



**CONTINUOUS
IMPROVEMENT**

ELKE DAG EEN BEETJE BETER


JAARVERSLAG
2016

 **KRAMP**

It's that easy.

Voor u ligt het jaarverslag van Kramp Groep over 2016. Thema van dit jaar is 'Continuous Improvement'. Tom Wolterinck, lid van de Executive Board, vertelt hier meer over. Verder komen onder andere CEO Eddie Perdok, CFO Hans Scholten en de heer Jip van Wissen, Business Unit Manager bij leverancier Hella, aan het woord. In dit verslag vindt u de pro forma jaarrekening die is ontleend aan de jaarrekening van Kramp Groep B.V.

Wij wensen u veel leesplezier.

 **ALTIJD AAN UW ZIJDE.
KRAMP.**

Inhoudsopgave

Interview CEO Eddie Perdok	4
Continuous Improvement	8
Samenwerking met leverancier Hella	10
Profiel van de onderneming	11
Constante verbetering van de webshop	14
Interview CFO Hans Scholten	16
Partnerschap met klant Cottard	20
Investeren in mensen	22
Circle Team Member Hananja Monster	24
Internal Idea Award	25
Raad van Commissarissen	26
Geconsolideerde Jaarrekening	27



Constance groei in lastige markt

Het jaar 2016 was opnieuw een jaar waarin de agrarische sector veel onzekerheden kende. Veel boeren werden geconfronteerd met lagere prijzen voor hun producten. In combinatie met een toegenomen instabiele situatie in Europa en de steeds striktere wetgeving op het gebied van duurzaamheid, milieu en dierenwelzijn, werd ook dit jaar het ondernemerschap van de boeren op de proef gesteld. Bovendien speelden er op het geopolitieke vlak grote zaken. Denk bijvoorbeeld aan de Brexit van Groot-Brittannië. De gevolgen hiervan worden in de loop van de tijd pas duidelijk. Onzekerheid alom dus. Die onzekerheid beïnvloedt ook de dealers en traktorfabrikanten. Zij zagen opnieuw hun omzet en winst dalen. Dat Kramp in deze omstandigheden toch de gewenste 5,4% groei heeft weten te behalen is een prestatie, benadrukt CEO Eddie Perdok.

“Als Kramp Groep hebben we het goed gedaan. Natuurlijk hebben we in sommige landen beter gepresteerd dan in andere landen, maar als je kijkt naar het totaalplaatje hebben we met elkaar een resultaat geboekt waar we trots op mogen zijn. Namens de gehele Executive Board bedank ik graag de medewerkers voor hun betrokkenheid en inzet die mede hebben geleid tot het goede resultaat in 2016.”

2016 stond voor Kramp niet alleen in het teken van groei, maar ook in het teken van investeren.

“We willen maar één ding: de essentiële partner voor onze klanten zijn. Willen we dit bereiken, dan moeten we blijven investeren. Investeren in logistiek, zodat we de bestellingen zo snel mogelijk bij de klant hebben, investeren in technologie zodat klanten de juiste producten ook snel kunnen vinden en investeren in mensen. Afgelopen jaar hebben we onze magazijnen in Frankrijk, Duitsland en Polen uitgebreid. Ook hebben we een nieuw magazijn geopend in Madrid. Spanje is nu het tiende land waar we een magazijn hebben. Een mooie stap voor Kramp en voor Kramp Ibérica in het bijzonder. Onze collega's kunnen nu nog beter de wensen van de Spaanse en Portugese klanten vervullen.

Om het onze klanten nog makkelijker te maken om succesvol zaken te doen, hebben we flink geïnvesteerd in e-business. Door een betere zoekfunctie, verdergaande personalisatie, flexibelere levertijden en snelheid en gemak centraal te stellen in onze webshop, willen we een maximaal gebruikersgemak bij onze klanten realiseren.”

De ontwikkelingen gaan snel, helemaal op het gebied van digitalisering. Hoe kijkt Kramp hier tegenaan?

“Dat verandering de enige constante is, daar zijn we natuurlijk de afgelopen jaren allemaal wel achter gekomen. Technologische en innovatieve vernieuwingen beïnvloeden ons leven in een razend tempo. Meer dan ooit is het daarom noodzakelijk om te blijven onderzoeken hoe we technologie nog slimmer kunnen benutten om een steeds betere service te kunnen bieden aan onze klanten.”

Hoe kun je als bedrijf voorop blijven lopen in de sector?

“Door te blijven investeren, onderzoeken, kijken naar andere bedrijven en vragen te blijven stellen. De klant staat centraal bij alles wat we doen. Dat zit in ons DNA. We staan voortdurend in contact met onze klanten en partners, maken gebruik van hun expertise en werken nauw met hen samen. We dagen onszelf uit om steeds betere vragen aan de klant te stellen, want betere vragen leiden tot betere antwoorden. Deze betere antwoorden helpen ons te blijven innoveren, waarmee we onze klanten helpen nog succesvoller te zijn. It's that easy!

**‘WE WILLEN HET ONZE KLANTEN
ZO GEMAKKELIJK MOGELIJK MAKEN,
IN DE BREEDSTE ZIN VAN HET WOORD’**

Eddie Perdok, CEO Kramp Groep

Executive Board

v.l.n.r.

Eddie Perdok	CEO
Carsten Thygesen	Supplier & Category Management
Mario Babic	Sales, Marketing & E-business
Tom Wolterinck	Operations, HR & IT
Hans Scholten	CFO

Binnen Kramp proberen onze 3.100 collega's elke dag weer een beetje beter te zijn dan de dag ervoor. Dat levert een ondernemende organisatie op, waarin we ook kritisch durven kijken naar waar we mee bezig zijn. Dit heeft geleid tot het opzetten van het 'Continuous Improvement Programma'. Het geeft inzicht in waar we onze interne processen kunnen verbeteren. Dat levert ons meer efficiency op en een nog betere service voor onze klanten. Deze werkwijze moet stapje voor stapje onderdeel van onze cultuur worden, passend binnen onze kernwaarde 'ondernemerschap'. Zolang vandaag een beetje beter is dan gisteren, zijn we op de goede weg."

Hoe kijkt u naar 2017?

"In de markt zie ik niet gelijk verbeteringen. Het is daarom van belang dat we onze klanten optimaal blijven ondersteunen bij het behalen van hun doelstellingen. Met de juiste technologie, het juiste advies en de juiste producten en services tegen de juiste prijs. Het komende jaar zal op zijn minst net zo uitdagend worden als het afgelopen jaar. Maar ik heb er alle vertrouwen in dat we deze uitdagingen aankunnen, dankzij een team van toegewijde, betrokken en professionele collega's."

Welke ontwikkelingen ziet u voor Kramp in 2017?

"We willen nog meer stappen zetten om nog efficiënter en klantgerichter te gaan werken. Daarin past ook de uitbreiding van onze magazijnen in Nederland, Duitsland en Frankrijk. Dat stelt ons in staat een nog breder assortiment aan te bieden met dezelfde snelle levertijd. Om onze doelstelling van 1 miljard euro omzet

in 2020 waar te maken, is verdere groei noodzakelijk. De strategie van Kramp is in eerste instantie gericht op autonome groei, vanuit eigen kracht, met als doel marktleider te worden in alle regio's waar wij actief zijn. In landen waar deze positie nog niet bereikt is of we nog niet actief zijn, kan ervoor worden gekozen om via acquisities te groeien.

Met de opening van onze 'flagshipstore', de eerste Kramp-branded shop, in Topoľčany, Slowakije, is afgelopen jaar een grote stap gezet in de realisatie van onze retailstrategie. Bovendien zullen we in de komende jaren meer franchise shops gaan openen en onze eigen shops vervangen door franchise shops. We willen het onze klanten zo gemakkelijk mogelijk maken, in de breedste zin van het woord. Dat is de kracht van Kramp en het franchiseconcept draagt hier zeker aan bij."

Partnerschappen met leveranciers en klanten blijven ook in 2017 belangrijk voor Kramp?

"Absoluut! Trots kan ik melden dat we in 2017 met John Deere een partnerschap aangaan voor de Duitse markt. Dat zo'n grote speler deze stap met ons wil zetten, zegt veel over ons als bedrijf. Daar kan iedereen binnen Kramp trots op zijn. John Deere is de derde fabrikant waarmee we een partnerschap aangaan. In 2016 hebben AGCO en SDF hun partnerschappen met Kramp verlengd. Deze samenwerkingen zijn belangrijk voor ons. Ze maken het mogelijk dat we door kunnen blijven groeien, binnen en buiten Europa. Ze helpen ons om dé essentiële partner te zijn."



