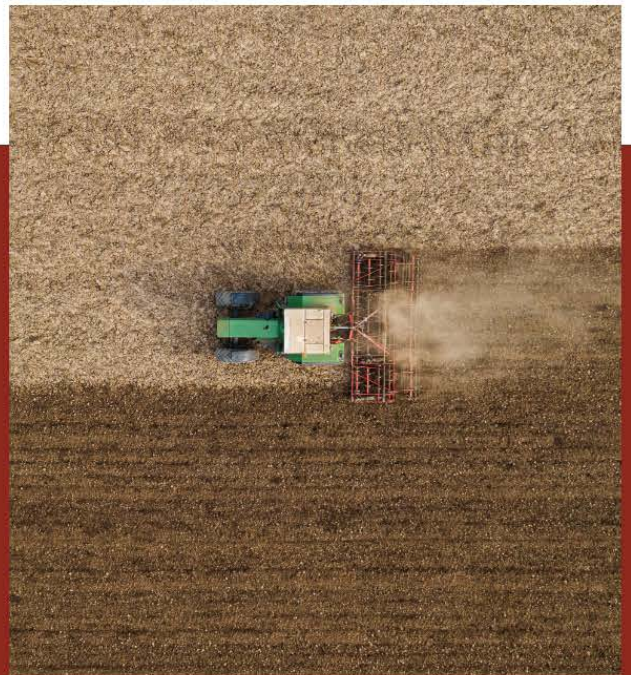


KRAMP



JAAR VERSLAG 2025

INHOUDSOPGAVE



VOORUITGAAN EN SNELLER GROEIEN OM EERSTE TE WORDEN



BERICHT VAN ONZE CEO EDDIE PERDOK

2025 was een jaar van groei, uitbreidingsmogelijkheden, duidelijkheid in organisatiestructuren en zelfs een Duurzaamheidsverslag - een primeur voor Kramp! Eddie Perdok, onze Chief Executive Officer (CEO), is er trots op dat Kramp deze veranderingen niet alleen met glans heeft doorstaan, maar ook omzet en winstgevendheid heeft weten te laten groeien. Hij bespreekt de factoren die hebben bijgedragen aan dit succes in 2025, waaronder een nieuwe managementstructuur, de invoering van een kostenbewuste mentaliteit, strategische investeringen, acquisities en - bovenal - het aanpassingsvermogen en de betrokkenheid van de medewerkers van Kramp.

De economische omstandigheden in Kramp's kernmarkt 'Agri' bleef in 2025 matig, waardoor het een uitdagend jaar was. "Tegelijkertijd hebben we veel interne veranderingen doorgevoerd om het bedrijf continu te verbeteren en ons voor te bereiden op toekomstige groei," zegt Eddie.

Een belangrijke ontwikkeling was de introductie van een nieuw Executive Team, bestaande uit vijf Managing Directors in de clusters en vijf functionele specialisten (zogenaamde Vice Presidents) op groepsniveau. Zij ondersteunen de driekoppige Board of Directors bestaande uit Eddie Perdok, Chief Executive Officer, Rutger Bruijnen, Chief Operating Officer, en Roeland Tjebbes, Chief Financial Officer.

"Deze structuur heeft gezorgd voor meer vereenvoudiging, snelheid en duidelijkheid, met scherper eigenaarschap, snellere besluitvorming en effectievere resultaten," zegt Eddie.



**“
WIJ ZIJN ER VAST
VAN OVERTUIGD
DAT WE DE MARKT
SAMEN KUNNEN
LATEN GROEIEN.”**

Verbeteringen in dienstverlening

Twee belangrijke investeringen in 2025 waren de ingebruikname van een state-of-the-art Shuttle Order Storage & Retrieval (OSR) systeem in Q2 als onderdeel van het meerjarige Masterplan voor het magazijn in Varsseveld en de herinrichting van het magazijnnetwerk van Kramp in de Nordics. In juli 2025 heeft Kramp geïnvesteerd in de bouw van een nieuw distributiecentrum in Denemarken om de klantenservice in de Nordics te verbeteren. Daarnaast consolideerde het bedrijf bestaande magazijnactiviteiten in Denemarken en Zweden, wat leidde tot de sluiting van het Zweedse magazijn. “Helaas heeft die sluiting geleid tot het verlies van een tiental banen,” merkt Eddie op. “Voor ons als familiebedrijf zijn dit soort beslissingen altijd moeilijk. Ze zijn echter noodzakelijk om onze dienstverlening op de lange termijn aanzienlijk te verbeteren. We hebben de betrokken medewerkers zoveel mogelijk ondersteund bij hun overstap naar nieuw werk.”



De customer journey verbeteren

Kramp heeft ook aanzienlijk geïnvesteerd in technologie. “We hebben solide vooruitgang geboekt met ons organisatiebrede technologische transformatieproject genaamd Project Spring. Dit project is gericht op het vervangen van legacy back-end systemen om onze activiteiten te versterken en technologische verbeteringen door te voeren voor meer efficiëntie en om de klantervaring te verbeteren,” zegt Eddie. “Maar een project dat direct een positieve impact heeft, was de succesvolle implementatie van een nieuw communicatieplatform voor Customer Service. Door alle interacties met klanten via verschillende kanalen samen te brengen, verbetert de efficiëntie van de dienstverlening en de totale customer journey.”

Strategische overnames bleven een belangrijke factor for groei, met twee afgeronde deals in 2025. “De overname van Vapormatic breidt ons assortiment in trekker- en motoronderdelen uit en versterkt onze positie bij John Deere dealers in heel Europa”, legt Eddie uit. “Daarnaast ondersteunt de overname van Endress & Lehmann in Duitsland onze expansie in de tuin- en parkindustrie. Het toevoegen van merken zoals Stihl en Husqvarna versterkt onze positie in de Europese tuin en park industrie.”



Duurzaamheidseffecten en kansen

Duurzaamheid heeft in 2025 nadrukkelijk meer aandacht gekregen. “Hoewel we nog niet wettelijk verplicht zijn om te rapporteren onder CSRD, nemen we duurzaamheid serieus en willen we transparant zijn over onze inspanningen,” zegt Eddie. “Daarom bevat dit jaarverslag een speciaal katern over duurzaamheid, waarin onze impact, risico’s en kansen op het gebied van milieu, maatschappij en goed bestuur (ESG) worden beschreven.”

Positieve energie, toewijding en aanpassingsvermogen

Eddie erkent dat al deze veranderingen gedurende het jaar hoge eisen stelden aan de medewerkers. "Medewerkerstevredenheid is een kritische KPI voor ons, die elk jaar in september wordt gemeten via onze jaarlijkse betrokkenheids onderzoek. In 2025 hebben we in april een extra onderzoek gehouden om eerder inzicht te krijgen en onze aanpak waar nodig aan te passen aan de behoeften van medewerkers", zegt hij.

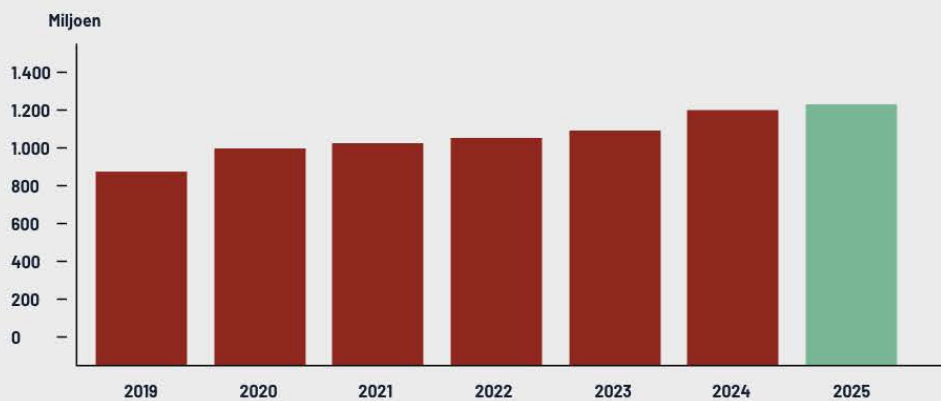
"Dankzij de positieve energie en het aanpassingsvermogen van onze mensen zijn we erin geslaagd om de omzet met ongeveer 5% te verhogen," vervolgt Eddie. Door vanaf het begin van het jaar meer kostenbewust te zijn, wat snel omarmd werd door de hele organisatie, werden de relatieve kosten verlaagd. Door het beheersen van kosten en het vermijden van verspilling en dit te combineren met omzetgroei, hebben we de winstgevendheid met ongeveer 10% verbeterd. Hierdoor kunnen we nog meer investeren in initiatieven die ook groei naar de toekomst stimuleren."

Strategische uitbreiding wordt voortgezet in 2026

In de toekomst blijft uitbreiding naar tuin en park en grondverzet een strategische prioriteit. "Onze Strategie 2030, ontwikkeld in 2025, helpt ons gerichter en sneller vooruit te gaan in ons streven om nummer één te zijn," besluit Eddie. "We hebben een stevige uitgangspositie om onze groeiplannen in 2026 uit te voeren - het jaar waarin we ook ons 75e jubileum vieren. We kijken ernaar uit om deze mijlpaal samen met onze klanten, leveranciers en medewerkers te vieren."

KERNCIJFERS

OMZET VAN 2019 NAAR 2025:



GROEI IN 2025:



OP WEG NAAR 2030



Kramp is in 1951 opgericht door Johan Kramp, een 34-jarige ondernemer uit Varsseveld. Hij kocht een partij maaibalken en onderdelen en verkocht ze huis-aan-huis aan boeren. Een paar jaar later startte Jaap Perdok, de vader van de huidige CEO van Kramp Eddie Perdok, het familiebedrijf Perdok. Deze twee oprichters begonnen in de jaren 1970 samen te werken en in 1999 werden de twee familiebedrijven één.



**Johan Kramp,
Founder, Kramp**

Ambitie is altijd een belangrijk onderdeel geweest van het DNA van beide oprichters. Sinds 1999 heeft het familiebedrijf zich uitgebreid over 24 locaties in Europa, met een omzet van meer dan 1,2 miljard euro en meer dan 3.500 werknemers. Kramp is de toonaangevende groothandel in onderdelen en accessoires in Europa voor agri en tuin en park en blijft zich inspannen om uit te breiden naar grondverzet. Ondersteund door tien moderne magazijnen in heel Europa en voortdurend investierend in technologie en mensen blijft Kramp het succes en de efficiëntie van onze klanten vergroten. Kramp zal een familiebedrijf en een lange termijn partner blijven, ook voor de komende generaties.



**Jaap Perdok,
Founder, Perdok**

ONZE PURPOSE

Alles wat we in het verleden hebben gedaan, vandaag doen en in de toekomst zullen doen, is gebaseerd op onze bedrijfsfilosofie: u in staat stellen om vooruit te komen.

EMPOWERING

Dit verwijst naar de unieke rol van Kramp in de waardeketen. Wij bestaan omdat we onze klanten en leveranciers verbinden en faciliteren om samen te werken. We staan zij aan zij, we ondersteunen en maken het mogelijk, en we doen dit samen.

YOU

U' verwijst naar iedereen in de waardeketen waar we deel van uitmaken; onze leveranciers, onze klanten, de eindgebruikers en onze medewerkers. Maar ook de communities waar we deel van uitmaken. Het is ons doel om elke partner te helpen succesvol te zijn in wat ze doen.

MOVE FORWARD

Dit verwijst naar onze ambitie om als organisatie continu te verbeteren en te innoveren. Bij Kramp zijn we allemaal ondernemers, we zien nieuwe kansen, we geloven in een positieve toekomst voor ons allemaal en we zijn gemotiveerd om elke dag uit bed te komen om dingen vooruit te helpen en de bedrijven van onze klanten draaiende te houden.



Onze visie

Geleid door onze missie is onze visie voor de toekomst: De essentiële partner zijn in onderdelen en diensten in de agri, grondverzet en tuin- en parkindustrieën in Europa voor een toekomstbestendige en verantwoorde toeleveringsketen.



Onze missie

Dit is ons doel: In alles wat we doen, maken we het onze partners gemakkelijk om hun bedrijf te verbeteren en te laten groeien. It's that easy!

ONZE WAARDEN

Onze identiteit wordt bepaald door onze waarden. Dit is wie we zijn en wie we willen zijn. Onze waarden zijn geworteld in onze geschiedenis en maken deel uit van onze familietraditie.

Collaboration

We creëren succesvolle partnerships met onze klanten en leveranciers. We delen onze expertise, inzichten en leerervaringen. We zijn open, inclusief en geven vertrouwen. We waarderen feedback en handelen ernaar. We collaborate!

Care

We zijn verantwoordelijk voor ons werk en voor de impact ervan op onze mensen en communities. We reflecteren op ons eigen gedrag en willen ons graag ontwikkelen. We zijn trots op wat we doen en verbeteren ons voortdurend. We care!

Ownership

We nemen initiatief, experimenteren en nemen beslissingen op basis van gegevens. We blijven gefocust, bereiken onze doelen en leren er voortdurend van. We komen onze beloften aan klanten, leveranciers en elkaar na. We own it!

ONZE INDUSTRIEËN

We bouwen voort op wat werkt, terwijl we tegelijkertijd nieuwe wegen inslaan waar dat nodig is. De wereld om ons heen verandert in hoog tempo, en wij spelen daarop in met duidelijke keuzes, sterke partnerships en ruimte voor eigen initiatief. Ons doel is om onze impact te vergroten, de samenwerking te versterken en onze rol in de agrarische sector, tuin & park en grondverzet verder uit te bouwen.



Agri

De agri markt is onze kernmarkt. We bedienen deze markt al vanaf dag één en het is nog steeds de kern van onze groei. Dealers van landbouwmachines zijn onze belangrijkste klantengroep. De eindgebruikers in deze markt zijn boeren en loonwerkers.

Tuin en park

Onze groeiende aanwezigheid in tuin en park bouwt voort op onze bestaande expertise en assortiment in agri. Voor onze bestaande klanten in de agri is onze strategische uitbreiding in tuin en park gunstig omdat zij kunnen vertrouwen op ons uitgebreide assortiment, onze productexpertise en ons marktaandeel. Met de voortgaande trend van marktconsolidatie, waarbij tuin en park steeds meer versmelt met agri, is dit een natuurlijke kans voor Kramp om haar positie in het segment te versterken.



Grondverzet

Als onderdeel van onze langetermijnstrategie vergroten we onze inspanningen om ons productassortiment in de grondverzet uit te breiden door onze klanten een breed assortiment in klein grondverzet aan te bieden, evenals gespecialiseerde, in-house technische en engineeringdiensten. Afgelopen jaar is ons assortiment gegroeid naar meer dan 8.000 artikelen met een hernieuwde focus op uitbreiding van het assortiment, uitbreiding van productspecialisten en verkoopondersteuning.

ONZE WAARDEKETEN

Deze waardeketen laat zien hoe we samenwerken om essentiële partner te zijn voor onderdelen en accessoires in agri, tuin en park en grondverzet. Kramp werkt samen met leveranciers en klanten. We verbinden onderdelenfabrikanten met dealers, zodat boeren hun onderdelen en accessoires snel in huis hebben.

Met behulp van geavanceerde technologieën, een uitgebreid distributienetwerk in heel Europa, uitgebreide kennis van de industrieën en een duurzame mentaliteit helpen we onze klanten "to buy easy and sell more".

Empowering you to move forward



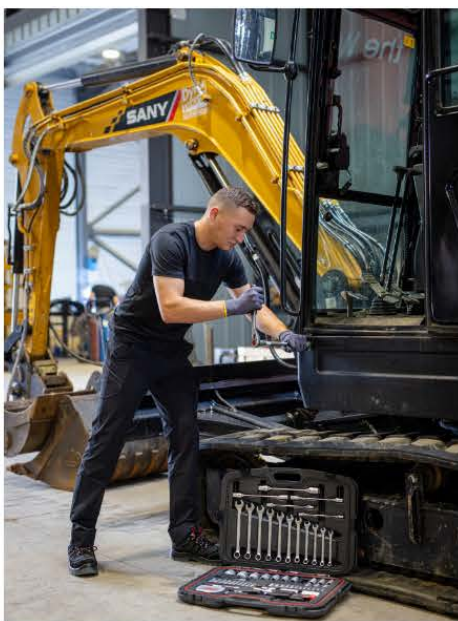
De komende jaren willen we ons nog meer richten op het verbeteren van onze dienstverlening, het uitbreiden van ons assortiment, het aanbieden van een breed scala aan diensten aan onze klanten en het integreren van duurzame werkwijzen in de hele waardeketen. Voortbouwend op de solide basis die we de afgelopen 75 jaar hebben gelegd, willen we onze positie als Europa's grootste technische groothandel in onderdelen en accessoires voor de agrarische sector, grondverzet en tuin en park.

