

Crawford & Company

Strategieplan 2013



Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, u.a. Aussagen zur zukünftigen Finanzlage, Ergebnisse operativer Geschäfte und Gewinnaussichten der Crawford & Company. Alle Aussagen (qualitativ oder quantitativ), bei denen es sich nicht um historische Tatsachen handelt, können gemäß „Private Securities Litigation Reform Act of 1995“ als zukunftsgerichtete Aussagen gelten. Zukunftsgerichtete Aussagen können Risiken und Ungewissheiten unterliegen, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse stark vom historischen Verlauf oder den gegenwärtigen Erwartungen von Crawford & Company abweichen können. In Anbetracht dessen sollte sich niemand übermäßig auf zukunftsgerichtete Aussagen verlassen, da sie nur an dem Datum, an dem sie gemacht werden, aussagekräftig sind. Crawford & Company verpflichtet sich nicht, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren, um Auswirkungen von Umständen und Ereignissen wiederzugeben, die nach dem Datum dieser Pressemitteilung möglicherweise eintreten oder nicht eintreten. Weitere Informationen zu Crawford & Company und zu den Risiken und Ungewissheiten bei zukunftsgerichteten Aussagen erhalten Sie in den Berichten von Crawford & Company an die US-Börsenaufsicht (Securities and Exchange Commission, SEC), die unter www.sec.gov oder im Bereich „Investor Relations“ auf der Website von Crawford & Company unter www.crawfordandcompany.com einzusehen sind.



Inhaltsverzeichnis

Zukunftsgerichtete Aussagen	Einbandinnenseite vorne
Unsere Vision, Mission und Werte	2
Globale strategische Ziele 2013	3
Wachstumsorientierung	4
Finanzorientierung	5
Kundenorientierung	6
Mitarbeiterorientierung	7
Öffentlichkeitsorientierung	8
Ziele für die Geschäftsbereiche 2013	
Europa, Naher Osten, Afrika und Asien-Pazifik	9
Nord- und Südamerika	10
Broadspire	11
Vergleichsverwaltung	12
Globale Kunden- und Geschäftsentwicklung	13
Globale Strategie- und Performance-Entwicklung	14
Informations- und Kommunikationstechnologie	15
Die Crawford-Marken	16



Unsere Vision, Mission und Werte

Damit wir unsere globalen strategischen Ziele erreichen, konzentrieren wir uns weiterhin auf das in unserer Vision und unserer Mission dargestellte Wachstumsprogramm.

Vision

Als weltführender Anbieter für maßgeschneiderte Lösungen zur Schadensregulierung und Verwaltung anerkannt werden

Mission

Dienstleister der Wahl sein, indem wir die höchste Qualität bei Lösungen zur Schadensregulierung und Verwaltung in allen von uns bedienten Märkten liefern

Werte

Bei der Verfolgung unserer Mission glauben wir an:

- Verantwortungsvolles, ehrliches und seriöses Handeln
- Das Angebot von Mehrwertdiensten für unsere Kunden
- Offene, positive Kommunikation mit unseren Kunden und Mitarbeitern
- Wertschätzung und Anerkennung der Beiträge aller unserer Mitarbeiter
- Die Bereitstellung eines sicheren und gesunden Arbeitsumfeldes
- Das Engagement, unser Wissen ständig aufzubauen und Verbesserungen und Innovation fortzuführen
- Das Erbringen eines langfristigen, gewinnbringenden Wachstums für unsere Aktionäre
- Die positive Beeinflussung anderer, indem wir mit gutem Beispiel vorangehen



Globale strategische Ziele 2013

Wachstumsorientierung

- Das Geschäftsportfolio von Crawford & Company wirksam einsetzen und vergrößern

Finanzorientierung

- Erhebliche Kostenvorteile durch Kostenmanagement und Ressourcenallokation realisieren

Kundenorientierung

- Innovative, analytische Mehrwertlösungen einführen, die Qualität, globale Zusammenarbeit und Ergebnisse fördern

Mitarbeiterorientierung

- Die Führung weiter verbessern und die Kultur weiterentwickeln

Öffentlichkeitsorientierung

- Unser gesellschaftliches Engagement und soziale Unternehmensprogramme weiter ausbauen



