



# OHNE ZÖGERN

## STRATEGIE UND FOKUS

**Pax ist auf dem richtigen Weg. Im wirtschaftlich schwierigen Umfeld behaupten wir uns, gewinnen an Flexibilität und stärken unsere Stabilität. Wir investieren in die Zukunft mit gezielten Massnahmen. So haben wir 2016 die operativen Ziele erreicht und das Fundament für eine innovative Weiterentwicklung gelegt. Pax ist in Bewegung, Pax bleibt in Bewegung.**

### **Stabil und wettbewerbsfähig bleiben**

Für unser Ziel, eine der besten Vorsorgeversicherungen der Schweiz zu werden, gehen wir einen klaren Weg. Wir verfolgen ein nachhaltiges Wachstum, sichern die solide Eigenkapitalbasis und investieren in die strategische Entwicklung von Pax. Unsere Werte glaubwürdig, vorausschauend und direkt bestimmen unser Denken und Handeln. Dafür leben wir, davon leben wir. So sind wir stabil und sicher für unsere Kunden, agil und wettbewerbsfähig am Markt. Die genossenschaftliche Organisation macht uns unabhängig in unseren Entschei-

dungen und strategischen Weichenstellungen. Wir handeln dabei immer im Interesse unserer Kunden. Denn jeder Kunde ist Genossenschaftsmitglied von Pax und profitiert deshalb unmittelbar von der nachhaltigen Geschäftspolitik.

Wir fokussieren auf das Schweizer Vorsorgegeschäft und auf den Vertrieb von Vorsorgelösungen exklusiv durch unabhängige Partner. Das in der Schweiz einzigartige Vertriebsmodell für Vorsorgeversicherungen sorgt für besonders marktnahe und konkurrenzfähige Produkte. Denn die Marktleistung muss sowohl den Broker wie den Kunden überzeugen.

### **Gesund wachsen**

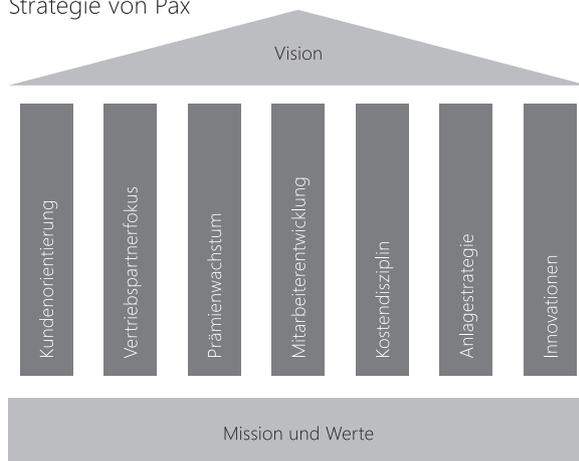
Als Vorsorgeversicherung setzen wir heute wie in Zukunft auf qualitatives, nachhaltiges Wachstum. Dazu braucht es Stabilität, Agilität und einen innovativen Geist. Stabilität beweisen wir mit unseren konstanten Leistungen. Agilität erhalten wir durch die Vorteile unseres Geschäftsmodells.

Und einen innovativen Geist fördern wir mit der Verankerung der Kultur von Pax in den Köpfen und Herzen aller Mitarbeitenden.

Unsere Strategie hat sieben Pfeiler:

1. Wir streben ein kontinuierliches, nachhaltiges Wachstum der Bestandsprämien an.
2. Wir fokussieren den Vertrieb auf unabhängige Partner, mit einer ausgewogenen Verteilung der platzierten Prämienvolumen.
3. Wir richten Angebot und Service konsequent an den Ansprüchen unserer Kunden und Partner aus.
4. Wir legen grossen Wert auf Kostendisziplin, um Handlungsspielraum zu gewinnen.
5. Wir bieten Gestaltungsmöglichkeiten für motivierte Mitarbeitende mit einer soliden Wissensbasis.
6. Wir verfolgen eine Anlagestrategie, die langfristig alle Verpflichtungen gegenüber unseren Kunden sichert.
7. Wir schaffen Raum für Innovationen; seien es Produktneuheiten, Prozessautomatisierungen oder Konzepte zur Digitalisierung von Geschäftsfeldern.