REFLECTEREN OP EEN JAAR VOL MOMENTUM, MARKTVERSCHUIVINGEN EN STRATEGISCHE VOORUITGANG



INZICHTEN MET **RUTGER BRUIJNEN, CHIEF OPERATING OFFICER**

Rutger Bruijnen, Chief Operating Officer bij Kramp, blikt terug op 2025 vanuit het perspectief van elk van Kramp's industrieën, hoe deze industrieën onze groei hebben beïnvloed en op de rol van category development voor verdere groei.



Terugblik op 2025

Het afgelopen jaar was voor Kramp een jaar met twee gezichten. De eerste helft van 2025 liet sterke ontwikkeling zien, gedreven door herstel na een trager laatste kwartaal van 2024. Lage voorraadniveaus in de hele markt, hernieuwd optimisme onder dealers en boeren, en gunstige weersomstandigheden in het grootste deel van Europa ondersteunden de vraag naar onderdelen. Gecombineerd met Kramp's sterke commerciële basis van continue productontwikkeling, hoge productbeschikbaarheid en geoptimaliseerde prijs- en promotie strategieën, zorgde dit voor een solide start van het jaar.

De tweede helft van 2025 liet echter een andere dynamiek zien. In de vroege zomer vertraagde de groei abrupt in verschillende delen van Europa. De vraag naar onderdelen en diensten daalde, mede door minder gunstige weersomstandigheden en toegenomen voorzichtigheid onder boeren ten aanzien van uitgaven. Naarmate de maanden vorderden, breidde deze afnemende groei zich uit naar meer markten.



De marktomstandigheden weerspiegelden ook bredere structurele ontwikkelingen binnen agri. Liquiditeitsdruk, faillissementen onder kleinere bedrijven en consolidatie onder dealers werden gedurende het jaar zichtbaarder. Tegelijkertijd versnelde de internationalisering van dealers, waarbij verschillende dealers hun marktaanwezigheid uitbreidden door dealerbedrijven over de grens over te nemen. Veranderingen in dealerstructuren, waaronder verschuivingen in franchiseregelingen binnen agri, hebben het marktlandschap verder gewijzigd.

Vergelijkbare patronen waren zichtbaar binnen de sector tuin en park. Bovendien beginnen langetermijntrends zoals elektrificatie de machine portfolio's en het soort diensten dat dealers in deze sector kunnen leveren te veranderen. Deze evolutie draagt bij aan wat het best omschreven kan worden als een recalibratie van de dealerrol: van een traditionele distributeur naar een bredere leverancier van oplossingen die nieuwe technologieën en veranderende klantbehoeften ondersteunt.

De sector grondverzet daarentegen vertoonde meer stabiliteit gedurende het jaar. Verhoogde overheidsinvesteringen in infrastructuur in heel Europa ondersteunden de vraag en zorgden voor een stabielere marktomgeving in vergelijking met agri en tuin en park.



**VAN EEN TRADITIONELE
DISTRIBUTEUR NAAR EEN
BREDERE LEVERANCIER VAN
OPLOSSINGEN DIE NIEUWE
TECHNOLOGIEËN EN VERANDER-
ENDE KLANTBEHOEFTE
ONDERSTEUNT.”**

TOEWERKEN NAAR EEN STRATEGISCHE PARTNER VOOR AGRI, TUIN EN PARK EN GRONDVERZET

Ondanks de aanzienlijke marktvertraging in het tweede halfjaar, rapporteerde Kramp opnieuw groei over het hele jaar in de drie industrieën. Voortdurende verbeteringen in service en prestaties hebben ons geholpen verder te groeien als essentiële partner voor onderdelen en accessoires in agri, tuin en park en grondverzet.

“Onze aanpak combineert een duidelijke strategische visie op welke machines en onderdelen we ondersteunen met diepgaand klantinzicht uit de verschillende industrieën die we bedienen. Door een mix van datagestuurde analyse, nauwe relaties met klanten en leveranciers, luisteren naar de markt en een ondernemende mentaliteit streven we ernaar sneller te bewegen. Hierdoor kunnen we nieuwe oplossingen snel op de markt brengen en onze klanten helpen groeien door pioniersvoordeel”, legt Rutger uit.

Een belangrijke mijlpaal in 2025 was de integratie van Vapormatic in het assortiment van Kramp na de overname. Dit proces omvatte het opbouwen van sterke relaties met leveranciers en het zorgvuldig inbedden van de waarden, het vakmanschap en de producten van het merk in ons bredere aanbod.

Veelbelovend is dat we in alle industrieën nieuwe klanten blijven aantrekken. Met name dealers in tuin en park en professionele hoveniers hebben zeer positief gereageerd op ons verbeterde product- en dienstenaanbod in heel Europa. De beslissing om tuin en park verder te integreren in de kernactiviteiten van Kramp wordt steeds meer erkend en gesteund door zowel klanten als leveranciers. Dit versterkt het vertrouwen in ons streven naar marktleiderschap in Europa.

Tegelijkertijd breiden we onze aanwezigheid in de grondverzet selectief uit. De feedback uit de markt op ons assortiment en onze serviceniveaus is overweldigend positief, wat bevestigt dat onze waardepropositie ook buiten onze traditionele agri-basis aanslaat.

Productcategorieën versterken

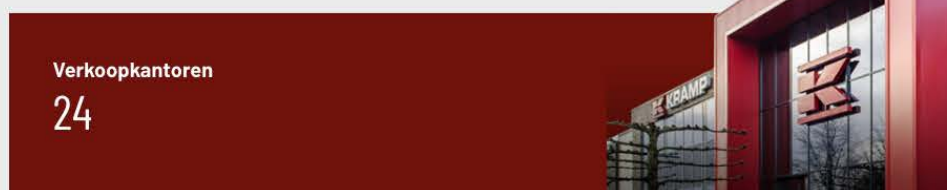
Het doorontwikkelen van productcategorieën blijft van essentieel belang voor de voortgang. In 2025 hebben we de breedte van ons assortiment en de oplossingen die we bieden verder uitgebreid, terwijl we de diepte van het assortiment zorgvuldig hebben geoptimaliseerd. “Ons portfolio biedt klanten de flexibiliteit om de oplossing te kiezen die het beste past bij de specifieke taak”, voegt Rutger eraan toe.

In 2025 hebben wij onze categorieën verder kunnen versterken door succesvolle verdieping van partnerships met belangrijke leveranciers. "We zijn ons blijven richten op het optimaliseren van ons assortiment, het onboarden van nieuwe partners en het uitbreiden van onze samenwerkingen met OEM's. Een belangrijke prioriteit was het verder verbeteren van onze serviceniveaus en Total Cost of Ownership in de hele toeleveringsketen door het optimaliseren van voorraadniveaus, distributiestromen en inkoopvoorwaarden," zegt Rutger.

Deze strategie wordt weerspiegeld in de versterking van ons OE-productportfolio, waarmee we Original Equipment Manufacturers (OEMs) helpen hun aftermarket-potentieel te maximaliseren. We hebben selectief OE's en A-merken toegevoegd om hoogwaardige alternatieven voor de aftermarket te bieden. Daarnaast bieden de assortimenten van Kramp en Vapomatic goede alternatieven met een aantrekkelijke prijs-kwaliteitverhouding.

Vooruitkijkend blijven we ons inzetten om onze snelheid en wendbaarheid te vergroten door gebruik te maken van nieuwe tools, technologieën en organisatorische capaciteiten. Door ons assortiment voortdurend te ontwikkelen, partnerschappen te versterken en dicht bij onze klanten te blijven, willen we een blijvende rol spelen in het vormgeven van de toekomst van de sectoren die wij bedienen.

KERNCIJFERS



NET PROMOTER SCORE (NPS):



ASSORTIMENT:



GEZAMENLIJKE AANPAK VAN OMNICHANNEL VERBETERT KLANT- ERVARING EN ONDERSTEUNT GROEI



INZICHTEN MET
**OLIVIER LUXON, VICE
PRESIDENT TECHNOLOGY**
**JENS WAAIJERS, VICE
PRESIDENT OMNICHANNEL**

In 2025 hebben Olivier Luxon, Vice President Technology, en Jens Waijers, Vice President Omnichannel, hun samenwerking binnen Kramp aanzienlijk geïntensiveerd. Dankzij hun two-in-a-box-aanpak was Kramp in staat om technologie volledig te benutten om klantervaring te verbeteren. Initiatieven zoals een nieuw platform voor klantcommunicatie en verbeterde vindbaarheid van producten versterkten de customer journey, verbeterden de efficiëntie en ondersteunden de omzetgroei voor zowel Kramp als haar klanten.



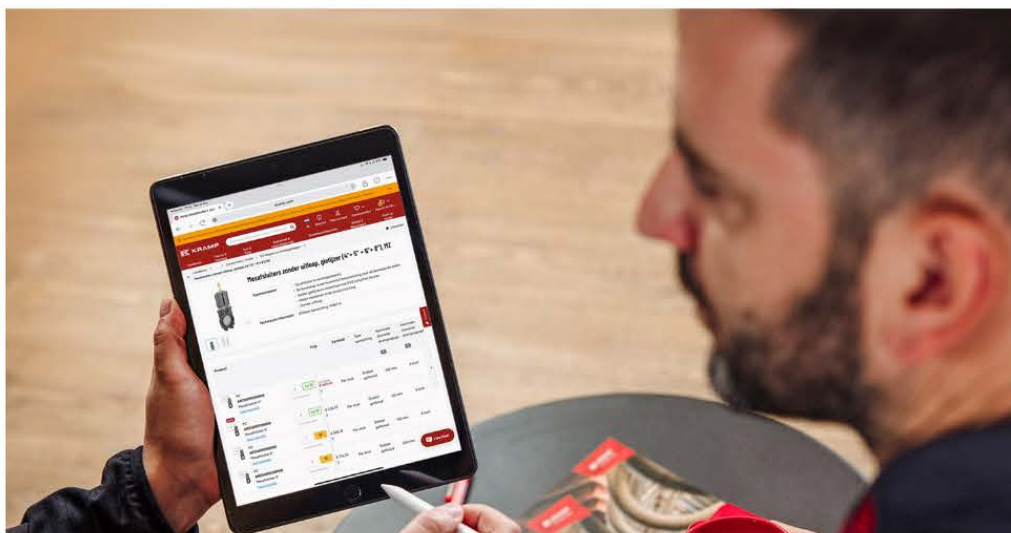
“
**ALS TECHNOLOGIEGEDREVEN
BEDRIJF VERANKEREN WE
TECHNOLOGIE IN DE HELE
ORGANISATIE IN PLAATS
VAN DEZE APART TE
BEHANDELEN.”**

De omnichannelstrategie van Kramp is erop gericht om iedere klant beter van dienst te zijn. Dit omvat een sterke focus op verschillende klanttypen, gedifferentieerde serviceniveaus, verbeterde vindbaarheid van producten en een naadloze ervaring op alle klantcontactmomenten. "We willen het klanten gemakkelijk maken om hun bedrijf te laten groeien," zegt Jens. Dit vereist een naadloze ervaring in elk kanaal, van het e-commerce platform tot accountmanagers en ondersteunende diensten. Aangezien het grootste deel van de omzet via de Kramp.com website binnenkomt, is technologie cruciaal voor ons succes.

Omnichannel heeft een sterke technische component

Aangezien alle omnichannel initiatieven een sterke 'technische' component hebben, moet technologie ingebed zijn in de hele organisatie en niet als een apart 'eiland' opereren. Dat maakt het mogelijk om de business echt te ondersteunen.

Deze manier van denken bepaalde de manier waarop beide directuren het hele jaar door samenwerkten. Met de intentie om Strategie 2030 volledig te ondersteunen door op één lijn te zitten wat betreft prioriteiten, waren Olivier en Jens gezamenlijk betrokken bij belangrijke initiatieven. Dit zorgde ervoor dat elk project werd bekeken door zowel een zakelijke als een technologische bril, waarbij de end-to-end vereisten en impact in ogenschouw werden genomen: van IT-infrastructuur tot de eindgebruiker. De twee teams gebruikten de projecten ook als een kans om bedrijfsprocessen te verbeteren, in plaats van alleen de technologie te vervangen.



BELANGRIJKE MIJLPALEN

Deze nauwe samenwerking heeft in 2025 een aantal belangrijke resultaten opgeleverd. Een belangrijke mijlpaal was de implementatie van een nieuw communicatieplatform voor Customer Service, waarin de volledige contactgeschiedenis van klanten via telefoon, chat en e-mail is geïntegreerd. Hierdoor kon het Omnichannelteam de prestaties beter volgen en meten - niet alleen de reactietijden, maar ook hoe klanten de service ervaren.

Er is ook aanzienlijke vooruitgang geboekt met het verbeteren van de vindbaarheid van artikelen in de webshop van Kramp. De teams werkten eraan om het klanten makkelijker te maken door productsuggesties te verbeteren op basis van zoekgedrag - een niveau van personalisatie dat zonder technologie gewoon niet mogelijk zou zijn. Andere technische successen waren onder andere het eenvoudiger onboarden van nieuwe klanten en de lancering van een handigere online bestelmogelijkheid voor boeren.

KLANTEN EN ZAKELIJKE GEBRUIKERS OP DE EERSTE PLAATS

Technologiebeslissingen in 2025 werden geleid door een duidelijke IT-strategie gericht op bedrijfscontinuïteit, schaalbaarheid, wendbaarheid en kostenbeheersing op de lange termijn, gecombineerd met een sterkere focus op de gebruiker. "We vermijden bewust een 'tech for tech's sake' mentaliteit," zegt Olivier. "In plaats daarvan nemen we de behoeften van klanten en zakelijke gebruikers als uitgangspunt. Daarnaast hebben we nu een duidelijke roadmap voor het moderniseren van ons technologielandschap, het creëren van kostenefficiënte, state-of-the-art en toekomstbestendige toepassingen die onze omnichannelrelevantie verder zullen versterken."

70% verbetering in betrouwbaarheid

De nauwere afstemming tussen omnichannel en IT gaat verder dan de twee directuren. Samenwerking tussen teams is merkbaar verbeterd, ondersteund door de nieuwe Product Model-organisatie die begin 2024 is geïntroduceerd. Die verduidelijkte de rollen en verantwoordelijkheden tussen de zakelijke en technische teams, versterkte de 'handdruk' tussen beiden en creëerde realistischere verwachtingen. "Als gevolg hiervan zijn de voorspelbaarheid, betrouwbaarheid en efficiëntie aanzienlijk verbeterd," zegt Jens. "Onze score voor outputbetrouwbaarheid - die de succesvolle oplevering van IT-projecten meet - is in 2025 bijvoorbeeld met bijna 70% gestegen."

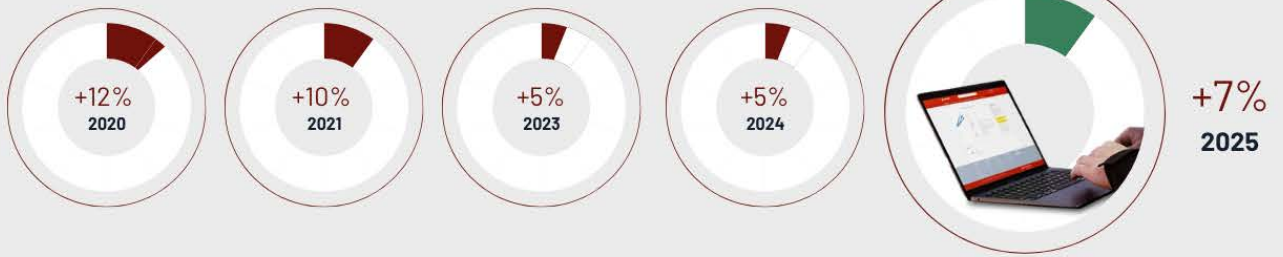
Deze winst in efficiëntie vormt een solide basis voor toekomstige initiatieven. In de toekomst zal Kramp blijven investeren in het versterken van haar e-commerce positie, het vervangen van legacy systemen en het verbeteren van kernprocessen. Het technologie-team wil de online verkoop stimuleren en tegelijkertijd het risico verkleinen dat systeemuitval de gebruikerservaring beïnvloedt. Ze zullen ook het gerichte gebruik van kunstmatige intelligentie verder uitbreiden en de focus op cyberbeveiliging intensiveren om zowel klanten als het bedrijf te beschermen.

