slogan: 'Kramp. It's that easy.' Daar kun je ons aan houden.

USP's
van
Kramp



**WEBSHOP &
ONLINE SERVICE**



**ONE-STOP-
SHOP**



**MULTI
BRAND**



**SNELLE
LEVERING**



**DELEN VAN
KENNIS**



**INNOVATIEVE
SERVICES**



**MOBILE
OPLOSSINGEN**



**RETAIL
CONCEPTEN**

€699

MILJOEN OMZET

8,4

KLANT-
TEVREDENHEID

2603

MEDEWERKERS
(FTE)

7,8

MEDEWERKERS-
TEVREDENHEID

803

DUIZEND ONDERDELEN
IN DE WEBSHOP

70-120

DUIZEND ORDERREGELS
PER DAG

24

VERKOOP KANTOREN

9

DISTRIBUTIE-
CENTRA

Investeren in toegevoegde waarde

Al jaren levert Kramp Groep niet alleen producten maar ook services. Investeren in Business Solutions zoals Scan to Mobile om eenvoudig producten te bestellen, Two Bin en de Aanvulservice en Setlevering worden gewaardeerd door klanten. Daarnaast biedt Kramp een breed scala technische services aan zoals de configuratie van hydraulische cilinders, het frezen en brootsen van splines en aftakas-profielen en engineering. Ook online is Kramp van toegevoegde waarde voor zijn klanten.

‘ONZE KLANTEN WILLEN OOK ONLINE KUNNEN BESTELLEN’



Anne Zwaan, Parts Manager Mechanisatiebedrijven De Blaauw



Om dealers online een platform te bieden voor hun klanten is Kramp Online Service in het leven geroepen. Met deze service krijgt de dealer een webshop in zijn eigen huisstijl die eindgebruikers toegang biedt tot het brede assortiment van Kramp Groep. “Dit is een goed voorbeeld waarin we samen met dealers optrekken”, vertelt International Marketing & E-business Manager Robbert van Dijk. “We bieden een online oplossing zodat onze klanten hun klanten optimaal kunnen bedienen. De dealer kent zijn klanten het beste, hij weet waar zijn klanten behoefte aan hebben en heeft de contacten. Via Kramp Online Service kan hij zijn klanten nu ook online service verlenen en hen helpen de juiste onderdelen snel beschikbaar te hebben.”

Succes met Kramp Online Service

Eén van de dealers die met succes gebruik maakt van de service is Mechanisatiebedrijven De Blaauw. Parts Manager Anne Zwaan: “We maken al jaren gebruik van de online oplossing, eigenlijk vanaf het begin met de voorloper van de huidige Kramp Online Service.” Voor Zwaan was het een logische stap: “De magazijnmedewerker van vandaag is niet meer de magazijnmedewerker van pakweg vijf jaar geleden, dat geldt ook voor onze klanten. Klanten willen ook online kunnen bestellen. Onder meer door de Kramp Online Service kunnen we ze dit bieden.”

Ook de mogelijkheid om de producten bij de deur afgeleverd te krijgen, is volgens Zwaan een grote pré. Al beseft hij ook dat nieuwe klanten niet zomaar komen binnenstappen. “Daar moeten we actie op ondernemen, we wijzen nieuwe klanten op de mogelijkheden van onze webshop. Daarbij worden we door Kramp ondersteund als het gaat om marketingmateriaal.” De Blaauw is een goed voorbeeld van hoe een dealer succesvol kan zijn met Kramp Online Service. Voor het mechanisatiebedrijf in het noorden van Nederland is het intussen een extra inkomensbron.

Product Configurator

Ook de eigen webshop van Kramp wordt constant doorontwikkeld. Zo zorgt het e-commerce team ervoor dat klanten sneller het juiste product vinden en dat het gebruikersgemak verder toeneemt. Een ander voorbeeld is de Product Configurator. Deze zorgt ervoor dat websitebezoekers zelf producten kunnen samenstellen.

De Cilinder Configurator was als eerste online, onlangs is de Slang Configurator toegevoegd. Marcel Walvoort is binnen Kramp verantwoordelijk voor de Product Configurator en legt de belangrijkste voordelen uit: “Tijdwinst is één van de grote voordelen. Klanten kunnen nu zelf achter de computer een cilinder of slang naar wens samenstellen op het tijdstip dat hen het beste uitkomt en met een druk op de knop plaatsen de klanten het product in hun winkelmand. In het geval van de cilinder is er ook nog direct een technische tekening beschikbaar, die de klant kan exporteren naar zijn eigen tekenpakket.”

Zowel de Product Configurator als de Kramp Online Service zijn voorbeelden van hoe Kramp blijft investeren in de online dienstverlening aan zijn klanten.

‘WE WILLEN VOOROP BLIJVEN LOPEN’

Hans Scholten, CFO Kramp Groep

Groeien in een uitdagende markt

Kramp Groep heeft een goed jaar achter de rug. De omzet over 2015 steeg met bijna 5% naar 699 miljoen euro. Het operationeel resultaat (EBITDA) steeg met bijna 20% naar net geen 81 miljoen euro. Een mooi resultaat, zeker gezien de situatie waarin de agrarische markt zich bevindt.

CFO Hans Scholten kijkt dan ook tevreden terug op het afgelopen boekjaar. “Absoluut, ondanks dat we achter blijven op de begroting en de groei minder is dan vorig jaar. De agrarische sector heeft het nog steeds lastig.