NAAMSVERANDERING IN SCANDINAVIË

De laatste maanden van 2016 stond ook de naamsverandering van Grene naar Kramp centraal. De verandering volgt op de fusie tussen beide bedrijven in 2013.

In januari van dit jaar is de naamswijziging aangekondigd aan de collega's in Denemarken, Noorwegen, Zweden en Finland. Vervolgens zijn klanten, leveranciers en andere geïnteresseerden geïnformeerd. De naamswijziging van Grene naar Kramp is een logische stap, weet Eddie Perdok. "Vier jaar geleden besloten Kramp en Grene om samen verder te gaan. De afgelopen periode is gebruikt om er in alle opzichten één bedrijf van te maken. De keuze voor één sterke naam ligt dan voor de hand."

Collega's reageerden enthousiast. "Uiteraard had en heeft Grene, met name in Denemarken, een lange geschiedenis en een sterke naam. Het hielp dat de cultuur van beide bedrijven nagenoeg gelijk was. We hanteerden dezelfde waarden, intern en naar onze klanten toe. Dat maakt de bereidheid om er samen een succes van te maken groot. Iedereen wil de schouders eronder zetten. Iedereen ziet in dat werken onder één sterk merk veel voordelen biedt voor de toekomst." Deze voordelen bestaan onder meer uit grotere inkoopvolumes, een efficiëntere manier van werken en een grotere naamsbekendheid. De naamswijziging heeft verder geen impact gehad op het personeel, de manier van werken of op klanten en leveranciers. Dit jaar worden de kantoren en magazijnen aangepast aan de Kramp-huisstijl. Inmiddels heeft ook Kramp Zweden zijn eerste klantenevent 'Kramp Open' al achter de rug. "Met de introductie van de naam Kramp in Denemarken, Zweden, Finland en Noorwegen zijn we nu één Europese onderneming die klaar is om haar ambities waar te maken."

Een cultuur creëren van constante verbetering

Kramp is actief in heel Europa, heeft 24 verkoopkantoren en 10 magazijnen. Hierdoor staan we enerzijds dicht bij onze klant, maar anderzijds ontstaan er intern verschillende manieren van werken. Doorgaans is dit niet de meest efficiënte manier van werken en daarom is het 'Continuous Improvement Programma' opgestart.

Lean Six Sigma is een methodiek die een aantoonbare en duurzame verbetering van het bedrijfsresultaat oplevert. Hierbij ligt de focus op wat de klant écht belangrijk vindt. Deze aanpak leidt tot het tegelijkertijd reduceren van kosten, het verhogen van de klanttevredenheid én het verkorten van de doorlooptijd. Hierbij wordt geïnvesteerd in eigen mensen en gebruik gemaakt van hun kennis en kunde. Bron: www.sixsigma.nl

Vanuit de Executive Board is Tom Wolterinck verantwoordelijk voor het programma. "We hebben altijd de focus gehad op de klant en dat blijft zo. We willen een steeds betere service aan onze klanten bieden, maar dan wel op de meest efficiënte manier. Dat vereist inzicht in onze interne processen, wat overigens niet wil zeggen dat het programma vooral intern gericht is. Het doel is de klanttevredenheid te verbeteren door de beste kwaliteit en service te verlenen tegen lagere kosten. Dit is mogelijk door essentiële processen op elkaar af te stemmen. We willen binnen Kramp een cultuur creëren van constante verbetering. We moeten het met z'n allen elke dag beter willen doen."

Met behulp van consultancybureau R&G Global Consultants is in 2016 een begin gemaakt met het 'Continuous Improvement Programma'. De betrokken teams werken volgens de Agile-methode en gebruiken technieken uit de Lean Six Sigma methodologie. In 2016 zijn er drie projecten opgestart, waarvan er twee ondertussen overgedragen zijn aan het lokale management. In Varsseveld is begonnen met 'On Time Delivery en First Time Right'. Wolterinck: "Voor ruim 90% van de orderlijnen gold: vandaag besteld, vannacht in huis'. Wat we wilden weten is waar het mis ging met die overige 10%. Kwam het omdat onderdelen niet op voorraad waren, had de klant misschien een credit hold, was de afleverlocatie niet bereikbaar of ging het bij ons in de logistiek mis? Daarnaast namen we het leveringsproces van onze leveranciers onder de loep. Leverden ze op tijd? Daarmee bedoelen we dat er geleverd wordt op de dag dat wij het willen." De resultaten van dit project zijn goed. Het percentage op tijd geleverde

bestellingen steeg naar ruim 95%. Ook nam het aantal klachten, credit holds en retouren af. Dit zorgde voor de nodige kostenbesparingen en meer tevreden klanten. Duitsland was actief met het tweede project: 'Internal Sales Improvement'. De opzet was om het aantal gemiste telefonische oproepen van klanten te verlagen en de productiviteit van internal sales te verhogen. Ook dit project is met succes afgesloten. De beschikbaarheid van de afdeling internal sales voor klanten nam flink toe, waardoor het aantal gemiste gesprekken afnam. Ook steeg de omzet per FTE. "Beide projecten hebben zich bewezen en gelden als blauwdruk voor andere landen: verhoogde klanttevredenheid tegen lagere kosten."

Bij de start van het programma was het lastig iedereen te overtuigen van nut en noodzaak. "Het was lastig het vliegwiel op gang te krijgen, maar inmiddels krijgen we veel aanvragen binnen van landen en afdelingen die een project willen opstarten. Dat is ook wat we willen. Dat iedereen zelf actie onderneemt om te blijven verbeteren, oftewel een interne cultuur van continu verbeteren creëren." De projecten 'On Time Delivery' en 'Internal Sales Improvement' zullen worden overgenomen door andere landen. "Daarnaast starten we nieuwe projecten op in Europa. Continuous Improvement moet zich als een olievlék over de Krampvestigingen verspreiden, omdat het in ons DNA zit om altijd beter te willen", besluit Tom Wolterinck.



'Gezamenlijk de service naar onze klant verbeteren'

Eén van de projecten uit het 'Continuous Improvement Programma' van 2016 was 'On Time Delivery'. Hierin ging Kramp het gesprek aan met leveranciers om inzicht te krijgen in hoe we onze producten nog beter op het juiste moment geleverd krijgen. Niet te laat, maar ook niet te vroeg. HELLA is één van de leveranciers die betrokken was bij het project.

Jip van Wissen, Business Unit Manager
24V & Agro Benelux bij HELLA



Jip van Wissen, Business Unit Manager 24V & Agro Benelux bij HELLA: "We staan altijd open om de service naar onze klanten te verbeteren. Dit project is daar een mooi voorbeeld van. Kramp

is een belangrijke partner van HELLA als het gaat om de distributie van Hella producten in de agrarische markt. Het 'On Time Delivery Project' van Kramp was ook voor ons een mooi leertraject als het gaat om levering naar onze klanten en de wensen die ze daarbij hebben."

Hoewel de agrarische markt relatief klein is voor HELLA, wil dat niet zeggen dat er geen energie in wordt gestoken, integendeel. Van Wissen: "We zijn juist begonnen om binnen deze markt op een andere manier te werken; door internationaal afspraken te maken in plaats van lokaal. Kramp is daarin de eerste grote internationale partner voor HELLA buiten Duitsland. Door Europees te werken kunnen we betere afspraken maken en samen het maximale uit onze samenwerking halen. Er is genoeg potentie in de agrarische markt. De uitdaging voor HELLA en Kramp is om die potentie volledig te benutten." Door internationale afspraken te maken kunnen we sneller schakelen, wat niet wil zeggen dat er lokaal tussen HELLA en Kramp geen contact meer is. "Zeker niet. De kennis van de markt zit lokaal, dus het is van belang ook lokaal onderling contact

te houden. Kramp Duitsland en HELLA Duitsland zijn gezamenlijk bijvoorbeeld erg actief met acties. Dat moeten we vooral aanmoedigen. Elk land houdt ook gewoon een eigen aanspreekpunt."

