



DIREKT GEFRAGT

DANIEL MUTZ IM INTERVIEW

Interview: Marlies Keck

Fotos: Julian Salinas

Wir sind im 7. Stock im Büro von Daniel Mutz. Die Fensterfront ist geschwungen, der Raum hat einen dreieckigen Grundriss. Mehrere Flipcharts sind zum Sitzungstisch hin aufgereiht, stets zum Einsatz bereit. Ausgewählte Exponate auf dem Sideboard zeugen von einer Affinität für China. Ein Früchtekorb steht mitten auf dem Besprechungstisch. Daniel Mutz ist Ende vierzig, hat einen wachen Blick und eine klare Sprache. Er ist viel unterwegs, immer in Bewegung. Er hat sich die Antworten zurechtgelegt. Er will Überraschungen vermeiden, wenn es geht.

Herr Mutz, ganz spontan – Weiss oder Schwarz?

Weiss.

Peking oder Barcelona?

Das ist schwierig. Barcelona.

Affe oder Hahn?

Aktuell noch Affe.

Lao-tse oder Konfuzius?

Kung-tse.

Tempranillo oder Pinot Noir?

Tempranillo.

Facebook oder E-Mail?

E-Mail.

Auto oder ÖV?

Auto.

Eule oder Lerche?

Lerche. Morgenstund hat Gold im Mund. Und weniger Autos auf den Strassen.

Und warum stehen Sie morgens auf?

Wegen meiner Arbeit! Es erwarten mich hier nämlich spannende Themen, die ich nicht missen will.

Warum arbeiten Sie bei Pax?

Nach meinem Jahr in China suchte ich wieder eine Anstellung in der Schweiz. Die Stelle bei Pax war für mich ein wahrer Glücksfall.

ES GEHT DARUM, AUTHENTISCH ZU SEIN, WERTSCHÄTZEND UND UNKOMPLIZIERT.

Wofür stehen Sie persönlich bei Pax, wofür sind Sie bekannt?

ÜBERLEGT. Vermutlich, dass ich nicht nur rede, sondern auch gleich vormache. Als Mitglied der Geschäftsleitung ist es mir wichtig, den Spirit von Pax in die Kapillaren des Unternehmens zu tragen.

Was schätzen Sie bei anderen Menschen?

Aufrichtigkeit, Passion, Loyalität.

Was nervt?

Duckmäuser und Heuchler.

Direkt: Sagen, was man denkt, kein Blatt vor den Mund nehmen. Unkompliziert. Ohne Umschweife. Sagen Sie tatsächlich immer, was Sie denken?

Ich gelte als gradliniger Mensch. Direktheit hat nicht zwingend etwas mit Geschwindigkeit zu tun. Je nach Situation lasse ich mir aber auch Zeit mit einer Antwort oder passe die Tonalität an. Inhaltlich ändert sich dadurch aber in der Regel nichts.

Was verstehen Sie unter «direkt» als Werthaltung?

Es geht darum, authentisch zu sein, wertschätzend und unkompliziert. Wofür man steht, welche Haltung man hat, ist gerade für Menschen, die im Dienstleistungssektor arbeiten, wichtig.

Wie leben Sie diese Haltung im Geschäftsalltag?

Ich versuche, aufmerksam zu sein, wobei ich bei der Wertschätzung wohl ab und zu noch eine Spur zulegen könnte. In der Regel weiss man aber, woran man bei mir ist. Die sogenannten negativen Überraschungsmomente bleiben bei mir aus. Ich spreche einfach die Themen an, die mich stören.

Es ist noch nicht zwei Jahre her, da hat sich Pax neu ausgerichtet. Dabei wurden die Werthaltungen festgeschrieben. Sie waren im Prozess dabei. Was hatte Sie dazu bewogen, Direktheit in den Wertekanon von Pax aufzunehmen?

Für mich war es einfach, da ich diesen Wert in meiner eigenen DNA trage. Wir haben uns gefragt, was uns selbst als Kunde wichtig ist. Sich auf Augenhöhe begegnen, Wertschätzung und Unkompliziertheit gehören für uns dazu. Das fasst «direkt» gut zusammen.

Glaubwürdig, vorausschauend, direkt: Welchem Wert von Pax fühlen Sie sich am meisten verbunden?

Glaubwürdig. Das ist für mich der Kern, auf dem die anderen Werte aufbauen.

Was erwarten Sie von Ihren Mitarbeitenden diesbezüglich?

Man kann Werte nicht per Dekret anordnen. Ich erwarte aber, dass sie die Werte nicht nur kennen,





sondern auch versuchen, sie zu leben. Es geht aber auch darum, Vorbild zu sein und Mitarbeitende darauf hinzuweisen, wenn der Unterschied zwischen dem erlebten und dem gewünschten Verhalten zu gross ist. Ganz im Sinne von direkt. Bei Neueinstellungen achte ich darauf, dass bereits eine natürliche Verankerung der Werte besteht.

Mit dem Rebranding vor zwei Jahren hat ein bewusster Kulturwandel angefangen. Wie stark ist die neue Werthaltung im Alltag von Pax spürbar?