De prijzen van agrarische producten staan al langere tijd onder druk. Dit zorgt ervoor dat boeren niet gemakkelijk geld uitgeven en dat merken de mechanisatiebedrijven en tractorfabrikanten. Vooral de laatste groep zag de omzet met tientallen procenten afnemen. Als wij als Kramp Groep dan een groei kunnen laten zien, doen we het gewoon heel erg goed.”

In het bijzonder in de groeiemarkten heeft de onderneming, net als vorig jaar, mooie cijfers laten zien. Scholten: “In Frankrijk doen we het nog steeds goed met een plus van 19%, hetzelfde resultaat zien we in Rusland. In Zuid-Europa doen we het ook uitstekend met een flinke groei in Spanje, Portugal en Italië.” Verder liet Kramp groei zien in de Oost-Europese landen als Tsjechië, Hongarije en Slowakije. De gevestigde landen laten een iets lagere groei zien. Landen als Polen, Duitsland en Denemarken hebben een duidelijk

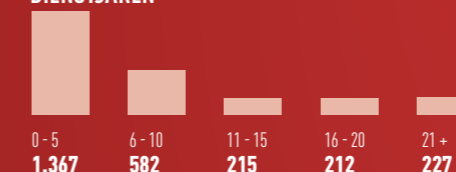
moeilijker jaar achter de rug. “Maar dat is grotendeels terug te voeren op de lokale marktsituatie, we hebben daar geen marktaandeel verloren, integendeel.”

De fusie tussen Kramp en Grene werpt nu duidelijk haar vruchten af en draagt bij aan het resultaat van Kramp Groep. Scholten: “De voordelen die in 2014 slechts deels zichtbaar waren, zijn in 2015 beter tot hun recht gekomen. Daarbij kun je denken aan betere afspraken met onze leveranciers omdat we producten op grotere schaal afnemen waardoor onze marge verbeterd is. Het duurt gewoon even voordat je het resultaat ziet. De voordelen van de fusie blijven we het komende jaar ook nog zien.”



Kerncijfers medewerkers 2015 (IN FTE)

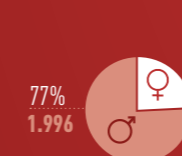
DIENSTJAREN



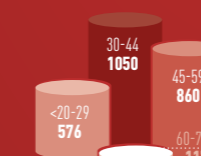
LANDEN



GESLACHT



LEEFTIJDEN

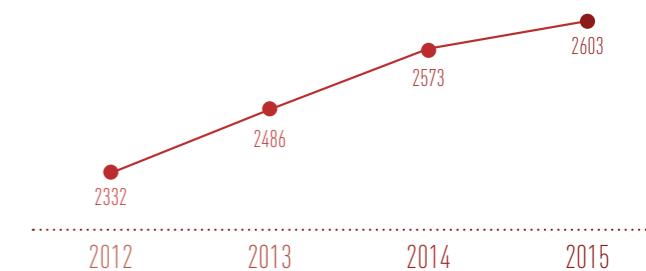


AFDELINGEN



Personeelsbestand

Het personeelsbestand van Kramp Groep is gegroeid naar 2.603 FTE. Een logisch gevolg kijkend naar de groei van de onderneming. “Vooral op het gebied van IT hebben we veel collega’s mogen verwelkomen en dat lag ook in de lijn der verwachting. We willen voorop blijven lopen in onze sector en dan hebben wij mensen nodig die over de juiste vaardigheden beschikken en ons daarbij kunnen ondersteunen.”



Personeelstoename (in FTE's)

Investeren

De groei van de onderneming wordt ook weerspiegeld in de investeringen die over 2015 gedaan zijn: 23 miljoen euro. Een groot gedeelte van dat bedrag, 7,7 miljoen euro, komt voor rekening van de verbouw en nieuwbouw van panden. Onder meer in Polen en Frankrijk zijn de magazijnen uitgebreid. Daarbovenop komen de investeringen voor de in de gebouwen aanwezige inrichting en mechanisering. Net als een jaar eerder is er ook flink geïnvesteerd in IT (8,5 miljoen euro). “En dat blijven we ook doen”, aldus de CFO. “We willen ons nog meer profileren als een e-business bedrijf en de vooruitstrevende rol behouden die we nu in

Frankrijk klaar voor de toekomst

Frankrijk is een groeimarkt voor Kramp. Vandaar dat de vestiging in Poitiers flink is uitgebreid om aan de toenemende vraag naar onderdelen te kunnen voldoen.

onze sector hebben. Iedereen zoekt zijn of haar informatie online en daarom is het belangrijk om daar als bedrijf een ondersteunende en leidende rol te kunnen spelen. De juiste producten vinden en bestellen moet eenvoudig zijn. Dat is ook de reden dat we de systemen die we nu gebruiken in Grene Nordics, Grene Polen en Kramp samenvoegen tot één. Dat maakt het voor onze klanten én onszelf gemakkelijker.”

“Ook blijven we constant verbeteringen doorvoeren aan onze webshop. Dat doen we met onze IT-mensen en ook het e-commerce team is flink uitgebreid. Door beter na te gaan wat onze klanten zoeken en wanneer, kunnen we ze nog beter van dienst zijn. Ook de komende jaren blijft dit één van onze grootste aandachtspunten. Overigens is dit niet alleen van belang voor ons en onze klanten, maar het gaat een stap verder. Via onze Kramp Online Service kunnen eindgebruikers gebruik maken van de webshop van de dealer, die gekoppeld is aan Kramp. Hierdoor kan de dealer een webshop aanbieden in zijn eigen kleuren en stijl en hebben eindgebruikers toegang tot het ruime assortiment dat wij als Kramp bieden.”