Net als Kramp neemt ook HELLA het leveringsproces met enige regelmaat onder de loep. "Op dit moment kijken we bijvoorbeeld naar de productplanning", legt Van Wissen uit. "Als er een patroon in bepaalde bestellingen zit, kunnen we overgaan tot een vaste, maandelijkse levering van een x aantal producten. Momenteel hebben we een levertijd van vijf dagen, wat al vrij goed is. Maar natuurlijk kijken we altijd naar waar het beter kan, net als Kramp dat doet met het 'Continuous Improvement Programma'. Daarom werkten we er graag aan mee."

HELLA is een wereldspeler in de auto-industrie. Het Duitse bedrijf is actief in 38 landen op 125 locaties met 34.000 werknemers. De jaaromzet over 2016 bedroeg 6,4 miljard euro. Indrukwekkende cijfers, beaamt Van Wissen: "Wat misschien nog wel het meest tot de verbeelding spreekt is dat er 6.000 mensen werken in research en development. Innovatie is van levensbelang bij HELLA, we staan nooit stil." HELLA is meer dan verlichting. Zo wordt er veel auto-elektronica geproduceerd en zijn ze marktleider als het gaat om elektronische gaspedalen.

Profiel van de onderneming

Kramp Groep is Europa's grootste specialist in onderdelen en accessoires voor de agrarische industrie. Het hoofdkantoor is gevestigd in Varsseveld. Zo'n 40.000 klanten in Europa, veelal landbouwmechanisatiebedrijven, krijgen via kramp.com toegang tot een uitgebreid assortiment van ruim 500.000 onderdelen en accessoires. Met behulp van een sterk internationaal logistiek netwerk kunnen we snel leveren, veelal dezelfde nacht. Daarnaast bieden we aanvullende services zoals Scan-to-Order en gepersonaliseerde webshops via Kramp Online Service.



SNELLE LEVERING



WEB SHOP &
ONLINE SERVICE



ONE-STOP-SHOP



DELEN VAN
KENNIS



RETAIL CONCEPTEN



INNOVATIEVE
SERVICES

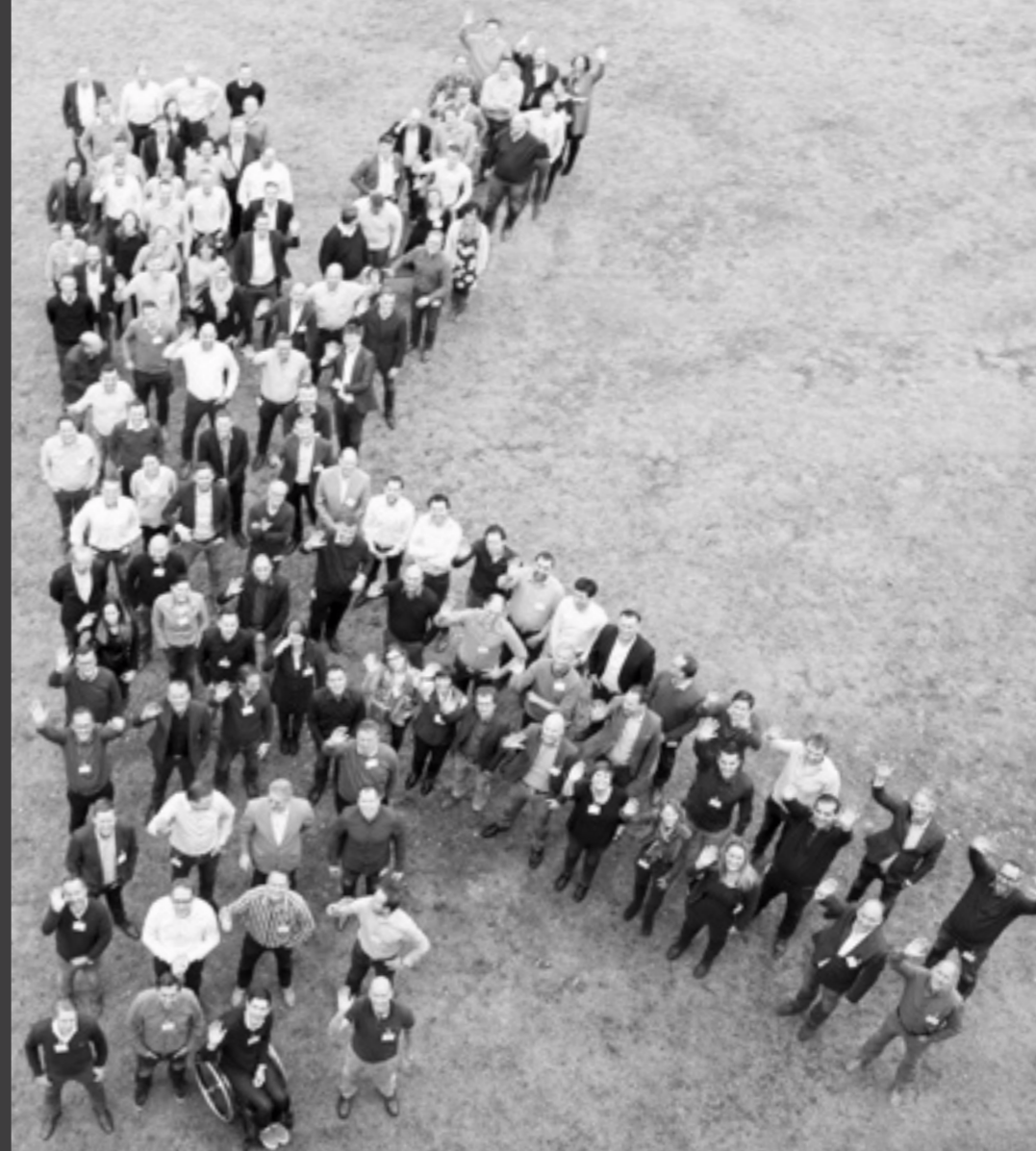


MULTI BRAND



MOBILE
SOLUTIONS

UNIEKE
WAARDE





Onze waarden, 'de klant eerst', 'ondernemerschap', 'samen' en 'betrokken', maken al ruim 65 jaar deel uit van ons DNA. Sinds de oprichting van Kramp in 1951 zijn we uitgegroeid tot marktleider in Europa door trouw te blijven aan deze waarden en in te zetten op partnerschap. Partnerschap met onze klanten en leveranciers betekent voor ons nauw met hen samenwerken, hun taal spreken, met hen meedenken en hen oplossingen bieden, zodat ze hun werk gemakkelijker en succesvol kunnen doen. Immers, als onze klanten succesvol zijn, dan zijn wij het ook.

Missie: It's that easy.

Het uitgangspunt voor ons doen en laten is dat we het onze klanten zo gemakkelijk mogelijk maken om hun werk te doen. We willen meer zijn dan een leverancier van onderdelen. Door een breed en diep assortiment, snelle levering en services, die een toegevoegde waarde bieden, ondersteunen we onze klanten. It's that easy!

Visie

Kramp wil in de agrarische markt de essentiële partner op het gebied van onderdelen en accessoires zijn en blijven, door sterk aanwezig te zijn in de voor onze klanten relevante kanalen.

500⁺

DUIZEND ONDERDELEN IN DE WEBSHOP

€737

MILJOEN OMZET

10

DISTRIBUTIE CENTRA

24

VERKOOP KANTOREN

8.4

TEVREDENHEID KLANTEN

150⁺

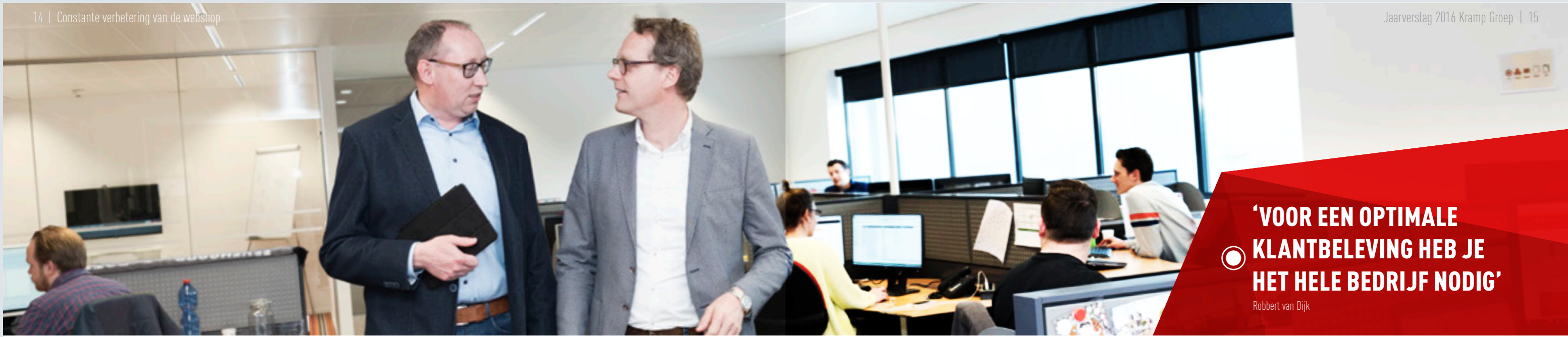
DUIZEND ORDERREGELS PER DAG

2.719

MEDEWERKERS (FTE)