Transformatie positief en plezierig maken

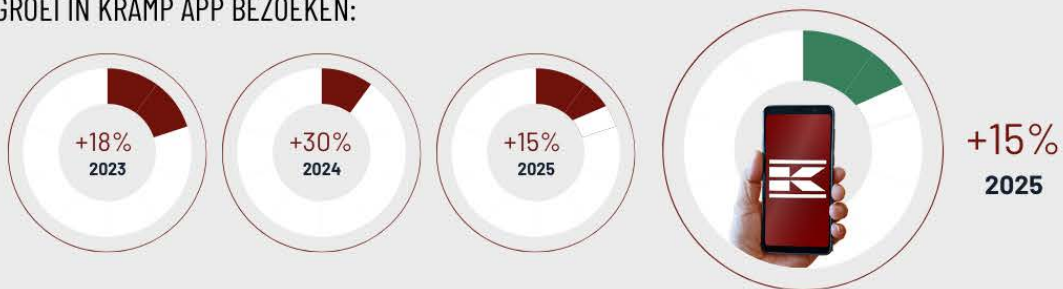
De two-in-the-box-aanpak benadering zal centraal blijven staan in 2026 en daarna, ook binnen de vijfjarige digitale transformatie die organisatiebreed bekend staat als Project Spring. "We zijn trots op wat onze teams in 2025 hebben bereikt en kijken ernaar uit om de komende jaren nog veel meer mijlpalen te bereiken", besluit Olivier.

KERNCIJFERS

GROEI IN WEBSHOP BEZOEKEN:



GROEI IN KRAMP APP BEZOEKEN:



VERBETEREN VAN DE DIENSTVERLENING VAN KRAMP REGIONAAL EN WERELDWIJD



INZICHTEN MET
**BRIAN WISMANS, DIRECTOR,
OPERATIONS KRAMP BENELUX**
**MARK WEETINK, MANAGING
DIRECTOR KRAMP NORDICS**

BELANGRIJKE MIJLPALEN IN HET NORDICS CLUSTER EN IN HET MASTERPLAN VOOR VARSSEVELD

In 2025 was de belangrijkste uitdaging voor Operations dat het reguliere werk bleef doorgaan terwijl er achter de schermen gewerkt werd aan twee grote projecten om de efficiëntie en prestaties van Kramp naar een hoger niveau te tillen. Deze investeringen ondersteunen onze groeiplannen voor de komende 5-10 jaar en helpen ons uitgebreide productassortiment nog dichter bij onze klanten te brengen, waardoor verlengde ordercut oftijden en snellere leveringen mogelijk zijn.

Eén initiatief zal de klantervaring in Nordics verbeteren. Het andere - het meerfasen Masterplan - transformeert het magazijn in Varsseveld, het centrale magazijn in Nederland, voor meer efficiëntie, snelheid en duurzaamheid in de opslag en distributie van goederen. Hier geven we een toelichting op beide projecten.

FEITEN OVER HET NIEUWE MAGAZIJN IN DENEMARKEN

Grootte van het perceel
95.000 M²

Capaciteit van het nieuwe magazijn
**12.000 ORDERS
PER DAG**

Grootte van het nieuwe magazijn
21.000 M²



Nordics Cluster volledig integreren in Kramp

In 2025 heeft Kramp geïnvesteerd in de bouw van een nieuw Nordic distributiecentrum in Vejle, Denemarken, nadat was vastgesteld dat er nog onbenut potentieel was in de Nordic markt. De huidige magazijnen in Denemarken en Zweden worden gesloten en geconsolideerd in ons nieuwe distributiecentrum in Vejle (Denemarken) als onderdeel van het verbeteren van het serviceniveau voor alle klanten in de Nordic regio.

Volgens Mark Weetink, Managing Director Cluster Nordics, vormden drie magazijnen in Finland, Zweden en Denemarken met een inefficiënte warehouse footprint een belemmering voor zowel autonome groei als uitbreiding van het marktaandeel. Daarnaast was de technologische stack - zoals het ERP-systeem en andere operationele systemen - die met de fusie van Kramp met Grene in 2013 was geërfd, nooit vervangen of geüpgraded. Dit zorgde voor uitdagingen in de samenwerking met systemen in de hele organisatie.

De realisatie van het distributiecentrum begon in de tweede helft van 2025. In juli is de bouw gestart van een nieuw, doelgericht ontworpen distributiecentrum in Denemarken. Het Zweedse magazijn is in de herfst gesloten en Zweedse klanten zijn gemigreerd naar het bestaande Deense magazijn.

De totaal lege site begon snel vorm te krijgen als een state-of-the-art distributiecentrum, met grootschalige grondwerkzaamheden en de bouw die goed vorderde. Na de installatie van geautomatiseerde systemen zal het magazijn naar verwachting begin 2027 volledig operationeel zijn.

Dit nieuwe distributiecentrum is onderdeel van een bredere transformatie om het Nordics cluster volledig te integreren binnen de Kramp organisatie. Naast het optimaliseren van het fysieke magazijnnetwerk omvat het programma harmonisatie van processen en integratie op ERP-niveau. In 2025 is in Finland een nieuw ERP-systeem in gebruik genomen. De overige Nordic landen volgen in 2026.



Aanzienlijke voordelen op lange termijn

Hoewel klanten tijdens de overgangsfase weinig directe veranderingen zullen ervaren, zijn de voordelen op de lange termijn aanzienlijk. Van geoptimaliseerde magazijnprocessen wordt verwacht dat ze de doorlooptijden voor klanten verkorten doordat de ordercut-offtijden voor levering de volgende dag kunnen worden verlengd. Productbeschikbaarheid zal ook verbeteren dankzij een groter en meer op maat gemaakt assortiment. Voor Kramp vermindert het nieuwe distributiecentrum de risico's die gepaard gaan met verouderde technologie, zoals fouten, downtime en gemiste verkoopkansen, terwijl ook de onderhouds- en bedrijfskosten worden verlaagd. "Deze investeringen zijn een toezegging van cluster Nordics om de dienstverlening aan klanten in de regio te verbeteren", voegt Mark toe.

Als belangrijke succesfactor benadrukt hij ook de sterke multidisciplinaire samenwerking tussen lokale, Cluster- en Groepsteams. Terwijl de organisatie zich voorbereidt op de komende transitie in 2026, is het doel duidelijk: een naadloze overgang waarbij klanten enkel betere service, betere leveringsprestaties en een beter productaanbod ervaren.

MASTERPLAN MIJLPALEN: SHUTTLE ORDER STORAGE & RETRIEVAL SYSTEEM EN NIEUW GEBOUW GEVAARLIJKE STOFFEN

Ter ondersteuning van de strategische doelstellingen van Kramp om de efficiëntie te verbeteren en de krapte op de arbeidsmarkt op te vangen, is in 2023 besloten om het magazijn in Varsseveld uit te rusten met state-of-the-art automatisering. "Dit viel samen met een aantal bestaande systemen die het einde van hun levensduur bereikten, een trend naar kleinere orders en de noodzaak om magazijnruimte efficiënter te gebruiken om toekomstige groei in omzet en SKU's mogelijk te maken," legt Brian Wismans, Director Operations, Kramp Benelux, uit.

Het Shuttle Order Storage & Retrieval (OSR) systeem werd geselecteerd om zowel de picksnelheid als de opslag efficiëntie te verhogen.



BELANGRIJKSTE FEITEN OVER DE SHUTTLE OSR UITBREIDING:

- In 2017 werden KNAPP-shuttles geïnstalleerd met zes gangen en in totaal 140.000 opslagbakken.
- In 2025 is dit uitgebreid met vier extra gangen en nog eens 80.000 opslagbakken verspreid over vier pickstations.
- Met in totaal 20 orderverzamelstations kan het systeem tot 20.000 bakken per dag leveren aan ergonomisch ontworpen werkstations.
- Ongeveer 80% van alles wat we picken bestaat uit schapartikelen, de overige 20% bestaat uit stellingartikelen.
- Ongeveer 75% van alle schapartikelen is afkomstig van KNAPP-shuttles.
- 25% van alle schapartikelen is afkomstig uit de oudere systemen.
- De uitbreiding van de Shuttle vermindert de loopafstanden aanzienlijk en bespaart orderpickers gemiddeld 20.000 stappen per dag.



Het vervangen van meerdere bestaande systemen door high-tech en innovatieve oplossingen was een belangrijk aspect van de geplande uitbreiding. Daarnaast moet natuurlijk een soepele integratie gegarandeerd zijn. Dankzij een sterke samenwerking binnen Kramp en tussen Kramp-teams en leveranciers is de Shuttle OSR in juni 2025 succesvol live gegaan.

Tegen het einde van 2025 zorgde de hogere output voor een snellere, kostenefficiëntere en flexibelere afhandeling van e-commerce orders. Ook de operationele voorspelbaarheid waren en betrouwbaarheid verbeterd, met een picknauwkeurigheid van 99,9% op tijd en ter ondersteuning van de OTIF-doelstellingen (on-time, in-full delivery) van Kramp.

Optimaliseren van efficiënt goederenverkeer

De Shuttle OSR is een belangrijk onderdeel van het Masterplan van Kramp om het efficiënt verplaatsen van goederen te optimaliseren. "Door de slow-moving en long-tail producten hier in Varsseveld te centraliseren, kunnen de lokale magazijnen zich richten op de fast-movers, waardoor de snelheid van de last mile bezorging, kostenefficiëntie en duurzaamheid in heel Europa worden verbeterd", zegt Brian. "In 2026 zal het waarborgen van de operationele uptime van dit belangrijke systeem een belangrijke prioriteit zijn."

Een andere mijlpaal in het Masterplan is de bouw van een nieuw gebouw voor gevaarlijke stoffen, goedgekeurd in 2025 nadat Kramp de langverwachte Seveso-vergunning had gekregen. "Zodra deze faciliteit in 2026 operationeel is, ondersteunt die de groei, verkort die de levertijden en verbetert die de service aan onze klanten en lokale Kramp magazijnen doordat die ons in staat stelt om grotere volumes en een breder scala aan gevaarlijke goederen op ons eigen terrein op te slaan", legt Brian uit.

Ter voorbereiding op de opening werd in 2025 een routekaart Quality, Health, Safety & Environment (QHSE) ontwikkeld om de mentaliteitsverandering te verankeren en het veiligheids-, compliance- en risicomanagement in de hele organisatie verder te versterken.

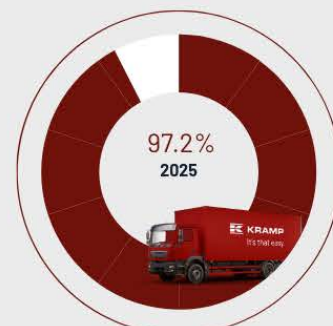
KERNCIJFERS

Distributie-
centra
10



Orderregels per dag

2025: >120.000

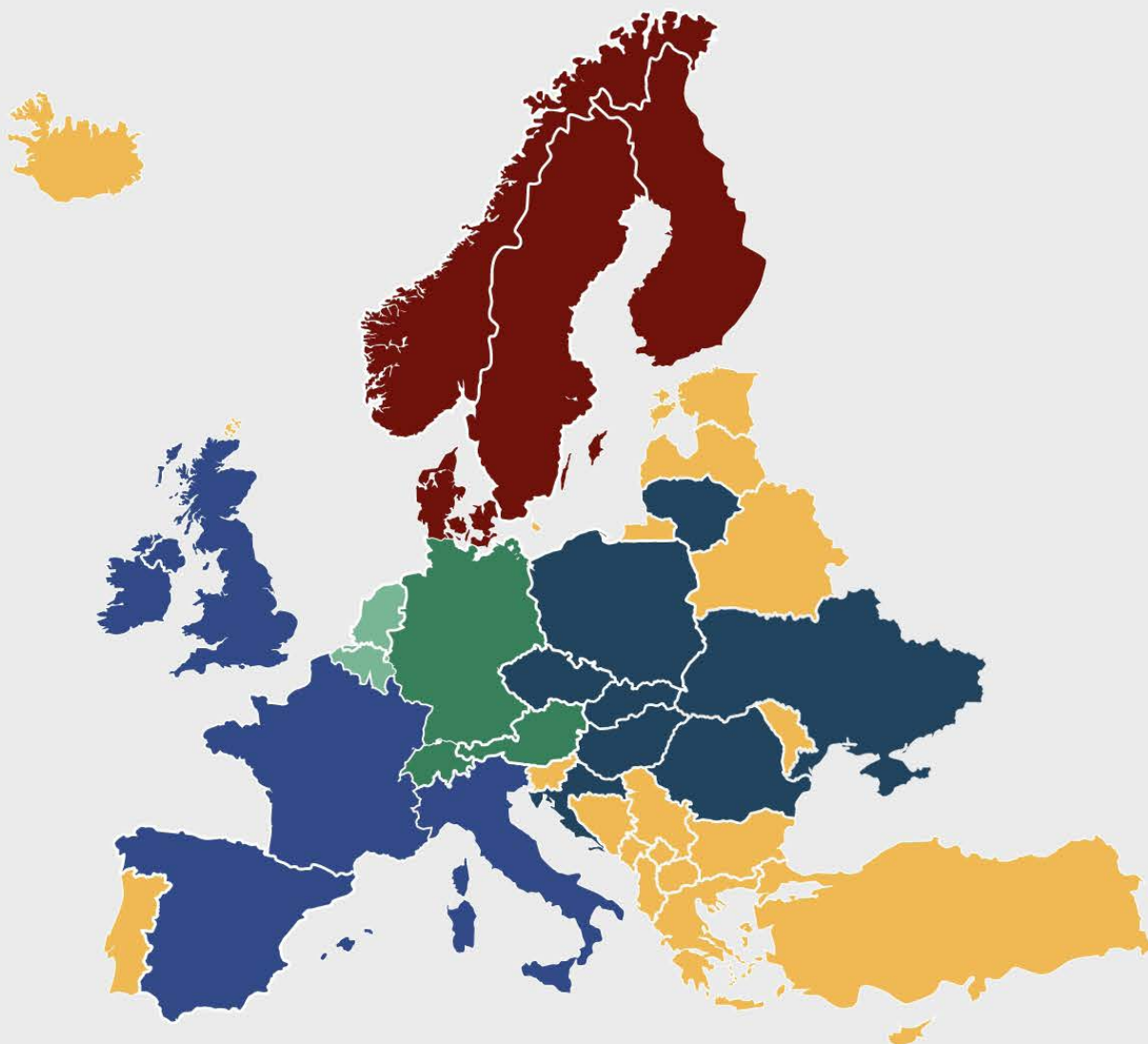


BESCHIKBAARHEID
VAN VOORRAAD

UPDATE OVER DE CLUSTERS



Voor meer operationele efficiëntie en autonomie zijn in 2024 clusters van landen gecreëerd. Met deze clusters was het doel om duidelijkheid, eenvoud en snelheid te creëren. Hieronder een toelichting op de resultaten van de clusters in 2025.





Johannes Peyke,
Managing Director,
Kramp DACH



Philippe Everaerts,
Managing Director,
Kramp Southwest



Mark Weetink,
Managing Director,
Kramp Nordics



Christian Weiss,
Managing Director,
Kramp CEE



Joris de Vries,
Managing Director,
Kramp Benelux



Johannes Peyke, Managing
Director, Kramp DACH

“
**2025 WAS EEN ZEER
SUCCESVOL JAAR EN
HEEFT EEN STERKE
BASIS GELEGD VOOR
DE TOEKOMST.”**

Na een sterke start in 2025 werden de marktomstandigheden in de loop van het jaar steeds uitdagender. Als één DACH-team in Oostenrijk, Duitsland en Zwitserland - ondersteund door ons magazijn in Strullendorf - hebben we op deze omstandigheden met veerkracht en focus gereageerd.

Een belangrijke mijlpaal was de succesvolle overname van Endress & Lehmann, waarmee we onze positie in tuin en park hebben versterkt. We heten onze nieuwe collega's van harte welkom en kijken ernaar uit om onze expertise, portfolio's en netwerken samen te voegen om nog meer waarde voor onze klanten te creëren.

Gedurende het jaar hebben we ons productassortiment verder verbreed en de voorraad verder uitgebreid. Hierdoor is de servicegraad voor bestaande klanten verbeterd, niet alleen op het gebied van tractoronderdelen, maar ook op het gebied van bijvoorbeeld kleine grondverzetmachines.

Daarnaast hebben we op 'Agritechnica' een sterk statement gemaakt met een geheel nieuw standconcept. Zo konden dealers van dichtbij de sterke punten van Kramp ervaren. Het gaf ze de mogelijkheid om de kracht van Kramp nog intensiever te ervaren en het concept opende bovendien de deur voor eindgebruikers om die meer te weten konden komen over onze logistieke mogelijkheden, ons brede aanbod en de geschiedenis van Kramp - inclusief de mogelijkheid om deel uit te maken van de Kramp familie via onze nieuwe eShop.

Over het geheel genomen was 2025 een zeer succesvol jaar en hebben we een sterke basis gelegd voor de toekomst. Met een klanttevredenheid die nog nooit zo hoog is geweest, zijn we ervan overtuigd dat dit het juiste platform is om onze groeiambities samen met onze partners te versnellen. In de toekomst zullen we voortbouwen op onze prestaties, de samenwerking in heel Europa versterken en onze strategie blijven uitvoeren om onze marktpositie in de komende jaren verder te vergroten.





