

Pressemitteilung

Pax-Bank eG stellt neue Markenpositionierung vor

- Die Genossenschaftsbank schärft mit dem neuem Markenclaim „Die Bank für Veränderung“ ihr Profil als christlich-nachhaltige Bank
- Im Zuge der neuen Markenpositionierung wurden Logo und Auftritt modernisiert
- Imagekampagne macht den Markenkern „Mensch und Umwelt stärken“ erlebbar

18. Juli 2023 – Köln. Die Pax-Bank schärft ihr Profil als christlich-nachhaltige Bank: Unter dem neuen Markenclaim „Die Bank für Veränderung“ positioniert sich die deutschlandweit tätige Genossenschaftsbank als starker und zuverlässiger Partner für die Transformation. Im Zuge der neuen Markenpositionierung wurden auch das Logo und der Auftritt der Bank behutsam modernisiert. Begleitet wird die neue Positionierung durch eine breit angelegte Imagekampagne mit dem Slogan „Pax-Bank stärkt ...“.

Den neuen Markenkern bildet der Anspruch „Mensch und Umwelt stärken“, den die Bank aus ihrer Tradition als Kirchenbank sowie den christlichen Werten Gerechtigkeit, Frieden und Bewahrung der Schöpfung ableitet. Dieser Anspruch wird in der Imagekampagne „Pax-Bank stärkt ...“ konkret, die heute startet. Über allem steht das Ziel, als Bank einen Beitrag für eine lebenswerte Welt zu leisten. Die Pax-Bank verpflichtet sich damit, ausschließlich Angebote und Leistungen anzubieten, die eine positive Wirkung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft im Blick haben.

„Unsere Gesellschaft steht vor einer gewaltigen Transformation. Wenn wir unseren Kindern und Enkelkindern eine lebenswerte Welt hinterlassen wollen, dann müssen wir die Art, in der wir leben, ändern“, erläutert der Vorstandsvorsitzende Dr. Klaus Schraudner den neuen Claim. Sein Vorstandskollege Hans-Bernd Kloth ergänzt: „Wir möchten unsere Kundinnen und Kunden auf diesem Weg als loyaler, zuverlässiger Partner positiv begleiten und gemeinsam mit ihnen die Chancen nutzen, die dieser Veränderungsprozess bietet. Denn nur mit vereinten Kräften können wir unsere Zukunft sozial, ökologisch und ökonomisch gestalten.“

„Ethische Entscheidungen sind seit der Gründung der Pax-Bank 1917 tief in unseren Wurzeln verankert“, so Kloth. Der neue Claim bedeute daher auch keine Abkehr von den traditionellen Kundengruppen aus Kirche und Caritas. „Vielmehr öffnen wir uns damit für weitere Zielgruppen, die unsere Werte als christlich-nachhaltige Bank teilen“, bestätigt Schraudner.

Die neue Markenpositionierung ist Ergebnis eines rund einjährigen intensiven Markenbildungsprozesses, den der Führungskreis der Pax-Bank zusammen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gestaltet hat, moderiert durch die Marken- und Kommunikationsberatung „Gute Botschafter“.



Ausgangspunkt waren die Veränderungen, von denen die Pax-Bank in den vergangenen Jahren selbst betroffen war. „Unser Ziel war es, den Kern der Pax-Bank, also das, was uns seit über 100 Jahren in unserer Haltung vereint, auf den Punkt zu bringen“, fasst Dr. Schraudner zusammen.

Über die Pax-Bank

Die Pax-Bank eG ist eine 1917 gegründete, christlich-nachhaltige Genossenschaftsbank. Zu ihren Kunden zählen kirchliche, gemeinnützige und soziale Institutionen sowie Privatpersonen. Das Bankgeschäft der Pax-Bank ist geprägt durch die ethisch-nachhaltige Ausrichtung. Ihr ganzheitlicher Nachhaltigkeitsansatz bedingt, dass sich sowohl Bankgeschäft als auch Bankbetrieb an den Nachhaltigkeitszielen ausrichten, die in der Geschäfts- und Risikostrategie festgelegt sind. Mit bundesweit sieben Standorten, einer Bilanzsumme von rund 3,7 Mrd. Euro und einem Kundengeschäftsvolumen von 10,3 Mrd. Euro ist die Pax-Bank eine der führenden Nachhaltigkeitsbanken in Deutschland.

www.pax-bank.de

Weitere Informationen zur überarbeiteten Markenpositionierung der Pax-Bank finden Sie hier:

www.die-bank-fuer-veraenderung.de

Den aktuellen Geschäftsbericht der Pax-Bank für das Geschäftsjahr 2022 finden Sie hier:

www.pax-bank.de/gb22

Ansprechpartner für die Medien:

Peter Niderstigt – Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: 0221 16015-173

E-Mail: peter.niderstigt@pax-bank.de