“Data-security is van essentieel belang voor Kramp. Vandaar dat we daar ook blijvend in investeren. Klanten moeten er vanuit kunnen gaan dat we uiterst zorgvuldig met hun gegevens omgaan en er alles aan doen om misbruik te voorkomen.”

Duurzaamheid

Kramp Groep wil zoveel mogelijk een duurzame onderneming zijn. Ook de panden en magazijnen worden zoveel mogelijk op een energiezuinige manier verwarmd. Duurzaamheid is mede de reden dat in een recent verleden de Code of Conduct voor leveranciers in het leven is geroepen. Hierin wordt leveranciers gevraagd om zich aan bepaalde richtlijnen te houden.

“Duurzaamheid is binnen Kramp al jaren een gegeven. Denk alleen maar aan de rode kratten voor het verpakken van de bestelde goederen die we al met veel succes in verschillende landen inzetten. Ook onze Setlevering verzorgen we in een duurzame retourverpakking en voor verpakkingsmateriaal gebruiken we 100% gerecycled papier. Kramp Nederland draait volledig op groene stroom. Verwarming en koeling vinden plaats met behulp van geothermie. Daarnaast hebben we in Varsseveld oplaadpunten voor elektrische auto's en is er in de magazijnen verlichting geïnstalleerd die automatisch uitschakelt als er niemand aan het werk is”, legt Scholten uit. “Uiteraard is duurzaamheid meer dan alleen zorg voor het milieu. We investeren in de ontwikkeling van onze mensen en we bieden mensen die afstand hebben tot de reguliere arbeidsmarkt een plek binnen onze organisatie. Natuurlijk willen we een mooie winst maken, maar we vergeten de andere twee waarden niet. People, Planet en Profit gaan bij Kramp hand in hand.”

Financiële positie

De voorraadpositie is toegenomen met 4%, in lijn met de omzetgroei. Een bewuste keuze. “Een hoge servicegraad is belangrijk voor ons. We willen onze klanten zo snel mogelijk leveren, vandaar dat onze voorraadpositie voldoende hoog is en van de juiste samenstelling. De toename is ook een direct gevolg van de uitbreiding van de magazijnen in Polen en Frankrijk.” De debiteurenpositie is gegroeid met bijna 3 miljoen euro, een toename van 5%. Dat komt hoofdzakelijk omdat Kramp flink gegroeid is in Zuid- en Oost-Europa, landen waarin betalingstermijnen wat ruimer zijn. De crediteurenpositie is afgenomen met 11%. “Als bedrijf blijven we rekeningen vlot betalen. Dat zijn leveranciers van ons gewend en voor ons geldt: afspraak is afspraak.”

De rentedragende schuld is toegenomen met 4% naar 188 miljoen euro. De financieringsfaciliteit bedraagt 222 miljoen euro waardoor er voldoende mogelijkheid is voor de ontwikkelingen in de toekomst. Het eigen vermogen groeide met 9% naar 151 miljoen euro. Een totale balanstelling van 387 miljoen euro maakt dat het solvabiliteitspercentage een keurige 39% is.

Vooruitzicht voor 2016

Ondanks dat de vooruitzichten voor de markt niet onverdeeld positief zijn, verwacht Hans Scholten dat Kramp Groep de stijgende lijn kan blijven doorzetten. “We gaan uit van een groei van bijna 5% voor 2016. We weten dat onze sector het niet gemakkelijk heeft, maar ik denk dat we vooral in Zuid- en Oost-Europa nog kunnen groeien. Daarnaast gaan we de verdere voordelen behalen van het fusietraject tussen Kramp en Grene waardoor we onze marge nog meer kunnen verbeteren. In onze volwassen markten zoals Denemarken en Duitsland verwacht ik geen grote groei, maar daar gaan we ons marktaandeel wel behouden of uitbreiden.”

“We zijn van plan in 2016 30 miljoen euro te investeren. Deels in de uitbreiding van het magazijn in Varsseveld. In IT en e-business wordt 9 miljoen euro geïnvesteerd. We investeren niet alleen in soft- en hardware, maar ook in mensen. Dat kan zijn door onze medewerkers trainingen aan te bieden, maar ook door nieuw personeel aan te trekken. We zijn altijd voorloper geweest in de markt, dat zijn we nu en dat willen we ook blijven. Daarom is het belangrijk om vooruit te blijven kijken en open te staan voor nieuwe ontwikkelingen. Zolang we dat blijven doen, blijven we succesvol.”

‘Dit partnerschap is een schoolvoorbeeld van 1+1=3’

Vlak voor Kerst 2015 maakten Kramp en Kongskilde bekend dat Kramp de levering van originele onderdelen voor de landbouwwerktuigen van het Deense bedrijf overneemt. Volgens René de Zeeuw, Sales Director voor de divisie landbouwwerktuigen van Kongskilde, gaat het hierbij om ‘een perfecte match’.

**‘BETROUWBAAR, SNEL,
INNOVATIEF EN KWALITEIT’** 

Een paar jaar geleden wilde Kongskilde haar magazijnen gaan centraliseren. “Het grote punt waar we tegenaan liepen was de leveringssnelheid”, vertelt René de Zeeuw. “Dan heb je de keuze tussen fors investeren of samenwerken met een andere partij.” In de Benelux verzorgt Kramp al een jaar of tien de onderdelendistributie voor Kongskilde. Die samenwerking bood in de loop van 2015 een goede basis voor de eerste verkennende gesprekken.