Philippe Everaerts, Managing Director, Kramp Southwest

// WE HEBBEN OPNIEUW STERKE PRESTATIES GELEVERD DIT JAAR."

Het Southwest cluster heeft weer een uitstekend jaar achter de rug, met een sterke groei en een solide bijdrage aan de totale performance van Kramp.

Dit resultaat komt tot stand door nauwe samenwerking tussen landen en de inzet van zeer betrokken lokale teams, ondersteund door een sterke coördinatie van groep. Een belangrijke mijlpaal was de volledige implementatie van ons nieuwe communicatieplatform. Deze belangrijke stap voorwaarts is mogelijk gemaakt door gecoördineerde inspanningen tussen groep en de lokale markten. De afstemming is versterkt en de manier waarop we contact maken en samenwerken binnen het cluster is verbeterd.

Daarnaast hebben we ons aanbod uitgebreid met de acquisitie van het merk Vapormatic, waarmee we een belangrijke mogelijkheid hebben gecreëerd om een uitgebreid assortiment technische onderdelen voor tractor- en voertuigreparaties aan te bieden.

Verder heeft de voortdurende ontwikkeling van de productmix in alle landen onze ambitie versterkt om de essentiële partner voor onze klanten te zijn. Groei in nieuwe industrieën zoals tuin en park en grondverzet hebben ons geholpen ons klantenbestand te diversifiëren. Na de overname van Genfitt hebben we de volgende stappen gezet in de integratie van Ierland door het magazijn te upgraden, zodat het volledig klaar is om aan de behoeften van onze klanten te voldoen. Onze "buy easier sell more" waardepropositie bleef aanslaan en onderstreepte ons one-stop-shop concept en brede portfolio. Door klanten te helpen hun total cost of ownership te verlagen, ondersteunen we hen bij het navigeren door uitdagende economische omstandigheden terwijl we samen de markt laten groeien. Deze klantgerichtheid kwam tot uiting in een uitstekende Net Promoter Score.

Beschikbaarheid en sterke logistieke prestaties waren het hele jaar door belangrijke factoren om betrouwbaarheid te garanderen en het succes van de klant elke dag te ondersteunen. Vanuit het oogpunt van duurzaamheid heeft Kramp Spanje het herstel na de overstromingen in Valencia ondersteund en heeft Kramp UK bijgedragen aan het initiatief 'Cultivate a Generation'. Dit zijn beide sterke voorbeelden van het uitdragen van onze waarden in lokale communities. Samen hebben we opnieuw sterke prestaties geleverd dit jaar en een nog stevigere basis gelegd voor verdere groei.





Mark Weetink, Managing Director, Kramp Nordics

// DE TOON ZETTEN VOOR EEN NOG STERKERE TOEKOMST."

De Original Equipment Manufacturer (OEM) markt in het cluster Nordics bleef het hele jaar onder grote druk staan. Dit had gevolgen voor grote dealerbedrijven en beïnvloedde de vraag in alle vier de landen. Ondanks deze uitdagende marktomstandigheden kozen veel nieuwe klanten voor een samenwerking met ons, wat bijdroeg aan een groei die de prognoses overtrof.

We hebben met succes onze 'Red Deals' gelanceerd, waarmee we de productlijnen van Kramp in de regio onder de aandacht brengen. De campagne sloeg goed aan bij klanten en werd een van de commerciële hoogtepunten van het jaar.

In Finland zorgde tegenwind op de markt voor een moeilijk bedrijfsklimaat. Desondanks bereikte het team een belangrijke mijlpaal met de overgang in februari naar ons nieuwe ERP-systeem, waardoor een verdergaande integratie met de bredere Kramp-organisatie mogelijk werd en de operationele efficiëntie werd versterkt.

Een andere belangrijke stap voor de regio was de aankondiging van de bouw van een nieuw Nordic distributiecentrum, dat begin 2027 open moet gaan. Deze strategische investering legt de basis voor toekomstige groei en operationele excellentie in Nordics. De Zweedse magazijnactiviteiten in Eslöv zijn beëindigd en geïntegreerd in de activiteiten in Skjern, Denemarken – een constructie die zal blijven bestaan tot het nieuwe distributiecentrum klaar is. In de winter van 2025 is een nieuw kantoor geopend in Zweden, van waaruit het Zweedse verkoopteam onze klanten zal blijven ondersteunen en het bedrijf zal laten groeien.

Na het stoppen met Maykers kregen we positieve reacties uit de markt en onze positie bij de klanten van Kramp Online Service (KOS) is sterker dan ooit. De introductie van Vapomatic in het assortiment creëerde belangrijke nieuwe groeimogelijkheden. Daarnaast is onze focus op tuin en park sterker geworden en benutten we onze capaciteiten om klanten in het grondverzet beter van dienst te zijn. Er wordt in toenemende mate ingezet op het stimuleren van het complete Kramp productassortiment, dat veelzijdig genoeg is om aan de verschillende behoeften van onze klanten te voldoen en onze positie versterkt in OE, A-merken en private-label.

Veel dank aan onze medewerkers die met en voor onze klanten resultaten zijn blijven boeken en tegelijkertijd belangrijke veranderingen hebben doorgevoerd. Vooruitkijkend naar 2026 zullen we ons richten op het vergroten van de share of wallet onder bestaande klanten en op de voorbereidingen voor de opening van ons nieuwe Nordic distributiecentrum, waarmee we de weg bereiden voor een nog sterkere toekomst.





Christian Weiss, Managing
Director, Kramp CEE

// MENSEN ZIJN DE KERN VAN ONS SUCCES."

Het boekjaar 2025 ontwikkelde zich tegen een dynamische macro-economische achtergrond, wat een sterke focus en gedisciplineerde aanpak in de hele organisatie vereiste. Boeren en dealers gaven prioriteit aan voorzichtige uitgaven, voorraadbeheer en werkkapitaaloptimalisatie. We hebben gereageerd door dicht bij onze klanten te blijven en onze activiteiten af te stemmen op hun veranderende behoeften, met voortdurende aandacht voor de communicatie van onze waardepropositie.

In Polen hebben we de transformatie van de retailorganisatie naar het 'Powered by Kramp'-model succesvol afgerond. Deze overgang is een strategische mijlpaal en legt een sterke basis voor duurzame groei in de komende jaren.

De solide groei in de CEE-landen, waaronder Tsjechië, Slowakije, Hongarije, Roemenië, Bulgarije, Kroatië en Slovenië, evenals in de Baltische staten en Oekraïne stemt ons positief. Ondanks de aanhoudende oorlog in Oekraïne toonde het bedrijf stabiele groei en veerkracht. We hopen van harte op een vreedzame oplossing en op de voortdurende veiligheid en het welzijn van de mensen die hierdoor worden geraakt.

Gedurende het jaar hebben we onze logistieke diensten voortdurend versterkt om de klantwaarde verder te verhogen. Door de doorlooptijden van transporten te verkorten en nieuwe diensten te introduceren, hebben we onze positie als betrouwbare partner met toegevoegde waarde versterkt. Tegelijkertijd hebben we ons assortiment verder uitgebreid door nieuwe productlijnen te introduceren met een sterke focus op ons huismerkportfolio, dat een belangrijke motor voor differentiatie blijft.

Mensen zijn de kern van ons succes. Het medewerkerstevredenheidsonderzoek dat in september werd uitgevoerd, leverde solide en positieve feedback op en bood tevens waardevolle inzichten in mogelijkheden om de medewerkerservaring verder te verbeteren. Deze inzichten ondersteunen onze voortdurende inzet om talent aan te trekken, te ontwikkelen en te behouden, zodat we goed gepositioneerd zijn voor toekomstige groei.





Joris de Vries, Managing
Director, Kramp Benelux

“
**WE HEBBEN ONZE POSITIE
ALS ESSENTIËLE PARTNER
VOOR DEALERS EN
PARTNERS VERDER
VERSTERKT.”**

In 2025 opereerde het cluster Benelux in een context van bescheiden economische groei. Ondanks de onzekerheid in de markten voor agri en industriële eindgebruikers heeft de organisatie haar activiteiten en serviceniveaus stabiel weten te houden. Door de voortdurende focus op logistieke betrouwbaarheid, dealerondersteuning en digitale oplossingen blijft Kramp de toonaangevende partner voor dealers van landbouw-, tuin en park- en grondverzetmachines in de Benelux.

In de hele regio bleef de economische groei bescheiden. Nederland profiteerde van de binnenlandse vraag en een veerkrachtige arbeidsmarkt, terwijl België en Luxemburg te maken hadden met voorzichtige investeringen en geleidelijk herstel in sommige industrieën van de dienstensector. Over het algemeen bleef de economie in de Benelux stabiel maar terughoudend in 2025.

Binnen de sector landbouwmachines lieten de marktomstandigheden een gemengd beeld zien. Dealernetwerken in Nederland, België en Luxemburg bleven opereren in een stabiele maar voorzichtige markt, waarbij eindklanten grote investeringen uitstelden vanwege onzekerheid over regelgeving en kostendruk. Terwijl de vraag naar nieuwe 'machines' afnam, richtten de dealeractiviteiten zich steeds meer op onderdelenlevering, onderhoud en lifecycle services.

Registratie van trekkers en machines -vaak gebruikt als indicator voor het vertrouwen in de industrieën- liet in 2025 een bescheiden daling zien ten opzichte van het voorgaande jaar. Deze trend weerspiegelde eerder terughoudend investeringsgedrag onder boeren dan een structurele verzwakking van de sector. De vraag naar onderdelen en technische ondersteuning bleef relatief stabiel, wat het belang van een efficiënte beschikbaarheid van onderdelen en sterke partnerships met dealers onderstreept.

Tegen deze achtergrond heeft Kramp Benelux haar positie als betrouwbare ketenpartner verder versterkt. Door een breed productportfolio te combineren met een hoog serviceniveau en nauwe samenwerking met dealers en Original Equipment Manufacturers, was de organisatie goed gepositioneerd om een jaar van bescheiden groei en selectieve marktdaling te managen, terwijl ze zich voorbereidde op verbeterde omstandigheden in toekomstige cycli.



VOORUITGANG REALISEREN SAMEN MET ONZE MEDEWERKERS



INZICHTEN VAN **THOMAS RIEKEN, VICE PRESIDENT PEOPLE & CULTURE**

De medewerkers van Kramp spelen een cruciale rol om ons bedrijf vooruit te helpen. Ze worden ondersteund door een strategie die zich richt op het stroomlijnen van onze governance voor meer efficiëntie, het prioriteren van belangrijke initiatieven voor het verbeteren van recruitment, onboarding en Performance Management, en het voortdurend verbeteren van de algehele werknemerservaring.

Belangrijke vooruitgang op het gebied van People and Culture in 2025 was de implementatie van de verbeterde structuur van senior management, de uitrol van portfoliomanagement binnen People & Culture, een voortdurende focus op medewerkersbetrokkenheid en het vernieuwen van de People & Culture-strategie.



“
EIND 2025 KONDEN WE MET TROTS CONCLUDEREN DAT DE NIEUWE OPZET GOED WERKT EN TOEKOMST-BESTENDIG BLEEK.”

Introductie van een nieuwe managementstructuur

Begin 2025 introduceerden we onze nieuwe managementstructuur met een Board of Directors (BoD) en een Executive Team (ET). De ET, waarin markt- en klantperspectieven nu sterker vertegenwoordigd zijn, zorgt voor afstemming rond strategische richting en prioriteiten. Onze Managing Directors zijn verantwoordelijk voor groei, klantsucces en resultaten in hun eigen cluster van landen: Benelux, DACH, Southwest Europe, Nordics en Central Eastern Europe.

Onze Vice Presidents werken aan functionele excellentie op het gebied van Technology, Omnichannel, Category & Buying, Supply Chain, Operations en People & Culture. Dit heeft geleid tot meer snelheid, eenvoud, duidelijkheid en - het belangrijkste - een sterkere samenwerking tussen de Groep en de clusters en tussen functies.

De nieuwe, kleinere BoD (Board of Directors) bestaat uit Chief Executive Officer (CEO) Eddie Perdok, Chief Operating Officer (COO) Rutger Bruijnen en Chief Financial Officer (CFO) Roeland Tjebbes. Eind 2025 konden we met trots concluderen dat de nieuwe opzet goed werkt en toekomstbestendig bleek.



Initiatieven stroomlijnen voor meer efficiëntie

In verband met onze nieuwe senior managementstructuur en governance is project- en portfoliomanagement het afgelopen jaar een nog belangrijker onderdeel geworden van het werken en uitvoeren van onze strategie. Hoewel de nieuwe benadering van portfoliomanagement formeel werd geïntroduceerd in het vierde kwartaal van 2024, werd deze pas in 2025 volledig uitgerold over alle functies, inclusief People & Culture. Het zorgde voor focus en stelde ons in staat belangrijke initiatieven af te ronden.

We hebben het aantal initiatieven in het domein People & Culture begin 2025 met 50% teruggebracht. Alle overige initiatieven zijn in 2025 opgeleverd of liggen op schema voor oplevering in 2026. Voorbeelden van belangrijke initiatieven in 2025 waren de lancering van onze nieuwe Performance cycle voor medewerkers, de uitrol van een verbeterd wervings- en inwerkproces, een pilot rond de ontwikkeling van vaardigheden in Technology en de lancering van een nieuwe Corporate website en career site.



Voortdurend verbeteren van de betrokkenheid en beleving van medewerkers

Tijdens al deze veranderingen was medewerkersbetrokkenheid belangrijker dan ooit en het blijft een van de belangrijkste maatstaven van ons bedrijf, omdat onze mensen ons belangrijkste kapitaal zijn. Bevlogenheid beïnvloedt hoe medewerkers op het werk verschijnen, hoe ze samenwerken en, uiteindelijk, hoe succesvol we zijn als bedrijf.

In het voorjaar van 2025 hebben we de 'Pulse'-enquête geïntroduceerd: een snelle check-in op betrokkenheid die ons helpt continue aandacht voor het onderwerp te hebben en te begrijpen hoe het zich ontwikkelt. Zoals altijd hebben we vervolgens in september de uitgebreide KWEE-enquête (Kramp Way Employee Experience) gehouden. De deelname aan KWEE 2025 was met 81% hoog. Belangrijke thema's waar onze medewerkers positief over zijn, zijn de tools en hardware die ter beschikking worden gesteld, het gevoel erbij te horen, respectvolle behandeling door het management en zich veilig voelen. Elementen die voor verbetering vatbaar zijn, zijn de organisatie van werkprocessen, waardering en duidelijkheid over onze strategie en toekomstvisie.

De algehele betrokkenheidsscore was ook hoog met 3,93, hoewel iets lager dan zowel onze ambitie als de score van vorig jaar (respectievelijk 4 en 3,99). Daarom hebben we de follow-up van de resultaten zowel op groepsniveau als op teamniveau geïntensiveerd.

Als onderdeel van de bredere bedrijfsstrategie 2030 is ook de langetermijnstrategie People & Culture geactualiseerd. Terwijl de algemene richting van de strategie - gezamenlijk succes mogelijk maken - hetzelfde blijft, is het onze ambitie om verder te versnellen door meer focus aan te brengen door drie strategische taken te definiëren.

OPERATIONAL
EXCELLENCE IN HR
STIMULEREN

EEN EMPLOYER OF
CHOICE WORDEN

VERSTERKEN VAN
ONZE PRESTATIE-
& GROECULTUUR

Deze agenda is afgestemd over alle functies en clusters en is klaar voor uitvoering in 2026.

KERNCIJFERS

2025 IN VOGELVLUCHT



34
Aanvragen voor Anjo Foundation
(hoogste in Polen, Duitsland en Nederland)

€ 246.000
Totale trainingskosten Anjo Foundation

3.93/5
Medewerkersbetrokkenheid (KWEE score)

ZEER BEVREDIGEND RESULTAAT ONDANKS MOEILIJKE MARKTOMSTANDIGHEDEN



FINANCIËLE BOODSCHAP VAN ONZE CFO **ROELAND TJEBBES, CHIEF FINANCIAL OFFICER**

Ondanks uitdagende marktomstandigheden in de tweede helft van 2025 heeft Kramp door veerkracht en aanpassingsvermogen verdere groei kunnen realiseren. CFO Roeland Tjebbes bespreekt de financiële prestaties van 2025 en deelt zijn vooruitzichten voor 2026, waarin Strategy 2030 zal dienen als leidraad voor duurzame vooruitgang door innovatie, efficiëntie en verantwoorde inzet van middelen.

In 2025 realiseerde Kramp een omzetgroei van ongeveer € 56 miljoen, wat neerkomt op ongeveer 5%, waarbij de winstgevendheid jaar na jaar verbeterde. Hoewel dit iets onder de ambitieuze doelen ligt die eind 2024 waren gesteld, is het nog steeds een zeer bevredigend resultaat gezien de moeilijke marktomstandigheden in Q3 en Q4.