Wachstumsorientierung



Das Geschäftsportfolio von Crawford & Company wirksam einsetzen und vergrößern

- Den Umsatz erhöhen
- Geschäftsbereiche mit organischem Wachstum priorisieren und implementieren
- Einen formalen Prozesses zur Bewertung neuer Märkte und neuer Produkte/Dienstleistungen einführen
- Ein Crawford Global Technical Services® (GTS®) Zentrum aufbauen
- Die Stärken unserer globalen Präsenz nutzen
- Das Global Account Management unternehmensweit optimieren
- Ein formales, globales Cross-Selling-Programm entwickeln



Finanzorientierung



Erhebliche Kostenvorteile durch Kostenmanagement und Ressourcenallokation realisieren

- Kosten senken und Prozesse effizienter gestalten
- Gewinnmargen erhöhen
- Die Debitorenlaufzeit senken (Days Sales Outstanding, DSO)
- Den Cashflow steigern und Schulden abbauen



Kundenorientierung



Innovative, analytische Mehrwertlösungen einführen, die Qualität und globale Zusammenarbeit steigern

- Unser Wertangebot für Kunden verbessern
- Unsere Datenmanagement-Funktionen stärken
- Auf sich entwickelnde Kundenanforderungen reagieren und Technologien zur Verbesserung der Entscheidungsfindung wirksam einsetzen
- Ideenfindung und Unternehmertum fördern
- Weiterhin technologische Integration und Innovation einführen



Mitarbeiterorientierung



Die Führung weiter verbessern und die Kultur weiterentwickeln

- Das Angebot an Management-Ausbildungsmöglichkeiten fortsetzen
- Innovative Mentoring-Programme anbieten
- Eine Kultur leistungsabhängiger Bezahlung aufrechterhalten
- Das Geschäftsgebahren entsprechend unserem globalen Kodex für Geschäftsgebahren und ethisches Verhalten (Global Code of Business Conduct and Ethics) aufrecht erhalten
- Technologielösungen nutzen, um die Arbeitsergebnisse der Mitarbeiter zu verbessern
- Eine Mitarbeiterbefragung entwickeln, deren Ergebnisse kommuniziert und konsequent in Taten umgesetzt werden



Öffentlichkeitsorientierung



Unser gesellschaftliches Engagement und soziale Unternehmensprogramme weiter ausbauen

- Weiterhin Anbieter auswählen, die umweltfreundliche Lösungen anbieten
- Nachhaltigkeitskriterien in die Einkaufspolitik integrieren
- Den Global Day of Service des Unternehmens durch Beteiligung von Mitarbeitern und Ländern ausbauen
- Teilnahme an Freiwilligenprogrammen während des ganzen Jahres unterstützen
- Ein Ventil für Mitarbeiter bereitstellen, um an ausgewählte Organisationen zu spenden



EMEA/A-P

Europa, Naher Osten, Afrika und Asien-Pazifik

- Produktsegmentstrategien für potentielle Märkte entwickeln, planen und liefern
- Den Marktanteil für Produkte mit hoher Marge sichern und steigern
- Fähigkeiten im Bereich Catastrophe (CAT) und Global Technical Services (GTS) weiter verbessern
- Eine Shared-Service-Organisation entwickeln



Nord- und Südamerika

Kanada, Lateinamerika, USA

- U.S. Property & Casualty im Segment mit hohen Stückzahlen und niedrigem Schweregrad neu positionieren
- Die Umstellung auf eine flexiblere Belegschaft beschleunigen
- Uns zu einem vertikalen Betrieb in Nordamerika weiterentwickeln
- Spitzenleistungen bei technischen Fähigkeiten erbringen
- Fähigkeiten im Bereich Catastrophe (CAT) und Global Technical Services (GTS) weiter verbessern
- In Contractor Connection investieren



Broadspire

- Die Rentabilität verbessern
- Die Verkäufe von TPA/Medical Management erhöhen
- Unsere aktuellen Kundenbeziehungen mithilfe von Beratungsstrategien ausbauen
- Das Betriebsmodell durch die Entwicklung eines internen globalen Beschaffungsmodells neu positionieren
- Ein Predictive Analytics Modul zur Verbesserung und Erweiterung der analytischen Fähigkeiten entwickeln
- Die Geschäftsbereichs-Strategien intern kommunizieren, um die Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit zu verbessern