Ich kann ganz klar sagen: Pax hat sich massiv bewegt. Heute geben die Mitarbeitenden viel aktiver Feedback, suchen den Dialog, sind kommunikativ. Die Marke war sicher nicht nur nach aussen, sondern auch intern eine Art Startschuss. Ein Kulturwandel dauert länger. Zwei Jahre reichen hier bei Weitem nicht aus. Werthaltung ist keine Eintagsfliege, sondern ein Dauerbrenner.

Wie würden Sie dieses «unkompliziert, dem Gegenüber aufmerksam und authentisch begegnen» in den MbO einbauen?

Ich persönlich nutze im MbO sehr bildhafte und emotionale Formulierungen, bei denen es meinen ehemaligen Deutschlehrern wohl die Nackenhaare aufstellen würde. Aber nur so kann ich vermitteln, worauf ich bei der Werthaltung hinauswill. Eine MbO-Bewertung sollte nachvollziehbar sein, motivierend und aufbauend.

Sie sind Leiter Vertrieb und Marketing und damit zuständig dafür, dass die Produkte verkauft werden. Sie sind sozusagen der Oberverkäufer. Sagen Sie den Brokern immer, was Sache ist?

Im Verkauf geht es nicht nur um Emotionen, sondern auch um Fakten. Es gilt, beides in den Dialog einzubauen. Aktuell gibt es ökonomische Fakten, die keine Beschönigung zulassen. Und gerade gegenüber Vertriebspartnern gibt es kaum einen Grund, nicht Klartext zu sprechen. Bei der Vorsorge, die zukunftsgerichtet ist und

emotionale Geschehnisse tangiert, muss es aber neben rationalen Argumenten auch Raum für Fantasie und Perspektiven geben.

Welchen Einfluss hat die Werthaltung «direkt» auf die Beziehung zu Ihren Partnern und Kunden?

Es gibt Dinge, die man beim Namen nennen muss. Und das tun wir konsequent. Die meisten Vertriebspartner schätzen diese Haltung.

**ES GIBT DINGE,
DIE MAN BEIM
NAMEN NENNEN
MUSS. UND
DAS TUN WIR
KONSEQUENT.**

Wir wissen alle, wie schwierig es heute ist, Geld gewinnbringend für die Zukunft anzulegen. Die Medien sind voll davon. Wenn Sie dem Gegenüber glaubwürdig begegnen, müssten Sie das den Kunden sagen. Im Marketingmaterial herrscht aber stets die heile Anlagewelt: Nehmen Sie doch ab und zu ein Blatt vor den Mund?

Nein, im Gegenteil. Wir setzen auch im Marketing auf eine ehrliche und direkte Kommunikation. Pax blendet nicht. Sie finden bei uns beispielsweise keine Wunschwelt – also ein glückliches, pensioniertes Ehepaar mit dem weissen Labrador auf dem Deck der privaten Segelyacht. Vielmehr thematisieren wir unsere Herausforderungen und bringen unsere Botschaften nuanciert formuliert auf den Punkt. Unsere Kommunikation bringt unsere Haltung zum Ausdruck. Aber klar: Auch ein Skigebiet zeigt in seinen Prospekten weisse

Hänge – Schneemangel hin oder her. Will heißen: Im Versicherungsgeschäft geben wir langfristige Leistungsversprechen ab, müssen aber die Renditeerwartungen laufend den aktuellen Gegebenheiten anpassen.

Gibt es einen Unterschied zwischen Daniel Mutz privat und Daniel Mutz, Leiter Vertrieb und Marketing bei Pax?
VERSCHMITZT. Klar, in der Freizeit trage ich farbige Happy Socks! Nein, Spass bei Seite, ich sehe keinen Unterschied. Ich schlüpfte weder in eine Rolle, noch trage ich eine Maske. Ich bin privat genau so, wie man mich im Büro erlebt. Im Geschäft bin ich einfach für unsere Genossenschaftler und Vertriebspartner da und privat für meine Familie und Freunde.

Wie sieht Ihre Work-Life-Balance aus?

Meine Arbeit macht mir viel Spass und bringt mich nur höchst selten aus der Balance. Geschäftliche Verpflichtungen am Abend begrenze ich in der Regel auf drei pro Woche. So kann ich meist gemeinsam mit meiner Familie zu Abend essen und es reicht sogar für Sport.

ICH SEHE, WAS SICH BEWEGEN LÄSST UND WAS ICH DAZU BEITRAGEN KANN.

Was ist Ihnen heilig?

BLITZARTIG. Ferien. ÜBERLEGT UND ERGÄNZT. Das heisst nicht, dass ich dann zwingend ungestört bleiben will. Als Frühaufsteher kann ich die morgendlichen

Stunden zum Beantworten von E-Mails nutzen, bis wir dann alle startklar sind. Aber Ferien mit der Familie sind mir ungemein wichtig.

DER KULTURWANDEL, DER UMGANG UNTEREINANDER – ALLES SEHR KONSTRUKTIV, DAS GEFÄLLT MIR.

Warum glauben Sie an Pax?

Ich sehe, was sich bewegen lässt und was ich dazu beitragen kann. Der Kulturwandel, der Umgang untereinander – alles sehr konstruktiv, das gefällt mir. Und es gibt noch einige neue Themen anzupacken. Da möchte ich unbedingt dabei sein.

Vielen Dank, Herr Mutz, für das anregende Gespräch.