**DE ORGANISATIE GOED
IS UITGERUST OM
VEERKRACHTIG TE BLIJVEN
EN ZICH AAN TE PASSEN IN
EEN VERANDERENDE
BEDRIJFSOMGEVING."**

Veerkrachtig en wendbaar

De industrieën waarin we actief zijn – agri, grondverzet en tuin en park – zijn van nature onvoorspelbaar en worden beïnvloed door factoren zoals weersomstandigheden, geopolitieke ontwikkelingen en verstoringen in de toeleveringsketen. Deze resultaten tonen aan dat de organisatie goed is uitgerust om veerkrachtig te blijven en zich aan te passen in een veranderende bedrijfsomgeving. Daarnaast zijn de sterke prestaties van Kramp terug te zien in alle operationele clusters, waarbij elk cluster bijdraagt aan de



Investeringsprojecten

Om het bedrijf verder te versterken heeft Kramp in 2025 verschillende strategische investeringen gedaan, onder andere in Technology, Supply Chain, Operations, Customer Experience en People & Culture. De grootste investering was het Masterplan-project om de magazijnactiviteiten op het hoofdkantoor in Varsseveld te automatiseren. Na de livegang halverwege 2025 had het geautomatiseerde orderverzamelsysteem aan het eind van het jaar de productiviteit al aanzienlijk verhoogd en het aantal operationele fouten verminderd.

Een andere grote investering was de start van de bouw van een nieuw, ultramodern magazijn in Denemarken, dat zal dienen als centraal knooppunt voor het Nordic cluster. Nadat eind 2025 het Zweedse magazijn is gesloten en de activiteiten naar Denemarken zijn verplaatst, verhuist Kramp in 2026 alle activiteiten van het huidige Deense magazijn naar de nieuwe vestiging in Vejle. Deze hub zal de efficiëntie sterk verbeteren, de leveringsopties vergroten en de doorlooptijden verkorten voor klanten in Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland.

Daarnaast heeft Kramp aanzienlijke vooruitgang geboekt met Project Spring ter vervanging van het oude ERP-systeem (Enterprise Resource Planning). Dit systeem is fundamenteel voor van onze activiteiten. Dankzij de afronding van het voorbereidende werk in 2025 is de organisatie klaar voor de eerste releases in 2026. Het nieuwe ERP-systeem waarborgt niet alleen de bedrijfscontinuïteit, maar levert ook betere inzichten in gegevens om toekomstige groei te ondersteunen.



Kostenbewuste mindset werpt zijn vruchten af

Een andere belangrijke ontwikkeling in 2025 was de introductie en bedrijfsbrede omarming van een meer gedisciplineerde, kostenbewuste mentaliteit. De weloverwogen aanpak resulteerde in het overtreffen van ambitieuze kostenbesparingsdoelstellingen - met name op groepsniveau, waar doorgaans een aanzienlijk deel van de uitgaven plaatsvindt.

Deze aanpak heeft bijgedragen aan een recordwinstgevendheid in 2025, waardoor Kramp beter in staat is om te blijven investeren in de toekomst. De organisatie heeft haar kapitaaluitgaven in 2025 met meer dan 50% verhoogd en is van plan om in 2026 en daarna nog meer te investeren.



Meer groeimogelijkheden nastreven

Fusies en overnames hebben bijgedragen aan de resultaten van 2025. Om haar positie in de Europese tuin- en parksector te versterken heeft Kramp het Duitse Endress & Lehmann GmbH overgenomen en de voorraad en het private labelmerk van John Deere's onderdelenbusiness (Vapormatic) geïntegreerd. Dit zal onze groei in agri ondersteunen - vooral in het Verenigd Koninkrijk, maar ook in heel Europa.

"Vooruitkijkend blijven we alert op relevante fusie- en overnamekansen," zegt Roeland. "Dankzij onze gezonde en stabiele financiële positie hebben we het vertrouwen en de steun van banken en andere externe partners, waardoor we over een solide basis beschikken om overnames te doen als onderdeel van onze groei-strategie."

Positief gestemd over de toekomst

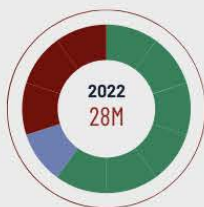
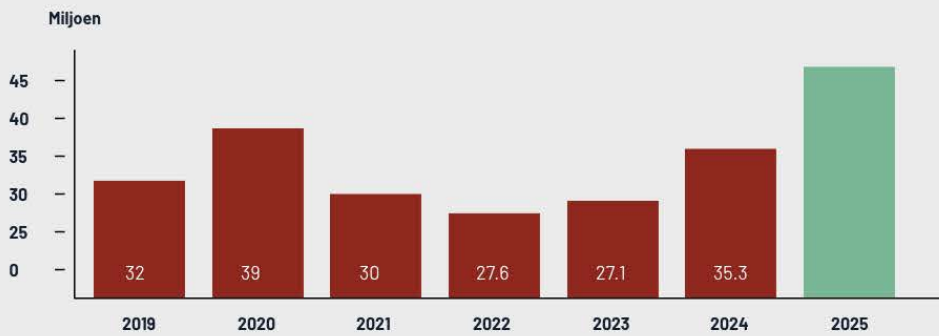
Op basis van de vooruitzichten blijft Roeland voorzichtig optimistisch. Klanten in de agrimarkt hebben te maken met liquiditeits-uitdagingen en beperkte groei. Na het leveren van sterke cijfers in 2025 zal het een uitdaging zijn om die resultaten te evenaren. Er zijn echter heldere ambities geformuleerd, gedragen door zorgvuldig uitgewerkte plannen.

Kramp ziet kansen voor autonome groei in alle landen en door verdere expansie in grondverzet en tuin- en park.

“Met Strategy 2030 als onze leidende visie, een toegewijd personeelsbestand van zeer deskundige professionals en een voortdurende focus op kostenbewustzijn, hebben we alle juiste ingrediënten voor opnieuw een succesvol jaar,” besluit Roeland.

KERNCIJFERS

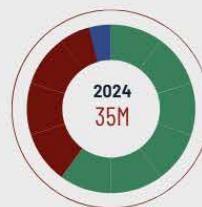
INVESTERINGEN:



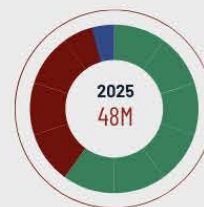
- 58% in IT
- 12% in land en gebouwen
- 26% in magazijn apparatuur
- 4% in overige apparatuur



- 69% in IT
- 13% in land en gebouwen
- 14% in magazijn apparatuur
- 4% in overige apparatuur



- 58% in IT
- 13% in land en gebouwen
- 26% in magazijn apparatuur
- 3% in overige apparatuur



- 42% in IT
- 26% in land en gebouwen
- 20% in magazijn apparatuur
- 2% in overige apparatuur

BOODSCHAP VAN RAAD VAN COMMISSARISSEN



BOODSCHAP VAN **JANUS SMALBRAAK, VOORZITTER RAAD VAN COMMISSARISSEN KRAMP**

EEN STERKE BASIS OM TE BLIJVEN BOUWEN AAN EEN DUURZAME EN RELEVANTE TOEKOMST

Dit was het eerste jaar met de nieuwe bestuursstructuur van een driehoofdige Board of Directors ondersteund door een Executive Team, in plaats van de vorige zeshoofdige Executive Board. Naar onze mening heeft deze nieuwe structuur de duidelijkheid, verantwoordelijkheid en resultaatgerichtheid verbeterd en de wendbaarheid wendbaarheid flexibiliteit in strategische besluitvorming vergroot

In 2025 heeft de Raad van Commissarissen vijf reguliere vergaderingen gehouden met de Board of Directors van Kramp. Elke bijeenkomst was er een extra presentatie door de Managing Director van een van de vijf clusters van Kramp. Dit gaf ons waardevolle inzichten en een beter begrip van de regionale markten, resultaten en strategieën van de organisatie.



“ ALS RAAD VAN COMMISSARISSEN IS ONZE ROL DRIELEDIG: WIJ HOUDEN TOEZICHT, ADVISEREN EN FUNGEREN ALS WERKGEVERS VAN DE RAAD VAN BESTUUR VAN KRAMP.”

Investeringsprojecten en toekomstige strategie

Tijdens de bijeenkomsten hebben we de Board of Directors van Kramp regelmatig uitgedaagd in onze discussies om hen te helpen een balans te vinden tussen de toekomstvisie - die draait om duurzaamheid, innovatie en waardecreatie op de lange termijn - en de financiële en operationele behoeften op de kortere termijn. Om de financiële continuïteit te waarborgen, hebben we veel tijd besteed aan het begrijpen van de risico's en kansen van belangrijke investeringsprojecten, waaronder het Masterplan in Varsseveld, het nieuwe magazijnproject voor het cluster Nordics en Project Spring. Daarnaast heeft de Board of Directors ons betrokken bij het vormgeven van hun nieuwe vijfjarenplan: Strategy 2030. Als onderdeel van ons onderzoek hebben we een brede groep Kramp-medewerkers geïnterviewd voordat we onze aanbevelingen deden.



Veerkracht opbouwen voor toekomstige uitdagingen

De toekomst zal natuurlijk niet zonder uitdagingen zijn. Het veranderende klimaat, extreme weersomstandigheden, geopolitieke verschuivingen en macro-economische schommelingen hebben allemaal invloed op de resultaten van Kramp. Daarnaast heeft Kramp als technologiegedreven bedrijf te maken met verhoogde IT-risico's op het gebied van cyberbeveiliging. Als Raad van Commissarissen zullen we nauw in gesprek blijven met de relevante leidinggevenden van Kramp en met de onafhankelijke accountant om deze risico's te mitigeren als onderdeel van het versterken van de veerkracht en het aanpassingsvermogen van Kramp om met de huidige onzekerheid om te gaan.

Binnen een familiebedrijf als Kramp is het extra belangrijk om de gezonde bedrijfscultuur te koesteren en de relaties tussen aandeelhouders, management en medewerkers sterk te houden. Een ander aandachtspunt zal daarom zijn om samen met de Board of Directors te onderzoeken hoe de medewerkerbetrokkenheidsscore verder kan worden verbeterd. Daarnaast zien we kansen om de diversiteit binnen Kramp verder te vergroten en de focus op talentontwikkeling te intensiveren.



Wijziging in de samenstelling van de Raad van Commissarissen

In 2025 is de samenstelling van onze Raad van Commissarissen gewijzigd. Een van onze vier leden, Frederik Nieuwenhuys, is na acht jaar teruggetreden. We willen graag onze dank uitspreken voor de advisering en ondersteuning die hij de afgelopen acht jaar heeft geboden. Frederik is vervangen door Huub Vermeulen, voormalig COO/CEO van Bol.com. We zijn erg blij Huub aan boord te mogen verwelkomen. Zijn expertise op het gebied van e-commerce zal goed van pas komen in de huidige groeifase van Kramp.

Dankwoord

Als Raad van Commissarissen zijn we blij dat Kramp er ondanks de uitdagende omstandigheden in is geslaagd om in 2025 verder te groeien en winstgevend te zijn. Dit was niet mogelijk geweest zonder het harde werk van alle betrokkenen. Daarom willen we onze dank en complimenten uitspreken aan de Board of Directors en alle Kramp collega's op groeps-, cluster-, landelijk en functioneel niveau voor hun inzet en toewijding. Dank ook aan alle klanten, leveranciers en andere externe partners voor hun trouwe steun aan Kramp.

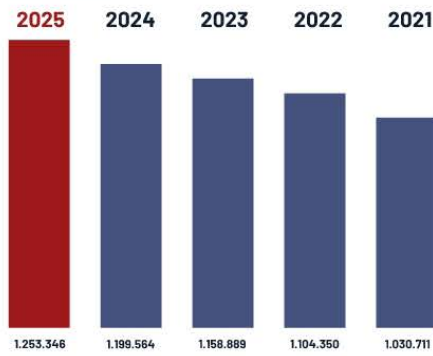
Sterke basis voor groei

We zijn ervan overtuigd dat Strategy 2030, in combinatie met de succesvolle invoering van een kostenbewuste mindset in 2025, een sterk en veerkrachtig fundament vormt waarop Kramp verder kan groeien naar een duurzame en relevante toekomst. Als Raad van Commissarissen blijven we ons inzetten om Kramp in 2026 en daarna te ondersteunen.

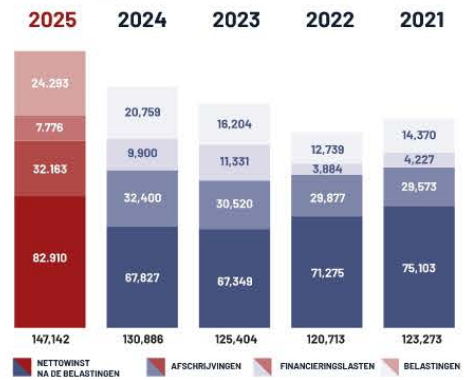
KERNCIJFERS 5 JAAR KRAMP GROEP

(x €1.000)	2025	2024	2023	2022	2021
Bruto omzet	1.253.346	1.199.564	1.158.889	1.104.350	1.030.711
Netto omzet	1.240.255	1.165.903	1.145.778	1.092.719	1.017.476
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	82.910	67.827	67.369	71.275	75.103
Buitengewoon resultaat na belasting	-8.769	-	-1.281	-11.996	5.124
Belastingen	24.293	20.259	16.204	12.739	14.370
Netto financieringslasten	7.776	9.900	11.331	3.884	4.227
Afschrijvingen	32.163	32.400	30.520	29.877	29.573
EBITDA	138.373	130.386	124.123	105.779	128.397
Aangepaste EBITDA	147.142	130.386	125.404	120.713	123.273
Eigen vermogen jaarultimo	300.068	265.886	265.311	298.711	277.779
Balanstotaal jaarultimo	638.754	627.729	597.866	636.263	630.119
Solvabiliteitspercentage	47,0%	42,5%	44,4%	46,9%	44,1%
Rentedragende schulden (DEBT)	143.011	151.587	149.482	141.363	106.328
DEBT / Aangepaste EBITDA	0,97	1,16	1,19	1,17	0,86
Werkkapitaal	337.127	321.652	318.802	326.390	266.317
Werkkapitaal als % van netto omzet	27,2%	27,10%	27,80%	29,90%	26,2%
Aantal werknemers	3.225	3.269	3.248	3.142	3.076
Brutomarge absoluut	282.658	264.880	261.589	243.396	227.493
Brutomarge procentueel	22,8%	22,70%	22,80%	22,30%	22,4%
Investerings (excl. goodwill)	48.010	35.288	27.104	27.595	30.140

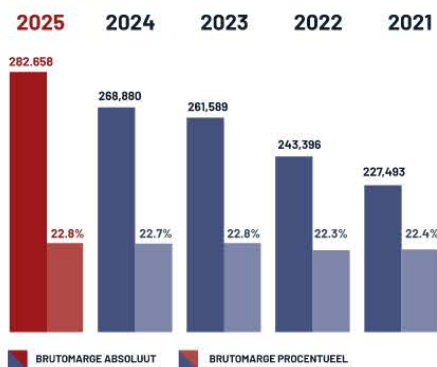
BRUTO OMZET



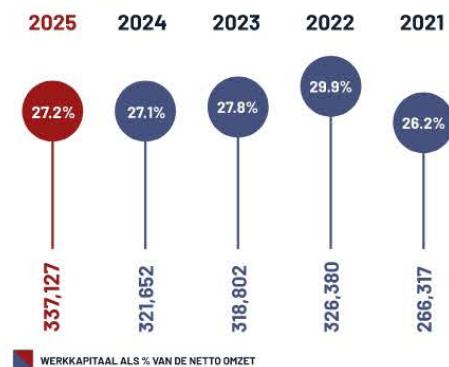
AANGEPASTE EBITDA



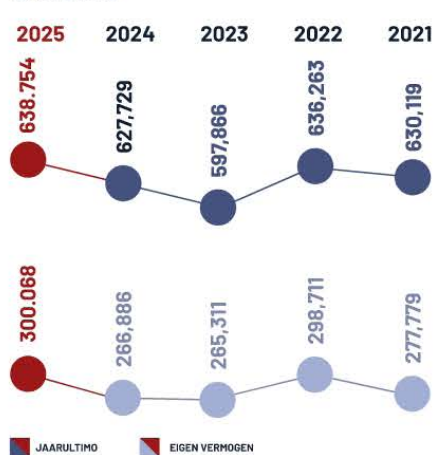
BRUTOMARGE



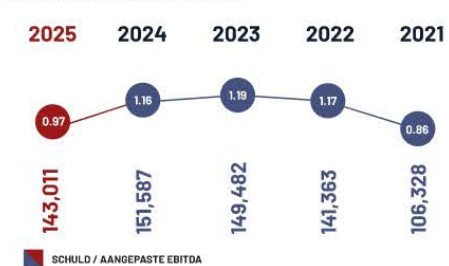
WERKKAPITAAL



JAARULTIMO



RENTEDRAGENDE SCHULDEN



SOLVABILITEITSPERCENTAGE



Begrip

Netto financieringslasten

EBITDA

Aangepaste EBITDA

Solvabiliteitspercentage

Rentedragende schulden (DEBT)