Wederzijds vertrouwen

Volgens De Zeeuw verliepen die gesprekken vanaf het eerste begin in een open en goede sfeer. “Beide partijen hebben gewoon de kaarten op tafel gelegd. Het belangrijkste in een partnerschap is tenslotte het wederzijdse vertrouwen. Verder staat Kramp voor: betrouwbaar, snel, innovatief en kwaliteit. Kortom, een perfecte match.”

In goede handen

Vanaf 1 april 2016 verzorgt Kramp de totale distributie van onderdelen voor Kongskilde in Europa. “Door het partnerschap met Kramp kunnen wij ons nu volledig focussen op het produceren en verkopen van landbouwwerktuigen, in de wetenschap dat de onderdelendistributie in goede handen is. Door de samenwerking met Kramp zijn onze onderdelen voortaan ook online te bestellen. Daarmee maken we in één keer een grote sprong vooruit.”

René de Zeeuw, Sales Director Kongskilde

Win-winsituatie

Omdat de landbouw steeds meer richting een 24/7 bedrijfsvoering verschuift, is het volgens De Zeeuw enorm belangrijk dat je als producent of leverancier in die ontwikkeling meegaat. “Dan is het goed om samen te werken met een partij die dat ook ziet en kan waarmaken. Dit partnerschap is een schoolvoorbeeld van 1+1=3. Een win-winsituatie voor Kongskilde, voor Kramp en natuurlijk voor onze klanten. Zij profiteren van een betere beschikbaarheid van onderdelen en uitstekende service.”



Kongskilde, onderdeel van de DLG Group, bestaat uit drie divisies: Landbouwwerktuigen, Systems (systemen voor graandroging en opslag) en Industry. Het bedrijf heeft productie-locaties in Noord-Amerika, Polen, Zweden en Denemarken en zet zijn producten wereldwijd af via een mix van eigen verkoopkantoren en importeurs. Kongskilde en Kramp zijn een partnerschap aangegaan voor samenwerking in de divisie Landbouwwerktuigen.

‘We stimuleren medewerkers om zich te ontwikkelen’

Een 7,8 als cijfer in de Kramp Way Employee Experience geeft aan dat de medewerkers over het algemeen dik tevreden zijn over Kramp als werkgever. Zeker in vergelijking met branchegenoten in Europa scoort Kramp Groep hoog.

“Het is voor ons belangrijk om een omgeving te creëren waarin mensen zich thuis voelen en prettig kunnen werken”, vertelt CEO Eddie Perdok. “Wij willen graag dat onze mensen zich betrokken voelen en trots zijn op Kramp. Daarom benchmarken we met enige regelmaat. Met de verbeterpunten die uit de meting komen, gaan we direct aan de slag. Ik ben tevreden met het mooie cijfer, maar ik ben net zo blij met het feit dat bijna 85% van de medewerkers de tijd heeft genomen om het onderzoek in te vullen.” Medewerkerstevredenheid is belangrijk voor Kramp Groep en betaalt zich ook uit. Het verloop onder het personeel is klein. Omdat de organisatie groeit, ontstaan er volop nieuwe posities en die worden vaak ingevuld door eigen medewerkers die toe zijn aan een volgende stap in hun carrière. “Loopbaanontwikkeling stimuleren we, onder meer door het aanbieden van opleidingen en trainingen. Bij Kramp maken mensen het verschil en dat willen we zo houden.”

Kramp Way

Kramp is een onderneming met flinke ambities en dat is altijd zo geweest. Om die ambities waar te maken is het hebben van betrokken collega's een belangrijke randvoorwaarde. Perdok: “We zeggen ‘work hard and have fun’. Er moet ook gelachen worden. We scheppen de juiste voorwaarden om hard te werken, maar op z'n tijd moet er ruimte zijn voor een feestje. Een goede ondernemingscultuur is belangrijk voor het succes van ons bedrijf. Daarom hechten we veel waarde aan deze cultuur. De Kramp cultuur, verankerd in de Kramp Way, staat voor samenwerken met betrokken mensen, met veel ruimte en vrijheid voor ondernemerschap, waarbij het belang van de klant altijd voorop staat.”

Opleiding en ontwikkeling

Dat Kramp Groep opereert in een sector die, wellicht onterecht, te boek staat als conservatief wil niet zeggen dat er een conservatieve manier van werken op na wordt gehouden. Integendeel. Zo wordt op de IT-afdeling en in het e-commerce team gewerkt via de Agile en Scrum-methodes, wordt ‘lean’ werken toegepast en worden Account Managers getraind in de Sales Academy. Ook individueel kunnen trainingen gevolgd worden. Zo creëert de onderneming de voorwaarden die nodig zijn om goed te kunnen functioneren. Perdok: “We stimuleren dat mensen zichzelf ontwikkelen, dat helpt ons vooruit. Als bedrijf willen we groeien. Dat gaat gepaard met verandering en brengt uitdagingen op ons pad, die wij met onze medewerkers, die mee willen in dit proces, vol enthousiasme aangaan. Dat geldt voor onze huidige mensen, maar ook voor nieuwe collega's.”