Strategie von Pax



Im Unternehmenscockpit, unserem Management-Informationssystem, überprüfen wir die quantitativen Kenngrößen der Strategie. 2016 wurde das Cockpit mit zusätzlichen Parametern zur qualitativen Steuerung im Bereich Private

Vorsorge erweitert und verfeinert. Das erlaubt uns, schnell und präzise auf die Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds zu reagieren.

## ALS VORSORGE-VERSICHERUNG SETZEN WIR AUF QUALITATIVES, NACHHALTIGES WACHSTUM.

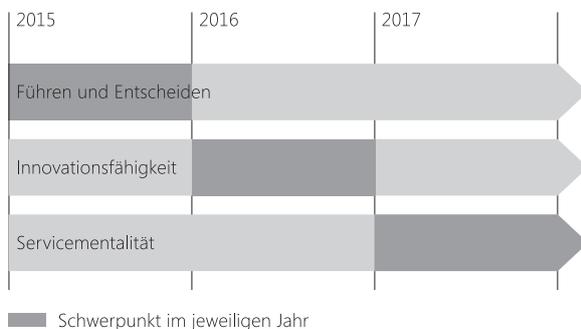
2016 sind wir in den sieben Pfeilern der Strategie ein gutes Stück vorangekommen.

1. Das Wachstum der Bestandsprämien ist nachhaltig.
2. Der Vertrieb ist gut ausgerichtet und auf unabhängige Partner mit hoher Kompetenz fokussiert.
3. Die Kundenorientierung hat sich noch weiter verbessert, was durch Umfragen bei Vertriebspartnern bestätigt wurde.
4. Die Kostendisziplin ist gut und wird konsequent weiterverfolgt.
5. Die Mitarbeitenden sind motiviert und bringen konstruktive Ideen ein.
6. Die Anlagestrategie wird gezielt und vorausschauend optimiert. Dabei sind neue Anlageoptionen das Schwerpunktthema.
7. Die Digitalisierung der Wertschöpfungskette wird laufend umgesetzt. Mit der Innovationsfähigkeit geht es gut voran. Mit der «Pax Fondsanlage mit individueller Garantie» ist eine Innovation im Markt. Zudem wird in die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle investiert.

Die Strategie von Pax zeigt nachhaltige Wirkung. Die Wirkung wird verstärkt durch den von unseren Mitarbeitenden getragenen Kulturwandel.

### Erfolgreich umsetzen

Im Rahmen der Gesamtstrategie hat Pax 2015 drei strategische Initiativen definiert. Die Umsetzung ist über den Zeitraum von drei Jahren geplant, mit jeweils einer Initiative in einem Jahr als Schwerpunkt. Jedes einzelne Thema muss im Geschäftsalltag von Pax verankert und zum Gegenstand des bestehenden Steuerungsprozesses werden. Im Jahr 2016 lag der Schwerpunkt bei der Innovationsfähigkeit.



**Innovationsfähigkeit:** Wir wollen ein Innovationstempo anschlagen, das zu unserer Organisation passt. Dazu wurden 2015 erste Prozesse und Werkzeuge eingeführt, die das Entstehen neuer Ideen erst ermöglichen. Mit verschiedenen Aktionen, Events und Plattformen wurde 2016 unternehmensweit an der Fähigkeit gearbeitet, Neues zu schaffen und Bestehendes zu verbessern. Weitere Umsetzungsmassnahmen zielen darauf, mit dem Ideenreichtum jedes Einzelnen die Innovationsfähigkeit von Pax zu stärken.

**Servicementalität:** Wir haben unsere Werte und den «Code of Conduct» als Kern unserer Kultur. Daraus entwickeln wir das Dienstleistungsdenken, welches den Geschäftsalltag prägt. Mit dem zweijährigen Programm «Operations – unser Service» haben wir die Umsetzung unserer Serviceversprechen vorangetrieben und damit die Servicementalität messbar verbessert.

**Führen und Entscheiden:** Beweglichkeit im Kopf und im Team ist Voraussetzung für flexibles und schnelles Handeln. Aus diesem Grund fördern wir eigenverantwortliches, leistungsorientiertes Verhalten. Entscheidende Prozesse und Hilfsmittel wurden entwickelt, bereitgestellt und von den Mitarbeitenden und Führungskräften positiv aufgenommen. An der Umsetzung im Alltag wird intensiv gearbeitet.

Mit den strategischen Initiativen investieren wir in die Zukunft von Pax. Die Umsetzung ist auf allen Stufen auf Kurs und die ersten Erfolge zeichnen sich ab. Das gibt uns die Sicherheit, die richtige Strategie zu verfolgen.