7.6

TEVREDENHEID MEDEWERKERS



‘VOOR EEN OPTIMALE KLANTBELEVING HEB JE HET HELE BEDRIJF NODIG’

Robbert van Dijk

Webshop dagelijks onder de loep

De webshop van Kramp wordt per week een kwart miljoen keer bezocht. Ruim 90% van de omzet komt digitaal binnen en dat wordt ieder jaar meer. Om het onze klanten nog makkelijker te maken om succesvol zaken te doen, investeren we veel tijd, geld en energie in e-business. Om de webshop continu te verbeteren werken de afdelingen e-business development en e-business marketing nauw met elkaar samen. De lijnen zijn kort en dit werkt. International Marketing & E-Business Manager Robbert van Dijk en Product Owner Edwin Wopereis geven tekst en uitleg.

Edwin Wopereis: “Het is een andere manier van werken. We zijn flexibel en werken met korte cycli. We optimaliseren de webshop voortdurend, zonder dat klanten hier hinder van ondervinden. Door voortdurend te meten en te testen weten we waar we aan moeten werken. We maken keuzes op basis van data in plaats van ons eigen onderbuikgevoel. De klantvraag staat meer centraal.”

Robbert van Dijk: “We hebben een breed en diep assortiment dat dagelijks wordt uitgebreid. We weten dat nog niet al onze klanten hier optimaal gebruik van maken. Daar werken we hard aan, bijvoorbeeld door het verbeteren van de zoekfunctie. We willen het steeds makkelijker maken voor onze klanten.”

Overigens gaat dit verder dan alleen de afdelingen marketing en IT. Van Dijk: “Voor een optimale klantbeleving heb je het hele bedrijf nodig. Logistiek, inkoop, sales, noem maar op. Wat op de ene afdeling gebeurt, heeft invloed op de andere. De kunst is alles zo goed mogelijk te integreren.”

Aantrekkelijke werkgever

De e-business teams zijn in het afgelopen jaar flink gegroeid. Nieuwe specialismen zijn in huis gehaald. “De juiste mensen aantrekken is een uitdaging. We zijn een interessante werkgever, met een goed verhaal, die het gewoon ontzettend goed doet. Dat maakt ons aantrekkelijk om voor te werken”, weet Van Dijk.

Wat merkt de klant van de inspanningen van de teams? Wopereis: “Klanten moeten ervaren dat het nog gemakkelijker wordt om bij ons te bestellen. Een proces dat nu is ingezet. Met kleine stapjes maken we de webshop beter. Onze klanten zien dus geen grote veranderingen, maar ervaren dat bestellen steeds gemakkelijker gaat. Daarbij gaat het niet alleen om het bestellen van onderdelen, maar ook om aanvullende services zoals de Product Configurator, waarmee je eenvoudig de juiste cilinder of hydraulische slang bestelt. Verder komt dit jaar labelmanagement voor gebruik in shop en magazijn

beschikbaar, een applicatie waarmee klanten zelf labels kunnen creëren.”

Partners profiteren ook

Kramp biedt dealers de Kramp Online Service, waarmee zij hun klanten toegang bieden tot het assortiment van Kramp. Dit gaat via een webshop die in de huisstijl van de dealer is opgezet. Deze shops profiteren ook direct van verbeteringen. Ook de webshops van partners van Kramp, zoals tractorfabrikanten SDF, AGCO en John Deere, worden direct meegenomen in de verbeteringen.

Met de komst van multidisciplinaire teams, een ‘Agile’ manier van werken en een optimale afstemming tussen de e-business teams is Kramp klaar voor de toekomst. Robbert van Dijk: “De omgeving om ons heen blijft veranderen. Daarom bouwen wij aan een organisatie die deze beweging kan volgen en investeren wij zowel in techniek als in mensen.”

Het Engelse woord ‘agile’ betekent behendig, lenig. Een Agile projectaanpak gaat ervan uit dat de wereld tijdens het project verandert en probeert deze veranderingen zo goed mogelijk te faciliteren, zonder daarbij het projectresultaat uit het oog te verliezen.

Het eindproduct bij een Agile project staat dus vooraf niet volledig vast, maar past zich gedurende de periode van de projectuitvoering aan de eventueel veranderende omstandigheden of wensen van de klant aan.

De Agile aanpak komt voort uit IT gerichte projecten met softwareontwikkeling, maar de principes zijn ook heel bruikbaar in andere projecten. Er bestaan diverse methodieken binnen het Agile spectrum, elk met zijn eigen specifieke kenmerken. De bekendste zijn: Scrum, DSDM, (R)UP, Extreme programming (XP) en Kanban.

Door Agile te werken ervaren teams transparantie, verantwoordelijkheid en zelfsturing, wat weer een positief effect heeft op werkplezier, betrokkenheid, motivatie en niet te vergeten: het eindresultaat.



‘WE WILLEN BLIJVEN INVESTEREN’

Hans Scholten, CFO Kramp Groep

Groei in vrijwel alle landen

Kramp heeft het boekjaar 2016, gezien de economische omstandigheden in de agrarische sector, met een tevredenstellend resultaat afgesloten.

Met een omzet van 737,5 miljoen euro laat Kramp een groei zien van 5,4% ten opzichte van vorig jaar. Bijna alle Kramplanden sluiten het jaar positief af. Met name in Zuid- en Oost-Europa heeft de onderneming een flinke groei behaald.

“Wij kijken terug op een goed jaar”, stelt CFO Hans Scholten. “Als we als Kramp Groep kunnen groeien volgens verwachting, in een markt waarin de rendementen in de sector dit jaar opnieuw onder druk stonden, kun je alleen maar trots zijn.” Ondanks de mooie omzetcijfers is de winst niet gestegen: het operationeel resultaat bedraagt 81 miljoen euro (EBITDA). “We hebben echter 5% minder nettowinst behaald. Dat is te verklaren door de koersdaling van het Britse pond en door hogere afschrijvingen als gevolg van investeringen die we gedaan hebben. Tegelijkertijd zegt dit ook iets over onze strategie en het vertrouwen dat we hebben. Om te kunnen blijven ondernemen op een wijze die Kramp sterk maakt, willen we investeren.”

Hoe kijkt u terug op het resultaat?

In sommige landen is Kramp nog niet zo lang actief. Kramp definieert deze als ‘groeimarkten’. Net als de voorgaande jaren kenden met name deze groeimarkten van Kramp een prima jaar. “In Italië (+26%) en Ibérica (+54%) hebben we een topjaar gehad. De opening van het magazijn in Madrid heeft zeker bijgedragen aan het resultaat. We zitten daar nu dichterbij onze klanten en hebben een dag levertijd ‘gewonnen’. Dat wordt gewaardeerd. Ook Frankrijk heeft het weer goed gedaan met een plus van 23%. Dankzij onze partnerschappen met tractorfabrikanten AGCO en SDF weten we daar elk jaar te groeien. In de afgelopen jaren is er veel tijd en energie gestoken in de groeimarkten. Dat werpt zijn vruchten af. Klanten weten ons ook daar steeds beter te vinden.”

De grote groeicijfers zijn niet alleen weggelegd voor Zuid-Europa. Ook in Oost-Europa heeft Kramp marktaandeel weten te winnen. Zo steeg de omzet in Rusland met 35%. “Overigens hebben we in bijna alle landen prima gepresteerd. Het mindere resultaat in Engeland is grotendeels te verklaren door de koersdaling van het Britse pond, als direct gevolg van het besluit om uit de Europese Unie te stappen, de Brexit. Door de koersdaling schrijven we nu rode cijfers als we het pond omrekenen naar euro’s, waar we anders winst hadden gemaakt.”