Vergleichsverwaltung

- Direkte Beziehungen mit Unternehmen aufbauen, die von Vergleichen bei Sammelklagen betroffen sind
- Zielgerichtet Möglichkeiten bei Regierungen nutzen
- Das Call-Center-Geschäft ausbauen
- Das Geschäftsportfolio weiter vergrößern
- Den Außendienst und die Bürostandorte ausbauen



Globale Kunden- und Geschäftsentwicklung

- Vertriebsverantwortlichkeit und Performancemanagement fördern
- Globale Cross-Selling-Initiativen konsolidieren und umsetzen
- Das intellektuelle Kapital des Unternehmens integrieren
- Ein globales Account Management für globale Versicherer und Makler einführen
- Weitere Wachstumschancen sicherstellen, um die führende Marktposition beizubehalten
- Die Global-Markets-Struktur optimieren



Globale Strategie- und Performance-Entwicklung

- Die Leistungsentwicklung in allen Geschäftseinheiten steuern
- Die Ausführung strategischer Pläne sicherstellen
- Die Implementierung von Initiativen zur Kostenreduktion genau beobachten
- Programme der Geschäftsbereiche mit dem Ziel der Umsatzsteigerung zur Unterstützung der Wachstumsstruktur beobachten
- Unternehmensinitiativen zum Risikomanagement und zur Entwicklung des Wertangebots beaufsichtigen



Informations- und Kommunikationstechnologie

- Systemkonvergenz mithilfe der Global Systems Roadmap (GSR) implementieren
- Das Technologieprogramm Crawford Innovates in allen Geschäftsbereichen und Ländern zur Verfügung stellen
- Ein Portfolio von Crawford Business Process Management-Anwendungen implementieren



Die Crawford-Marken

Im Jahr 1941 beobachtete Jim Crawford in Columbus (Georgia, USA) Milchwagen von verschiedenen Unternehmen beim Ausliefern von Milch an Häuser in der gleichen Nachbarschaft. Er hatte die Idee, dass es viel effizienter und rentabler wäre, wenn ein unabhängiges Unternehmen die Milch von mehreren Molkereien in einem LKW transportierte. Die Molkereien erkannten den Nutzen einer konsolidierten unabhängigen Dienstleistung zwar nicht, die Versicherungsbranche aber schon: die Marke Crawford war geboren.

Heute ist Crawford & Company unter den neun verschiedenen Marken tätig, die Lösungen in den Bereichen Schadensmanagement, Geschäftsprozessauslagerung und Consulting für große Produktlinien, darunter Sach- und Unfallmanagement, Schadens- und medizinisches Management bei Ersatzansprüchen für Angestellte und Vergleichsverwaltung bieten.



Crawford & Company

Crawford & Company (www.crawfordandcompany.com) mit Sitz in Atlanta (Georgia, USA) ist der weltweit größte unabhängige Anbieter von Lösungen im Bereich Schadensmanagement für Risikomanagement und Versicherungswesen sowie eigenversicherte Rechtseinheiten. Mit unserem ausgedehnten globalen Netzwerk betreuen wir Kunden in mehr als 70 Ländern. Das Crawford System of Claims SolutionsSM bietet umfassende, integrierte Lösungen in den Bereichen Schadensdienstleistungen, Geschäftsprozessauslagerung und Consulting für große Produktlinien, darunter Sach- und Unfallmanagement, Schadens- und medizinisches Management bei Ersatzansprüchen für Angestellte und Vergleichsverwaltung. Die Aktien des Unternehmens werden an der NYSE unter den Kürzeln CRDA und CRDB gehandelt.