### Vorsätze einhalten

2016 haben wir unsere IT-Landschaft modernisiert und einige Projekte abgeschlossen. So wurden beispielsweise das Know-how über unsere Softwarelösungen für das Versicherungsgeschäft, die Business Intelligence und die Provisionierung im Hause konzentriert. Auch die Massnahmen «Berufliche Vorsorge 2.0» sind umgesetzt. Sämt-

## WIR HABEN DIE SERVICEMENTALITÄT MESSBAR VERBESSERT.

liche Prozesse, Produkte und Dokumente wurden in einem modularen Programm zusammengeführt und automatisiert, sodass wir mit flexiblen Lösungen die unterschiedlichsten Bedürfnisse und wachsenden Ansprüche von kleinen, mittleren und grossen Unternehmen erfüllen können.

Partnerschaften, die auf gegenseitigem Vertrauen und beidseitigem Gewinn basieren, werden immer wichtiger. 2016 gingen wir eine vielversprechende Kooperation mit

der Glarner Kantonalbank (GLKB) im Hypothekarbereich ein. Wir erwerben dabei Festhypothekarforderungen mit Laufzeiten von 7 bis 20 Jahren, die die GLKB über ihr internetbasiertes Hypothekenangebot «hypomat.ch» generiert. Die GLKB betreut die Hypotheken von der Kre-

## PAX HAT SICH MIT EINEM ERFOLGREICHEN OPERATIVEN ERGEBNIS SEHR GUT BEHAUPTET.

ditprüfung über den Abschluss und die laufende Administration bis hin zur späteren Abwicklung der einzelnen Hypothekengeschäfte. Die Kooperation eröffnet Pax positive Anlagechancen und der GLKB die Reduktion von Kapitalkosten.

### Marktumfeld mitgestalten

Die Schweizer Lebensversicherungsbranche war 2016 geprägt von den unterschiedlichsten Spannungsfeldern. Die anhaltend tiefen Zinsen stellen die Branche vor grosse Herausforderungen. Die weltpolitischen Entwicklungen führen zu Unsicherheiten an den Märkten. Hinzu kommen Immobilienmärkte, die zum Teil als überhitzt gelten. Die immer strenger werdenden regulativen Vorgaben von Behörden und Aufsichtsorganen verstärken zum Teil die schwierigen ökonomischen Rahmenbedingungen noch zusätzlich.

Im Schweizer Finanzsektor spielt die Lebensversicherungsbranche eine gewichtige Rolle. Gemäss Schweizerischem Versicherungsverband SVV betrug das Prämienvolumen 2015 bei den Lebensversicherungen rund

CHF 32.64 Milliarden. Zirka CHF 5.63 Milliarden davon entfielen auf die private Vorsorge. Markttreiber sind unter anderem die steigende Lebenserwartung und der Wunsch nach finanzieller Selbstbestimmung. Wer älter wird, bezieht länger Leistungen von AHV und Pensionskasse und will dabei unabhängig bleiben. Das Zinsumfeld ist unverändert tief und die Erträge aus Anlagen schwanken, Vorsorgelösungen hingegen müssen berechenbar bleiben und sollen einen hohen Schutz bieten. Alle Fakten zusammengenommen zeichnen die Entwicklung vor, dass die dritte Säule – also das freiwillige Sparen – in der Schweiz an Bedeutung gewinnt, um die entstehenden Vorsorgelücken zu schliessen.

Der Markt der privaten und beruflichen Vorsorge ist 2016 geschrumpft. Pax hat sich in diesem Umfeld sehr gut behauptet und präsentiert sich im Berichtsjahr 2016 mit einem erfolgreichen operativen Ergebnis. Das wollen wir 2017 fortsetzen. Investitionen in überzeugende Lösungen und zuverlässige Dienstleistungen für Kunden, Förderung der Kompetenz unserer Mitarbeitenden und die Sicherung der Qualität der Vertriebspartner sind die Schlüssel zum Erfolg.

### Perspektive wechseln

Nur wer die Wünsche und Anliegen seiner Kunden versteht, kann auch darauf eingehen. Diesem Anspruch kommt Pax nach, indem sie das Produkt- und Dienstleistungsportfolio aus der Kunden- und Marktperspektive laufend überprüft und weiterentwickelt.