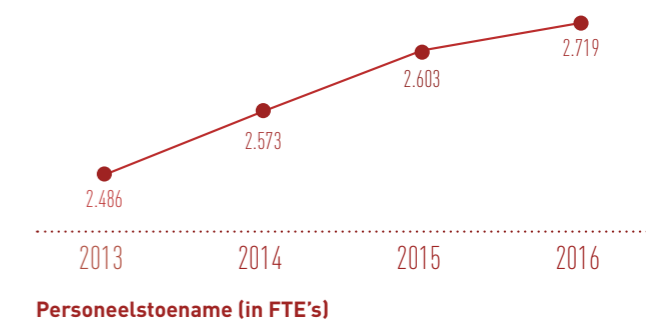
In de bestaande, volwassen, markten heeft Kramp een solide jaar achter de rug. België, Nederland en Denemarken hebben een goed jaar gehad met groeipercentages van 6-8% en ook Duitsland is gegroeid volgens verwachting. “Dit is het resultaat van blijven investeren in de relatie met onze klanten”, legt Scholten uit.

Is deze investering ook terug te zien in het personeelsbestand?

Uit 2016 werkten er ongeveer 3.100 medewerkers (2.719 omgerekend naar FTE) bij Kramp, 100 meer dan een jaar daarvoor. Scholten: “De groei zit met name in ons logistiek personeel, als gevolg van de uitbreidingen van de magazijnen in onder meer Polen en Frankrijk. De komende jaren zullen we sturen op een gelijkblijvend aantal medewerkers. Natuurlijk blijft er ruimte om personeel aan te nemen waar nodig, maar daar waar dat mogelijk is zullen we ook procesverbeteringen doorvoeren.” De CFO denkt dit onder meer te kunnen realiseren met het ‘Continuous Improvement Programma’ dat in 2016 van start is gegaan. “We willen een efficiëncyslag maken, waarbij kostenreductie, het verhogen van de klanttevredenheid én het verkorten van de doorlooptijd tegelijkertijd gerealiseerd worden.”

U geeft aan dat Kramp flink geïnvesteerd heeft. Op welke terreinen?

“In 2016 is er voor ruim 34 miljoen euro geïnvesteerd, waarvan 10 miljoen euro in IT. Verder is er flink geïnvesteerd in logistieke systemen en de uitbreiding van de magazijnen in onder meer Polen en het nieuwe magazijn in Madrid. In de vestiging in Varsseveld is het magazijn vergroot en is er geïnvesteerd in nieuwe kantoorruimtes.”



Welke investeringen heeft Kramp voor 2017 op de agenda staan?

De begroting staat op 52 miljoen euro, een record in de geschiedenis van Kramp. "We gaan opnieuw onze magazijnen uitbreiden. In Frankrijk hebben we het afgelopen jaar bijgebouwd en dat gaan we dit jaar voortzetten, vanwege de grote groei van het afgelopen jaar en de verwachting die we hebben voor de komende jaren. Ook het magazijn in Duitsland wordt een stuk groter en in Polen komt een nieuw magazijn voor de opslag van gevaarlijke stoffen. Tenslotte wordt er op dit moment in Varsseveld hard gewerkt aan een nieuw magazijn, naast het huidige. In dit magazijn, met een hoogte van maar liefst 24 meter, zal een volautomatisch shuttlesysteem worden gebouwd; een systeem dat ook in de nieuwbouw in Duitsland gerealiseerd zal worden." De investering in IT wordt structureel verhoogd naar 10 miljoen euro op jaarbasis. "We blijven in ons e-commerce platform investeren; investeren in kennis en technologie. De ontwikkelingen daarin gaan snel en wij willen daarbij voorop lopen. Als we dat doen, dan ben ik ervan overtuigd dat we de groei van de afgelopen jaren kunnen vasthouden."

Hoe is de financiële positie van Kramp?

In januari 2017 liep de toenmalige financieringsfaciliteit die Kramp met banken had, af. Daarom zijn er het afgelopen jaar afspraken gemaakt met een nieuw consortium van banken. Voor de komende vijf tot zeven jaar heeft Kramp een financieringsfaciliteit die kan oplopen tot 450 miljoen euro. "Dat toont de ambitie", legt Scholten uit. "We willen groeien, om de essentiële partner te blijven voor onze klanten. Daar past een actief acquisitiebeleid bij. Deze nieuwe financieringsfaciliteit maakt dat mogelijk." De financieringsfaciliteit is mede gebruikt om een deel van de aandelen in te kopen van investeringsmaatschappij Schouw. [zie kader]

"De rentedragende schuld is opgelopen van 188 miljoen naar 287 miljoen euro eind 2016. Met een balanstelling van 451 miljoen euro is de solvabiliteit gedaald naar 17%, voornamelijk als gevolg van de aandeleninkoop. De verwachting is dat dit percentage binnen drie jaar weer rond de voor Kramp vertrouwde 40% ligt. Het eigen vermogen is gedaald van 151 miljoen euro in 2015 naar 78 miljoen euro ultimo 2016."

Hoe past de toegenomen voorraadpositie in de strategie van Kramp?

"Om onze servicegraad op een zo hoog mogelijk niveau te houden, hebben wij bewust onze voorraden verhoogd van 169 miljoen euro naar 189 miljoen euro. Hierdoor kunnen wij onze klanten een hoge voorraadbeschikbaarheid garanderen."

Kunt u tot slot nog iets zeggen over de crediteurenpositie van Kramp?

"Onze crediteurenpositie is op jaareinde toegenomen van 20 miljoen euro naar 37 miljoen euro. Dit wordt deels verklaard doordat, meer dan in andere jaren, tegen jaareinde voorraden zijn aangeleverd ter voorbereiding op het nieuwe seizoen. Kramp vindt het belangrijk om afspraken met leveranciers over betalingstermijnen strikt na te komen. Ook voor onze leveranciers willen wij een betrouwbare partner zijn."

In augustus 2013 is Kramp met de Deense branchegenoot Grene gefuseerd. Deze fusie kwam destijds tot stand door een aandelenruil. De eigenaar van Grene, de Deense investeringsmaatschappij Schouw & Co., kreeg toen een 20% belang in Kramp. In 2016 hebben het management van Kramp en NPM Capital in goed overleg met Schouw & Co. besloten het aandelenpakket van Schouw & Co. te kopen. Met deze versterking van de eigendomspositie onderstreept Kramp het vertrouwen in de organisatie, in het management en in de toekomst.



'Met het Continuous Improvement Programma willen we een efficiëncyslag maken, waarbij kostenreductie, het verhogen van de klanttevredenheid én het verkorten van de doorlooptijd tegelijkertijd gerealiseerd worden.'

Hans Scholten (links) aan tafel met Tom Wolterinck.

Samenwerking met Kramp wordt alleen maar sterker

Landbouwmechanisatiebedrijf Cottard is gevestigd in Curchy in het departement Somme in de regio Hauts-de-France. Het bedrijf wordt geleid door Patrice Cottard, één van de zoons van de oprichter van het familiebedrijf. Cottard is al meer dan dertig jaar partner van Kramp.

‘KRAMP REIKT STEEDS NIEUWE TOOLS AAN, WAARMEE KLANTEN GEMAKKELIJKER ZAKEN KUNNEN DOEN’



Patrice en Philippe Cottard

De onderneming is gespecialiseerd in de verkoop en reparatie van landbouwmachines. Bernard Cottard begon in 1965 met een hoefsmederij en breidde de activiteiten in de loop van de jaren steeds verder uit. Sinds de overname door zoon Patrice Cottard in 1995, is het bedrijf verder doorgegroeid. Tegenwoordig werken er bij Cottard negen mensen, waaronder sinds 2005 broer Philippe Cottard, die de nodige technische kennis inbrengt.

De kernactiviteiten van de onderneming bestaan uit het repareren van landbouwmachines en de levering van onderdelen. Het bedrijf heeft zich in meerdere segmenten van de landbouwmarkt kunnen positioneren en heeft het dealerschap van diverse merken. De onderneming wordt door fabrikanten als servicepartner beschouwd als het gaat om het aanpassen van landbouwmachines.

Ook in de agrarische industrie staat de tijd niet stil. Om hun voorsprong te behouden in een concurrerende markt, zullen bedrijven die in deze markt actief zijn de technologische en digitale ontwikkelingen op de voet moeten volgen. Kramp loopt hierin voorop, waardoor de service naar klanten continu verbetert en Kramp hen steeds nieuwe tools aanreikt waarmee ze gemakkelijk zaken kunnen doen.