Werkkapitaal

Definities

rentebaten -/- rentelasten (exclusief valutakoersresultaten)

nettoresultaat + belastingen + netto financieringslasten + afschrijving

als EBITDA met inachtneming van:
 - in 2024 het verlies uit hoofd van de niet-gerealiseerde bate bij verkoop van een deelneming;
 - in 2023 het verlies bij de liquidatie resp- de verkoop van een deelneming;
 - in 2022 de boekwinst bij verkoop van een deelneming;
 - in 2021 de boekwinst bij verkoop van onroerende zaken.

groepsvermogen jaarultimo: balanstotaal jaarultimo

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

inventories + debtors -/- creditors

KERNCIJFERS



GECONSOLIDEERDE BALANS PER 31 DECEMBER 2025 PRO FORMA JAARREKENING 2025

Activa (x €1.000)	31 December 2025	31 December 2024
Immateriële vaste activa	59.025	54.816
Materiële vaste activa	134.995	120.875
Financiële vaste activa	12.215	17.370
Vaste activa	206.235	193.061
Voorraden	299.352	296.569
Vorderingen	124.083	129.199
Liquide middelen	9.084	8.900
Vlottende activa	432.519	434.668
Totaal	638.754	627.729

Passiva (x €1.000)	31 December 2025	31 December 2024
Eigen vermogen	300.068	266.886
Minderheidsbelang derden	-	181
Groepsvermogen	300.068	267.067
Voorzieningen	6.324	6.282
Langlopende schulden	149.893	160.057
Kortlopende schulden	182.469	194.323
Totaal	638.754	627.729

GECONSOLIDEERDE WINST- EN VERLIESREKENING OVER 2025

(x €1.000)	2025	2024
Bruto omzet	1.253.346	1.199.564
Boni en kortingen	-13.091	-13.661
Netto omzet	↳ 1.240.255	↳ 1.185.903
Kostprijs van de omzet	-957.597	-917.023
Bruto omzetresultaat	↳ 282.658	↳ 268.880
Verkoopkosten	-111.772	-112.949
Algemene beheerskosten	-56.226	-56.576
Som der kosten	↳ -167.998	↳ -169.525
Netto omzetresultaat	114.660	99.355
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten	841	651
Rentelasten en soortgelijke kosten	-8.617	-10.551
Valutakoersresultaten	361	-824
Financieel resultaat	↳ -7.415	↳ -10.724
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening	107.245	88.631
Voor belastingen		
Belastingen resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening	-24.293	-20.759
Aandeel derden in resultaat	-	-
Minderheidsbelangen in het resultaat	-42	-45
	↳ -24.335	↳ -20.804
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen	82.910	67.827
Buitengewoon resultaat	-8.769	-
Belastingen buitengewoon resultaat	-	-
Buitengewoon resultaat na belastingen	↳ -8.769	↳ -
Netto resultaat	74.141	67.827



DUURZAAMHEIDSVERSLAG

ONZE INZET VOOR DUURZAAMHEID
VERSTERKEN

Impact maken is een van onze belangrijkste doelen. Kramp ziet duurzaamheid als iets wat bij de kern hoort en als een investering voor de lange termijn die waarde oplevert.

Kramp erkent de dringende noodzaak om milieueffecten aan te pakken als onderdeel van haar streven naar duurzaam ondernemen. We werken volledig in lijn met EU-regelgeving en de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die vereist dat grote bedrijven gedetailleerde informatie rapporteren over de gevolgen voor milieu, maatschappij en bestuur, inclusief klimaatgerelateerde risico's en kansen.

MILIEU-IMPACT

SOCIALE IMPACT

GOVERNANCE

MILIEU-IMPACT

Kramp blijft haar inspanningen op het gebied van duurzaamheid versterken, voortbouwend op de CO2-reductiestrategie die in 2024 is gelanceerd en in 2025 organisatiebreed is versterkt. We hebben drie kerngebieden bepaald om impact te creëren: Vermindering van koolstofuitstoot in activiteiten en toeleveringsketen, het ontwerpen van circulaire, afvalarme verpakkingen en verantwoord omgaan met zeer zorgwekkende stoffen. Ontdek hoe we onze impact op het milieu verminderen en veiligere, duurzamere oplossingen voor onze klanten realiseren.

SOCIALE IMPACT

Kramp wil een veilige, inclusieve en respectvolle werkplek bieden, gebaseerd op samenwerking, zorg en verantwoordelijkheid. We zorgen voor strenge regels voor gezondheid en veiligheid, en we bevorderen diversiteit en gelijke kansen. Ook behandelen we iedereen in onze waardeketen eerlijk. We volgen internationale mensenrechten en beschermen het welzijn van alle mensen die met ons bedrijf te maken hebben. Daarnaast willen we ook positief bijdragen aan boeren en andere professionals in landelijke gebieden, omdat we geloven dat verantwoord werken zorgt voor duurzame waarde op de lange termijn.

GOVERNANCE

De duurzaamheidsdoelen van Kramp op de lange termijn zijn gebaseerd op een sterke bedrijfscultuur met eerlijk leiderschap en goed bestuur. We verbeteren steeds ons beleid om hoge gedragsnormen te waarborgen, veilige meldingen mogelijk te maken en gegevens en privacy te beschermen. Zo houden we het vertrouwen van klanten en partners. Met een duidelijke gedragscode voor leveranciers en eerlijke betaalafspraken zorgen we voor eerlijkheid en openheid in de hele keten. Dit ondersteunt duurzame groei en goede relaties met onze stakeholders.



**ONZE CSR STRATEGIE VERTAALT ZICH
IN CONCRETE ACTIES OM TE BOUWEN
AAN EEN DUURZAME TOEKOMST."**

Erik-Jan Smit, CSR Manager

SAMEN BOUWEN AAN EEN DUURZAME TOEKOMST



INZICHTEN MET **ERIK-JAN SMIT, CSR MANAGER**

CSR is een kernaspect van hoe we zaken doen en succes definiëren bij Kramp, benadrukt CSR manager Erik-Jan Smit. We zien duurzaamheid als een strategische investering die op de lange termijn waarde oplevert – niet alleen op milieugebied, maar ook als aanjager van innovatie en marktdifferentiatie. “Bij Kramp erkennen we dat we deel uitmaken van iets groters en nemen we graag verantwoordelijkheid voor onze daden. Onze CSR strategie vertaalt zich in concrete acties om te bouwen aan een duurzame toekomst.”



“
**DOOR KLEINE STAPPEN
IN DE GOEDE RICHTING
TE ZETTEN, KUNNEN
WE EEN GROTE IMPACT
HEBBEN.**”

Dit jaar presenteren we ons allereerste jaarlijkse Duurzaamheidsverslag, gebaseerd op de richtlijnen van de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Commissie. Hoewel de Commissie de deadline van de CSRD met twee jaar heeft uitgesteld, hebben we besloten ons proactief voor te bereiden op de implementatie ervan.

De CSRD verplicht grote bedrijven om duidelijk te laten zien wat hun impact is op het milieu, de maatschappij en hoe ze worden bestuurd. In ons eerste duurzaamheidsverslag leggen we uit hoe we dit beoordelen. We kijken daarbij naar twee dingen: hoe onze activiteiten invloed hebben op anderen en het milieu, en hoe duurzaamheidskwesties invloed hebben op ons bedrijf zelf.

We werken al aan betere rapportages voor 2025, zodat we straks voldoen aan de CSRD-regels. Zo willen we open en duidelijk zijn naar onze stakeholders en vertrouwen opbouwen. We breiden onze toelichting stap voor stap uit, naarmate de regels verder worden ontwikkeld.

DE RESULTERENDE MATERIALITEITSONDERWERPEN:

DOUBLE MATERIALITY MATRIX*



*Deze matrix laat de uitkomsten zien van onze dubbele materialiteitsanalyse, zoals de CSRD vraagt. Elke rij is een duurzaamheidsonderwerp. De grijze balk laat zien hoeveel invloed het onderwerp heeft op onze financiële prestaties. De rode balk laat zien hoeveel impact onze activiteiten hebben op mens en milieu. Hoe langer de balk, hoe belangrijker het onderwerp is. Onderwerpen waarbij beide balken hoog scoren, zijn voor ons het belangrijkste. Daar besteden we extra aandacht aan in onze strategie, doelen en rapportage.



Behalve dat dit ons hielp om ons voor te bereiden op CSRD, stelde dit dubbele perspectief ons in staat om acht strategisch belangrijke duurzaamheidsthema's te prioriteren die passen bij onze bestaande kernpijlers van CSR:

WAARDEPROPOSITIE

We willen een verantwoorde keten, waarin onze producten duurzaam worden gemaakt, vervoerd en gebruikt.

1. Arbeidsomstandigheden in de waardeketen
2. Duurzaam en verantwoord leveranciersmanagement
3. Het beheer van zorgwekkende stoffen

CO₂ REDUCTIE

We willen onze CO₂-uitstoot en afval stap voor stap verminderen.

4. Beperking klimaatverandering
5. Duurzame verpakking

MENS EN MAATSCHAPPIJ

We helpen lokale gemeenschappen, zorgen goed voor de gezondheid en veiligheid van onze medewerkers en gaan eerlijk met iedereen om.

6. Gezondheid en veiligheid
7. Diversiteit & inclusie
8. Arbeidsomstandigheden voor onze medewerkers

Onze ambitie is duidelijk: we willen een bedrijf zijn dat niet alleen een toonaangevende leverancier is van onderdelen en accessoires in agri, tuin en park en grondverzet, maar dat ook een blijvende, positieve impact heeft op mensen, communities en de planeet.

Achter de schermen zetten talloze mensen binnen Kramp zich in om deze ambitie waar te maken. In dit CSR katern van het jaarverslag delen we een aantal inspirerende voorbeelden van de stappen die we in 2025 hebben gezet.



Duurzame waardeketen

Een voorbeeld van hoe we CSR in onze waardeketen in 2025 hebben verbeterd, was door ons aan te sluiten bij Sedex. Deze wereldwijde non-profitorganisatie zet zich in voor het bevorderen van verantwoorde en ethische bedrijfspraktijken in toeleveringsketens. Gedurende het jaar hebben we 28 leveranciers in Azië bezocht en gecontroleerd op sociale en milieurisico's.

Het ontwerpen van duurzame verpakkingen om afval te verminderen was ook belangrijk. We gebruiken minder materiaal, hergebruiken waar mogelijk en zorgen voor recycling. Zo blijven onze processen efficiënt en onze producten veilig. Om dit doel verder te ondersteunen, hebben we een licentieovereenkomst voor promotionele merken afgesloten met FSC® (Forest Stewardship Council) en gebruiken we nu FSC-gecertificeerde materialen in ons assortiment en onze verpakkingen. FSC is een internationale organisatie die verantwoord bosbeheer promoot.

CO₂ reductie

Onze CO₂-reductiestrategie is gericht op het beperken van emissies met behoud van operationele efficiëntie. Scope 1-emissies zijn directe emissies van onze activiteiten (zoals bedrijfsvoertuigen en brandstofverbranding op locatie), terwijl Scope 2-emissies indirecte emissies van ingekochte elektriciteit, warmte en stoom omvatten. Twee belangrijke initiatieven hebben bijgedragen aan een verdere vermindering van onze totale Scope 1- en Scope 2-emissies in 2025:

Zonne-energie

We hebben het gebruik van zonne-energie op twee van onze locaties uitgebreid. In Leek in Nederland zal dit onze zonnecapaciteit verhogen met ongeveer 25.000 kWh per jaar. In Italië steeg de jaarlijkse opwekkingscapaciteit van zonne-energie bij benadering van 260.000 kWh naar 500.000 kWh.

Elektrische voertuigen (EV)

Onze vestiging in Noorwegen is overgestapt op 100% volledig elektrische voertuigen, als eerste wagenpark binnen Kramp. We zijn bezig om het gebruik van EVs, hybrides en duurzamere manieren van reizen uit te breiden naar de andere Kramp-landen.

Scope 3-emissies zijn alle indirecte broeikasgasemissies (Greenhouse Gas) die optreden in de waardeketen van een bedrijf, zowel upstream (leveranciers) als downstream (klanten). Uit onderzoek blijkt dat Scope 3-emissies vaak meer dan 90% van de totale emissies van een bedrijf uitmaken, maar ze zijn moeilijker te volgen en te meten. We zijn van mening dat dit een hoge prioriteit heeft in de missie van Kramp om duurzamer te worden en zijn al begonnen met preventieve maatregelen.

HVO

We zijn bijvoorbeeld een proefproject gestart om over te stappen op biodieselbrandstof (HVO) op geselecteerde transportroutes binnen onze Noord-Europese toeleveringsketen. Ten opzichte van gewone diesel vermindert HVO de uitstoot van broeikasgassen gedurende de levenscyclus met 80-90% en de uitstoot van fijnstof (PM) met maximaal 76%.

Om ervoor te zorgen dat onze producten en diensten op een verantwoorde manier worden geproduceerd, verkocht en gebruikt, laten we ons regelmatig adviseren door experts. In 2025 hebben we ons aangesloten bij het Science Based Targets initiatief (SBTi), een wereldwijde organisatie die bedrijven ondersteunt bij het vaststellen van doelstellingen voor het terugdringen van broeikasgassen die zijn afgestemd op de nieuwste klimaatwetenschap en de doelstellingen van het Akkoord van Parijs.

Mens en maatschappij

'Kramp Impacts' is ons 'community outreach programma' dat kleine agrarische en boerengemeenschappen ondersteunt met gerichte (financiële) bijdragen die een tastbare impact hebben. Het ondersteunen van kleinschalige communityprojecten is essentieel voor Kramp omdat deze communities de ruggengraat vormen van duurzame voedselproductie en plattelandseconomieën. Met onze Kramp Impacts initiatieven hebben we in 2025 positieve veranderingen teweeggebracht in lokale gemeenschappen in heel Europa:

KRAMP IMPACTS

Bijna

€80,000

Totale waarde aan toegekende financiële bijdragen in 2025, verdeeld over zeven verschillende initiatieven in vier landen (Oostenrijk, Nederland, Frankrijk en Spanje).

€100,000

Beschikbaar gesteld budget in 2026

Voorbereiden op de toekomst

Voortbouwend op onze successen en inzichten uit 2025 hebben we onze strategie voor de komende vijf jaar verfijnd. Om onze CSR-ambities in 2030 te realiseren, blijven we ons richten op onze drie CSR-kernpijlers, die zijn afgestemd op de acht onderwerpen uit onze dubbele materialiteitsanalyse.

Door bedrijfsbreed te handelen, samen met klanten, leveranciers, transportpartners en in eigen activiteiten, zijn we ervan overtuigd dat we meetbare stappen kunnen blijven zetten met echte impact, waardoor we steeds dichterbij onze visie komen om een bedrijf te zijn dat op verantwoorde wijze groeit.

MILIEU-IMPACT



Kramp blijft haar inspanningen op het gebied van duurzaamheid versterken, voortbouwend op de CO2-reductiestrategie die in 2024 is gelanceerd en in 2025 organisatiebreed is versterkt. We hebben drie kerngebieden bepaald om impact te creëren: Vermindering van koolstofuitstoot in activiteiten en toeleveringsketen, het ontwerpen van circulaire, afvalarme verpakkingen en verantwoord omgaan met zeer zorgwekkende stoffen. Ontdek hoe we onze impact op het milieu verminderen en veiligere, duurzamere oplossingen voor onze klanten realiseren.

Vermindering van koolstofuitstoot

Duurzaam verpakkingsontwerp ondersteunt de principes van de circulaire economie

Omgaan met (zeer) zorgwekkende stoffen

VERMINDERING VAN KOOLSTOFUITSTOOT

Onze inzet

Onze in 2024 geïntroduceerde strategie om koolstof te reduceren - die onze gebouwen en transportactiviteiten omvat - is in 2025 steviger verankerd in onze organisatie. Om nog een stap verder te gaan, hebben we onszelf duidelijke doelen gesteld om de uitstoot tegen het jaar 2030 met 42% te verminderen ten opzichte van onze activiteiten in 2022, evenals een vermindering van 30% voor onze partners in de toeleveringsketen in dezelfde periode. Dit is in lijn met de laatste ontwikkelingen in de klimaatwetenschap vanuit het Science Based Targets initiatief (SBTi). De SBTi is een gerenommeerde wereldwijde organisatie die bedrijven helpt ambitieuze, wetenschappelijk afgestemde doelen te stellen voor de reductie van broeikasgassen die zijn gevalideerd door klimaatexperts. In 2025 heeft Kramp zich aangesloten bij de SBTi om ons te ondersteunen bij het opstellen van haalbare en ambitieuze doelstellingen voor emissiereductie voor de verschillende bedrijfsonderdelen.