Recruitment

Om de talenten van de toekomst te binden aan de onderneming heeft Kramp Groep afspraken met diverse hogescholen en universiteiten, onder meer over stageplekken en over afstudeerprojecten. De managers van de toekomst kunnen een management traineeship volgen waarin ze in een periode van 1,5 jaar inzicht krijgen in het bedrijf, internationale ervaring opdoen en verschillende projecten uitvoeren voordat ze als manager binnen de onderneming aan de slag gaan. “Als we nieuwe collega's mogen verwelkomen hopen we dat voor een langere periode te doen. Net als met onze klanten en leveranciers gaan we met onze mensen graag een langdurige relatie aan, waarin voldoende ruimte is om jezelf te blijven ontwikkelen. Net zoals wij dat als bedrijf doen”, besluit Eddie Perdok.

**‘GOED ONDERNEMERSCHAP
IS BELANGRIJK’**

'Traineeship; een snelkookpan vol uitdagingen'

Om na je studie een antwoord te krijgen op de vraag: 'wat wil ik nou eigenlijk?' is een traineeship een logische vervolgstap. "Een traject waarin je snel veel praktijkervaring kunt opdoen", aldus Etienne Nauta. Na zijn studie Bedrijfskunde doorliep Etienne (25) het International Management Traineeship binnen Kramp.

Etienne: "Wat me direct aansprak was het internationale karakter, het feit dat je dicht tegen het hoger management aan zit, dat je met strategische projecten bezig bent en dat je de hele organisatie doorloopt." Het traineeship begint met een inwerkprogramma waarmee je een rondje langs alle afdelingen maakt en korte projecten uitvoert. In fase twee ondersteun je als management assistent iemand uit het hoger management bij projecten en in het dagelijkse werk. Vervolgens ga je in de derde fase met ondersteuning van je mentor uit de Executive Board een half jaar aan de slag met je eigen project. In de vierde fase volgt nog een kort sociaal project.

Grote winst

"Ik vond het buitengewoon leerzaam", vertelt Etienne. "Je kunt het vergelijken met een snelkookpan van waaruit je continu nieuwe uitdagingen voorgeschoteld krijgt. Ik heb in relatief korte tijd een groot netwerk binnen Kramp kunnen opbouwen, waar ik nu profijt van heb. Dat alles was voor mij de grote winst." Na zijn traineeship werkte Etienne een jaar lang als OEM Development Manager. Intussen heeft hij de overstap gemaakt naar Internal Sales Manager.

Inspelen op de wensen van morgen

"Door te focussen op onze klant van nu en zijn wensen van morgen, investeren we in de toekomst van Kramp. Ook in 2020 wil het sales team klanten optimaal bedienen via nieuwe communicatiekanalen, focus op e-business en voortdurend klantgericht denken en doen, waarbij je kansen signaleert en die samen met de klant benut."

Ontwikkeling

Waar hij over vijf jaar staat, zou Etienne nog niet kunnen zeggen. "Kramp ontwikkelt zich voortdurend. Dus er komen telkens nieuwe paden die je kunt inslaan. Ik hoop dat ik me tegen die tijd nog steeds met diverse taken en strategische projecten mag bezighouden die bijdragen aan de ontwikkeling van ons bedrijf. Waar of op welke plek binnen de organisatie vind ik niet zo belangrijk. Ik wil gewoon een solide onderdeel zijn van het totale proces."

'Via de Anjo Foundation kan ik enorm in mijn werk groeien'

Alessia Siragusa, Marketing Support Specialist Italië

Als Marketing Assistant van het team in Italië kreeg Alessia Siragusa in 2015 de mogelijkheid om via de Anjo Foundation een opleiding 'Communicatie en Media Relaties' te volgen. "Een geweldige kans om me verder in het vak te bekwamen. Tijdens de opleiding heb ik een heleboel geleerd en ik zie dat als een enorme investering in de toekomst."

Na haar studie psychologie hield Alessia zich de laatste vier jaar voornamelijk bezig met marketing en communicatie in de agrarische sector. Bij een vorige werkgever verving ze een collega op de marketingafdeling gedurende het zwangerschapsverlof. "Zo ben ik bij toeval in marketing en communicatie gerold. Ik vind het ontzettend leuk werk en heb zeker in het begin veel in de praktijk geleerd. Toch merkte ik dat ik bepaalde theoretische achtergrondinformatie miste."

Effectieve communicatie

"Ik zocht voornamelijk naar handvatten om de communicatie hier in Italië meer strategisch in te vullen. Nog bewuster zijn van de doelen voor onze lokale markt en de juiste tools inzetten voor effectieve communicatie." Om die reden legde Alessia, intussen Marketing Support Specialist, een verzoek neer bij de Anjo Foundation. Dankzij deze stichting kreeg zij de mogelijkheid om de opleiding 'Communicatie en Media Relaties' te volgen bij één van de beste opleidingsinstituten in Italië.

Grote sprong voorwaarts

De opleiding duurde een half jaar en verliep vrijwel geheel via internet, met een aantal bijeenkomsten op locatie in Rome. Alessia: "De opleiding helpt me verder te groeien in

mijn werk. Daarmee kan ik de communicatie in Italië naar een hoger niveau brengen. Als Kramp hebben we nu nog een relatief klein marktaandeel in Italië, maar we willen ons de komende jaren stevig gaan ontwikkelen en daar hoort een bepaalde mate van professionaliteit bij. Zowel persoonlijk als in mijn werk zie ik het volgen en afronden van deze opleiding als een grote sprong voorwaarts."

Anjo Foundation

Anjo Joldersma was één van de directeuren/eigenaren van Kramp Groep. In 2010 droeg hij na 36 jaar het bedrijf over aan de nieuwe managementgeneratie binnen Kramp, de huidige Executive Board. Als dank voor 36 leerzame jaren richtte Anjo na zijn vertrek de Anjo Foundation op. Deze stichting bekostigt opleidingsaanvragen van Kramp-medewerkers.