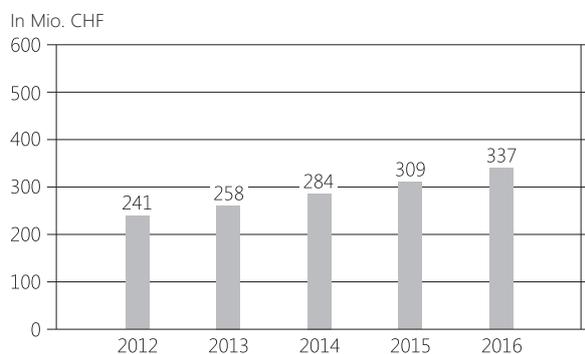
**Privatkunden** verfolgen vorwiegend das Ziel, dafür vorzusorgen, dass der Lebensstandard im Pensionsalter beibehalten werden kann. Die Leistungen aus der AHV und der Pensionskasse werden dazu oft zu gering sein. Die nächste Kundengeneration weiss das, weil sie vernetzt ist, Angebote vergleicht und sich breit informiert. Selbstbestimmt und kostenbewusst die beste Lösung finden wollen gerade junge Leute. Sie setzen die Trends für die Zukunft und sind die Rentnerinnen und Rentner von übermorgen.

In der **Privaten Vorsorge** vollzieht sich ein strategischer Wandel im Produktangebot. Die klassischen Lebensversicherungen werden durch Produkte abgelöst, die Vermögensaufbau und Vermögenssicherung flexibel kombinieren und damit den Kunden trotz der heutigen Rahmenbedingungen mit extrem tiefen Zinsen einen Mehrwert bieten. Unser Produkt «Pax Fondsanlage mit individueller Garantie» ist ein Erfolg. Der Kunde legt zu Beginn das Garantieniveau fest und sichert dadurch das gewünschte Kapital. Mit dem übrigen Prämienanteil partizipiert er entsprechend der persönlichen Risikobereitschaft an der Entwicklung am Kapitalmarkt. Seit der Lancierung im ersten Quartal 2016 haben wir 4'800 Abschlüsse getätigt und damit mehr als ein Viertel der Neuprämien erwirtschaftet. In diesen sogenannten Hybrid-Produkten sehen wir die weitere Produktentwicklung. 2017 ist es unsere Aufgabe, das neue Produktangebot breiteren Kreisen verständlich und überzeugend darzustellen.

**Unternehmenskunden** suchen auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene, flexible Lösungen und sie legen Wert auf geringen administrativen Aufwand. Bis zu 70 Prozent schliessen ihre berufliche Vorsorge über einen Broker ab. Ob Start-up, KMU oder Grossunternehmen, allen gemeinsam ist ein ausgeprägter Wunsch nach Sicherheit und finanzieller Flexibilität in der Zukunft.

In der **Beruflichen Vorsorge** baut Pax weiterhin auf Lösungen im Vollversicherungsmodell. Wir sind überzeugt, dass diese Form der Beruflichen Vorsorge nach wie vor eine ideale Lösung für KMU ist. Firmenkunden bietet die Vollversicherung Sicherheit und Stabilität, da die Ansprüche der Versicherten stets zu 100 Prozent von Pax garantiert sind. Für Firmengründer hat Pax das unkomplizierte Start-up-Paket seit längerem erfolgreich im Markt, das in einem nächsten Schritt mit einem Onlineprodukt ergänzt wird. Mit der Umsetzung der «Beruflichen Vorsorge 2.0» und den daraus

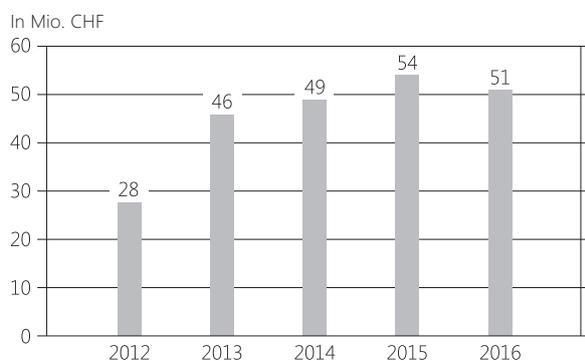
### Private Vorsorge – periodische Prämien