Onze prestaties

In 2025 hebben we CO2 criteria toegevoegd aan onze vervoerderscontracten. Dit vormt de basis voor het verzamelen van maandelijkse CO2-emissiegegevens van onze vervoerders en het bespreken van manieren om samen de uitstoot te verminderen.

We hebben het gebruik van zonne-energie op twee van onze locaties uitgebreid: in Italië en in Leek in Nederland. In transport zijn we op geselecteerde routes gestart met pilots met biodiesel, die de uitstoot met 80% kan verminderen ten opzichte van gewone diesel.

Met betrekking tot ons leaseautopark hebben we vooruitgang geboekt op het gebied van elektrificatie van onze leaseauto's. Noorwegen was de eerste vestiging met een volledig elektrisch leasevloot.

Alle inspanningen hebben geresulteerd in een reductie van 10,22% van onze Scope 1 & 2 emissies in 2025 ten opzichte van 2024, wat ruim boven onze doelstelling van een jaarlijkse reductie van 5,25% tot 2030 ligt. Dit maakt deel uit van onze bredere doelstelling om een totale emissiereductie van 42% te bereiken in 2030.



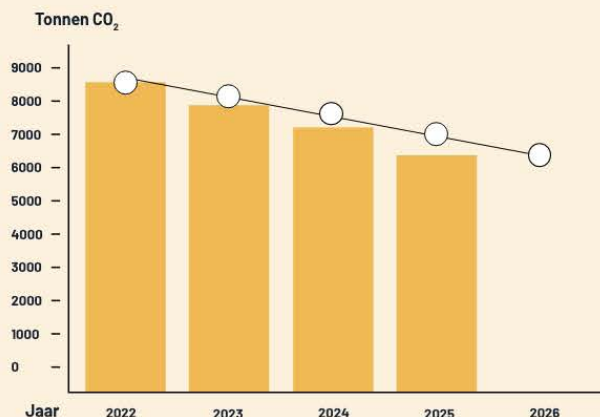
**IK ZIE DIT ALS EEN KANS OM ONZE
GEBOUWEN GROENER TE MAKEN, ONZE
MOBILITEIT SLIMMER EN ONZE MENSEN
BEWUSTER VAN HUN IMPACT."**

Jan Willem Nijman, Facilities & Real Estate Manage: "Het verminderen van de CO2-voetafdruk van Kramp's activiteiten, leaseauto's en reizen is niet alleen goed voor de planeet, het is ook slim zakendoen. Door uitstoot te verminderen besparen we energie, verlagen we kosten en stimuleren we efficiëntie. Het laat onze klanten, leveranciers en collega's ook zien dat we echt de daad bij het woord voegen als het gaat om duurzaamheid. Ik zie dit als een kans om onze gebouwen groener te maken, onze mobiliteit slimmer en onze mensen bewuster van hun impact. Kleine stappen, en soms minder reizen, kunnen leiden tot grote veranderingen. Samen kunnen we duurzaamheid onderdeel maken van hoe Kramp vooruit gaat."



ONTWIKKELING DOOR DE JAREN HEEN

BROEIKASGASEMISSIES EN REDUCTIE



De bovenstaande tabel toont onze Scope 1- en Scope 2-broeikasgasemissies voor elk jaar, vergeleken met onze jaarlijkse reductiedoelstelling. Er wordt benadrukt dat onze werkelijke emissies in 2025 veel sneller zijn gedaald dan verwacht, wat resulteert in een aanzienlijk grotere emissiereductie sinds 2022.

OVERZICHT VAN ONZE SCOPE 1 & 2 BROEIKASGASEMISSIES EN REDUCTIE DOOR DE JAREN HEEN

Jaar	2022	2023	2024	2025
Doelstellingen voor broeikasgasemissies Scope 1 en 2 (ton CO ₂ -equivalent)	7.388	7.000	6.612	7.123
Werkelijke uitstoot van broeikasgassen (Scope 1 en 2)(ton CO ₂ -equivalent)	7.388	6.994	6.377	6.493

Jaar	2022	2023	2024	2025
Beoogde jaarlijkse reductie (%)	5,25%	5,25%	5,25%	5,25%
Totale jaarlijkse reductie (%)	-	5,32%	8,83%	10,22%

Totale jaarlijkse reductie ten opzichte van 2022 (%)	-	5,32%	8,83%	23,20%
---	---	--------------	--------------	---------------

ONZE PLANNEN

In 2026 gaan we verder met het verlagen van onze CO₂-uitstoot. We verbeteren onze gebouwen, leaseauto's, transport, logistiek en verpakkingen. We gaan ook beter meten hoeveel uitstoot onze producten veroorzaken, van productie tot gebruik. Zo kunnen we onze klimaatdoelen beter bepalen, in lijn met de SBTi.





DUURZAAM VERPAKKINGSONTWERP ONDERSTEUNT DE PRINCIPES VAN DE CIRCULAIRE ECONOMIE

Onze inzet

We ontwerpen verpakkingen slim en gebruiken duurzame materialen. Zo gebruiken we minder materiaal en zorgen we voor zo min mogelijk afval. We volgen daarbij de principes van de circulaire economie. Dat betekent dat we materialen zo veel mogelijk hergebruiken en recyclen.

Onze prestaties

In 2025 zijn we begonnen met het updaten en vereenvoudigen van ons verpakkingssortiment om ons voor te bereiden op de nieuwe Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR), een Europese wet die bedoeld is om verpakkingafval te verminderen en verpakkingen duurzamer te maken.

We hebben ook nauw samengewerkt met onze leveranciers om beter te begrijpen hoe duurzaam onze verpakkingmaterialen zijn, door gedetailleerde informatie op te vragen over de materialen die zij gebruiken.

Daarnaast gebruikten we in 2025 waar mogelijk FSC-gecertificeerd karton voor onze verpakkingen. FSC-gecertificeerde materialen komen uit verantwoord beheerde bossen.

Voor onze private-labelproducten die niet bij de dealers liggen, zijn we overgestapt op duurzamere verpakkingen van onbedrukt karton.

Als gevolg van onze acties in 2025 is 72% van de verpakkingen die we in onze magazijnen gebruiken nu van duurzame herkomst, waarbij 63% bestaat uit gerecycled materiaal.



**WE HEBBEN DE VERANTWOORDELIJKHEID
OM VERSTANDIG OM TE GAAN MET ONZE
HULPBRONNEN."**

Ellen Oude Luttikhuis, Packaging Engineer: "Verpakkingen spelen een belangrijke rol bij het beschermen van producten tijdens opslag en transport naar onze klanten, maar verbruiken ook schaarse grondstoffen gedurende een relatief korte levenscyclus en eindigen vaak als afval. Duurzaamheid is daarom onmisbaar in onze packaging roadmap. We hebben de verantwoordelijkheid om verstandig om te gaan met onze hulpbronnen - en waar mogelijk het materiaalverbruik te verminderen en lege ruimte in onze verpakkingen te minimaliseren, te kiezen voor gerecyclede en hernieuwbare materialen en verpakkingen opnieuw te gebruiken - zonder afbreuk te doen aan onze magazijnprocessen, productkwaliteit of de klantervaring. Ons stappenplan voor duurzaam verpakken bereidt ons niet alleen voor op toekomstige duurzaamheidsvoorschriften, maar helpt ons ook om onze impact op het milieu te verminderen, natuurlijke hulpbronnen te behouden en afval te minimaliseren, om zo bij te dragen aan het behoud van onze planeet voor toekomstige generaties."



CATEGORIEËN VERPAKKINGEN

Recyclebaar gewicht
3,793,952 KG

99%

Duurzaam gewicht
2,666,154 KG

72%

Gerecycled gewicht
2,234,323 KG

63%



CATEGORIEËN VERPAKKINGEN

Categorieën verpakkingen	Gewicht (kg)	Materiaal van duurzame herkomst	Duurzaam gewicht	Gerecyclede inhoud	Gerecycled gewicht	Recyclebare inhoud	Recyclebaar gewicht
Zakken	30,787	0%	0	0%	0	100%	30,787
Gegolfd	899,702	95%	782,943	96%	886,806	100%	899,702
Ondersteunende materialen	28,229	33%	0	38%	4,412	100%	28,229
Enveloppen	2,166	0%	0	0%	0	100%	2,166
Vouwen + ander karton	243,848	-	0	84%	210,590	100%	243,848
Etiketten	22	0%	0	0%	0	100%	22
Palletten	2,226,746	87%	1,691,014	29%	1,051,860	100%	2,226,746
Tape	15,521	0%	0	10%	0	80%	15,521
Houten materialen (ex-pallets)	243,648	100%	189,648	50%	54,000	100%	243,648
Verpakkings- en omsnoeringsmaterialen	103,283	14%	2,548	34%	26,654	100%	103,283
Totaal	3,793,952	72%	2,666,154	63%	2,234,323	99%	3,793,952

*Deze uitgebreide tabel geeft een gedetailleerd overzicht van de resultaten van de enquête onder leveranciers in verschillende verpakkingscategorieën (verschillende verpakkingsmaterialen) voor een totaal van 3.979,52 kg.

**Deze gegevens zijn gebaseerd op onze uitgavenanalyse voor 2024 en de materiaal informatie die we van onze verpakkingsleveranciers hebben ontvangen. De gepresenteerde gegevens vertegenwoordigen ongeveer 40% van onze totale verpakkingsuitgaven voor boekjaar 2025. We zijn van plan om de reikwijdte van onze analyse in 2026 uit te breiden.

ONZE PLANNEN

In 2026 zullen we onze verpakkingen blijven verbeteren om volledig te voldoen aan de EU-verordening betreffende verpakking en verpakkingsafval (PPWR), naast andere nieuwe en bestaande regelgeving. We zullen ook blijven samenwerken met onze leveranciers om onze verpakkingsmaterialen nog duurzamer te maken, met plannen om minder verpakkingsmaterialen te gebruiken en om het aandeel gerecycled materiaal in ons verpakkingsassortiment te vergroten.





OMGAAN MET (ZEER) ZORGWEKKENDE STOFFEN

Onze verplichting

Substances of Concern (SC's) en Substances of Very High Concern (SVHC's) zijn chemicaliën die schadelijk kunnen zijn voor mens of milieu, zoals chemicaliën die giftig zijn of lang meegaan. Als groothandel kunnen sommige producten die we leveren kleine hoeveelheden SVHC's bevatten. SVHC's worden bijvoorbeeld vaak aangetroffen in kunststoffen, coatings, smeermiddelen en gereedschappen en worden gebruikt om de duurzaamheid, veiligheid of prestaties van de producten te verbeteren, bijvoorbeeld door gereedschap veerkrachtiger te maken in warme of koude omstandigheden.

We erkennen de mogelijke risico's voor milieu, gezondheid en regelgeving die dit soort stoffen met zich mee kunnen brengen en we zetten ons volledig in om op een verantwoorde manier met deze stoffen om te gaan, in overeenstemming met de geldende wetgeving (bijv. de REACH-verordening van de EU). We zien ook kansen in het vinden van veiligere en duurzamere alternatieven. We willen ons in 2026 meer richten op het uitfaseren van SVHC's binnen onze risicovolle productlijnen waar dat haalbaar is.

Onze prestaties

In 2025 hebben we het onderwerp Zorgwekkende Stoffen formeel geselecteerd als prioriteit voor Kramp en hebben we delen van onze portfolio met een hoog risico beoordeeld op naleving van REACH. REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) is een verordening van de Europese Unie die ervoor moet zorgen dat chemische stoffen gedurende hun hele levenscyclus veilig worden gebruikt.



ONZE PLANNEN

We zijn vastbesloten om in 2026 verdere vooruitgang te boeken op dit cruciale gebied. We verwachten de verzameling en het beheer van gegevens te versterken, met als doel het grootste deel van ons portfolio in kaart te brengen in overeenstemming met REACH en samen te werken met belangrijke leveranciers om veiligere alternatieve stoffen te identificeren en te beoordelen voor mogelijke toekomstige productopname. Dit zal ons helpen om een sterke basis te leggen voor het beheer van zorgwekkende stoffen en ons beter in staat stellen om mogelijkheden voor het gebruik van alternatieve materialen te identificeren.

Proactief omgaan met SVHC's op deze manier biedt kansen voor innovatie in alternatieven die milieuvriendelijker zijn en veiliger voor onze eindgebruikers.



SOCIALE IMPACT

Kramp wil een veilige, inclusieve en respectvolle werkplek bieden, gebaseerd op samenwerking, zorg en verantwoordelijkheid. We zorgen voor strenge regels voor gezondheid en veiligheid, en we bevorderen diversiteit en gelijke kansen. Ook behandelen we iedereen in onze waardeketen eerlijk. We volgen internationale mensenrechten en beschermen het welzijn van alle mensen die met ons bedrijf te maken hebben. Daarnaast willen we ook positief bijdragen aan boeren en andere professionals in landelijke gebieden, omdat we geloven dat verantwoord werken zorgt voor duurzame waarde op de lange termijn.

Versterking van ons
personeelsbestand

Empowering workers in the
value chain

Supporting our
communities

VERSTERKING VAN ONS PERSONEELSBESTAND

Onze betrokkenheid

Ons lijn met onze waarden Collaboration, Care en Ownership zorgen we voor een veilige, inclusieve en respectvolle werkomgeving voor onze medewerkers in Europa en daarbuiten. We hanteren duidelijke regels voor gezondheid en veiligheid, zodat medewerkers zich veilig voelen en hun werk goed kunnen doen. We besteden ook aandacht aan diversiteit, gelijkheid en inclusie (DEI) in hoe we werken en nieuwe mensen aannemen. Zo willen we medewerkers meer betrekken, beter samenwerken en onszelf onderscheiden als werkgever.

Onze prestaties

In 2025 hebben we ons veiligheidsbeleid vernieuwd, zodat het voldoet aan de huidige industriestandaarden en internationale best practices. Dit heeft geleid tot een bijgewerkt gezondheids- en veiligheidsbeleid dat we blijven verbeteren. Zo leggen we een sterke basis voor de toekomst.

Omdat we Diversity, Equity and Inclusion als een strategisch belangrijk prioriteitsonderwerp beschouwen, zijn we interne discussies gestart over het creëren van een uitgebreid DEI-beleid, gericht op eerlijkheid, inclusie en prestatiegerichte principes. Wat betreft genderdiversiteit is ons initiële doel om in 2030 ten minste 30% vrouwen in senior managementposities te hebben.

Dit beleid helpt ons in het dagelijks werk. Het zorgt voor duidelijke afspraken, betere beslissingen en bepaalt hoe we samenwerken.



**BIJ KRAMP ZIJN WE TROTS OP
ONS DIVERSE PERSONEELS-
BESTAND, MET EEN BREED SCALA
AAN ACHTERGRONDEN BINNEN
ONZE ORGANISATIE.”**

Thomas Rieken, VP, People and Culture: “Bij Kramp zijn we trots op ons diverse personeelsbestand, met een breed scala aan achtergronden, ervaringen, leeftijdsgroepen, meer dan 90 nationaliteiten en 27% vrouwen binnen onze organisatie. Deze diversiteit versterkt onze besluitvorming, stimuleert innovatie en helpt ons om onze klanten en partners beter te weerspiegelen en te ondersteunen. We zijn vastbesloten om de vertegenwoordiging en inclusie verder te verbeteren, om ervoor te zorgen dat diversiteit de drijvende kracht blijft achter duurzame groei en langetermijnsucces voor Kramp.”



VERSTERKING VAN ONS PERSONEELSBESTAND

ONZE MEDEWERKERS: VERDELING
KRAMP MEDEWERKERS PER LAND
(PER EIND DECEMBER 2025)



ONZE MEDEWERKERS

Aantal werknemers naar geslacht



* Non-guaranteed hours workers are employees who have an employment contract with Kramp but do not have a fixed number of working hours. Their working hours may vary based on business needs and mutual agreement.

Aantal werknemers naar contracttype (vaste, tijdelijke en niet-vaste werknemers)



ONZE PLANNEN

We willen gelijke kansen bevorderen en streven ernaar dat in 2030 minstens 30% van de senior managementposities door vrouwen wordt bekleed. Daarom hebben we in het hele bedrijf DEI-ambassadeurs aangesteld. In 2026 blijven we werken aan het wegnemen van drempels voor inclusie en het vergroten van bewustzijn en verantwoordelijkheid in de hele organisatie. Ook verbeteren we het Arbobeleid van Kramp en de bijbehorende processen en systemen.





EMPOWERMENT VAN WERKNEMERS IN DE WAARDEKETEN

Onze inzet

We nemen onze verantwoordelijkheid om de rechten en het welzijn van alle werknemers in onze keten te respecteren en te verbeteren. Dit geldt niet alleen voor onze eigen medewerkers, maar ook voor mensen die werken voor onze leveranciers, producenten, logistieke partners en dienstverleners.