'Het zit in het DNA van Kramp om altijd beter te willen'

De naam Anjo Joldersma blijft verbonden aan Kramp, al is het alleen maar door de Anjo Foundation die medewerkers in staat stelt een opleiding te volgen. Toch neemt de persoon Joldersma na dit jaar afscheid van Kramp Groep. De voormalig medewerker, directeur en aandeelhouder zit nu nog in de Raad van Commissarissen, maar vindt het na dit jaar mooi geweest.

Het is dus de laatste keer dat hij de jaarcijfers van Kramp Groep doorneemt en dat doet hij met plezier. "Ik denk dat we tevreden kunnen zijn over het resultaat. Uiteraard is er ruimte voor verbetering, maar dat hoort ook bij het DNA van Kramp. Je moet altijd beter willen", vertelt Joldersma vanuit zijn kantoor in Winterswijk. Zo moeten onder meer de kosten in de gaten worden gehouden of, zoals Joldersma het omschrijft: "Omzet kun je niet plannen, kosten wel."

De Raad van Commissarissen komt een keer of zes per jaar bij elkaar. Verder ontvangen de commissarissen iedere maand een rapportage over het reilen en zeilen binnen de onderneming. De verrichtingen worden nauwgezet in de gaten gehouden. Joldersma: "We zijn positief kritisch. We houden twee aspecten goed in de gaten: de risico's en het resultaat. Met name over de risicoprofielen hebben we soms lange gesprekken, al maak ik me geen zorgen over de lijn die is ingezet door het huidige management. Er is een gezonde ambitie en met de strategische partnerschappen die we hebben, moeten we ook doorgroeien. Al moet je het zien als een evolutie en geen revolutie. Kramp wordt een steeds groter bedrijf, maar dat moet je ook onder controle zien te houden en je moet je contact met je klanten warm houden. Mijn oud-collega Henk van Braak kon het goed omschrijven: 'Op de achtergrond zijn we de Albert Heijn, op de voorgrond de winkel om de hoek'."

Kramp Groep is inmiddels een bloeiend e-businessbedrijf waarbij de webshop een groot deel van het succes is. Toch blijft menselijk contact belangrijk, weet Joldersma. "Wij zijn geen bol.com, dat moeten we ook niet willen. Kramp heeft altijd voorop gelopen met nieuwe technologie, maar het contact met de klanten is altijd gebleven. Een klant doet nu eenmaal niet al zijn zaken met de computer. Hetzelfde principe geldt ook voor de medewerkers. Als bedrijf moet je je blijven ontwikkelen en dat bereik je door je mensen de mogelijkheid te bieden om te blijven leren. Tenslotte is een bedrijf niets meer dan een organisatie van mensen. De rest zijn stenen."

Nu de langste tijd van Anjo Joldersma bij Kramp Groep erop zit, heeft hij nog adviezen? "Twee dingen zijn belangrijk. Eén: blijf vooruit kijken en leer van je fouten. Bouw een geheugen op. En twee: wees een partner die wil samenwerken. Dit begint van binnenuit. Als je intern met elkaar samenwerkt, straalt dit ook naar buiten toe uit. Je moet blijven investeren in relaties, dat moet in je genen zitten. Maar dat zit bij Kramp wel goed."

'JE MOET BLIJVEN INVESTEREN IN RELATIES'

Anjo Joldersma
Anjo Joldersma neemt dit jaar afscheid van de Raad van Commissarissen.





Gehouden toezicht gedurende het verslagjaar 2015

Hierbij treft u het door de Directie opgestelde jaarverslag aan. Het officiële jaarverslag wordt gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel.

Dit officiële jaarverslag is op 28 april 2016 door de Raad van Commissarissen besproken. De aandeelhouders hebben op de Algemene Vergadering van Aandeelhouders decharge verleend aan Directie en Raad van Commissarissen voor het gevoerde beleid, respectievelijk het gehouden toezicht over het afgelopen boekjaar. "Wij zijn van mening dat het jaarverslag 2015 een goede basis vormt voor de door de Raad van Commissarissen af te leggen verantwoording met betrekking tot het gehouden toezicht", aldus Jan Bernard Wolters, voorzitter van de Raad van Commissarissen.

RAAD VAN COMMISSARISSEN

Op de foto (v.l.n.r.)

Jens Bjerg Sørensen: Lid, CEO Schouw & Co. A/S
 Johan Terpstra: Lid, Investment Director NPM Capital N.V.
 Jan Bernard Wolters: Voorzitter
 Anjo Joldersma: Lid, voormalig aandeelhouder en directeur van Kramp Groep