Cottard gebruikt verschillende services van Kramp, zoals EDI (Electronic Data Interchange), Kramp Online Service en binnenkort ook Scan to Order. Met een dynamische en moderne webshop onder de naam van Cottard, zet Cottard bovendien nieuwe technologie in, met als doel meer onderdelen en accessoires te verkopen aan de boeren in de omgeving.

Volgens Patrice Cottard is Kramp voor Cottard de eerste keuze vanwege de uitgebreide service, de uitstekende relatie, de prijs-kwaliteitverhouding en het grote innovatievermogen. Vanwege de ervaring en de marktpositie die Kramp op het gebied van hydrauliek heeft opgebouwd, is Cottard begin 2017 de samenwerking met Kramp in deze productgroep aangegaan.

De Franse onderneming verwacht dat het partnerschap in de loop van de tijd alleen maar verder uitgebreid wordt, als Kramp zijn toegevoegde waarde als essentiële partner blijft bewijzen.



'We willen een lerende organisatie zijn'

Kramp is in ontwikkeling, in de breedste zin van het woord. Er worden nieuwe magazijnen gebouwd, er zijn flinke investeringen in hard- en software en ook de ontwikkeling van het personeel staat hoog op de agenda.

Binne Visser is sinds november 2015 bij Kramp in dienst als Head of HR (Human Resources). "De wereld om ons heen verandert in een steeds sneller tempo en daar moeten wij op inspelen. Alles wordt digitaal en efficiënter. Ook in onze sector staan de ontwikkelingen niet stil.

Hoe lang duurt het bijvoorbeeld nog voordat de zelfrijdende tractors massaal worden ingezet? We hebben het afgelopen jaar dan ook grote stappen gezet op het gebied van personeels- en organisatieontwikkeling om een volgende fase in te kunnen gaan. Sterker nog, om de essentiële partner te zijn voor de dealers en de boeren moeten we daarbij voorop lopen."

Om deze ambitie te realiseren blijft Kramp zich richten op zowel de ontwikkeling en professionalisering van de medewerkers als het aantrekken van talent. Visser: "Jonge mensen brengen nieuwe inzichten en ook actuele kennis over ontwikkelingen in de wereld om ons heen. Dit zorgt voor een verdere professionalisering van de organisatie.

Daarom is het afgelopen jaar de band met hogescholen en universiteiten verder aangehaald. Ook hebben we al ruim 5 jaar een management trainee programma. We moeten zo'n aanbod creëren dat studenten in de rij staan om bij Kramp aan de slag te gaan. Tijdens hun studie, als ze op zoek zijn naar een stageplek of een afstudeeronderzoek, én als ze hun studie hebben afgerond en werk zoeken."

"Kramp is een prachtig bedrijf met een sterke familiecultuur en medewerkers zijn er trots op om hier te werken. Je ziet hoeveel betekenis medewerkers hechten aan onze kernwaarden 'de klant eerst', 'ondernemerschap', 'samen' en 'betrokken'. Dat is best bijzonder voor een bedrijf dat actief is in zoveel landen en daardoor te maken heeft met misschien wel meer dan vijftig specifieke subculturen. Die internationale werkomgeving en de brede ontwikkelingsmogelijkheden binnen Kramp zijn bouwstenen om goede medewerkers te binden en de juiste mensen aan te trekken in een markt waarin hoogopgeleide talenten schaars zijn."

Als een lerende organisatie wil men elkaar bij Kramp blijven uitdagen om elke dag een stukje beter te worden. Daarom is het noodzakelijk om competenties kritisch te evalueren en open te staan voor nieuwe kennis en vaardigheden. Iedere medewerker bij Kramp moet zich blijven ontwikkelen.

Om dit te ondersteunen is er in 2016 gestart met een internationaal toepasbare en eenduidige aanpak van beoordelings- en ontwikkelgesprekken.

Eerder konden deze nog per land verschillen. Alle medewerkers en hun managers voeren straks op eenduidige wijze jaargesprekken die gericht zijn op persoonlijke ontwikkeling. Hierin formuleren medewerker en leidinggevende doelstellingen, definiëren persoonlijke groeifspraken en evalueren jaarlijks de voortgang hiervan. "Een belangrijk doel voor ons is om de juiste mensen op de juiste plek te laten werken. Managers moeten met hun medewerkers in gesprek zijn: wat gaat goed en wat kunnen we samen nog verbeteren?"

In 2016 is daarom ook een grote stap gemaakt met de Kramp Academy. Een training met leiderschapsmodules waarmee Kramp beoogt de persoonlijke en professionele ontwikkeling van het management te stimuleren en hen te ondersteunen bij de vertaling van Kramp's strategie naar de werkvloer. De komende periode worden deze modules binnen Kramp verder uitgerold. "In het programma leer je kritisch te kijken naar jezelf en hoe je verbetering faciliteert. Dat is belangrijk als je effectief leiding wilt geven. Onze leiders moeten in staat zijn om te verbinden, om mensen te stimuleren, te coachen en te boeien en hen richting te geven. Als HR ondersteunen we managers daarin. Zijn we samen op de juiste manier bezig? We moeten elkaar blijven uitdagen, zodat we er het maximale uithalen." Nu is het niet zo dat het bij Kramp alleen om presteren gaat. "Belangrijk is dat medewerkers het naar hun zin hebben. Het moet leuk zijn om bij Kramp te werken, dan volgen de prestaties in de meeste gevallen ook", onderstreept Binne Visser.

Kerncijfers medewerkers 2016 (IN FTE)

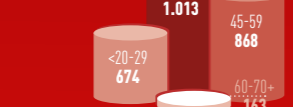
DIENSTJAREN



GESLACHT



LEEFTIJDEN



LANDEN



AFDELINGEN



“VAN MANAGEMENT TRAINEE NAAR CIRCLE TEAM MEMBER”

Hananja Monster, Circle Team Member



Hananja Monster werkt sinds september 2015 bij Kramp. De van oorsprong Amsterdamse kwam binnen als Management Trainee en is inmiddels 'Circle Team Member' binnen het 'Continuous Improvement Programma'.

Het Management Traineeship bij Kramp geniet steeds meer bekendheid. Elk jaar zijn er meer aanmeldingen voor de gemiddeld vier plekken die op jaarbasis te vergeven zijn. Ook voor Hananja was het traineeship een ideale manier om te ontdekken welke functie bij haar past. “Ik kon bij meerdere bedrijven terecht, maar ik heb bewust voor Kramp gekozen. De cultuur, het internationale aspect; vanaf de eerste kennismaking was er een klik. Het is ook bijzonder hoe Kramp het aanpakt. De eerste afspraak was in Varsseveld en meteen kwam CFO Hans Scholten kennismaken.” In ongeveer anderhalf jaar wordt een Management Trainee voorbereid op een leidinggevende functie binnen Kramp. Na een kennismaking met de verschillende afdelingen in Nederland en de andere vestigingen in Europa, gaan trainees aan de slag met projecten voor grotere afdelingen. Al die tijd hebben ze iemand vanuit de Executive Board als mentor. In het geval van Hananja was dat Tom Wolterinck. “Dat was ontzettend leerzaam. Niet alleen deelde ik mijn ervaringen met hem, ook werd ik bijgepraat over zaken binnen het bedrijf en kreeg ik gaandeweg inzicht in waar mijn toegevoegde waarde zat. In mijn geval was dat Project Management en toen kwam Tom Wolterinck met het 'Continuous Improvement Programma' als suggestie. In dit project volgen we een bepaald proces van begin tot einde, bijvoorbeeld de levering naar onze klanten. Via data wordt elke stap onderzocht: welke processtappen zijn waardevol, hoe kunnen we 'waste' vermijden, wat vertraagt een proces.” Hananja was als projectleider betrokken bij de eerste projecten van het 'Continuous Improvement Programma'. “Ik had zelf niet alle inhoudelijke kennis in huis, bijvoorbeeld als het om logistiek ging, maar dat was ook niet noodzakelijk. Ik had een faciliterende en coördinerende rol, wat inhield dat ik de juiste vragen moest stellen om daarmee de juiste mensen bij elkaar aan tafel te krijgen. Daarnaast hebben we verschillende mensen in de organisatie getraind, onder meer in de efficiënte werkmethoden als Lean Six Sigma. Een ontzettend leuke en leerzame tijd.” Inmiddels is ze bij Kramp in dienst getreden als 'Circle Team Member', wat betekent dat ze betrokken blijft bij het 'Continuous Improvement Programma'.