We baseren ons op internationale richtlijnen, zoals de UN Guiding Principles on Business and Human Rights en de ILO-conventies. Dat helpt ons om sociale risico's in onze keten te herkennen, te voorkomen en aan te pakken.

Onze prestaties

In 2025 hebben we vooral leveranciers buiten de EU met een hoger risico benaderd, zoals in Azië, Klein-Azië en Oost-Europa. We hebben hen aangemoedigd om zich aan te sluiten bij Sedex, omdat in deze regio's meer uitdagingen zijn op het gebied van arbeidsrechten en transparantie. Zo pakken we mogelijke mensenrechtenproblemen aan waar de risico's het grootst zijn.

Op dit moment zijn 54 van onze leveranciers wereldwijd lid van Sedex. 69% is actief lid, 54% vult zelfevaluaties in en 23% heeft een SMETA-audit gedaan.

Daarnaast hebben we onze gedragscode voor leveranciers bijgewerkt. Deze gaat onder andere over discriminatie, kinder- en dwangarbeid, veiligheid op het werk en eerlijke lonen. In 2025 zijn er geen bevestigde gevallen van kinder- of dwangarbeid gevonden en alle klachten zijn opgelost.



ONZE LEVERANCIERS SPELEN EEN CRUCIALE ROL IN HET BEVORDEREN VAN DUURZAME BEDRIJFSPRESTATIES."

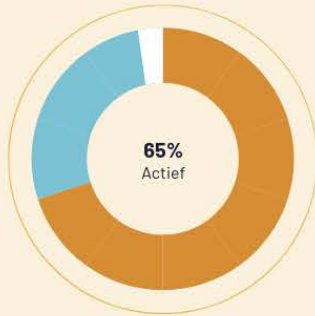
Vivian Lin, General Manager, Kramp China: "Onze leveranciers spelen een cruciale rol in het bevorderen van duurzame bedrijfsprestaties. Door te investeren in hun sociale en milieu-initiatieven behalen leveranciers tastbare voordelen die veel verder gaan dan naleving. Verbeterde efficiëntie en optimalisatie van hulpbronnen verlagen de operationele kosten, terwijl verantwoorde arbeids- en milieupraktijken de bedrijfsrisico's verminderen en langdurige partnerschappen versterken. Deze verbeteringen bieden ook toegang tot nieuwe financieringsmogelijkheden en wereldwijde waardeketens die prioriteit geven aan ethisch verantwoord inkopen."



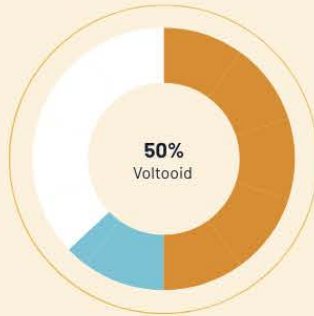
OVERZICHT SEDEX-GEGEVENS

OPSPLITSING VAN LEVERANCIERS DIE GEREgistREERD ZIJN BIJ SEDEX, MET VERMELDING VAN HUN LIDMAATSCHAPSTATUS, VOLTOOIING VAN DE ZELFBEOORDELINGSVRAGENLIJST (SAQ) EN SMETA-AUDITSTATUS.

Lidmaatschapsstatus



Zelfbeoordelvingsvragenlijst (SAQ)



Auditstatus



ONZE PLANNEN

Op basis van onze bijgewerkte gedragscode voor leveranciers, regelmatige audits en voortdurende discussies en samenwerking met leveranciers, blijven we de transparantie, verantwoordelijkheid en normen in onze hele toeleveringsketen verbeteren, terwijl we onze partners aanmoedigen om best practices te volgen in het belang van de gezondheid en het welzijn van onze werknemers.





ONZE COMMUNITIES ONDERSTEUNEN

Onze inzet

We voelen ons verantwoordelijk om het leven en werk van boeren en bewoners van landelijke gebieden positief te beïnvloeden in de regio's waar we actief zijn.

We kijken naar de effecten die we hebben op onze communities, zowel positief als negatief, en nemen daar verantwoordelijkheid voor. We geloven dat verantwoord ondernemen belangrijk is voor duurzame waarde op de lange termijn.

Onze prestaties

In 2025 steunde Kramp Impacts - ons speciale wereldwijde community outreach programma - zeven projecten in Europa, met een totale bijdrage van ongeveer 80.000 euro.

LIJST VAN KRAMP IMPACTS PROJECTEN PER LAND (2025)



Met het Kramp Impacts programma, richten we ons specifiek op agri communities met als doel het bieden van zorg en ondersteuning om naar een duurzamere toekomst te gaan. Onze community outreach wordt geleid door drie primaire aandachtsgebieden:

1.

KLIMAATGERELATEERDE INITIATIEVEN IN AGRI, TUIN EN PARK EN GRONDVERZET

Klimaatpositieve agri ondersteunen

Verminderen van koolstofvoetafdruk in landbouwactiviteiten

Bevorderen duurzame agrarische transitie

2.

INNOVATIE, ONDERZOEK EN TECHNOLOGIE

Bijdragen aan versnelling van agri innovatie

Ondersteunen van onderzoek met positieve impact op de agri

Vergemakkelijken van de toepassing van technologie voor duurzame landbouw

3.

ZORG EN ONTWIKKELING AGRARISCHE GEMEENSCHAP

Directe ondersteuning van de behoeften van de rurale communities

Noodhulp voor agrarische gemeenschappen in nood

Capaciteitsopbouw en empowerment programma's



KRAMP IMPACTS PROJECTS

Behoud van een natuurlijk bosgebied in Oostenrijk

Sinds oktober 2023 ondersteunen we via het Kramp Impacts programma het behoud van een 72 hectare groot bosreservaat in de Oostenrijkse Wachau regio in samenwerking met de Oostenrijkse Federale Bossen (ÖBf). De site beschermt 62 inheemse boomsoorten, zeldzame wilde dieren en exemplaren die meer dan 250 jaar oud zijn.

Het bos zal onaangeroerd blijven - met behoud van biodiversiteit, ondersteuning van koolstofvastlegging en waterretentie, en dienend als levend voorbeeld van klimaatbestendige bosbouw.

Lokale initiatieven ondersteunen

Om duurzame landbouw lokaal te ondersteunen en te stimuleren, heeft Kramp Impacts bijgedragen aan verschillende initiatieven in en rond Varsseveld, waar het hoofdkantoor van Kramp is gevestigd. Twee voorbeelden zijn het Bronckhorster Festival in Zelhem en Ode aan de Os in Didam. Een ander initiatief van de Stichting Bomengroep Oude IJsselstreek, gericht op het behoud van monumentale bomen in de Achterhoek, kreeg ook financiële steun van Kramp Impacts.

Cultivate a Generation - empowerment van jonge boeren en vernieuwers in het Verenigd Koninkrijk

Kramp's Cultivate a Generation is een subsidieprogramma dat gericht is op het ondersteunen van de volgende generatie agri ondernemers die innovatie, veerkracht en duurzame landbouw stimuleren. Eén begunstigde, de 20-jarige Isabel Verey van Ampney Down Farm in het Verenigd Koninkrijk, gebruikte haar subsidie om omheiningen en watersystemen te installeren, het graasbeheer te verbeteren en waterschaarste aan te pakken terwijl ze de overstap maakt naar boereigenaarschap.

Sinds de lancering van het programma is er £51.000 toegekend aan verschillende projecten, waardoor jonge boeren mondiger zijn geworden en de duurzaamheid van agrarische gemeenschappen op de lange termijn is versterkt.

Zieke kinderen in Hongarije ondersteunen

In Hongarije steunt het Kramp Impacts programma een stichting die kinderen helpt die herstellen van een beenmergtransplantatie door het creëren van een toevluchtsoord aan een rivier met familieaccommodatie, sportfaciliteiten en natuurpaden. Dit biedt een herstellende omgeving om de kinderen te helpen hun kracht en zelfvertrouwen weer op te bouwen na lange ziekenhuisverblijven.

ONZE PLANNEN

In 2026 zullen we doorgaan met het ondersteunen van lokale gemeenschappen en het stimuleren van innovatie in duurzame technologieën in agri en tuin en park.



BESTUUR

De duurzaamheidsdoelen van Kramp op de lange termijn zijn gebaseerd op een sterke bedrijfscultuur met eerlijk leiderschap en goed bestuur. We verbeteren steeds ons beleid om hoge gedragsnormen te waarborgen, veilige meldingen mogelijk te maken en gegevens en privacy te beschermen. Zo houden we het vertrouwen van klanten en partners. Met een duidelijke gedragscode voor leveranciers en eerlijke betaalafspraken zorgen we voor eerlijkheid en openheid in de hele keten. Dit ondersteunt duurzame groei en goede relaties met onze stakeholders.

Een betere
bedrijfscultuur
bevorderen

Versterking van
integriteit en ethiek
in zakelijk gedrag

Beveiliging en
veiligheid van onze
klanten verbeteren

Verantwoordelijke
relaties met
leveranciers

EEN BETERE BEDRIJFSCULTUUR BEVORDEREN

Onze inzet

We zien een sterke bedrijfscultuur als voorwaarde voor groei in al onze markten. Elke uitdaging in goed bestuur gebruiken we om ons beleid en onze processen te verbeteren, voor Kramp en onze stakeholders.

Onze aanpak is gebaseerd op onze waarden Collaboration, Care en Ownership:

- We geloven dat samenwerken met leveranciers, collega's en klanten tot betere resultaten leidt.
- We geven niet alleen om hoe klanten ons zien, maar ook om onze medewerkers, leveranciers, eindgebruikers en de bredere community.
- We nemen verantwoordelijkheid voor onze impact op mens en milieu en erkennen onze rol in de keten en in de communities die we ondersteunen.



ONZE VOORUITGANG OP HET GEBIED VAN ESG BEGINT BIJ ONSZELF.”



Ruth Oortgiesen, Head of Corporate Communications: Onze vooruitgang op het gebied van ESG begint bij onszelf. Door het koesteren van een cultuur die is gebaseerd op Collaboration, Care en Ownership, versterken we niet alleen hoe we werken, maar ook hoe we een positieve impact hebben op onze

We zullen ons sterk blijven inzetten voor ethisch leiderschap en een ondersteunende bedrijfscultuur die Collaboration, Care en Ownership bevordert voor het welzijn van onszelf en onze belanghebbenden.



VERSTERKING VAN INTEGRITEIT EN ETHIEK IN ZAKELIJK GEDRAG

Onze inzet

Wij vinden dat eerlijk leiderschap en hoge normen in zakelijk gedrag essentieel zijn voor wie we zijn en voor ons succes op de lange termijn. Daarom hebben we regels en systemen om wangedrag te voorkomen en te ontdekken. We vinden het ook belangrijk dat mensen misstanden of onethisch gedrag veilig kunnen melden, zonder bang te zijn voor gevolgen of discriminatie.

Onze prestaties

In 2025 hebben we onze Gedragscode vernieuwd. Hierin staan regels voor professioneel, eerlijk en verantwoordelijk gedrag voor alle medewerkers, managers en zakenpartners. De code helpt bij het maken van ethische keuzes en geeft duidelijke richtlijnen over onderwerpen zoals omkoping en corruptie, belangenverstrengeling, zorgvuldig omgaan met informatie en eerlijke concurrentie. Ook hebben we onze klokkenluidersregeling aangepast, zodat deze overal in Europa op dezelfde manier wordt gebruikt.



DE BELANGRIJKSTE PRINCIPES ZIJN HET CREËREN VAN EEN VEILIGE EN BETROUWBARE ORGANISATIE, BESCHERMING VAN DE KLOKKENLUIDER EN VERTROUWELIJKHEID.”

Thomas Rieken, VP, People and Culture: “De klokkenluidersregeling van Kramp is gericht op het identificeren en uitsluiten van ongewenst gedrag en andere vermeende integriteits-schendingen zoals machtsmisbruik, belangenverstrengeling, vriendjespolitiek, corruptie, fraude of diefstal. De belangrijkste principes zijn het creëren van een veilige en betrouwbare organisatie, bescherming van de klokkenluider en vertrouwelijkheid. Het beleid is al geïmplementeerd in de meeste landen waar we actief zijn. Onze ambitie voor 2026 is volledige implementatie en communicatie van het beleid in alle landen.”





BEVEILIGING EN VEILIGHEID VAN ONZE KLANTEN VERBETEREN

Onze toewijding

We vinden het belangrijk om gegevens en informatie goed te beschermen. Privacy en informatiebeveiliging zijn niet alleen nodig om aan de wet te voldoen, maar ook om vertrouwen op te bouwen en te behouden bij onze klanten.

Onze prestaties

In 2025 hield ons IT-beveiligingsteam continu toezicht, reageerde op incidenten en voerde beveiligingscontroles uit. We hebben ook ons jaarlijkse interne beveiligingsrapport afgerond, waarin we hebben getest hoe sterk onze systemen zijn en waar verbeteringen nodig zijn.



**BIJ KRAMP NEMEN WE DE
BESCHERMING VAN DE
GEGEVENS VAN ONZE KLANTEN
EN MEDEWERKERS SERIEUS.”**

Bjarne Bach Jensen, Head of Cybersecurity: “Bij Kramp nemen we de bescherming van de gegevens van onze klanten en medewerkers serieus. We passen de modernste beveiligingstechnologieën en bewezen privacypraktijken toe om informatie elke dag te beschermen. Onze aanpak is gebaseerd op toonaangevende internationale normen, waaronder ISO 27001, CIS Controls en het NIST Cybersecurity Framework, waardoor een consistent en robuust beschermingsniveau wordt gewaarborgd. Klantgegevens worden behandeld in volledige overeenstemming met de EU GDPR en andere toepasselijke regelgeving. Met een veilig systeemontwerp, sterke authenticatie, continue monitoring en regelmatige externe tests houden we onze digitale omgeving veerkrachtig. In combinatie met voortdurende bewustmakingstrainingen voor medewerkers, waaronder gesimuleerde phishing en duidelijke governance, helpen deze maatregelen ons het vertrouwen van onze klanten en partners in heel Europa te behouden.”





VERANTWOORDELIJKE RELATIES MET LEVERANCIERS

Onze inzet

Met onze gedragscode voor leveranciers werken we samen aan eerlijke en ethische werkwijzen in de hele keten. We bouwen relaties op basis van vertrouwen en openheid. We zorgen er ook voor dat we onze leveranciers eerlijk en transparant betalen.

Onze prestaties

In 2025 hebben we onze Gedragscode voor Leveranciers gehandhaafd en herzien voor verbeteringen en om ervoor te zorgen dat deze in lijn is met de huidige best practices. Om met ons te kunnen werken, zullen onze leveranciers zich moeten houden aan onze normen en verwachtingen op het gebied van arbeid, duurzaamheid, bedrijfsethiek en naleving. Van alle leveranciers die een contract met Kramp hebben getekend, gaat 100% akkoord met onze gedragscode voor leveranciers. Daarnaast zijn we in 2025 doorgeshaan met het efficiënt verwerken van facturen en het bewaken en voorkomen van vertragingen. Regelmatige evaluaties en feedback van leveranciers helpen om onze betalingspraktijken voortdurend te



**BIJ KRAMP GELOVEN WE IN
SAMEN BOUWEN AAN DE
TOEKOMST. EN DAT BEGINT BIJ
VERANTWOORDE RELATIES
MET LEVERANCIERS."**

Albert Wolbrink, Head of Power Solutions: "Bij Kramp geloven we in samen bouwen aan de toekomst. En dat begint bij verantwoorde relaties met leveranciers. Bij Power Solutions zijn onze leveranciers belangrijke partners in het stimuleren van innovatie, vooral nu we de verschuiving naar elektrificatie versnellen. Door transparant en ethisch samen te werken, creëren we samen slimmere, schonere technologieën die voldoen aan de veranderende eisen van klanten en regelgeving. Tegelijkertijd onderhouden we sterke, betrouwbare partnerschappen voor onze meer traditionele producten, zodat we een consistente kwaliteit, beschikbaarheid en service kunnen garanderen. Verantwoord inkopen weerspiegelt ons belang van betrouwbaarheid, eenvoud en klantgerichtheid - en het is de manier waarop we waarde op lange termijn leveren over het hele spectrum van ons aanbod."





ONZE PLANNEN

In 2026 blijven we actief in gesprek met leveranciers en volgen we hun stappen richting duurzamer werken. We richten ons vooral op leveranciers in risicovolle regio's, waar de bescherming van arbeidsrechten minder sterk is. Daarnaast nemen we duurzaamheid nog verder mee in onze beoordeling van leveranciers. We kijken daarbij onder andere naar mensenrechten, uitstoot en afvalbeheer. Zo krijgen we beter inzicht in risico's in de keten en kunnen we samen met onze partners werken aan verbeteringen.



It's that easy.