Geconsolideerde jaarrekening

Pro forma jaarrekening 2015



€699.000

OMZET (X1.000) ▲

4.7%

OMZETSTIJGING

€81.000

EBITDA (X1.000) ▲

19.3%

EBITDA TOENAME

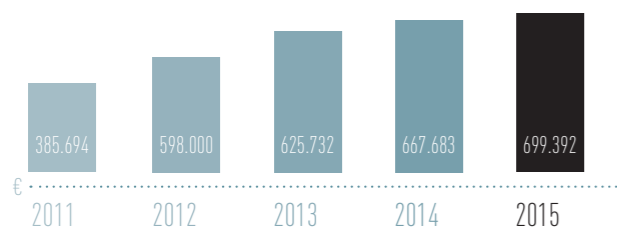
€23.000

NETTO INVESTERINGEN (X1.000) =

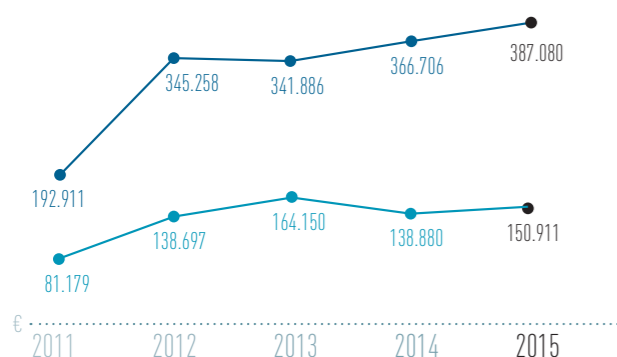
2.32

▲ NET DEBT/EBITDA

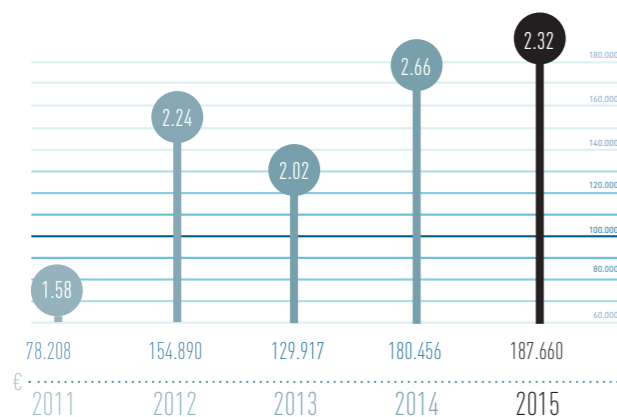
Kerncijfers (x 1.000)



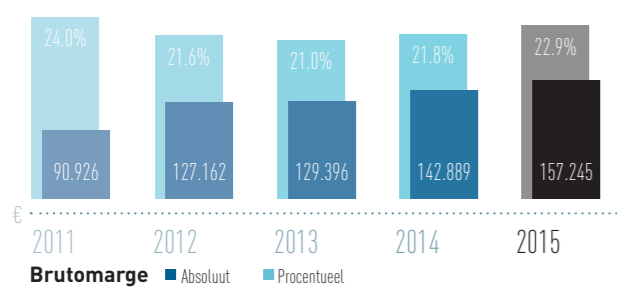
Bruto omzet



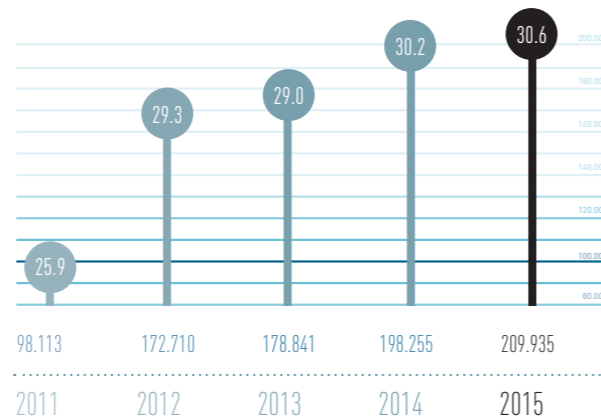
Jaarultimo ■ Balanstotaal ■ Groepsvermogen



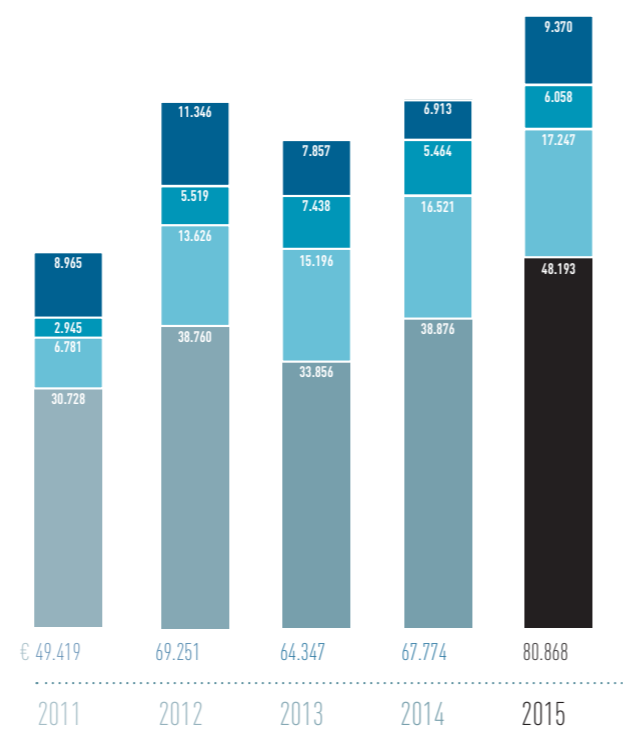
Rentedragende schulden ● DEBT/EBITDA



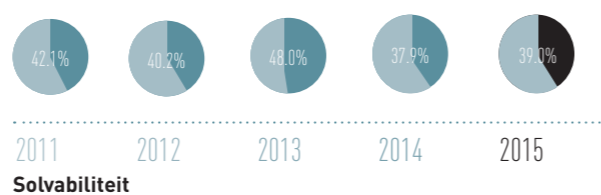
Brutomarge ■ Absoluut ■ Procentueel



€ Werkkapitaal ● Als % van de netto omzet



EBITDA ■ Belastingen ■ Afschrijvingen ■ Financieringslasten ■ Nettowinst na belastingen