“DE BESTE IDEEËN ONTSTAAN OP DE WERKVLOER”

Carsten Meyboom



Continuous Improvement, het elke dag een beetje beter willen doen, wordt niet bedacht in vergaderzalen. Integendeel. Juist op de werkvloer komen vaak de beste ideeën tot leven en daarom heeft Kramp al jaren geleden de 'Internal Idea Award' ingevoerd. We moedigen werknemers aan hun ideeën over hoe het werk slimmer en beter kan, kenbaar te maken. Is een idee uitvoerbaar, dan staat daar een leuke vergoeding tegenover.

Carsten Meyboom is één van de medewerkers van wie een idee is uitgevoerd. Carsten werkt ruim vijftien jaar bij Kramp. Hij begon in het magazijn in Hamminkeln in Duitsland en inmiddels werkt hij al zo'n acht jaar in Varsseveld binnen logistiek. Hij bedacht een frame om grote slangen te snijden. Dit zijn bijvoorbeeld slangen die gebruikt worden bij het bemesten van het land. Grote, zware slangen die niet altijd even makkelijk te hanteren zijn. Door het frame kunnen ongelukken bij het snijden worden voorkomen. Carsten heeft niet alleen het idee voor het frame bedacht. Hij maakte ook de (technische) tekening erbij, zodat de werkplaats bij Kramp het frame kon bouwen. Carsten: “Toen de slangen nog buiten lagen was ik de enige die de slangen sneed. Nadat ze naar binnen waren verplaatst, waren er meer collega's die slangen op maat gingen snijden voor onze klanten. Niet iedereen was daar even ervaren in, waardoor vóór het gebruik van het frame collega's meer risico liepen om zich te snijden met het stanleymes. Als je bijvoorbeeld de slang op het been laat rusten en dan gaat snijden, bestaat er een grote kans dat je je in het been snijdt. Het gebruik van het frame voorkomt dat.” Kramp wil medewerkers een veilige en efficiënte werkomgeving bieden. Dit idee draagt daar heel praktisch aan bij en werd daarom beloond met de 'Internal Idea Award'.

Het frame is intussen volop in gebruik. Carsten werkt er zelf niet meer mee. “Ik werk nu op een andere afdeling binnen logistiek, maar ik vind het mooi dat mijn idee is uitgevoerd en dat mijn collega's er nu mee werken. Misschien kunnen we het frame zelfs wel leveren aan klanten. Die moeten vast ook wel eens een slang snijden.”

Gehouden toezicht gedurende het verslagjaar 2016

Hierbij treft u het door de Directie opgestelde jaarverslag aan. Het officiële jaarverslag wordt gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel. Dit officiële jaarverslag is op 10 mei 2017 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. "We zijn van mening dat het jaarverslag 2016 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, die hiermee zijn laatste handeling als voorzitter van de Raad van Commissarissen verricht. Per heden (10 mei 2017) draagt hij zijn functie over aan de heer Johan Lokhorst.

RAAD VAN COMMISSARISSEN

Op de foto: (van links naar rechts)

Anjo Joldersma
Johan Terpstra
Jan Bernard Wolters
Koen Slippens
Johan Lokhorst

Onlangs is ook de heer Koen Slippens benoemd als lid van de Raad van Commissarissen. Hij volgt Anjo Joldersma op, die na 7 jaar afscheid neemt als lid van de Raad van Commissarissen. Jens Bjerg Sørensen had al eerder afscheid als lid genomen. "De nieuwe Raad van Commissarissen heeft veel waardering voor alles wat Jan Bernard, Anjo en Jens hebben bereikt en voor de enorme betrokkenheid en inzet waarmee zij over een lange periode hun functie hebben uitgeoefend", aldus Johan Lokhorst. Met deze nieuwe benoemingen beschikt Kramp Groep weer over een nieuwe, deskundige en ervaren Raad van Commissarissen, die alle benodigde kwalificaties bezit om Kramp Groep te ondersteunen bij het bereiken van toekomstige ambities en plannen.



GECONSOLIDEERDE JAARREKENING

Pro forma jaarrekening 2016

€737.456 5.4%
OMZET (X1.000) OMZETSTIJGING

3.54
NET DEBT/EBITDA

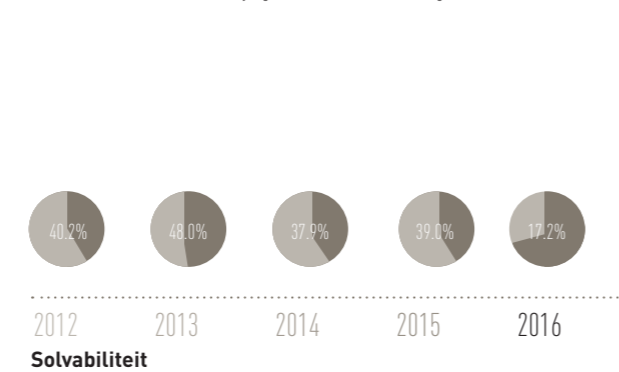
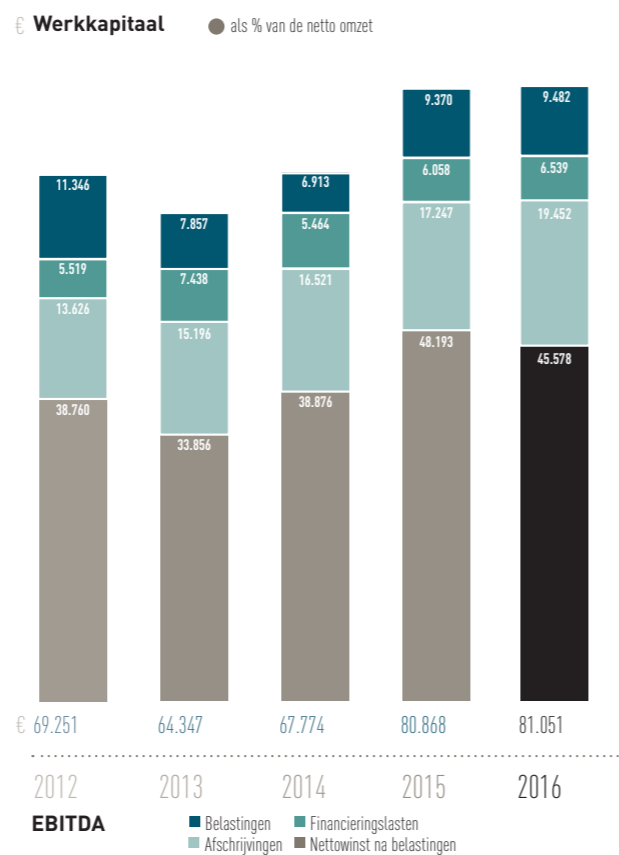
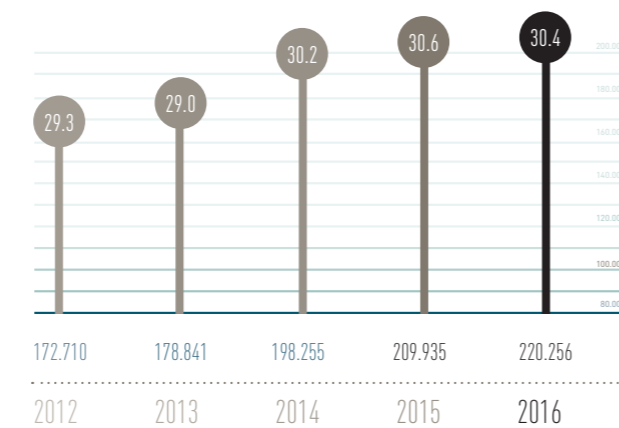
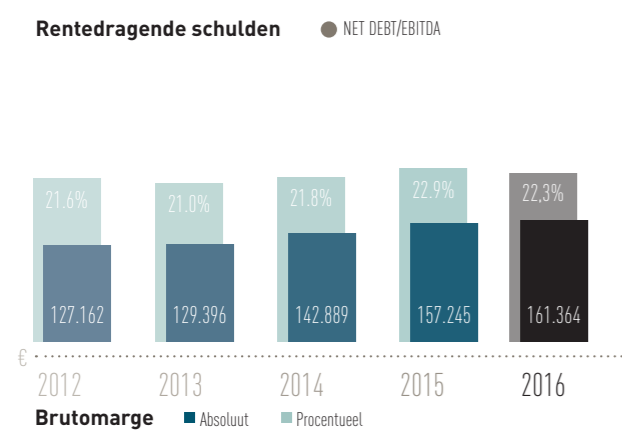
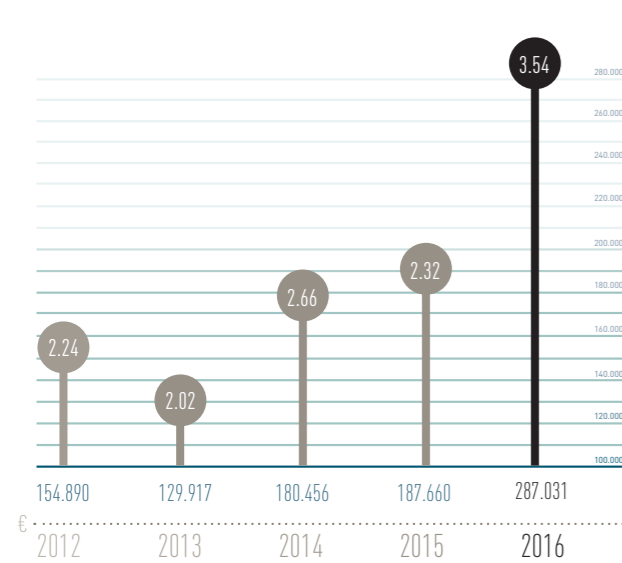
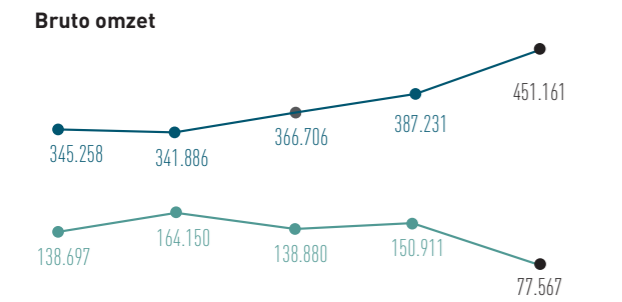
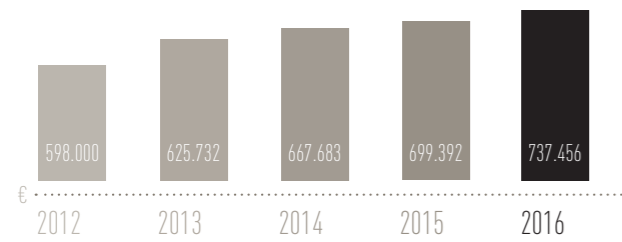
JAARVERSLAG
2016