Broadspire ist ein führender internationaler Drittadministrator und bietet umfassende und maßgeschneiderte Schadens- und medizinische Managementleistungen, die darauf ausgelegt sind, die Mitarbeiterproduktivität zu steigern und Kosten einzudämmen. In den USA bietet Broadspire

Schadensverwaltung bei Ersatzansprüchen für Angestellte, Kfz und allgemeine Haftpflicht, medizinisches Management sowie Abwesenheits- und Pflegemanagement zusammen oder einzeln an. Crawford bietet in Europa unter der Marke Broadspire außerdem Dienstleistungen im Bereich Schadensmanagement für Haftpflicht-, Kfz- und Sachschäden an. Der Sitz von Broadspire ist Atlanta (Georgia, USA). Das Unternehmen verfügt über ein Netzwerk von 85 Niederlassungen in den USA (www.choosebroadspire.com) und Europa (www.Broadspire.eu), darunter in Großbritannien (www.BroadspireTPA.co.uk).



The Garden City Group, Inc.

(www.gacginc.com) ist der anerkannte Marktführer im Bereich rechtlicher Verwaltungsdienstleistungen für Vergleiche bei Sammelklagen, Insolvenzfällen und Programmen für gesetzliche Mitteilungen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern in Büros in ganz Amerika. Das Unternehmen hat viele hochkarätige Fälle geführt, wie beispielsweise die Insolvenz von General Motors, den Vergleich in Höhe von 6,15 Mrd. USD von WorldCom, den Vergleich in Höhe von 3,05 Mrd. USD von Visa/MasterMoney Antitrust, den Vergleich in Höhe von 3,4 Mrd. USD von Native American Trust und den Vergleich in Höhe von 20 Mrd. USD der Gulf Coast Claims Facility.

Die Crawford-Marken

CONTRACTOR CONNECTION[®]

Crawford Contractor Connection[®], ein Branchenführer im Bereich Reparaturdienste, die von Unternehmern verwaltet werden, bietet Versicherern und Verbrauchern ein nationales Netzwerk von privaten und gewerblichen Unternehmern, die überprüft und deren Leistung kontrolliert wird. Dabei wird die Qualität, Bearbeitungszeit und die Kundenzufriedenheit gemessen. Besuchen Sie unsere Website unter: www.contractorconnection.com.

GTS[®]

Crawford Global Technical Services[®]

Global Technical Services[®] (GTS[®]) bietet das am besten ausgebaute, globale Netzwerk zur Bearbeitung großer bzw. komplexer Schäden. Unsere einzigartige Kombination aus erfahrenen Fachleuten, Infrastruktur und Mitarbeiterführung ermöglicht uns ein strategisches Management großer Schäden auf der ganzen Welt. www.crawfordgts.com

KMC

OnDemandSM
powered by crawford

KMC On DemandSM (www.kmcondemand.com) bietet Mitarbeitern, Kunden und der Sach- und Unfallversicherungsbranche eine einzigartige Online-Plattform, die modernste Technik im Bereich Wissensmanagement mit maßgeschneiderten Versicherungslehrgängen und Informationen zum Leistungssupport vereint.

RSGSM

RISK SCIENCES GROUP

Risk Sciences Group liefert Informationen zu Risikomanagement-Informationssystemen (RMIS), die es ermöglichen, mehrschichtige Schadensdaten und unternehmensweite Risikoexpositionen durch die Pflege äußerst genauer und zuverlässiger Datenbanken im Namen des jeweiligen Kunden zu verfolgen und zu konsolidieren. Besuchen Sie unsere Website unter: www.risksciencesgroup.com.

SLS

a Crawford company

SLS bearbeitet alle Haftpflichtleistungen von Crawford in Großbritannien und hat an 22 Standorten einen Mitarbeiterstab von 150 Fachleuten. Jeder Standort ist ein lokales Kompetenzzentrum mit Experten aus unterschiedlichen Haftpflichtdisziplinen. www.slsld.com

SWS

STRATEGIC WARRANTY SERVICESSM
— DIVISION OF CRAWFORD & COMPANY —

Strategic Warranty ServicesSM bietet Garantielösungen für Hersteller und Händler in der Wohnungsbau- und Baustoffbranche. Mit unserem Komplettsystem für Garantielösungen können Unternehmen effizienter und produktiver werden und sich stärker auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Die Website finden Sie hier: www.strategicwarrantyservices.com.



1001 Summit Blvd.
Atlanta, GA 30319

www.crawfordandcompany.com