Solvabiliteit

Geconsolideerde winst- en verliesrekening

Pro forma jaarrekening 2015

(x €1.000)

	2015	2014
Bruto omzet	699.392	667.683
Boni en kortingen	-12.222	-10.991
Netto omzet	687.170	656.692
Kostprijs van de omzet	529.925	513.803
Bruto omzetresultaat	157.245	142.889
Verkoopkosten	66.370	61.192
Algemene beheerskosten	27.464	28.642
Amortisatie goodwill	-	-
Som der kosten	93.834	89.834
Bedrijfsresultaat	63.411	53.055
Rentebaten	377	162
Rentelasten	-6.435	-5.626
Koersresultaat	-36	-2.176
Financieel resultaat	-6.094	-7.640
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	57.317	45.415
Belastingen	-9.370	-6.913
Aandeel derden in resultaat groepsmaatschappijen	246	374
Resultaat na belastingen	-9.124	-6.539
Resultaat na belastingen	48.193	38.876

Geconsolideerde balans per 31 december 2015

Pro forma jaarrekening 2015

Activa (x €1.000)

2015

2014

Vaste activa

Immateriële vaste activa

Rechten van intellectuele eigendom (software) 8.419 -

Materiële vaste activa

Bedrijfsgebouwen en -terreinen	95.381	92.806
Magazijninventarissen	20.950	20.628
Kantoor- en IT-inventarissen	11.978	16.896
Vervoermiddelen	2.092	2.171
	<u>130.401</u>	<u>132.501</u>

Financiële vaste activa

Overige vorderingen	9.192	9.635
	<u>9.192</u>	<u>9.635</u>

Totaal vaste activa

148.012 **142.136**

Vlottende activa

Vorraden 168.690 162.149

Vorderingen

Handelsdebiteuren	61.558	58.906
Vorderingen op participanten en maatschappijen waarin wordt deelgenomen	1	1
Belastingen en sociale premies	2.900	-
Overige vorderingen	678	1.366
Overlopende activa	3.393	2.093
	<u>68.530</u>	<u>62.366</u>

Liquide middelen

1.848 55

Totaal vlottende activa

239.068 **224.570**

387.080 366.706

Passiva (x €1.000)

2015

2014

Groepsvermogen

150.911 138.880

Aandeel derden in groepsmaatschappijen

- -40

Voorzieningen

Latente belastingverplichtingen	2.302	1.734
Pensioenvoorzieningen	480	429
Overige voorzieningen	880	825
	<u>3.662</u>	<u>2.988</u>

Langlopende schulden

6.574 7.108

Kortlopende schulden

Binnen een jaar vervallende aflossingsverplichtingen	1.251	695
Kredietinstellingen	180.570	172.653
Handelscrediteuren	20.313	22.800
Schulden aan participanten en maatschappijen waarin wordt deelgenomen	12	18
Vennootschapsbelasting	1.006	837
Overige belastingen en sociale premies	7.545	4.576
Overige schulden	14.803	15.569
Overlopende passiva	433	622
	<u>225.933</u>	<u>217.770</u>

387.080 366.706

Geconsolideerd kasstroomoverzicht

Pro forma jaarrekening 2015

(x €1.000)

	2015	2014
Netto resultaat	48.193	38.876
Aanpassingen voor:		
Afschrijvingen	17.247	16.521
Netto-financieringslasten	6.058	5.464
Betaalde winstbelastingen	9.370	6.913
Mutatie financiële vaste activa	443	-1.935
Koersresultaat op werkkapitaal en overige vorderingen en schulden	-1.238	-6.407
Overige vermogensmutaties	-438	-723
	<u>31.442</u>	<u>19.833</u>
	79.635	58.709
Mutatie overige vorderingen en overlopende activa	-1.934	2.182
Mutatie voorzieningen	653	173
Mutatie overige schulden en overlopende passiva	455	-6.919
	<u>-826</u>	<u>-4.564</u>
Mutatie voorraden	-6.541	-4.428
Mutatie debiteuren	-2.652	-4.570
Mutatie crediteuren	-2.487	-2.730
Mutatie werkkapitaal	-11.680	-11.728
Kasstroom uit bedrijfsoperaties	67.129	42.417
Ontvangen rente	377	162
Betaalde rente	-6.435	-5.626
Betaalde winstbelastingen	-9.370	-6.913
	<u>-15.428</u>	<u>-12.377</u>
Kasstroom uit operationele activiteiten	51.701	30.040

	2015	2014
Investeringen in immateriële vaste activa	-4.687	-437
Investeringen in materiële vaste activa	-18.936	-24.622
Desinvesteringen in materiële vaste activa	262	2.112
Verwerving deelneming	-1.486	-1.607
Kasstroom uit investeringsactiviteiten	-24.847	-24.554
Betaald dividend	-33.000	-56.120
Aflossing langlopende financiering	-1.121	-47.203
Opname langlopende financiering	1.143	848
Opname kortlopende financiering	7.917	96.894
Kasstroom uit financieringsactiviteiten	-25.061	-5.581
Saldo van toename geldmiddelen	1.793	-95
Liquide middelen begin	55	150
Liquide middelen eind	1.848	55
Saldo van toename geldmiddelen	1.793	-95



Kramp Groep B.V., Breukelaarweg 33, Varsseveld, Nederland, Postbus 73, NL-7050 AB Varsseveld.

Dit verslag is niet het jaarverslag van Kramp Groep B.V. in de zin van art. 2:391 BW en bevat niet de jaarrekening in de zin van art. 2:361 BW.