€81.051 +0.2%
EBITDA (X1.000) EBITDA TOENAME

€34.345
NETTO INVESTERINGEN (X1.000)

 **KRAMP**
It's that easy.

Kerncijfers (x 1.000)



Geconsolideerde winst- en verliesrekening 2016

Pro forma jaarrekening 2016

	2016	2015
(x €1.000)		
Bruto omzet	737.456	699.392
Boni en kortingen	-13.223	-12.222
Netto omzet	724.233	687.170
Kostprijs van de omzet	-562.869	-529.925
Bruto omzetresultaat	161.364	157.245
Verkoopkosten	-70.759	-66.370
Algemene beheerskosten	-28.766	-27.464
Som der kosten	-99.525	-93.834
Netto omzetresultaat	61.839	63.411
Overige bedrijfsopbrengsten	1.079	-
Bedrijfsresultaat	62.918	63.411
Rentebaten	229	377
Rentelasten	-6.768	-6.435
Koersresultaat	-1.308	-36
Financieel resultaat	-7.847	-6.094
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	55.071	57.317
Belastingen	-9.482	-9.370
Aandeel derden in resultaat groepsmaatschappijen	-11	246
Resultaat na belastingen	45.578	48.193

Geconsolideerde balans per 31 december 2016

Pro forma jaarrekening 2016

Activa (x €1.000)

	2016	2015
Vaste activa		
Immateriële vaste activa		
Rechten van intellectuele eigendom (software)	13.108	8.419
Goodwill	1.170	-
Vooruitbetalingen op immateriële vaste activa	4.465	2.359
	18.743	10.778
Materiële vaste activa		
Bedrijfsgebouwen en -terreinen	97.751	95.381
Magazijninventarissen	20.182	20.950
Kantoor- en IT-inventarissen	9.131	9.619
Vervoermiddelen	2.012	2.092
Vooruitbetalingen op materiële vaste activa en bedrijfsactiva in uitvoering	5.894	-
	134.970	128.042
Financiële vaste activa		
Deelneming	318	-
Overige vorderingen	10.765	9.343
	11.083	9.343
Totaal vaste activa	164.796	148.163
Vlottende activa		
Vorraden		
	188.676	168.690
Vorderingen		
Handelsdebiteuren	68.701	61.558
Vorderingen op participanten en maatschappijen waarin wordt deelgenomen	5	1
Belastingen en sociale premies	8.653	2.900
Overige vorderingen	1.323	678
Overlopende activa	3.354	3.393
	82.036	68.530
Liquide middelen		
	15.653	1.848
Totaal vlottende activa	286.365	239.068
	451.161	387.231

Passiva (x €1.000)

	2016	2015
Groepsvermogen		
	77.567	150.911
Aandeel derden in groepsmaatschappijen		
	94	-
Vorzieningen		
Latente belastingverplichtingen	2.358	2.302
Pensioenvoorzieningen	647	480
Overige voorzieningen	1.026	880
	4.031	3.662
Langlopende schulden		
	114.296	6.574
Kortlopende schulden		
Binnen een jaar vervallende aflossingsverplichtingen	15.726	1.251
Kredietinstellingen	172.835	180.570
Handelscrediteuren	37.121	20.313
Schulden aan participanten en maatschappijen waarin wordt deelgenomen	21	12
Vennootschapsbelasting	1.115	1.157
Overige belastingen en sociale premies	12.021	7.545
Overige schulden	15.902	14.803
Overlopende passiva	432	433
	255.173	226.084
	451.161	387.231

Geconsolideerd kasstroomoverzicht

Pro forma jaarrekening 2016

(x €1.000)

	2016	2015
Netto resultaat	45.578	48.193
Aanpassingen voor:		
Afschrijvingen	19.452	17.247
Netto-financieringslasten	6.539	6.058
Betaalde winstbelastingen	9.482	9.370
Mutatie financiële vaste activa	-1.626	443
Koersresultaat op werkkapitaal en overige vorderingen en schulden	1.688	-1.238
Aandeel derden in resultaat	11	-246
Overige vermogensmutaties	-178	-598
	35.368	31.036
	80.946	79.229
Mutatie overige vorderingen en overlopende activa	-6.363	-1.934
Mutatie voorzieningen	369	653
Mutatie overige schulden en overlopende passiva	5.541	455
	-453	-826
Mutatie voorraden	-19.986	-6.541
Mutatie debiteuren	-7.143	-2.652
Mutatie crediteuren	16.808	-2.487
Mutatie werkkapitaal	-10.321	-11.680
Kasstroom uit bedrijfsoperaties	70.172	66.723
Ontvangen rente	229	377
Betaalde rente	-7.308	-6.411
Betaalde winstbelastingen	-8.762	-9.292
	-15.841	-15.326
Kasstroom uit operationele activiteiten	54.331	51.397

	2016	2015
Investeringen in immateriële vaste activa	-11.764	-4.687
Investeringen in materiële vaste activa	-22.581	-18.936
Desinvesteringen in materiële vaste activa	-	280
Verwerving deelneming	-114	-1.200
Kasstroom uit investeringsactiviteiten	-34.459	-24.543
Inkoop aandelen	-88.612	-
Betaald dividend	-32.000	-33.000
Minderheidsbelang derden	83	-
	-120.529	-33.000
Aflossing langlopende financiering	-1.432	-1.121
Opname langlopende financiering	123.629	1.143
Mutatie kortlopende financiering	-7.735	7.917
Kasstroom uit financieringsactiviteiten	-6.067	-25.061
Saldo van toename geldmiddelen	13.805	1.793
Liquide middelen begin	1.848	55
Liquide middelen eind	15.653	1.848
Saldo van toename geldmiddelen	13.805	1.793

IT'S THAT EASY.

Continuous Improvement is meer dan alleen een programma. Het zit ingebakken in ons DNA: we willen het elke dag een stukje beter doen. Dit helpt ons bij het realiseren van onze missie: het werk van onze klanten zo gemakkelijk mogelijk maken. It's that easy.





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.