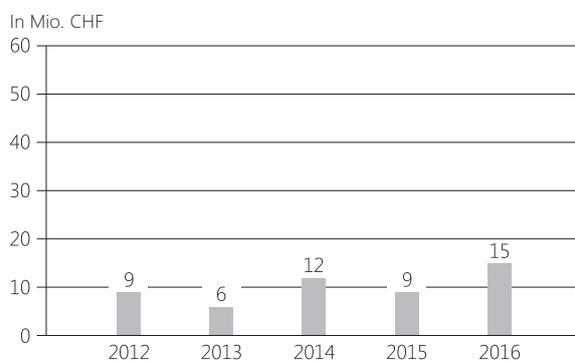
### Berufliche Vorsorge – periodische Prämien



### Private Vorsorge – Neugeschäft



### Berufliche Vorsorge – Neugeschäft



resultierenden flexiblen Lösungen für jede Grösse von Unternehmen haben wir 2016 die gesetzten Ziele übertroffen.

## PAX BAUT WEITERHIN AUF LÖSUNGEN IM VOLLVERSICHERUNGSMODELL.

Zum **Vertriebsnetz** von Pax zählen rund 800 unabhängige Partner. Massgebend für die Zusammenarbeit mit Pax sind für die Vertriebspartner marktgerechte Prämien, flexible Lösungen, übersichtliche Dokumente, ein schnelles Offertwesen und die persönliche Betreuung. Digitale Vergleichsplattformen und Branchenregister werden künftig zu mehr Transparenz im Brokermarkt führen. Damit werden die Qualität und der Wert der Beratung besser einschätzbar. Diese Entwicklung wird unterstützt vom Zertifikat «Certified Insurance Competence», kurz Cicero, dem Gütesiegel für Versicherungsberater, die sich regelmässig weiterbilden und hohe fachliche Anforderungen erfüllen. Unseren Vertriebspartnern helfen wir, die Vorteile unserer Produkte und die Wertschöpfung ihrer Leistung glaubhaft darzustellen. In Zukunft werden wir den Partnern direkte Online-Abschlüsse ermöglichen und bestehenden Anbietern im Bereich Online-Risikoabdeckung unsere Tarife anbieten.

### **Wandel nutzen**

Die Digitalisierung ist nicht nur eine technologische, sondern auch eine kundengetriebene Entwicklung. Sie ruft nach innovativen Geschäftsmodellen, digitalen

Erlebniswelten und neuen Interaktionsmöglichkeiten. Für Pax steht bei der Digitalisierung der unmittelbare Kundennutzen im Vordergrund. Das sind in erster Linie einfacher Zugang zu Dienstleistungen, Effizienzsteigerung und Kostenreduktion.

Die Digitalisierung beschert aber auch umfangreiche Datenschätze. Die Bereitschaft der Kunden, ihre Daten zum eigenen Vorteil bekannt zu geben, nimmt zu. Die Datennutzung ist ein weiteres Thema, mit dem sich Pax beschäftigt. Der digitale Wandel deckt nicht nur neue Kundenbedürfnisse auf, sondern verlangt auch Flexibilität und Anpassungsfähigkeit in den Vorsorgelösungen. Vor diesem Hintergrund prüft Pax neue Geschäftsfelder, die über die Entwicklung von Produkteneuheiten hinausgehen. Mit der Gründung eines Start-ups macht Pax hier einen Schritt in die Zukunft. Ziel ist die Entwicklung einer Online Marktplattform, die Konsumenten, Vertriebspartner und Versicherungen zusammenführt und nach dem Prinzip «teilen und teilhaben» zum gemeinsamen Vorteil miteinander verbindet.

### **Innovation kultivieren**

2016 lag der Schwerpunkt auf der strategischen Initiative «Innovationsfähigkeit». Bei Pax gehört Innovation zum kulturellen Anspruch – also jene Offenheit zu leben, die Beweglichkeit bei gleichzeitiger Stabilität ermöglicht. Wir verfolgen einen schrittweisen Ansatz, der in allen Bereichen kleine Änderungen an bestehenden Strukturen, Abläufen oder Arbeitsinstrumenten anstrebt und zu einer stetigen Verbesserung führt. 2016 wurden Prozesse vertieft, Werkzeuge ausgebaut und Gremien etabliert, die notwendig sind, um eine Innovationskultur entstehen zu lassen.

