

Kartonnen doos met venster laat klanten zien wat ze kopen

Kramp gaat voor open

Als totaalleverancier in de agrarische sector bracht Kramp eind 2016 de Kramp LED Range en Go Part LED Range op de markt: twee lijnen verlichtingsproducten voor landbouwvoertuigen. De onderscheidende private label-verpakkingen blijken 'zichzelf te verkopen', zo melden de afnemers. Packaging & Label manager Léon Arends en Product Group manager Klaas Peter van de Pol leggen uit hoe dat komt.



Voor de Go Part LED budgetlijn is gekozen voor PET-blisterverpakkingen, waarbij vanuit één grondmodel wordt gewerkt met verschillende caviteiten voor de verschillende lampformaten.

TEKST Wim Danhof

Midden in de Achterhoek staat langs de provinciale weg het bedrijfspand van Kramp. Een rondgang door de verschillende hallen en langs de kantoren geeft een goede indruk van de complexe logis-

tiek die komt kijken bij het dagelijks leveren van tienduizenden onderdelen aan aftersales dealernetwerken in met name de landbouw, maar ook de tuin- en parkbranche, grondverzet en industrie. Die landbouwsector is uiterst interessant voor Kramp als onbetwiste marktleider in reserve-

onderdelen: alleen al in Nederland is deze sector goed voor 100 miljard euro omzet en 50 miljard euro toegevoegde waarde. Kramp (zie kader) blijft zich ontwikkelen en naar steeds meer landen uitbreiden. Daarmee heeft het motto van Gerrit Johan Kramp, die het bedrijf in 1951 oprichtte, zich

bewaarheid: 'Blijf zo dicht mogelijk bij het voedsel, dat is het laatste wat mensen opgeven'.

Denken vanuit de eindgebruiker

Klaas Peter van der Pol: 'Kramp positioneert zich als specialist in voertuigverlichting, voor zowel de dealer als eindgebruiker. Dit aspect laten we nadrukkelijk terug komen in de nieuwe verpakking.'

Verpakkingstechnoloog Léon Arends, verantwoordelijk voor de twee nieuwe verpakkingenlijnen voor landbouwvoertuigverlichting, vult aan: 'Deugdelijke verlichting speelt een gro-

te rol bij de veiligheid van het landbouwverkeer. Met de nieuwe verpakkingenlijn wil Kramp dat benadrukken via een betere productcommunicatie op de verpakking en door het in de verpakking zichtbaar maken van de producten. De Kramp LED-range is ons A-label en komt in kwaliteitsperceptie

overeen met de gevestigde A-merken. De concurrentie gaat voor gesloten dozen. Ik vroeg DS Smit - onze vaste leverancier van kartonnen dozen - om een kartonnen doos met een PET-venster te ontwikkelen. Zo zien klanten

wat ze kopen en is er tegelijkertijd veel ruimte voor productcommunicatie.'

Uniforme bodem

Van der Pol: 'Veel verlichting komt uit Azië. Hiervoor hebben we de Go Part LED budgetlijn ontwikkeld: een PET-blisterverpakking met een kartonnen inlegvel waar ook voldoende informatie op wordt weergegeven. Bij beide lijnen werken we zoveel mogelijk met uniforme bodemformaten, voor een uniform, overzichtelijk display van de verpakte producten in de winkels. De Go

Kramp in cijfers

- € 790 mln. omzet in 2017; 87% uit spare parts, 13% uit OEM's
- € 1 miljard euro omzet = officiële managementdoelstelling voor 2020
- 10 Europese distributiecentra, 24 verkoopkantoren
- 2.743 medewerkers, waarvan 1.700 in Varsseveld
- 500.000 verschillende producten in assortiment
- > 80% marktaandeel in aftersales agrarische sector Nederland
- 40.000 b-to-b afnemers in Europa
- 100.000 - 150.000 orderregels per dag

Part-producten kunnen zowel worden opgehangen als neergezet. Vanwege het gewicht van de lamp blijft de blister stabiel staan.' Het bij een blisterverpakking hanteren van één grondmodel met daarin verschillende caviteiten voor de verschillende lampformaten vergde nauwe samenwerking met een solide leverancier. Arends legt uit waarom werd gekozen voor samenwerking met het Nederlandse Nedupack: 'Deze samenwerking garandeert kwaliteit die we op dit moment niet kunnen krijgen in China.'

Zeker bij de vervaardiging van PET-verpakkingen kan de materiaalsamenstelling een issue zijn. Bijvoorbeeld door een te snelle koeling van de gevormde kunststof in de matrijs, waardoor de verpakkingen te krap worden en niet meer om het product heen passen. Bij Nedupack spelen dergelijke problemen niet.'

Nieuwe verpakkingvisie

Ruim een jaar na de introductie van de Kramp LED-lijn en Go Part LED-lijn blijkt dat de afzet enorm is toegenomen. Van de Pol krijgt ook positieve signalen uit de dealernetwerken terug. 'Een Duitse dealer had het over *selbst verkaufende verpakkingen*. Nu is landbouwvoertuigverlichting, hoe belangrijk dit segment ook

voor ons is, maar een klein deel van alles wat Kramp in de agrarische sector wegzet. De vernieuwende omgang met verpakkingen die we bij deze productgroep hebben ingezet, gaan wij ook toepassen op andere productgroepen.'

Van PET naar PLA?

Met 500.000 verschillende producten in het Kramp-gamma

hoeven Van de Pol en Arends zich geen moment te vervelen. Arends noemt tot slot het streven naar circulaire verpakkingen: 'We willen allemaal toe naar gesloten grondstofkringlopen. PET is al volledig recyclebaar, maar het gebruik van een biobased materiaal als PLA in diverse verpakkingen zou op termijn een volgende verbetering kunnen zijn.'



De afzet blijft enorm toegenomen



Leon Arends (l) en Klaas Peter van de Pol: 'Kramp wil het belang van deugdelijke verlichting benadrukken door het in de verpakking zichtbaar maken van de producten.'



Door te kiezen voor een kartonnen doos met PET-venster zien klanten wat ze kopen en is er tegelijkertijd veel ruimte voor productcommunicatie.