Sie umfassen Aktionen, Events und Workshops. Alle Mitarbeitenden wurden mit dem Thema Innovation und «Out-of-the-box-Denken» vertraut gemacht. Mit dem Aufschalten des Innovationsblogs ist jeder Mitarbeitende eingeladen, Ideen vorzuschlagen – und zwar egal für welchen Bereich der Unternehmung. Aus all den Ideen

und Diskussionen haben sich zwei Kernthemen herauskristallisiert, die im Jahr 2017 weiterverfolgt werden: das Ausschöpfen des Optimierungspotenzials bei Produkten in der Privaten Vorsorge und die Weiterentwicklung von Online-Werkzeugen.

In der Markenkommunikation hat Pax ihre Innovationsfähigkeit bewiesen. Ein durch das ganze Magazin gestanztes Quadrat als Keyvisual und eine speziell dafür ausgearbeitete Wertekampagne machten die Septemberausgabe der Fachzeitschrift «Schweizer Versicherung» zum absoluten Novum. Die Aufmerksamkeit und die damit verbundene Resonanz bei unseren Vertriebspartnern zeigen, dass wir uns bewegen und neue Wege gehen.

#### **Die Markenwerte leben**

Glaubwürdig, vorausschauend, direkt – dafür steht die Marke Pax. Entsprechend gestalten wir unsere Bezie-

## **FÜR PAX STEHT BEI DER DIGITALISIERUNG DER UNMITTELBARE KUNDENNUTZEN IM VORDERGRUND.**

hungen zu Kunden, Partnern und Mitarbeitern persönlich und wertschätzend. Wir handeln überlegt und mit Weitsicht, begegnen unserem Gegenüber authentisch und gehen Veränderungen agil und selbstsicher an.

Diese Haltungen stehen im Zentrum des Kulturwandels, der mit der Lancierung der neuen Marke 2014 auch gegen aussen sichtbar wurde. Der Wandel in unserem Denken und Handeln ist entscheidend für die Umsetzung der Unternehmensstrategie.

Die Markenstrategie wurde 2016 vertieft und konsequent umgesetzt. Ausbau der Bekanntheit durch Aufmerksamkeit, klare Differenzierung im Markt, interne Markenverankerung sowie die Positionierung von Pax als attraktive Arbeitgeberin sind die Ziele. Die Überprüfung mittels qualitativer Befragung zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und unsere Massnahmen hinsichtlich Bekanntheit von Marke und Angebot fruchten; insbesondere bei unserer Hauptdialoggruppe Broker.

Die Alleinstellungsmerkmale von Pax, Vollversicherungsmodell und Genossenschaft, sind bei den Brokern noch zu wenig bekannt. Hier setzen wir in der Markenkommunikation künftig noch intensiver an.

In der Umsetzung der strategischen Initiativen ist die Marke Pax weiterhin ein fester Bestandteil:

- Die Innovationsfähigkeit ist im Markenkern festgeschrieben. Die Marke fördert die Haltung, neugierig zu sein, neue Wege zu gehen. In der Markenkommunikation wurde dies beispielhaft umgesetzt.
- Die Werte und der «Code of Conduct» sind der Kern unserer Kultur. Daraus entwickelt sich ein ausgeprägtes Dienstleistungsdenken. Wir arbeiten daran, unsere Servicementalität noch weiter zu verbessern.
- Das Führungsleitbild, formulierte Kernbotschaften und Schlüsselargumente sind Instrumente der Marke, um Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für eigenverantwortliches und leistungsorientiertes Verhalten zu schaffen. Diese Instrumente haben sich im Alltag bewährt und werden weiter helfen, intern zu leben, was nach aussen wirken soll.

Mit der gezielten Markenführung machen wir das Versprechen «Vorsorge auf den Punkt gebracht» sichtbar und erlebbar. Unsere Botschaft ist klar: Wer Pax wählt, erhält die Gewissheit, gut aufgehoben zu sein.

## MIT EINEM GEZIELTEN INNOVATIONSMANAGEMENT WURDE DER INNOVATIONSPROZESS VERANKERT.

### **Der Spur treu bleiben**

Wir haben einen anspruchsvollen Weg eingeschlagen. Wir haben die Herausforderungen angenommen und sind stolz darauf, dass wir in einem äusserst schwierigen Umfeld den Weg konsequent weitergehen. 2016 ist ein erfolgreiches Jahr auf dem Weg in die Zukunft. Viel liegt

noch vor uns, das wir 2017 angehen oder kontinuierlich weiterentwickeln wollen. Die Schwerpunkte sind:

- Qualitatives Wachstum im schwierigen Umfeld sicherstellen
- Anlagestrategie gezielt und vorausschauend optimieren
- Modernisierung der IT-Landschaft fortsetzen
- Digitalisierung der Wertschöpfungskette vorantreiben
- Mitarbeiterentwicklung und Talentmanagement konsequent umsetzen
- Vorteile der Genossenschaft bei allen Dialoggruppen verankern
- Das Geschäftsmodell anpassen, sodass sich die digitalen Möglichkeiten optimal nutzen lassen

Wir werden die Aufgaben mit Kraft anpacken. Dabei werden wir stabil bleiben, innovative Lösungen finden und agil auf Entwicklungen eingehen: Denn gemeinsam bewegen wir viel.

## NACHHALTIGKEITSANSATZ VERFOLGEN

Nachhaltiges Denken und Handeln gehören zu Pax und bilden eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Unternehmensführung. Für uns gehören Sicherheit und Nachhaltigkeit zur unternehmerischen Verantwortung und zum Selbstverständnis. Denn als Genossenschaft sind wir davon überzeugt, dass nur ein nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen langfristig Erfolg haben kann. Dieses Bekenntnis verankert Nachhaltigkeit in der Geschäftstätigkeit von Pax, im Personalwesen oder hinsichtlich des schonenden Umgangs mit Ressourcen. Wir verstehen Nachhaltigkeit demnach als entscheidenden Erfolgsfaktor und als wichtige Voraussetzung für unsere Zielerreichung.

# NACHHALTIGES DENKEN UND HANDELN GEHÖREN ZU PAX UND BILDEN EINE WICHTIGE ENTSCHEIDUNGS-GRUNDLAGE.

Als Vorsorgeversicherung ist unsere Geschäftstätigkeit per se nachhaltig, da sie auf Langfristigkeit ausgelegt ist. Jede Versicherungspolice ist ein Versprechen für die Zukunft. Und um dies einzuhalten, muss Pax vorausschauend handeln und wirtschaften. Dies schliesst eine nachhaltige Anlageplanung ein. Sie ist eine unserer Kernkompetenzen und die Grundlage für unser gesundes Wachstum. Als Vorsorgeversicherung untersteht Pax

strikten Anlageregeln, die von der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA vorgegeben sind. Die wichtigste Anlagekategorie sind festverzinsliche Wertpapiere mit langem Anlagehorizont. Zudem bildet ein breit abgestütztes Immobilienportfolio in der Anlagestrategie eine wichtige Ertragsstütze.

Pax legt Wert auf ein motivierendes Arbeitsumfeld, in dem sich die rund 300 Mitarbeitenden und Lernenden entfalten können. Ein persönlicher Umgang untereinander, Respekt und Wertschätzung tragen dazu ebenso bei wie gute Sozialangebote und eine transparente Informationspolitik. Pax ist wichtig, dass die Mitarbeitenden Freude an ihrer Arbeit haben und sich entlang der eigenen Fähigkeiten weiterentwickeln können. Pax bietet wo möglich flexible Arbeitszeiten und Teilzeitarbeit für Mitarbeitende und Führungskräfte. Diese und weitere Massnahmen zur Erhöhung der Arbeitszufriedenheit sowie die Unterstützung der Mitarbeitenden bei ihren Weiterbildungen sorgen dafür, dass sie gerne bei Pax arbeiten – und die Fluktuation seit Jahren tief ist.

Bereits in den 90er-Jahren, als Nachhaltigkeit noch weniger ein zentrales Thema war, setzte Pax auf einen ressourcenschonenden Neubau ihres Hauptsitzes. Das Gebäude wurde etappenweise erneuert und mit Installationen und nachhaltigen baulichen Prinzipien umgesetzt, die ihrer Zeit klar voraus waren. Dazu gehören die Wärmerückgewinnung, sogenanntes Free-Cooling oder die Verwendung von Regenwasser in den sanitären Anlagen. Aufgrund der weitsichtigen Planung befindet sich das Gebäude in punkto Umweltschutz noch heute – rund 20 Jahre später – auf einem sehr hohen Niveau. Dies bestätigt auch die Gebäudeanalyse, welche 2016 durchgeführt wurde. Wir freuen uns über diese Vorreiterrolle und verfolgen diesen Nachhaltigkeitsansatz weiter.